A TDK világa

Jelen kutatási eredmények megjelenését „Az SZTE Kutatóegyetemi Kiválósági Központ tudásbázisának kiszélesítése és hosszú távú szakmai fenntarthatóságának megalapozása a kiváló tudományos utánpótlás biztosításával” című, TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0012 azonosítószámú projekt támogatja.

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar
2012

SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

A TDK világa

Szerkesztette
Lukovics Miklós–Udvari Beáta

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar
Szeged, 2012

© SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged

Szerkesztette:
Lukovics Miklós
Udvari Beáta

Tördelés: Bata Rebeka, Lukovics Miklós, Udvari Beáta

ISBN: 978-963-306-170-1

Tartalom

Előszó 7

1. XXIV. OTDK (Gödöllő, 1999)

Vilmányi Márton – Majó Zoltán:
Clustering: térségi együttműködések egy formája vállalkozások versenyképességének növelésére 11

2. XXV. OTDK (Szeged, 2001)

Oncsikné Pápai Anna Mária:
Ipari parkok kialakulása, működése és fejlődési lehetőségei 29
Zsolnai Alíz – Szécsi Gábor:
Bankok és az euró 48

3. XXVI. OTDK (Gyöngyös, 2003)

Lukovics Miklós:
Regionális gazdaságfejlesztés: eltérő fejlettségű megyék versenyképességének összehasonlító elemzése 67
Makra Zsolt:
Az informális kockázati tőke szerepe a vállalkozás-fejlesztésben és finanszírozásban 90
Ribizsár István:
A fenntartható fejlődés közgazdaságtani értelmezése 107
Vadász Csaba:
Ügyfélmegtartás a hűségprogramok segítségével 120

4. XXVII. OTDK (Sopron, 2005)

Leier János:
A klaszterszervezet törökországi adaptációja 142

5. XXVIII. OTDK (Mskolc, 2007)

Kiss Gábor Dávid:
A jóléti állam, mint a társadalmi bizalom optimuma 170
Kiss Gábor Dávid – Vajda Beáta:
A biztonság kockázata: tőkegarantált alapok komplex megközelítésben 185

6. XXIX. OTDK (Debrecen, 2009)

Hoczopán Orsolya:
Területi Balanced Scorecard:
Egy lehetséges válasz a területi tervezési folyamat hiányosságaira 202
Rittgasszer Imola:
Kreatív kistérségek Magyarországon 222
Imreh-Tóth Mónika:
Fogyasztás és fenntarthatóság - az ökológiai lábnyomot befolyásoló tényezők vizsgálata a Szegedi Tudományegyetem hallgatóinak körében 240
Udvari Beáta:
„Látványos eredménytelenség": a Loméi Egyezmények hatásainak statisztikai vizsgálata 257
Vas Zsófia:
IT klaszterek kialakulásában a közelség szerepe (Szegeden ésvonzáskörzetében) 275

7. XXX. OTDK (Gödöllő, 2011)

Berki Viktor:
Ha kicsi, akkor személyes?
A kapcsolati marketing alkalmazásának vizsgálata a kis- és középvállalkozások körében 290
Mező Júlia:
Kína Afrika-politikája: minden mindegy? 305

Élet a TDK után (önéletrajzok) 323
Az SZTE GTK OTDK eredményei 335

Előszó

Tegyük a szívünkre a kezünket: amikor tizenévesen, vagy húszas éveink kezdetén az egyetem falai közé lépünk, és először találkozunk azzal a betűkombinációval, hogy TDK, egészen bizonyosan valamilyen híradástechnikai eszköz, magnókazetta, CD-lemez márka ugrik be először. Valószínűleg jelen kötet szerzői közül mindenkiben ez a képzet jelentkezett, amikor valamelyik oktatója felvetette, hogy nem akar-e esetleg TDK-zni. E szakmai – és még ismeretlen – kihívás elfogadása esetén a TDK betűkombináció a következő lépésben már egy olyan dolgozatot jelent, amit meg kell írni. Az idő múlásával egyre inkább tisztul a kép e három betű jelentése körül, és egy napon a TDK-s hallgató arra eszmél, hogy a Tudományos Diákkör és az abban folytatott munka egy szakmai sikerekkel teletűzdelt életpályát jelölt ki számára, melyben otthonosan mozog.

Ezzel a kötettel az a célunk, hogy az Olvasóhoz közelebb hozzuk a TDK világát. Megmutassuk azt, hogy a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kara évek óta a közgazdasági felsőoktatás kimagasló eredményeket elérő TDK-intézménye, bemutassuk azt, hogy a szegedi közgazdász képzés 1999-es indulása óta milyen témakörben születtek a legsikeresebb TDK-dolgozatok, és azon témákat a szerzők milyen módszerrel dolgozták fel. Mindenképpen ajánljuk a Tisztelt Olvasó figyelmébe a szerzők rövid, fél oldalas önéletrajzát, amelyek önmagukért beszélnek, és amelyekből nyomon követhetővé válik az az impozáns életpálya, amelyet az Országos Tudományos Diákköri Konferencián helyezett, egykori GTK-s hallgatók befutottak.

De mit is jelent a TDK? Első megközelítésben Tudományos Diákköri Konferenciát jelent, melynek országos döntőjét (OTDK) kétévente rendezik meg valamely magyar felsőoktatási intézmény szervezésében. OTDK-t tudományterületenként tartanak, a közgazdász hallgatók dolgozatait a IX. számú, Közgazdaságtudományi Szekció fogadja be, melyen belül ún. tagozatok szerint csoportosítják a dolgozatokat annak érdekében, hogy azok minél inkább összehasonlíthatóak legyenek. Közel 30 tagozat van, melyek között találkozhatunk Marketing, Regionális Gazdaságtan, Kontrolling, Pénzügy, Területfejlesztés, Gazdaságpolitika, Világgazdaságtan stb. tagozattal. Az OTDK-ra ugyanúgy, ahogy az olimpiára, „kvótát” kell szerezni, melyre az intézményekben szervezett helyi fordulókon van lehetőség. Egy kétéves OTDK cikluson belül az SZTE GTK-n általában három helyi döntőt szervezünk, így mindenkinek lehetősége van a számára legkedvezőbb időpontban megmérettetnie magát dolgozatával és annak prezentációjával. Arra kell csupán ügyelni, hogy a helyi döntő időpontjában még hallgatói jogviszonya legyen a szerzőnek, és a tanulmányait lezáró abszolutóriumot még nem szerezte meg.

Az SZTE GTK országos szinten kiemelkedő TDK műhely. 2009-ben az országos éremtáblázat első helyén végeztünk, az egy bemutatott dolgozatra jutó

díjazott dolgozatok számában (közel 75 százalékos arány) pedig minden évben elsők vagyunk. Szintén a kiválóságot jelzi, hogy 2009-ben az Országos Tudományos Diákköri Tanács (OTDT) Lengyel Imrét Mestertanár Aranyéremmel, míg Udvari Beátát Pro Scientia Aranyéremmel tüntette ki, valamint 2011-ben az OTDT Lengyel Imre és Sallai Miklós számára a XXX. Jubileumi OTDK Emlékérmét adományozta. A kimagasló sikerek oka, hogy oktatóink témavezetőként igen nagy figyelmet fordítanak arra, hogy a hallgatók minőségi tudományos munkát végezzenek, és a helyi döntő zsűrije megjegyzéseivel, tanácsaival, építő kritikáival szintén nagy mértékben hozzájárul a sikerekhez.

A dolgozat megírása során a hallgató megtanulja a tudományos munka végzésének fortélyait, melynek nem feltétlenül az a legnagyobb hozadéka, hogy díjat nyer az OTDK-n. Ennél sokkal fontosabb az, hogy elsajátít egy gondolkodásmódot, megismer egy módszertant, társainál sokkal mélyebben elmélyül egy témában, így annak szakértőjévé válik. A TDK-munka következtében olyan speciális tudással fog rendelkezni, ami megkülönbözteti őt a munkaerőpiac bármely más szereplőjétől, akármilyen életpályát is választ. A TDK azonban még ennél is sokkal több: közösség, kapcsolatrendszer, kihívás, buli, és még számtalan váratlan dolog.

A következő oldalakon az SZTE GTK egykori és jelenlegi hallgatóinak OTDK-n bemutatott legsikeresebb dolgozatainak jelentős mértékben lerövidített változatát mutatjuk be. A kötet egyfajta időutazási élményt is nyújt, hiszen az volt az alapelvünk, hogy a dolgozatok arról az időszakról mutassanak hű képet, amikor íródtak, így semmilyen adatfrissítésre nem vállalkoztunk. 2012-ből nagyon érdekes visszatekinteni arra, hogy az ezredfordulón melyek voltak az aktuális közgazdaságtudományi kutatási irányok, és ezeket akkor milyen módszerekkel kutatták.

Reméljük, hogy ez a kötet közelebb hozza hallgatóinkat a TDK világához, és pozitív példát állítva hozza meg a kedvet ahhoz, hogy egyre többen döntsenek úgy, hogy TDK-dolgozatot írnak. Hiszen mindannyian tudjuk: „A példa tízszer annyit ér, mint az előírás”. (Fox)

Szeged, 2012. szeptember

A szerkesztők

OTDK-dolgozatok kivonatai

XXIV. OTDK (Gödöllő, 1999)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 11-27. o.

Clustering: térségi együttműködések egy formája vállalkozások versenyképességének növelésére[1]

Vilmányi Márton – Majó Zoltán

Az üzleti hálózatok kialakulása, és működése a '90-es évek kezdetétől került a szervezetelméleti kutatók figyelmének középpontjába, mint új, eddig meg nem figyelt tulajdonságokkal, jellegzetességekkel bíró gazdasági szerveződési egység. Kialakulásukra, működésükre egyfajta magyarázatot nyújt a tranzakciós költségek elmélete, az erőforrásfüggés elmélet, a szervezeti tanulás elmélete, a versenystratégia elmélet, mely elméletek különféle nézőpontokból közelítik meg e jelenséget, egymást inkább kiegészítve, mint egymással versengve.

Amennyiben a hálózatokat a regionális gazdaságfejlesztés összefüggésébe ágyazottan vizsgáljuk, úgy számos előnyéből következően (erőforrások közös felhasználásából fakadó méretgazdaságosság, és rugalmasság; a fokozott kkv jelenlétből következő széleskörű fejlesztés; az együttműködésekből következő gyors információhasznosulás; a széleskörű helyi kapcsolatrendszerekből fakadó nagy fejlesztőerejű technológiai árnyékhatás) a gazdaságfejlesztés központi elemévé válhat, amennyiben a hálózatépítés alapvető szabályainak átültetése sikerrel jár: egy adott térség megfelelő húzóerőt jelentő, megfelelően fejlett ágazatára, vállalkozásaira épül; gazdasági, gazdaságpolitikai, és gazdaságfejlesztő, és K+F, és tanácsadó szervezetek megfelelően széleskörű összefogásával, és támogatásával jön létre úgy, hogy az egyes szervezetek megfelelően látják a hálózatépítésben és fenntartásban betöltendő szerepüket, az egyes feladatokat éppúgy, mint az egyes feladatok ellátásából nyerhető előnyöket; világosan definiált, tervezett hálózatépítő tevékenység valósul meg, támaszkodva a már megvalósított külföldi minták tapasztalataira, eredményeire.

Jelen tanulmány a clustering gyakorlatát tekinti át elsősorban a nemzetközi tapasztalatok perspektívájából, s fogalmaz meg általánosítható következtetéseket, megfontolandó tapasztalatokat

Kulcsszavak: clustering, hálózatfejlesztés

1. Bevezetés

A 90-es évek piaci követelményeinek hatására a rugalmasság, az alkalmazkodás, az innováció lettek a versenyképesség fő meghatározó elemei, a méretgazdaságosság, a

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan, környezetgazdaságtan tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Buzás Norbert.

termelékenység, és a "piaci hatalom" jelentősége mellett (Artner 1995). Világossá vált, hogy a jövőben nem “nagyok” (multinacionális vállalatok) és “kicsik” (kis és középvállalkozások), hanem “innovátorok” és “gyorsítók” fogják jellemezni a piacgazdaságot, melyek nemzetközi versenyképességükkel sikereket tudnak elérni.

Ezen új sikertényezők (rugalmasság, alkalmazkodás) a kis- és középvállalkozások (kkv-k) jellemző sajátosságai, mert a kkv-k mérete megfelelő reagálási feltételeket teremt a gyors alkalmazkodáshoz.

A versenyben maradáshoz azonban, egyre nagyobb fejlesztési költségekkel kell számolni, mivel a piac, illetve a fogyasztók hatékonysági és minőségi követelményei folyamatosan nőnek. Ennek eredményeképpen a vállalatok földrajzi, gazdasági, kulturális "határaik" kiterjesztésével próbálkoznak, az együttműködések gazdag eszköztárát alkalmazzák (Artner 1995).

A dolgozat célja, hogy bemutassunk egy új típusú vállalati együttműködési és kooperációs formát a nagyvállalatok és a kis- és középvállalkozások között. Munkánk során olyan vállalkozások, - képző és kutató intézményekkel kialakított - térségi hálózatát (cluster) vizsgáltuk, melyek együttműködnek termékek és szolgáltatások fejlesztése, gyártása és karbantartása terén.

Hazánkban jelenleg nincs működő cluster ezért vizsgálatunk a külföldön létrejött clusterek tanulmányozására irányult. Indukciós módszerrel, azaz a külföldön sikeresen működő clusterek publikus jelentéseinek, írásos anyagainak tanulmányozásával, a clustereket menedzselő ügynökségek vezetőitől kapott írásos tájékoztatók segítségével gyűjtöttük össze a cluster - képzés általános szabályait, elveit, módszereit.

2. A vállalati együttműködések új formái

2.1. A vállalati együttműködések rendszere

A vállalati együttműködések lényege, hogy a kooperáció egyrészről több fejlesztési kompetenciát teremt, másrészről csökkenti a költségeket. Az így létrejött csoportos fellépés (kooperáció) a hagyományos multi- és transznacionális vállalatokkal szemben egy egészen új piaci pozíciót eredményez.

A kooperációs folyamat célja, hogy segítse a vállalatokat a sikeres működésben, és versenyelőnyt teremtsen.

Ez a kooperációs folyamat természetesen nem azt jelenti, hogy a hagyományos nagyvállalati és kisvállalkozói forma a jövő évezredre háttérbe szorul, hanem a nagyvállalatok mellett vállalati együttműködéseken alapuló hálózatok (virtuális vállalatok, clusterek) fogják uralni a piacot.

2.2. A clustering fogalma, céljai

A clustering koncepciója az Egyesült Államokból származik (Swann 1985). A clustering (a clusterek kialakítása, szervezése) egy olyan módszer, melynek célja, hogy a földrajzi közelségből adódó térségi együttműködési lehetőségek kihasználásával fokozza a kis- és középvállalkozások hatékonyságát és gazdaságosságát.

A cluster egy meghatározott gazdasági térség termék- vagy szolgáltatásalapon szerveződött vállalkozásaiból, intézményeiből, szervezeteiből áll, valójában egy helyileg koncentrált kooperációs hálózat, melynek tagjai egymással információkat, know-how-t, árut és szolgáltatást cserélnek, illetve közösen lépnek fel az áru és szolgáltatás, infrastruktúra- és munkaerőpiacon.

Gazdasági jelentésében tehát egy cluster alatt leggyakrabban vállalkozások hálózatát értjük, képző és kutatóintézményekkel, amelyek - gazdaságpolitikai szerepvállalás mellett - közösen dolgoznak termékek és szolgáltatások fejlesztésén, gyártásán és karbantartásán. Az együttműködés összekapcsolja a különálló vállalatok erősségeit, kihasználva az adott régió gazdasági előnyeit.

A cluster létrehozásának célja, hogy a cégek szakmailag kifelé zárt, de szakmán belül nyitott hálózata a piacon kínálkozó lehetőségeket együtt használják ki, a hatékony piaci jelenlét érdekében. Ez a kooperáció a résztvevőknek olyan versenyelőnyöket teremt, amelyek más, a clusteren kívül lévő cégeknek nem állnak rendelkezésére. A kooperáció aktív, együttes fellépéssel megnöveli az érdekérvényesítő képességet, s lehetőséget nyújt a források koncentrációjára ill. az értékteremtő folyamatok integrált elvégzésére.

2.3. A cluster megvalósításának háttere

Egy cluster két, egymástól jól elkülöníthető úton alakulhat ki. Egyfelől spontán szerveződéssel, melyben a vállalkozások a piaci verseny hatására önmaguktól ismerik fel a csoportosulás adta előnyöket, s szerveződnek clusterbe. (Ebben az esetben az állami szerepvállalás azokra a területekre korlátozódik, melyek a szerveződés keretét adják, s ezáltal a további fejlődését elősegíthetik.)

A másik út a közvetlen állami ösztönzés, azaz a gazdaságpolitika keretében történő clusteresedés, amely regionális gazdaságélénkítő programok részeként jelenik meg. Ez esetben egy megfelelő kezdeményező-programra van szükség, amelyben a gazdaságpolitika intézményrendszere a cluster kezdeményezését és kialakítását magára vállalja.

Egy cluster megvalósítására kidolgozott program lebonyolításához mindenek előtt három fontos kérdést kell megválaszolni:

- Milyen feltételeket kell teljesíteni, hogy egy ilyen programot kielégítően át lehessen ültetni az üzleti életbe?
- Milyen lépések ill. eszközrendszer szükséges ahhoz, hogy a program eredményesen alakuljon?

- Milyen sikeres és sikertelen tapasztalatok nyerhetők a korábban külföldön megvalósított programokból?

3. Megvalósult clusterek tapasztalatai

Egy cluster megvalósításához szükséges cél és eszközrendszer elméleti modelljének ismerete mellett fontos, hogy a már működő clusterekről, azok megvalósult programjairól is képet tudjunk alkotni. Ebben a fejezetben két cluster cél és eszközrendszerét mutatjuk be. A két cluster kiválasztása során több sikeresen működő hálózat vizsgálatát végeztük el. Kutatásaink több földrészre terjedtek ki. Fontosnak tartottuk, hogy egymástól eltérő feltételek mellett működő clusterket mutassunk be, ezért esett választásunk egy európai és egy amerikai példára. Kutatási módszerünk az internetes technológiára alapult. Olyan hálószemek anyagait gyűjtöttük össze, melyek üzemeltetői a már működő clusterek hálózat menedzserei. Célunk volt, hogy ezen adatok felhasználásával valósághű és naprakész információt tudjunk nyújtani.

3.1. Az AC Styria (Automobilcluster Styria)

Ausztria egyik legdinamikusabban fejlődő tartománya Steiermark. Itt alakult ki egy autóipari szereplőket magába tömörítő cluster, mely Európa egyik leggyorsabban fejlődő hálózata.

3.1.1. Célok

Az Autómobilcluster néhány meghatározó szereplője szerint a cluster céljai a következők:

- “A folyamat célja, hogy a régióban kompetenciát, ismertséget, és erősségeket teremtsünk”
- “Az autó-cluster együttműködési motivációt, és általános PR-t nyújt”
- “Kísérlet a dolgok közös létrehozásához”
- “Itt a kis vállalatokat segítjük, informáljuk és támogatjuk, az együtt erősek vagyunk elv alapján”

Általánosan az Ac Styria céljait és feladatait a cluster bróker a következőképpen foglalja össze: "Biztosítani a régióban működő motorüzemű járművekkel kapcsolatos iparág pozícióját a nemzetközi piacokon, és megerősíteni az iparág versenyképességét."

Cél a kombinált projektek keretein belül, a cluster-tagok által használt szervezeti eszközök fejlesztése és aktiválása, különösen a következő kulcsfontosságú területeken:

- Információ-áramlás és kommunikáció
- Kooperáció

- Minőségpolitika

3.1.2. Az autócluster története

A cluster története 1996-ig nyúlik vissza, amikor Grünen Mark-ban a közlekedési eszközöket gyártó vállalkozások a kutatás, a logisztika, a marketing területét felölelő hálózatot hoztak létre.

Három vezető vállalat (Chrysler-Eurostar, a Steyr-Daimler-Puch, és az AVL-List), illetve a Steiermark-ban általuk gyártott közlekedési eszközök (márkák: a Chrysler Voyager, a Jeep Grand Cherokee, a Puch G és az Allrad Mercedes-E) gyártása köré egy professzionális hálózat képződött, mintegy 120 stájer beszállító-üzemből, és 11.000, nagyrészt magasan kvalifikált szakképzett munkaerőből.

Az autócluster fejlődése folyamatos. A fejlődésnek hét olyan fázisát kell megemlíteni, amelyek rendkívül fontos részeredmények, s hasznos tapasztalatokkal szolgálhatnak.

I fázis: Workshop szervezése a járműmotorok elektronikájának területén

1997 júniusában Graz-ban technikai-technológiai előadássorozatot rendeztek meg. A rendezvénysorozat alapját az a felismert trend adta, melyben egyre világosabbá vált, hogy a jövőben nem "nagyok" és "kicsik" hanem "innovátorok" fogják jellemezni a piacokat, akik nemzetközi versenyképességükkel sikereket tudnak elérni.

Ezen gondolat jegyében az autóipari mérnökök, egyetemi szakemberek bevonásával olyan vitafórumot hoztak létre, mely az elektronikával, mint kulcsfontosságú innovációs területtel foglalkozik.

II. fázis: A Magna Konszern megjelenése a térségben

A Magna Konszern egy világméretű autóalkatrész-gyártó vállalat, melynek mintegy 30.000 munkatársa van szerte a világban. A konszern Albersdorfban készült megnyitni új telephelyét. A tervek egy milliárd ATS befektetését, s mintegy 300 munkahely megteremtését célozták. A stájer regionális kormányzat és a regionális gazdasági szakértők is egyaránt üdvözölték a konszern döntését. A regionális kormányzat szerint a beruházás fontos építőköve lehet a stájer autóiparnak és a cluster - stratégia pozitív irányba történő elmozdulását várták tőle. A Regionális Fejlesztési Hivatal támogatta azt az elképzelést, miszerint a régió infrastruktúráját oly mértékben kell fejleszteni, hogy az képes legyen kiszolgálni az autóipar elvárásait. Az infrastruktúra fejlesztése "komfortosabbá" teszi a termelést, ami a tőkeerős befektetőket köztudottan vonzza. Magna Konszern megjelenése magas minőséget és rövid szállítási utakat jelenthet, ezen felül pedig nyilvánvalóan megkönnyíti az összehangolást az egyes végtermékekkel.

III. fázis: Az AC-Styria bekapcsolódása az EU innovációs programjába

Az EU projekt célja, hogy azok a kis- és középvállalkozások, amelyek a helyi autóipart ellátják, képesek legyenek innovatív technológiák- és munkamódszerek bevezetésére, hogy ezzel is javítsák termékeik minőségét és növeljék hatékonyságukat, ill. képesek legyenek költségeik csökkentésére.

Az innovációs program résztvevőinek az EU következő területeken nyújt támogatást:

- Az innovatív munkamódszerek elterjesztése
- A technológia transzferek olyan struktúrájának kialakítása, melyek kapcsolódnak az iparágban az egyetemi kutatásokhoz
- Clusterek létrehozása
- Közös marketing stratégiák kifejlesztése

IV. fázis: A Johnson Controls megjelenése a régióban

A Johnson Controls a világ egyik legnagyobb autóipari gyára, amely autóüléseket és autóbelső-szerelvényeket gyárt. Szerte a világban mintegy 100 telephellyel rendelkezik, s az Ausztriában végzett beruházás 1998 januárja óta mintegy 150 embernek teremtett munkahelyet, ahol a dolgozók magas színvonalú körülmények között gyártják a Grand Cherokee Jeep belső utastéri felszereléseit.

V. fázis: Az AC Styria képzési és kommunikációs fejlődése

1997-ben a cluster szervezésében 30 rendezvény zajlott le mintegy 980 résztvevővel, melyek elsődleges célja a cluster-tagok dolgozóinak oktatása volt. A legtöbben a QS-9000, az Euro bevezetése, a benchmarking, a logisztikai valamint a számítástechnikai tréningeken vettek részt.

A kommunikációs csatornák kiépítésében az AC-Styria saját homepage-dzsel rendelkezik, ahol mintegy 860 egyéni link nyújt információt a cluster tagjainak tevékenységéről. Az AC-Styria egy saját CD ROM-ot is készített, melyen bemutatja a leendő partnerek számára a cluster tagjait.

VI: fázis: Az új Opel ASTRA bemutatása

Az Opel Ausztriát, ezen belül a stájer tartományt választotta az új Opel nemzetközi bemutatásának egyik központi színhelyéül. Az anyavállalat, a General Motors zürichi központjának választása azért esett a tartományra, mert itt olyan ideális szállás-, konferencia-, valamint bemutatótermi lehetőségeket találtak, ami az új generációs Opel gépkocsik nyilvános bemutatására tökéletes. A General Motors PR szakembere szerint a tartományban nem csak az infrastruktúra, de a természeti környezet is kiválóan alkalmas az új generációs autók dinamizmusának bemutatására, valamint a munka- és az értékesítési-megbeszélések mellett a pihenésre is lehetőség nyílik. Fontos szempont volt a kiválasztásnál a régió könnyű és gyors megközelítése, amiben nagy szerepet játszott Graz repülőtere.

VII. fázis: Az AC Styria partnereinek adatbank-bővítése

Az AC Styria partnereinek legfontosabb alap-adatait már a program indításakor is egy egyszerűbb adatbankba rendezték, mely hozzáférhető az Interneten, illetve egy CD ROM-on is megvásárolható. Ezen adatok frissítésére minden évben sor került. 1997-ben azonban egy teljesen új adatbankot hoztak létre, amely már nem csak egy egyszerű partnerlista, hanem egy részletes tevékenységi köröket is magába foglaló korszerű adatbázis.

3.1.3. Az AC Styria felépítése és működése

A stájer autómobil-cluster egy olyan politikailag és gazdaságilag támogatott kezdeményezés, mely az adott kereskedelmi kamara hozzájárulásával egy kereskedelmi-szakmai egyesülés mellett egy tudományos közösség is egyben. A cluster-kezdeményezés egy gazdasági, politikai és tudományos koncepció ötvözése, éppen ezért a stájerországi kialakítás felett szervezetek széles köre "bábáskodott". Szerepet vállalt a Munkavállalói Kamara, a Grázi Műszaki Egyetem, a Szakszervezet, a Joanneum Intézet, és a Gazdasági Kamara is.

A cluster technikai és szervezeti felépítésért a Stájer Ipari Reklám Ügynökség felelős, amely egy tanácsadó és tervező vállalkozás. Az ügynökség feladata mindazon funkciók betöltése, melyeket a hálózat-menedzser feladataként a cluster, illetve a clustering alapkoncepciója definiál. A megtervezett felépítés 1997-től három évig lesz érvényben, majd e strukturális szakasz után az AC Styria működését egy független szervezetként folytatja.

3.1.4. Az AC Styria szolgáltatásainak struktúrája

A clustert támogató intézkedéseket alapvetően két nagy területre oszthatjuk:

- a belső támogatásokra, melyeket a cluster menedzsmentje (Stájer Ipari Reklám Ügynökség) nyújt a tagok felé,
- a külső támogatásokra, melyeket a tartomány, illetve az állam nyújt a cluster egészének, illetve résztvevő tagjainak

A *belső támogatások*at nyújtó hálózati-menedzsment a következő feladatokat látja el:

- Hasonló érdekeltségű vállalatok és szervezetek összefogása és vezetése.
- Know-how-t bocsát minden cluster-tag rendelkezésére.
- A projectek általános támogatása.
- Segítségnyújtás az új partnerek bevonásához.

A hálózati-menedzsment a cluster-támogatásokat, mint információs-, kommunikációs-, és tanulóeszközöket térítésmentesen nyújtja, kiemelten a workshopokat ill. a szemináriumokat. Pénzügyi támogatás ebben az esetben nem gyakori, a fő hangsúlyt az ingyenes szolgáltatásokra helyezik.

A *külső támogatások*on belül három részterületet említhetünk meg: a regionális-, az országos-, illetve az európai szintű támogatásokat. Itt a támogatások már főként pénzügyi jellegűek. Minden különálló projectnek pótlólagosan is lehetősége van regionális és országos támogatások igénybevételére.

A jelenleg futó támogatási projectek:

- Minőségbiztosítás / tanúsítás.
- Szolgáltatások "felkínálása" az Internetre.
- Komplett olajpumpa fejlesztése és forgalomba hozatala.
- "Sinter"-fémek kezelése és megmunkálása.
- KKV-k támogatása (Internet, Benchmarking, Logisztika / Áruszervezés).

3.1.5. Eredmények

A cluster keretében folytatott tevékenységének köszönhetően az AC Styria az elmúlt 2 évben a következő eredményeket érte el:

- Közel 40 autómárka ellátása műszaki elemekkel.
- Grazot évente mintegy 100.000 kész közlekedési eszköz hagyja el és minden harmadik high-tech termék Steiermarkból származik.
- Az itt elkészült termékek 60%-át exportpiacokon értékesítik (ezen termékek kb 30%-ban tartalmaznak Steiermarkban gyártott elemeket).
- Az autókonszern maga az elmúlt két évben több mint egy milliárd USA Dollárt (tehát több mint 13.000 milliárd Schillinget) invesztált a stájer termelőterületekbe, ezáltal a regionális gazdaságba.
- Minőség területén a legutóbbi "empirica" tanulmány (Köln) az AC Styria-t Európában a 29. helyre sorolja, ami a minőség dinamikus fejlődését mutatja.
- A stájer autóipar mintegy 10.000 munkahelyet teremtett (ezen belül 4.000 munkahelyet kis- és középvállalkozások keretein belül)

3.2. Gazdasági Clusterek Tucsonban, 1998-ban

Tucson az "Optikai Völgy" hazája, a tudományok az ipar gyorsan növekvő központja olyan dinamikus területekkel, mint a repüléstechnika, szoftver-fejlesztés, biotechnológia, környezeti technológiák és a teleservice. Tucson egy olyan stratégiai terület, mely Kaliforniát és Texast összekötő szállítási folyosóban fekszik, Mexikó szomszédságában, két különböző kereskedelmi övezet között, jól képzett munkaerővel.

3.2.1. Clusterek keletkezése Tucsonban

A Tucsoni Gazdaság Fejlesztési Program egy iparági-csoport koncepció, ami a regionális stratégiai tervek központjában áll. Az iparági-csoport koncepciójának legfontosabb célja, hogy szinergiát (együttműködést) hozzon létre a következő 6 üzleti területen:

- optika
- szoftverek
- repüléstechnika
- környezeti technológiák
- biotechnológia
- teleservice

A koncepció megvalósításának keretében a kiemelt területek mindegyikére clustert hoztak létre, melyek stratégiai koordinálását a "Tucsoni Stratégiai Szövetség a Gazdasági Fejlődésért" szervezet végzi, melynek feladata, hogy az egyes hálózatokat egy közös "felettes" clusterbe szervezze, és jövőbe mutató koncepciót alkosson az egyes fejlesztések (megművelt fémek, az ipari berendezések az elektronikus felszerelések, műszerek és kapcsolódó szolgáltatások) területén.

3.2.2. Környezet technológiai ipari cluster (ETIC)

Ez a cluster Dél-Arizóna leggyorsabban fejlődő clustere. Az ETIC küldetése, hogy Arizóna államot nemzetközi központként vezesse át a XXI századba, olyan termékek és szolgáltatások szorgalmazásával, melyek megelőzik, illetve megoldják a környezeti problémákat. Tucson otthont ad több mint 5000 környezet-technikai munkahelynek. Az iparág árbevétele meghaladja a 2 billió dollárt. Tucson Mexikóval szomszédos fekvése bejáratot jelent az ígéretes mexikói környezeti piacra.

A cluster előnyei, szolgáltatásai:

- Környezeti iparági adatbázisok használata, piaci információk, potenciális üzleti partnerek és vevők keresési lehetősége
- Találkozókon való részvétel lehetősége a következő területeken: piaci tendenciák, víz és levegőminőségi előírások, ügyfélszolgálat, promóció, marketing, export
- Csatlakozási lehetőség az ETIC web-site - hoz
- Részvétel oktatási programokon, különös tekintettel a külkereskedelmi tevékenységre.
- Kapcsolódási lehetőség az állambeli egyetemek környezettechnológiai projektjeihez.

3.2.3. Repüléstechnikai Cluster

A Tucsonban kifejlődő repüléstechnikai cluster magában foglalja a légvédelmi és repülés technikával összefüggő, gyártási technológiában jártas cégeket, akik jól ismert vállalatok a nemzeti repülőgép-flotta fenntartásában és karbantartásában. Ebben a clusterben több mint 25 repüléstechnikával összefüggő cég vesz részt.

3.2.4. Optikai Cluster (AOIA)

Történeti előzmények:

- Tucson hosszú idő óta világelső az optikai technológiában. A Business Week szerint Tucson a Szilicium Völgy elnevezésre adaptálva Optika Völgyként nevezhető, hiszen az optikai iparban dolgozó cégek vezető szerepet töltenek be város és az állam gazdasági életében.
- Az Arizoniai Egyetem Optikai Tudományos Központja adja a legtöbb diplomást az optikai tudományok területén az összes amerikai intézet közül.
- Világhírű obszervatóriumok működnek Tucsonban, Dél-Arizónában (Steward Opservatory, Kitt Peak National Observatory, Mount Hopkins Observatory, Mount Graham International Observatory)
- Sok tucsoni optikai üzem vett részt a Hubble űrteleszkóp diagnosztikai és javítási munkálataiban.

Célok és feladatok:

Az AIOA célja, hogy erősítse Arizona gazdasági környezetét, támogassa minden szinten a munkahelyek létesítésére irányuló törekvéseket a finommechanika és az optika területén. Feladata továbbá növelni a clustertagok termékeinek piacképességét. AIOA természetesen keresi a támogatási lehetőségeit a tradicionális és az új optikával összefüggő technológiáknak, azzal a céllal, hogy fejlesztésüket előmozdítsa.

AOIA minden szereplőt bevon a clusterbe aki az optikával kapcsolatos üzleti szférában, intézetekben vagy külső szakértőként dolgozik. Ezzel segíti elő az optikai iparág növekedését Dél-Arizónában.

Az AOIA-nak több mint 115 tagja van, melyek számára a cluster a következő területeken biztosít termékeket és szolgáltatásokat:

- precíziós mérőműszerek és mikroszkópok
- szoftvertermékek az optikai analízishez
- digitális CCD kamera rendszerek

3.2.5. Információs Technológiai Cluster (ITASA)

Az ITASA egy non-profit szervezet Tucsonban melynek küldetése, hogy elősegítse és támogassa az információs technológiában tevékenykedő vállalatok növekedését. Az ITASA elődszervezete a CSE volt, amely egy szoftver clusterként működött 1994-től. Ebből a szoftver clusterből fejlődött ki a mai információs technológiai cluster Tucsonban a GTEC szervezésében.

3.2.6. Biotechnológiai Cluster

Tucson erős alapokkal rendelkezik az egészségüggyel kapcsolatos iparágban. A kialakult cluster több mint puszta együttműködés, a szerveződés szinergia és cselekvési

program is egyben az Arizóniai Egyetem Egészségügyi Központjával és az Orvostudományi Intézettel együttműködve.

3.2.7. Teleservice Cluster

A teleservice iparági csoport 19 cégből áll, ami összesen több mint 5000 munkahelyet, és 225 milliós éves árbevételt jelent. A cluster rendkívül dinamikusan fejlődik, a menedzsment feladatait a PIMA Kommunikációs Főiskola látja el.

Teleservice feladatok
A teleservice a telekommunikáción keresztül nyújt szolgáltatásokat a következő területeken:

- termék technikai leírások
- termék rendelés
- foglalás (menetjegy stb)
- értékesítés, marketing

A teleservice-munkatársaknak olyan tudással és tulajdonságokkal kell rendelkezniük, amivel szakszerű, előzékeny és kimagasló szolgáltatást tudnak nyújtani. Képesnek kell lenniük a vállalatról, a termékekről, a szolgáltatásokról releváns információt nyújtani, azokat reklámozni, illetve értékesíteni.

Teleservice - alapvizsgák
Az alapvizsga két különálló területen nyújt szolgáltatást, egyfelől technikai leírás specialistát, másfelől ügyfél teleservice specialistát képez a teleservice iparágban.

Egy vevő orientált vállalati környezetben a technikai leírások specialistája felhasználja a kommunikációs jártasságát és problémamegoldó képességét az információs technológiában ahhoz, hogy a társaság termékéről készített objektív technikai leírás tükrözze a szervezet speciális technológiai minőségét.

Az ügyfél teleservice specialista felel a vevő kérdéseire, elősegíti az ügyfél elégedettségét a vállalat termékeivel és szolgáltatásaival, elindítja és lezárja a vásárlást, telefonon keresztül oldja meg a vevők problémáit.

3.3. Nemzetközi tapasztalatok összefoglalása

A fenti, illetve más példákat elemezve a clusterek jellemzőinek széles skáláját figyelhetjük meg. Minden egyes szerveződés sajátos elemekkel rendelkezik, mely a természeti, gazdasági, kulturális környezet függvénye, azonban megfigyelhetünk azonos elemeket, melyek minden clusterben előfordulnak függetlenül attól, hogy a világ mely részén alakultak ki. Ezek az elemek a következők:

- *Regionális, helyi gazdasági döntéshozók támogatása*
  Minden egyes cluster kezdeményezésében, és működtetésében döntő jelentőségű a regionális, helyi gazdasági döntéshozók informális, formális támogatása, illetve az Európában működő clusterek esetében fontos szerep jut az Uniós

támogatási programoknak. Fontosságuk érthető, hiszen a 90-es években körvonalazódott új regionális gazdaságpolitikában rendkívül jelentős szerephez jut a gazdasági érdekegyeztetés, az erőforrások optimális allokációja, mely az endogén fejlődés, fejlesztés alapját képezi. Fontos továbbá, hogy a cluster, illetve annak hosszú távú lehetséges hatásai megjelenjenek a területfejlesztési koncepciókban, megjelölve az esetleges segítségnyújtási pontokat.

- *Felsőoktatási- és kutatóintézmények*
  Szerepük kulcsfontosságú, hiszen ők biztosítják azon kutatási, fejlesztési tevékenységet, mely a kooperáció versenyképességét biztosíthatja több területen. Feladatuk továbbá a cluster résztvevőit megismertetni az új tudományos eredményekkel akár oktatási potenciáljuk igénybevételével, akár folyamatos egyeztetési fórumok keretében. Szerepük továbbá egyfajta kulturális környezet megteremtésében jelentős, mely biztosítja az innovatív gondolkodást, a vállalakozói környezetet.
- *Információcsere rendezvények útján*
  Ez az az elem, mellyel nap, mint nap találkozhatunk cluster-struktúrától függetlenül. A rendezvények, konferenciák az információátadás legközvetlenebb formájához tartoznak. Cluster-struktúrán belüli fontosságát megjegyeznünk mégis azért kell, minthogy a rendezvényeket itt kiválóan lehet fókuszálni a résztvevők aktuális problémáira, illetve azok megoldási lehetőségeire, közvetlen segítséget nyújtva ezzel a rövid és hosszú távú feladatok megoldásában.
- *Internet szerepe*
  A megvizsgált clusterek általános kiegészítő eleme az Internet. A világháló a fejlett országokban egyre meghatározóbb szereppel bír mind az információáramlás, mind a marketing területén. Szerepe tehát fontos, a kisvállalkozások számára azonban túl magas költségvonzatokat jelent. A cluster, tagjait együttesen jeleníti meg, illetve különböző szolgáltatásokat kapcsol mindehhez, melyekkel a hatékony jelenlétet fokozza.
- *Környezet szerepe*
  A clusterek döntő többségében megjelenik a természeti környezet megőrzésének, illetve helyreállításának az igénye. Ennek szerepe kettős, egyrészt reprezentációs célokat szolgál, másrészt biztosítja a nyugodt, alkotó munkát.

4. A cluster együttműködés előnyei a tapasztalati példák alapján

A clusteringet akkor választják a cégek önkéntes piaci stratégiaként, ha egy piacot egyedül nem képesek uralni, vagy új piacra kívánnak betörni és mindehhez különkülön nem rendelkeznek elegendő erőforrásokkal. A cluster létrehozásával az egymást kiegészítő ágazatokban működő vállalkozások egyes költségei külön egyezmények nélkül is, akár spontán módon, pusztán a földrajzi közelség miatt megoszlanak.

Az ilyen típusú együttműködésekből származó előnyök egyfajta csoportosítása a következő lehet.

4.1. A beszállítói kapcsolatok erősödése

A kis- és középvállalkozások piaca és korlátozott tőkefelhalmozási képessége nem teszi alkalmassá arra, hogy termékek széles skálájának kibocsátására szakosodjon. Ebben a gazdasági helyzetben kiemelt szerep jut a beszállítói vállalkozásoknak, melyek a kis- és középvállalkozások egy szűkebb, meghatározott képességekkel rendelkező csoportját jelentik.

Az ilyen vertikális alárendeltségi vállalati kapcsolatokhoz, mint a beszállításhoz, hagyományosan csekély mértékben kötődött technológiatranszfer. Azonban a vállalatoknak ma már erős érdekük fűződik beszállítóik műszaki fejlődéséhez, újabban esetenként önálló fejlesztést is megkövetelnek tőlük. Emiatt azok a kkv-k, amelyek egy adott terület piacvezető vállalkozásának szakmai holdudvarában megtelepedve, s így a cluster nyújtotta előnyöket kihasználva (mint például az egységes szabványok bevezetése, integrált minőségbiztosítási rendszerek alkalmazása) be tudnak kerülni a beszállítói körbe, azok közvetlen technológiaátadás révén is részesülnek a földrajzi közelség nyújtotta előnyökből. A folyamatos technológiai fejlődés elérhet egy olyan szintet, amikor a technológia egy lényeges fázisa a megkövetelt saját fejlesztés folytán a beszállító kezében van, így a beszállító vállalkozás pozíciója a szokásosnál jóval erősebb lehet, s a partneri függőség kölcsönössé válhat.

4.2. K+F együttműködések

Az egyetemi városokban vagy azok közvetlen közelében működő clusterek további együttműködési lehetőségeket kínálnak, hiszen az egyetemi kutatóhelyek több vállalkozással is kapcsolatban állva - mintegy hidat képezve a gazdasági élet szereplői között - azok közvetlen együttműködése nélkül is hozzájárulnak technológiai közeledésükhöz.

A megfelelő szakembergárda utánpótlásának és a kutatási eredmények hasznosításának reményében a vállalatok, a felsőoktatási intézményekkel kialakítandó minél szorosabb közvetlen együttműködésben is érdekeltek. A profil-tiszta kutatóintézetek clusterben való megjelenése Európában nem ritka jelenség, hiszen az együttműködés hatékonyságát nagymértékben növeli. Azonban egyes kutatóhelyek, mint pl. a tudományegyetemek szeretik megőrizni autonóm mivoltukat, így ezeknek a clusterbe való bevonására, azaz a vállalati-kutatói kapcsolatok és a kutatási eredmények közvetlen hasznosulására nélkülözhetetlen egy olyan - Nyugat-Európában már elterjedt - intézmény (industrial liason office, ipari kapcsolattartó iroda) közvetítő szerepe, amely mindkét féllel pontosan meghatározott és jogilag szigorúan szabályozott kapcsolatban áll. Az ilyen regionális iroda clusterbe történő bevonása a felsőoktatási intézmények, illetve az akadémiai kutatóhelyek szellemi tőkéjének hatékony kihasználását garantálja.

4.3. A térség gazdaságának fejlődése

Egy cluster működésének egyik legjelentősebb makrogazdasági hatása az adott település, annak vonzáskörzete, tágabb értelemben pedig a térség fejlődésének lehetősége. Mindennek természetesen több összetevője van.

Az első, és talán a legnyilvánvalóbb, a cluster tagjainak a fejlődésükkel párhuzamosan növekvő bevételük, s ezáltal adóteljesítményük. A megnőtt adóbevétel lehetővé teszi a terület gazdasági vezetése számára a kulcsfontosságúnak tartott szegmensek további fejlesztését, illetve más, prioritást élvező beruházások teljesítését.

A második, kiemelendő elem a cluster által teljesített húzó erő, melyet a térség gazdasági szférájára gyakorol egyfelől az itt élők életszínvonalának részleges emelésével, az általa kiépített infrastruktúrával, illetve - s talán ez a legjelentősebb - a clusteren kívül adott megrendeléseivel.

A harmadik tényező, mely természetesen összefügg az előző kettővel a megnövekedő exportteljesítmény, mely hosszú távon új munkahelyeket teremt, s a külpiacok megnyílása a további sikeres bővülő tevékenység alapjait hordozza.

5. A cluster megvalósíthatóságának elvi alapjai Magyarországon

Hazánkban egyelőre nem, vagy csak meglehetősen szűk körben ismerték fel az új típusú együttműködések előnyeit. Ennek okai szerteágazóak, s természetesen helyspecifikusak. Amennyiben azonban a kooperációk új formáinak megvalósulási lehetőségeit szeretnénk jellemezni, akkor meg kell vizsgálnunk az együttműködések létrejöttét támogató, illetve azt gátló "erőhatásokat".

A vevői-eladói erőhatás:

A vevői-eladói kapcsolatok vonzást, míg a versenykapcsolatok taszítást jelentenek, illetve testesítenek meg. Ha a rendszer eleme(i) valamely terméket vagy szolgáltatást vásárolni akar(nak), míg más eleme(i) ugyanazon terméket vagy szolgáltatást eladni akar(ják) egymás irányában vonzást fejtenek ki. Ugyanakkor mindazon elemek, amelyek ugyanannak az elemnek (vevőnek) kívánnak eladni ugyanazt, természetszerűleg taszítják egymást.

1. táblázat Vevői–eladói hatás összefoglaló szemléltetése

Kapcsolat vagy viszony	Vonzás	Taszítás
Vevő-eladó kapcsolat	**X**	
Eladó-eladó kapcsolat (verseny)		**X**

Forrás: saját szerkesztés

Szubjektív erőhatás:

Ez a hatás a kkv-autonomitásból fakad. Ez a szubjektív erő általában az észszerűség határain túl is hatást fejt ki a kkv-kra. Együttműködések kialakulásának sokszor gátat szab ez a szubjektív elem (közös lónak túros a háta), így ez a szubjektivitáson alapuló tényező jelentős taszítóerőt jelenthet, néhány esetben azonban vonzással is találkozhatunk (érzelmi kötődések emberekhez, csoportokhoz stb). Amennyiben egy, vagy több kooperáció létrejön, és sikeresen működik, önmagában is jelentős vonzóerőt jelenthet az együttműködésen kívüli kkv-k számára.

2. táblázat Szubjektív erőhatás összefoglaló szemléltetése

Kapcsolat vagy viszony	**Vonzás**	**Taszítás**
Függetlenség megtartása		**X**
Sikeres kooperáció	**X**	
Személyes ismeretség		
Rokonszenv	**X**	
Ellenszenv		**X**
Konzervatív gondolkodásmód		**X**

Forrás: saját szerkesztés

Információs erőhatás:

A korszerű információs technológia variánsainak (Know-How, TQM, Integrált vállalati irányítási rendszerek stb) egy adott új típusú kooperáció minden eleme számára használhatóvá tétele (belső szabványosítása) - azzal, hogy más kooperatív rendszerben sokszor nem teljesen használható - vonzóerőt jelent, míg a technika megvásárlásának költségigénye és a betanulás energiaigénye ugyanakkor taszító erőt.

3. táblázat Információs erőhatás összefoglaló szemléltetése

Kapcsolat vagy viszony	**Vonzás**	**Taszítás**
Máshol nem használható belső szabvány	**X**	
Bevezetés és részvétel költségigénye		**X**
Bevezetéshez szükséges tanulási idő és költség		**X**

Forrás: saját szerkesztés

A táblázat adataiból világosan látszik, hogy a hálózati együttműködési folyamatoknak több gátló tényezője van, így a spontán kooperációnak kevés az esélye. Álláspontunk szerint tartós, szerves gazdasági együttműködések megvalósulása kevéssé valószínű olyan pótlólagos pozitív vonzerő nélkül, mely az egyes taszító erőket ellensúlyozza. E pozitív vonzerőnek véleményünk szerint a térbeli gazdaságnak, illetve az azt irányító területi gazdaságpolitikának kell lennie (Rechnitzer, 1994).

A térbeliség a térbeli elhelyezkedés egy régión belül a vonzó erőhatásokat a fent tárgyalt erőhatás-modellben a következőképpen növelheti:

Egy regionális, térségi piacon a vevő-eladói kapcsolatok jóval erősebbek, mint a nemzeti, vagy a nemzetközi piacokon. A vevők szükségletei, igényei közvetlenebbül jelentkeznek, lokalizálhatóak, felmérhetőek, ezért a változásokhoz történő alkalmazkodásnak is könnyebben, zökkenő mentesebben kell lezajlania. Az eladó-eladó versenytársi kapcsolatok egy régión belül ugyanakkor könnyebben lokalizálhatóak, mint a globális piacokon. Egy adott terület versenytársai körülírhatóak, s kevésbé változóak, illetve egy adott térben a versenytársak száma korlátozott.

Egy térség gazdasági életében mindig jelentős szerepet kap az informális kapcsolattartás, a személyes kontaktus. Az azonos, vagy hasonló piacon működő vállalkozások sokszor tisztában vannak egymás tulajdoni viszonyaival, érdekeltségeivel, céljaival. Ezen régtől fogva fennálló kapcsolatok lényegesen megkönnyíthetik az együttműködéseket, s tompíthatják az együttműködésekkel szemben táplált ellenséges érzelmeket. Az informális kapcsolatok egy adott térségben természetesen a régió intézményrendszere miatt is erősödhetnek (iskolák, egyesületek, közös érdekvédelmi szervek stb.).

A regionális együttműködések talán legnagyobb előnyét a gyors információáramlás adhatja, mely megfelelő keretek megléte esetén döntő gazdasági tényezővé válhat. Lokális keretekben a technológia átadásának akár az informális akár a formális módja jelentős eredményekkel kecsegtet, hiszen ebben az esetben is adott a közvetlen visszajelzés lehetősége, mely az esetleges módosítás alacsony költségével is párosul.

6. Összegzés

A cluster, mint a vállalatok területi együttműködésének egy formája választ adhat több olyan napjainkban felmerülő gazdasági kérdésre, mint kis-, és középvállalkozások versenyképessége, a vállalatok kis méretében rejlő előnyök kihasználása, a területi előnyök kihasználása, az endogén fejlődés, fejlesztés megvalósítása. Mindez természetesen egy rendkívül összetett témakör, ezért megalapozása csak nagy körültekintéssel lehetséges.

Egy Magyarországon megvalósítandó cluster esetében figyelembe kell vennünk hazánk gazdasági intézményrendszerének specialitásait, az egyes intézmények törvényben rögzített formális, s kötelezés nélkül legtöbbször felvállalt informális feladatait, a gazdaság szereplői között jelenleg létező érdekegyeztetés lehetséges csatornáit, és az egyes térségek specialitásait.

A globalizáció, mint ilyen, világgazdasági trend, s a vállalatok-vállalkozások célja, hogy az ebben rejlő előnyöket kiaknázza. Hatékonyan azonban csak akkor tudják mindezt felhasználni, amennyiben megfelelően megerősödtek, s felkészültek a világpiac kihívásaira. A jövő évszázad kihívása az információáramlás olyan szintű

megvalósítása lesz, melynek eredményeképpen a világ két ellentétes féltekén dolgozó iroda úgy tud üzemelni, mintha a szomszédságban működne, teljesítve ezzel a virtuális vállalat és a virtuális tér modelljét, megszüntetve a tér szűk keresztmetszetét. A tértől azonban csak akkor válhatunk függetlenné, amennyiben már teljesen betöltöttük azt, azaz a globális együttműködésekkel csak akkor lehet valós versenyelőnyt szerezni, amennyiben regionális gazdaság lehetőségeit maximálisan kihasználtuk.

E dolgozat célja módszertani áttekintés volt, átfogó elméleti összefoglalása a világszerte működő clusterek gyakorlati jelentőségének, kialakulásuk szükségességének, az általuk felhasznált eszközrendszernek. Véleményünk szerint a "clusteresedés" alternatívát jelenthet hazánk legtöbbször alultőkésített és önmagukban gyenge kis-, és középvállalkozásai számára. A módszer adaptálása előtt azonban fontosnak találtuk az eddigi eredmények összefoglalását kiindulási alapot szolgáltatva ezzel a további kutatásoknak.

Felhasznált irodalom

Artner, A. 1995: Vállalati együttműködés a mai világgazdaságban, *Közgazdasági szemle*, XLII. pp. 104-115

Swann, G. M. P. 1985: Product competition in microprocessors. *The Journal of Industrial Economics*, 34. (1) pp. 33-53

Adametz, Ch. – Jud, T. 1997: *Kooperationen in KMU Netzwerken*, Johanneum Research, Institut für Technologie- und Regionalpolitik, Wien und Graz

Rechnitzer, J. 1994: *Fejezetek a regionális gazdaságtan tanulmányozásához*, MTA RKK, Győr – Pécs, pp. 24-27

XXV. OTDK (Szeged, 2001)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 29-47. o.

Ipari parkok kialakulása, működése és fejlődési lehetőségei[1]

Oncsikné Pápai Anna Mária

Dolgozatom témájául az ipari parkokat választottam. Manapság ez egy előszeretettel használt szó, és a területfejlesztés egyik leglátványosabb eszköze mind Magyarországon, mind a fejlett országokban. Az utóbbi években egyre-másra jöttek létre ipari parkok, hogy a helyi adottságokra felhívják a figyelmet, és elősegítsék a rendelkezésre álló erőforrások, kapacitások legjobb kihasználását úgy, hogy a költségek, illetve más kiadások minimálisra csökkenjenek. A tapasztalatok azonban azt is bizonyítják, hogy ez az elképzelés akkor működik, igazán jól, ha magas fokú együttműködés érvényesül - nemcsak a parkon belül, hanem a környéken működő más egyéb szervezetek között is - és egy fajta tradícionalizmus is szerepet kap.

A dolgozat első részében bemutatásra kerül néhány nemzetközi elmélet az ipari körzetekről (Marshall, Markusen, Porter), ami az ipari parkok elhelyezkedésének, kapcsolatrendszerének vizsgálatához nyújt segítséget. A második részben áttekintem az ipari parkok típusait, csoportosítási lehetőségeit, majd a magyarországi szabályozásban való megjelenését. A harmadik részben bemutatásra kerül két Magyarországon működő ipari park, az egyik a Szeghalom területén működő Sárréti Ipari Park, a másik az Orosháza déli ipartelepén létrejött Orosházi Ipari Park. Mindkét park Magyarország délkeleti részén, a kormány által hivatalosan is hátrányosnak minősített területen, Békés megyében fekszik. A parkok működését a vezetőkkel készített interjúk és a fentiekben vázolt elméletek alapján értékeltem. Végezetül, gyakorlati tapasztalataim alapján megpróbáltam néhány olyan tényezőt kiemelni, ami egy ipari park sikeres működéséhez - véleményem szerint - szükséges lehet.

Kulcsszavak: ipari park, ipari körzet, regionális gazdaságtan, regionális gazdaságpolitika

1. Bevezetés

„A pénz,…ha jól használják és jól fektetik be, mily csodákat mívelhet a világon!”
/Széchenyi István/

Az ipari parkok tulajdonképpen az agglomerációs gazdaságok, az ipari körzetek egyik gyakorlati szempontú megvalósítását jelentik. A gazdasági tevékenységek

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lengyel Imre.

földrajzi koncentrációjára először Marshall hívta fel a figyelmet még a 19. század végén. Ekkor azonban még nem beszélhetünk a mai értelemben vett ipari parkról, hanem csak ipari körzetről. Marshall elméletében a pozitív extern hatásoknak, az ipari körzeteknél az agglomerációs előnyöknek van kiemelkedő szerepe.

1996-ban megjelent művében Markusen ipari körzetekkel foglalkozva az ott működő vállalatok közti kapcsolatokat elemzi. A vizsgálatok eredményeképpen a körzeteket négy csoportba sorolja: Marshall-i ipari körzet, „kerékagy- és küllők" (hub-and-spoke) elnevezést viselő körzet, szatellit (csatlós) iparági körzet és állami-alapítású körzetek (state-anchored districts).

A '80-as években Porter is elindul a Marshall-i gondolatok mentén és egy átfogó empirikus vizsgálatra alapozza elméletét. A vizsgálat eredménye alapján az ipari körzetekből származó előnyöket a regionális klaszterek képesek kihasználni.

Az ipari park fogalmi meghatározásához végül Rakusz Lajos definícióját vettem alapul (Rakusz 1996, 41.o.).

Dolgozatomban az elméleti háttér mellett két Magyarországon működő ipari parkot, a Szeghalom területén működő Sárréti Ipari Parkot, és az Orosháza déli ipartelepén létrejött Orosházi Ipari Parkot is bemutatom. Mindkét park Magyarország délkeleti részén, a kormány által hivatalosan is hátrányosnak minősített területen, Békés megyében fekszik. A parkok működését a vezetőkkel készített interjúk alapján értékelem.

A dolgozat végén összefoglalásként bemutatom, mi is történt ez idáig országos viszonylatban, és megpróbálok meghatározni néhány olyan tényezőt, ami eddigi tapasztalataim alapján egy jól működő ipari park számára a sikeresség elengedhetetlen feltétele.

Ezúton szeretnék köszönetet mondani konzulensemnek Dr. Lengyel Imre tanszékvezető egyetemi docensnek, Csák Gyulának, a Sárréti Ipari Park Kft. ügyvezető igazgatójának és Varga Zoltánnak, az Orosházi Ipari Park Kft. ügyvezető igazgatójának dolgozatom megírásában nyújtott mindennemű segítségéért.

2. Az ipari körzetek elméleti megközelítései

Az ipari körzetnek két alapvető feladata van: az egyes vállalatok kapacitását meghaladó közös szolgáltatások megszervezése és a körzeten belüli szereplők közti konfliktusok rendezése. E feladatok megoldásához azonban a helyi és regionális önkormányzatok magas fokú autonómiája és erős kollektív érdekképviseleti szervek létrehozása szükséges (Zeitlin 1994).

Az ipari körzetek jelentőségét Alfréd Marshall fedezte fel még a 19. század végén. Általánosan elfogadott definíciója: az ipari körzet egy adott településen és vonzáskörzetében összpontosuló termelési rendszer, amelynek elemei a gyártási folyamat különböző fázisaira specializálódott, egymással szoros munkamegosztási kapcsolatban lévő vállalatok. A pozitív extern hatások kibontakozásával magyarázza

az ipari körzetek sikerességét. Ezek a hatások abból származhatnak, hogy nagyszámú, egy adott ágazatba tartozó kisüzem koncentrálódik egy földrajzi körzetben. Marshall-nál három formája van a pozitív externáliák megjelenésének (Lengyel 2000/b):

- a földrajzilag koncentrálódó iparágak speciális helyi inputok létrejöttéhez járulnak hozzá,
- a hasonló képzettséget igénylő munkahelyek viszonylagos sokasága mind a munkásoknak nyújt biztonságot, mind a vállalkozások találnak könnyebben megfelelő képzettségű munkaerőt,
- az iparági információk, innovációk, szaktudás és tapasztalatok gyorsabban szét tudnak terjedni.

Hosszú távú előnynek azonban mégis az tekinthető, hogy a nagy múltú körzetekben kialakul egyfajta „ipari légkör".

Az ipari körzetekkel foglalkozó vizsgálatok közül kiemelkedik Markusen térségi vállalati kapcsolatrendszereket elemző tanulmánya és Porter klaszterelmélete, melyeknek eredményeit a magyarországi ipari parkok vizsgálatánál fel lehet használni.

2.1. Az ipari körzetek csoportosítása a vállalati kapcsolatok szerint

Markusen részletes összefoglalást ad arról, hogy vizsgálatai szerint milyen alaptípusai vannak manapság az ipari körzeteknek (Markusen 1999, Lengyel 2000/b):

1. A *Marshall-i ipari körzet*, amelyre a gyakorlatban az egyik legjobb és leglátványosabb példa a „Harmadik Olaszország" néven emlegetett Emilia Romagna, vagy Veneto tartomány, ahol sok kis cég működik együtt a bútoriparban, cipőiparban stb.. Itt lehet megemlíteni még az amerikai Szilíciumvölgyet, amely a csúcstechnológia központja és szintén erre példa az amerikai filmgyártás fellegvára: Hollywood is.
2. A *„kerékagy-és küllők" (hub-and-spoke) elnevezést viselő körzet*, amelyre a gyakorlati példaként említhető: Seattle (Boeing repülőgépgyártás), Toyota City, Ulsan és Pohang Dél-Kóreában, Sao José dos Campos Brazíliában stb.
3. A *szatellit (csatlós) iparági körzet*, amelyre jó példa a Reseach Triangle Park, a japán technopoliszok (Oita és Kumamoto), Brazíliában Manaus.
4. Az *állami-alapítású körzetek (state-anchored districts)*, amelyre a gyakorlatban a hadiipari központok és a katonai tömörülések szolgálnak például (Santa Fe, San Diego, Ann Arbor, Sacramento, Colorado Springs stb.).

Ha igazán alaposan megnézzük az itt felhozott példákat, vagy a világon bárhol létrejövő iparági központokat, tapasztalni fogjuk, hogy ezen típusok sehol sem jelennek meg tisztán. Mindig kavarodnak bennük az egyes típusokra jellemző tulajdonságok. Ez köszönhető a globalizációnak, a technika fejlettségének, az egyre gyorsabb

információhoz jutásnak. A cégek gyorsan tudomást szereznek a változásokról, és ami jó azt átveszik, így aztán rengeteg vonás keveredik bennük.

A fent említett körzet típusok közül az első három az, ami egy hatékonyan működő ipari park jellemzője lehet a későbbiekben Magyarországon. Már most is találhatunk olyan példákat, főleg a nyugati országrészben, amire azt lehet mondani, hogy az egyes formák jellemzői ráillenek (pl.: a csatlós körzet tipikus példája Székesfehérvár: IBM, Phillips). Az első két típus az, amely a Porter-i klaszterelméletnek is megfelel, ugyanis a körzeten belül és kívül is szoros kapcsolat jön létre az egyes vállalkozók és a különböző intézmények között.

2.2. Regionális klaszterek

A ’80-as években újra előtérbe kerülnek a Marshall-i gondolatok, amikor is Porter tíz ország közel száz iparágára kiterjesztve egy empirikus vizsgálatot folytatott le annak érdekében, hogy megtudja, mitől sikeresek, versenyképesek az egyes országok a globális versenyben. A vizsgálat eredménye azt mutatta, hogy a tartós vállalati/iparági/üzletági versenyelőnyök földrajzilag koncentráltan jelennek meg, így az iparáganként megfigyelhető globális verseny lokalizált előnyöket nyújtó néhány térség, gyakran két-három város versenyére vezethető vissza. A globális versenyben tehát nem elkülönült piaci szereplők vesznek részt, hanem a globális vállalatokkal különböző módon együttműködő helyi vállalatok csoportjai. Ezeket a csoportokat regionális klasztereknek nevezi. A pontos definíció Lengyel Imre (2000/a) szerint: „A regionális klaszter az adott térségben működő versenyző és kooperáló vállalatok, a kapcsolódó és támogató iparágak, a pénzügyi intézmények, a szolgáltató és együttműködő infrastrukturális intézmények (oktatás, szakképzés, kutatás) és vállalkozói szövetségek (kamarák, klubok) innovatív kapcsolatrendszerén alapuló földrajzi koncentrációja.”

A regionális klaszterek lényegében a térségi bázis nyújtotta agglomerációs előnyöket, főleg a lokalizációs előnyöket és a „face-to-face” helyi kapcsolatokból adódó bizalmi tőkét, kisebb és megbecsülhetőbb kockázatot, gyorsabb adaptálást, kisebb tranzakciós költségeket, szinergiát stb. kamatoztatják, ezáltal a klaszterhez valamilyen módon kapcsolódó vállalkozás magasrendű, tartós versenyelőnyre tud szert tenni. A leghíresebb klaszterek Harmadik Itália területén találhatók, amelyek a hagyományos kézműiparban (bőr-, cipőipar, bútorgyártás) jöttek létre. A koncentráció alapja azonban nemcsak a kézműipar lehet, hanem a csúcstechnológia is, mint például a Szilícium-völgy esetében. Egy harmadik kategóriát képezhetnek a szolgáltatások. Említésre méltó lehet a filmipar fellegvára Hollywood, a divattervezés központja Párizs, a pénzügyi világ vezető központjai New York, London.

A gyakorlatban a vállalatok nagyon sokféle kapcsolatrendszert képesek kialakítani egymással, melyek döntően az iparág jellemzőitől és a vállalatok méretétől függnek. A fejlett országokban az OECD egyik, a vállalati kapcsolatok tipizálására irányuló felmérésének az eredményéből az derül ki, hogy a vállalatok 87,2%-a vala-

milyen hálózatszerű, tartós kapcsolatokat feltételező együttműködésben vesz részt. A főbb típusok (Lengyel 2000/b):

- eszközöket szállító egyszerű hálózat,
- piacorientált hálózat: a felhasználók és a versenytársak együttműködése,
- piacorientált hálózat: eszközöket és részegységeket beszállítók és felhasználók együttműködése,
- piacorientált hálózat: eszközöket és részegységeket beszállítók, versenytársak és felhasználók együttműködése,
- teljes innovációs hálózat: eszközöket és részegységeket beszállítók, versenytársak, felhasználók, kormányzati (nonprofit) laboratóriumok és egyetemek együttműködése.

A fent felsorolt hálózat típusoknál nemcsak a földrajzi koncentráció figyelhető meg, hanem a térben különböző helyeken működő vállalkozások közötti kapcsolatok is megjelennek.

A területi szint és a térségi bázis kiterjedése szerint megkülönböztetünk: makroszintű megaklasztereket (térségi bázisa egy egész ország), regionális klasztereket (egy régióban, egy térségben, vagy egy városban és vonzáskörzetében találhatók) és mikroklasztereket (egy településen belül működnek). Az együttműködés jellege és a végtermék szerint megkülönböztethetünk: iparági/üzletági klasztereket, technológiai klasztereket, innovációs klasztereket stb. Magyarországon is felfedezhetők ilyen klaszter képződmények, ipari körzetek: például Székesfehérvár és vonzáskörzete.

Miután áttekintettük az ipari körzetek néhány nemzetközileg is elismert megközelítését, szűkíthetjük a kört, és rátérhetünk az ipari parkok vizsgálatára. Megnézhetjük, miként is működik az ipari körzetek egyetlen telephelye.

3. Az ipari parkok általános és nemzetközi jellemzői

Az ipari park fogalmát Rakusz Lajos a következőképpen határozza meg: „Ipari parkokon olyan telepszerűen létesített ipari és szolgáltató létesítmények együttesét értjük, amely a kis- és közepes vállalkozások számára a kor színvonalán képes biztosítani a korszerű gyártmányok előállításához, modern technológiák alkalmazásához nélkülözhetetlen feltételeket. A park egyfelől a termelő tevékenységhez elengedhetetlenül szükséges fizikai infrastruktúra (energia, víz, telefon, szennyvíztisztító stb.) igénybevételét teszi lehetővé, másfelől pedig olyan szolgáltatásokkal (szellemi infrastruktúra) segíti a vállalkozót, amelyek ma már nélkülözhetetlen részei a sikeres vállalkozásnak (ügyvitelszervezés, pénzügyi-számviteli ügyintézés, PR, marketing, külkereskedelem bonyolítása, hitelügyintézés, beruházási, fejlesztési, jogi tanácsadás stb.)” (Rakusz 1996, 41.o.).

Az első ipari parkok Angliában és az Amerikai Egyesült Államokban ingatlanügyletek eredményeként jöttek létre a század első évtizedében. A jellemző alaphelyzet a következő volt:

- Olcsón lehetett hozzájutni földterületekhez, amelyek agrárhasznosításra kevésbé, ipari hasznosításra viszont alkalmassá tehetők voltak.
- Az olcsó földterületeket ellátva az ipari termeléshez szükséges infrastruktúrával, azok értéke nagyságrendileg megnőtt, így értékesítésük jelentős profitot eredményezett.

Az Egyesült Államokban az első világháború idején a háborús hadiszállítások által felduzzadt megrendelések miatt lendült meg a termelés és a fejlesztés. A nagy hadiipari koncentrációk, az új technológiák intenzív bevezetése által követelt kutatási-, innovációs-, fejlesztési-, kapacitás- és tőkekoncentráció és a versenyhelyzet követelte gazdasági feltételek teljesítése hozta létre az ipari parkokat az Amerikai Egyesült Államokban.

Ezek az ingatlanügyletek a ’70-es években iparpolitikai jelentőségűekké váltak. Ennek kiváltó oka a technológiai korszakváltás volt: az ipari tevékenység – az energia árrobbanása, a környezetvédelmi szempontok előtérbe kerülése, a szolgáltatási tevékenységek térnyerése eredményeként – megújulásra kényszerült.

Ennek a megújulási folyamatnak igen kedvező lehetőségeket kínáltak az ipari parkok, melyek a helyi erők mobilizálásával, viszonylag szerény központi ösztönzéssel a korábbi ipari struktúrát „mozaikszerűen” képesek lecserélni korszerű termelő- és szolgáltatói tevékenységre.

Az ipari parkok jelentős fejlődésen mentek át az elmúlt negyedszázad során, több generáció váltotta egymást a változó szükségletekhez igazodóan:

- A ’70-es évek közepéig a termelőtevékenységeknek helyt adó csarnokok, valamint a raktárépületek voltak a meghatározóak. Az irodák a hasznos területnek csak a 10 – 15%-át tették ki. Ezen első generációs park épületei egyszerűek voltak.
- 1975–1985 között előtérbe kerültek az irodák, a számítástechnikával, illetve kereskedelemmel foglalkozó cégek révén. A második generációra jellemző az igényes építészeti kultúra.
- A ’80-as évek közepétől számíthatjuk a parkok rohamos térnyerését. Meghatározó a terület felhasználás rugalmasságának biztosítása, a szolgáltatások körének kibővítése. A parkok építészetileg mind igényesebbek, az irodai személyzet, az informatikai tevékenység részaránya növekvő.
- A negyedik generációs ipari parkok (a ’90-es évek közepétől) tipikus épülettípusai az irodaházak, szolgáltató épületek. Fontos szerepet kap a parkokhoz kapcsolódó rekreációs terület, gazdasági szolgáltatásokkal. A raktárak kiszorulnak az ipari parkokból. Meghatározóvá a csúcstechnológiát képviselő cégek válnak. A terület 60–80%-át irodák teszik ki.

Az ipari parkok létrehozása tehát egy igen hosszadalmas folyamat eredménye. A főbb ismertető jegyek nem egyszerre, hanem fokozatosan, lépésről-lépésre alakultak ki.

3.1. Az ipari parkok típusai

Az ipari parkoknak a fejlődésük során többféle típusa alakult ki aszerint, hogy milyen infrastruktúrára telepítik, milyen típusú (termelő, kutató stb.) és milyen méretű cégeknek nyújt szolgáltatást (Benko 1992). Célszerű elhelyezkedésük, szervezeti formájuk és szolgáltatásaik jellege szerint tipizálni a parkokat.

1. Elhelyezkedésük szerint három tényezőt különböztethetünk meg:

   - „Zöldmezős" ipari parkok
   - Rehabilitációs – meglévő ipari háttérre telepített – ipari parkok
   - Többcentrumú ipari parkok – nagyvárosi infrastruktúrára telepített ipari parkok

2. Szervezeti formájuk és fő funkciójuk szerint megkülönböztetünk innovációs, belkereskedelmi és exportorientált ipari parkot:

   - Tudományos-innovációs ipari parkok
   - Belkereskedelmi jellegű (belföldi piacra orientált) ipari parkok
   - Exportorientált ipari parkok

3. Más csoportosításban, annak alapján, hogy az adott park illetve intézmény milyen cégeknek (forma, méret, fejlettség stb.) és milyen típusú szolgáltatást nyújt az alábbi parktípusokat különböztethetjük meg (Pálmai 1996):

   - Inkubátor (alapító központ)
   - Üzleti központ
   - Technológiai centrum
   - Tudományos park
   - Ipari park (övezet)
   - Technopolisz (technopole)

Tehát a nemzetközi csoportosítás szerint igen sok fajtája létezik az ipari parkoknak, a magyarországi gyakorlatban még nem igazán terjedt el mindegyik. A legtöbb park, főleg Kelet-Magyarországon, igen kezdetleges formátumú, alacsony színvonalú, bár azért találunk néhány igen fejlettet is Nyugat-Magyarországon, illetve Budapesten. Ezekre azonban az is jellemző, hogy valamilyen ipari körzetbe ékeltek. A továbbiakban magyarországi elterjedésüket, illetve törvényi szabályozásukat mutatom be.

4. Ipari parkok kialakulása és szabályozása Magyarországon

A II. világháború után hazánk fejlődése az 1980-as évek végéig a világgazdasági folyamatoktól elkülönülten, a tervgazdálkodásos rendszer negatív hatásait viselve ment végbe. Ez a helyzet okozta azt is, hogy az ország iparvállalatai ilyen krízishelyzetbe kerültek. A tőkeszegény vállalatok főként a privatizáció eredményeként remélhettek

új termék, piac, tőke, technológia injekciót. A csőd miatt felszabadult nagyszámú, de képzett és nemzetközi mércével mérve olcsó munkaerő pedig az új elgondoláson alapuló zöldmezős üzemek építésével nyerhetett lehetőséget a foglalkoztatásra.

1986–1996 között Magyarország termelő, pénzügyi és kereskedelmi ágazatai – némi túlzással – történelmi léptékű átalakuláson mentek át, ez az időszak jelentős egyszerűsítéssel két, élesen el nem határolható szakaszra bontható (Tóth 1999):

- 1986–1992 között az ipari termelés mélyülő válsága, a pénzintézeti átalakulások, a tulajdonváltás felgyorsulása, a termékszerkezet és az elosztási/kereskedelmi rendszer teljes átrendeződése ment végbe. Az ipar néhány ágazatában már körvonalazódtak a szerkezetváltás tekintetében a közeljövőben járható utak. Ugyanakkor néhány alapvető területen nem sikerült megtalálni a válságból kivezető utat. Ez a szakasz még nem volt alkalmas gazdasági környezet az ipari park program beindítására.
- 1992–1996 években ez a kétarcú folyamat felerősödött: néhány területen (pl. gépipar) a fejlődés iránya, szerkezete, a termelékenység egyre piacképesebb lett, ugyanakkor más iparágak a nemzetközi tőke által diktált piaci hatások áldozatává váltak. A válságból kivezető szerkezetváltozás elkezdődött, elsősorban a külföldi tőke intenzív szerepvállalásának köszönhetően.

Az ipari parkok létesítését hazánkban is a válságkezelés és a szerkezetváltás szükségessége következtében indították el, hiszen egyes iparágak válsága általában nem választható el egyes térségek – és azokban a foglalkoztatás – válságától. Jóllehet e kezdeményezések szinte mindenhol igen jelentős ellenállás leküzdésével vezettek eredményre, a törekvések kiszélesítését segítették az országban lezajló társadalmi-gazdasági folyamatok. Kezdetben (1991–1993) a folyamat igen lassú volt, ami az ipar leépülésének időszakában természetesnek tekinthető (1991-ben Győrött – Közép-Európában elsőként jött létre zöldmezős ipari park; a válságból kivezető megoldásokban kiemelkedett még Székesfehérvár és Szentgotthárd is). A korábbi ágazati, tematikai prioritások fokozatosan háttérbe szorultak, s mind nagyobb igény mutatkozott a komplex jellegű funkcionális megközelítés iránt. A funkcionális prioritások azonban – mint például a minőségügy, a szabványok, a környezetvédelem, az infrastruktúra, oktatás, képzés – csak együttesen tudják az ország számára sorsdöntő strukturális alkalmazkodó-képességet biztosítani. Ezekben a tőkebefektetési formákban elsősorban a nagy nemzetközi cégek vettek részt. Ezen folyamatok segítették elő az ország ipari átalakulását. Magyarország a nemzetközi tőke legkeresettebb befektetési területévé vált Közép-Kelet Európában, évente 1,6–2,0 milliárd dollárnyi működő tőke települt hazánkba.

4.1. Ipari parkok szabályozása

A társasági adóról szóló 1996. évi LXXXI. törvény 4. §-ában így határozza meg a fogalmát: „Az ipari park infrastruktúrával ellátott, jogszabályban meghatározott fel-

tételekkel ipari vállalkozási célra kialakított, behatárolt terület, amely pályázati úton ipari park minősítést kap."

Az ipari park cím elnyerését szolgáló pályázati rendszer működését a 19/1997. (V. 14.) IKIM rendelet és módosítása a 23/2000. (VII. 21.) GM rendelet rögzíti.

Az ipari park cím a pályázatban megjelölt területre érvényes és határozatlan időre szól, vagy a megvonásig érvényes.

A cím elnyerésére pályázhatnak az ipari parkot megvalósító és/vagy üzemeltető belföldi székhelyű, jogi személyiségű gazdasági társaság, közhasznú társaság, helyi önkormányzat és kistérségi társulás, mely kedvező infrastruktúrával, szolgáltatásokkal és szakmai háttérrel vonzó befektetési lehetőséget kínál a külföldi és hazai vállalkozások betelepüléséhez. Pályázhatnak még a már meglévő, ipari parkszerűen működő gazdasági társaságok is. Ez történt Szeghalomban és Orosházán is. A területen már működött így egy vállalkozási társulás, és ez kapta meg később az ipari park címet. Az ipari park létesülhet rehabilitációs iparterületen vagy zöld mezőn.
Az ipari parkba betelepülő vállalkozásoknak elő kell segíteni:

- az ipari szerkezet átalakítását, új, korszerű, környezetbarát ipari termelő és szolgáltató beruházásokkal;
- a munkanélküliség csökkentését, új munkahelyek létesítésével;
- az ipari termelés és az export növelését az előállított termékek forgalmazásával;
- a regionális fejlesztési stratégiák megvalósítását a helyi és térségi erőforrások aktivizálásával.

Az Ipari Park cím elnyerésének minimális feltételei:

- a beépíthető/beépített alapterület legkisebb nagysága 10 hektár, további legalább 10 hektáros fejlesztési terület bevonásának lehetősége,
- a terület tulajdonjogával vagy tartós (legalább 25 éves) használati, hasznosítási jogával a pályázó rendelkezzék,
- a betelepülő/betelepült vállalkozások száma legalább 10, a létesítendő/meglévő munkahelyek száma legalább 500 legyen, de a pályázat beadásakor már legalább 5 vállalkozás az ipari park területén működjön, vagy érvényes szerződés legyen a betelepülési szándékukról, és ezek foglalkoztatotti létszáma legalább 100 fő legyen.

Gyakran előfordul, hogy az ipari park területe beleesik egy vállalkozási övezet területébe is. Ez azért is van így, mert a vállalkozási övezet cím még több kedvezményt jelent, ami még inkább csalogatja a befektetőket.

A vállalkozási övezet létrehozásának és működésének szabályait a 189/1996. (XII. 17.) Kormányrendelet tartalmazza. Eszerint vállalkozási övezet: „Közigazgatási határokkal, illetve helyrajzi számokkal lehatárolt, sajátos kedvezmények igénybevételét biztosító, a fejlesztés szempontjából együtt kezelt terület."

Az övezet létrehozásának célja az ország adott térségének gazdasági fejlődése érdekében a helyi sajátosságokat figyelembe véve vállalkozásbarát környezet kialakítása, ezen belül különösen:

- a befektetések ösztönzése,
- a vállalkozások piaci viszonyokkal összhangban álló megerősítése,
- a foglalkoztatási lehetőségek bővítése,
- az érték- és jövedelemtermelő képesség fokozása,
- az előállított termékek és szolgáltatások hazai és nemzetközi szintű versenyképességének erősítése,
- a meglévő gazdasági infrastruktúra fejlesztése és javítása,
- a természeti, gazdasági, infrastrukturális és emberi erőforrások hasznosítása, a fenntartható fejlődés feltételeinek biztosításával.

Az övezet kijelölését kezdeményezheti a regionális fejlesztési tanács vagy a környezetvédelmi és területfejlesztési miniszter. A kormány rendeletben jelöli ki a vállalkozási övezetet, meghatározza annak lehatárolását és a kedvezményezettség időtartamát, és a fejlesztési stratégia irányelveit.

A 6/1999. (I. 18.) Kormányrendelet rögzíti a Békés Megyei Vállalkozási Övezet kijelölését, melynek területe a következő települések közigazgatási területét foglalja magában: Bucsa, Dévaványa, Ecsegfalva, Füzesgyarmat, Kertészsziget, Körösladány, Körösújfalu, Okány, Szeghalom, Vésztő, Zsadány, Biharugra, Doboz, Geszt, Körösnagyharsány, Kötegyán, Mezőgyán, Méhkerék, Sarkad, Sarkadkeresztúr, Tarhos, Újszalonta.

5. Az ipari parkok működése a gyakorlatban, két Békés megyei példa bemutatása

5.1. A Sárréti Ipari Park

A Sárriéti Ipari Park létrehozását nem önkormányzat, hanem magánvállalat, a Layer Kereskedelmi, Szolgáltató és Ipari Kft. - a legelején pusztán ingatlan spekulációs okokból - kezdeményezte. Pályázatát 1998-ban nyújtotta be, és ugyanebben az évben a 19/1997. (V. 14.) számú IKIM rendelet szerint el is nyerte az ipari park címet.

A Layer Kft. a Sárréti Ipari Parkot a város északi ipartelepének bővítéseként hozta létre 31 hektáros területen, állami támogatással. A parkban jelenleg működő vállalkozások:

- Agrimill Rt. (gabona ipari üzem),
- Ciocca Kft (olasz textilipari üzem),
- Layer Kft. központi telephelye, melynek magját a 3.000 m2 alapterületű raktáráruház adja.

Sajnos mind a mai napig ez a három cég működik a park területén, az érdeklődők többsége az inkubátorcsarnok megépítését várja. A park vezetése azonban bizakodóan nyilatkozott, ugyanis szerintük a külföldi és belföldi érdeklődés első hulláma elérte ezt a térséget. Csak az elmúlt hónapban 8 potenciális befektető kereste fel a Sárréti Ipari Parkot.

A bent lévő vállalkozások közül egyelőre csak a Layer Kft. működik az elvárásoknak megfelelően, a másik kettő inkább csak a foglalkoztatási elvárásokat teljesíti mást nem. A munkaerőt mindenki Szeghalomból és környékéről szerzi.

Ha közelebbről megnézzük a cégek működését, a következőket tapasztaljuk:

Az Agrimill Rt. igazából csak egy tároló házzal van jelen, melyben a tárolt termény nem mindig a környék gazdáitól származik. Ezeknek a terményeknek csak a tisztítását és szárítását végzik. A termény továbbszállítása két irányba történhet, vagy egy belföldi, vagy egy külföldi felhasználóhoz kerül.

A Ciocca Kft csak és kizárólag az olcsó szakképzett munkaerő miatt települt ide. Működése a következőképpen történik: Hét elején érkezi a kamion Olaszországból, hozza az összes szükséges alapanyagot, majd mikor elkészül a termék, visszapakolják a kamionba és az visszaviszi Olaszországba.

Végül a Layer Kft. következik. A cég fő profilja az építőipari tevékenység, de 8-10%-ban kereskedelmi tevékenységet is folytat. Az alapanyagok nagy részét igyekszik magyar építőipari termékgyártóktól beszerezni, a többit pedig importőröktől. Kereskedelmi kapcsolatai révén nagyban kötődik a térséghez, és a szomszédos megyékhez is. A környékben igen széleskörű és minőségi referenciákkal rendelkezik az építőipari tevékenységéről (Henkel, Hirschman). A várható lakásépítési program igen kedvező lehetőségeket kínál a cégnek. Kapcsolatai – már csak azért is, mert ő a tulajdonos – igen szorosak a helyi önkormányzattal, részt is vesznek annak munkájában, ennek ellenére nem mindig egyszerű és gyors az eljárási rendszer. Gyakran előfordul, hogy egy önkormányzati engedélyre, támogató nyilatkozatra heteket kell várni. A betelepülő cégek képzett munkaerő igénye miatt is jó kapcsolat alakult ki a cég és a helyi iskolák között. Létrehoztak egy úgynevezett szakképzési alapot, és iskolai rendezvények szponzorálását is gyakran vállalják.

Jó lenne tehát, ha minél több olyan cég települne majd le itt, akik nem csak az olcsó munkaerő miatt hoznak ide egy vállalkozási egységet, hanem megpróbálnak valamilyen kötődést is kialakítani a térséggel, megpróbálják felismerni a hely előnyeit, és aztán kiaknázni a benne rejlő lehetőségeket.

A terület igen kedvező fekvésű, mivel vasúti és főútvonali kapcsolattal rendelkezik. A város több irányából is kerékpárút vezet ide. Közvetlen szomszédságában buszmegálló és vasútállomás található.

A park infrastrukturális ellátottsága a már működő vállalkozások révén alapjában biztosított. 1999-ben az iparterület bővítéseként bekapcsolt 11 hektáros fejlesztési terület ellátását kellett megoldani. Ennek keretében létesült a víz-, gáz- és elektromos hálózat, valamint épültek még utak (ipari fordulóval), járdák és egy trafóház.

Szeghalom és térsége elnyerte a vállalkozási övezet címet is, így a betelepülő vállalkozások jelentős adókedvezményt kapnak. Szeghalom város foglalkoztatást ösztönző helyi adó rendelete alapján az újonnan betelepülő vállalkozások termelő beruházásai 5 évig terjedő teljes mentességben részesülnek az iparűzési adó terhe alól. A potenciális beruházói célcsoportok:

- átlagos technológiai színvonalú vállalatok hatékony vezetési és marketing háttérrel, a piaci részesedés növelésének és a földrajzi terjeszkedés szándékával;
- erőforrások árkülönbözetére építő vállalatok.

A betelepülő vállalkozások két kidolgozott értékesítési stratégia közül választhatják ki a számukra legmegfelelőbbet. A beruházások nagyságától és ütemezésétől függően a vállalkozó eldöntheti, hogy az azonnali területvásárlást tartja számára kedvezőbbnek, vagy a hosszú távú bérletet veszi igénybe.
A 2000. évre vonatkozó ajánlat:

- kWattA elektromos hálózat 220 illetve 380V-os feszültséggel,
- gáz felhasználás 180 m3/óra,
- víz felhasználás 100 m3/nap.
- Telekár: 1.000 Ft/m2
- Hosszú távú bérlet: 10 Ft/hó

Ezen árak azonban a tárgyalások során változhatnak, csak irányadóak.

A park működését a sokoldalú szolgáltatói tevékenység jellemzi. A jelenleg igénybe vehető szolgáltatások a következők:

- *Szaktanácsadás:* A Kft. projekt menedzsmentje áll a partnerek rendelkezésére a letelepedéssel járó ügyintézésben és annak szakmai bonyolításában.
- *Építőipari tervezés - kivitelezés:* Az építőipari üzletág biztosítani tudja a nagyobb beruházások generál kivitelezését és az anyagellátást.
- *Karbantartás - hibaelhárítás:* Folyamatos műszaki ügyelet biztosítása és gyors hibajavítás.
- *Szállítás:* A Kft. járműparkja alkalmas darabos, raklapos, konténeres, és ömlesztett áruféleségek kisebb és nagyobb tételű szállítására is.
- *Anyagmozgatás - raktározás:* Rendelkezésre áll nagy teherbírású autó daru, targoncák, digitális számítógépes rendszerrel működtetett hídmérleg és vasúti kirakodó. Szabadtéri és zárt raktárterek is igénybe vehetők.
- *Gépjármű karbantartás - javítás:* A Kft. által működtetett autószerelő műhelyeket bárki igénybe veheti.
- *Őrzés-védés:* 24 órás őrzési és forgalomirányítási szolgálat működik.
- *Vállalkozói Központ:* 1999. elején nyílt meg. A létesítményben kisebb vállalkozások számára irodahelységek állnak rendelkezésre, közösen használható irodatechnikai szolgáltatásokkal. Az épületben szálláslehetőség, színvonalas vendéglátás, konferencia lehetőség biztosított. A központ a város centrumában,

parkosított, kulturált környezetben található. A térségben egyedülálló komplex szolgáltatásaival vállalkozássegítő és élénkítő szerepet vállalt fel.

A cég a további fejlesztésekhez kellő saját forrással rendelkezik és a nyújtott szolgáltatások bevétele is erre a célra fordítható. Szintén részt vesz országos és helyi pályázatokon, amelyeken már eddig is sikerült jelentős pénzösszegeket elnyernie. Konkrét fejlesztési tervek:

- *Üzemcsarnok építése inkubátor céllal*: 2.000 m2 alapterületű acélvázas csarnokot építenek fel, mely az első letelepülők számára üzemcsarnok, szociális épület, valamint raktárrészek kialakítására nyújt lehetőséget. A minisztérium idén augusztusban, hosszú várakozás után írta ki az előminősítésben (1999-ben) jól szerepelteknek a pályázatot. Sajnos a nagy csúszás miatt a cég komoly betelepülőt (egy VW beszállítót) veszített el, mert nem tudott tovább várni.
- *Benzinkút –parkoló tér kialakítása,*
- *Élelmiszer ABC létrehozása a park dolgozóinak,*
- *„Falusi" vendéglő építése,*
- *Szolgálati lakások építése*: 4 lakás építését tervezik. A lakásokat azoknak az ipari parkon belül dolgozó kezdő, vagy ide települő fiatal szakemberek családjainak szándékoznak kiadni, akik még nem rendelkeznek megfelelő egzisztenciális háttérrel.
- *Horgásztó és pihenő övezet kialakítása*: A közelben, körülbelül 10 percnyi sétára található egy régi bányató, körülötte fiatal erdővel és hatalmas gyep területtel. Ez a környezet közelsége és természeti adottságai révén pihenő övezetté alakítható, ahol a sportolási lehetőségek biztosítása révén nagymértékben fokozhatja a park dolgozóinak komfortérzetét.
- *Informatikai program*: 3 park és egy szoftverfejlesztő cég pályázhat közösen, olyan programok elkészítésével, amelyek egy országos, egységes információs rendszer alapját képezik. A SZÜV és a Kecskeméti Területfejlesztési Tanács által alakított konzorciumhoz csatlakozott a Sárréti Ipari Park is.

Ezen feltételeket, szolgáltatásokat tudja jelenleg kínálni a Sárréti Ipari Park, és várja minél több betelepülni kívánó vállalkozó jelentkezését.

Az eddigiek alapján azt mondhatjuk, ha az egész körzetet nézzük, hogy a Marshall-i és a szatelit típusú ipari körzet jellemzői keverednek benne. Az első, mert nem nagy vállalkozások vannak itt, inkább a munkaerő az, ami helyhez kötött, a második pedig azért, mert a fontos vállalati döntések a körzeten kívül születnek, itt csupán egy kisebb telephellyel rendelkezik az anyavállalat. Ha az ipari park csoportosításokat vesszük figyelembe, akkor azt mondhatjuk, hogy ez egy harmadikgenerációs, inkubátor (alapító központ) és az üzleti központ közötti stádiumban lévő ipari parki kategóriába sorolható.

5.2. Orosházi Ipari Park

Orosháza Város Önkormányzata 1999-ben sikeresen pályázott a Gazdasági Minisztérium által kiírt „Ipari Park Cím" pályázaton és elnyerte a címet.

Az ipari park az önkormányzat tulajdonában van és az üzemeltetéssel az Orosházi Ipari Park Kft.-t bízták meg. A Kft. az alapítástól a beköltözésig a betelepülő cégek rendelkezésére áll, igény szerinti szolgáltatásokkal.

A park 29,81 hektáros területe a város déli iparterületén, a Gyártelep utcán van, melyből 18,92ha (47%) már betelepült a következő cégekkel:

- Alföldi Kohászati és Gépipari Rt.
- OVM Karsai Rt.
- Doherty Hungary Kft.
- Hódút Kft.
- SÁRA Galvántechnika Kft.
- Körös Volán Rt.
- Vízgazdálkodási Társulat

Az infrastrukturális ellátottság a betelepült cégeken túl még további 6 hektáros terület áll a zöldmezős beruházók rendelkezésére. A további területeken a kiépítést különböző pályázatok útján megnyert pénzekből kívánja a város fedezni.
A bent lévő cégek foglalkoztatotti létszáma körülbelül 600 fő.

Elsősorban könnyű- és finomvegyiparral, alkatrészgyártással, egyéb nem környezetszennyező iparágakkal foglalkozó cégek betelepülését várják. Az újonnan betelepülő cégeknek legalább 30 fő foglalkoztatását kell biztosítani. A telkeket kizárólag eladásra kínálják, 1.200 Ft/m^2 vagy 10 DM/m^2 áron, de a telekár megállapodás szerint változtatható. A város 5 éves adókedvezményt kínál, amely itt azt jelenti, hogy az első év teljesen adómentes, majd a többi négy évben fokozatosan emelik az előírt szint eléréséig.
A vállalkozások inputjaikat több forrásból szerzik:

- A munkaerő szükségletet Orosházáról és annak 30 km-es körzetéből elégítik ki. Jelentős az ingázás.
- Az alapanyagokat jellemzően megyén kívüli, de hazai forrásból szerzik.

A vállalkozások outputjai szintén elhagyják a megyét. Közülük néhány Magyarországon belül marad, de vannak olyan vállalkozások is, akik szinte kizárólag csak exportra termelnek (Alföldi Kohászati és Gépipari Rt., Doherty Hungary Kft.).

Ezen cégek nagy része jól prosperáló kis- és középvállalkozás, de akad olyan is, aki éppen most árulja telephelyét (Körös Volán Rt.). Sajnos a probléma itt is az, hogy a munkahelyteremtés követelményeit kielégítik, de az igazi lokálpatriotizmus nem alakult ki. Nem ismerik fel a térség nyújtotta előnyöket, így nem is használják ki igazán.

A közös szolgáltatások köre igen szűk, ami magyarázható azzal is, hogy a településeknek nincsenek ilyen irányú igényei, másrészt a park működése még nem

kiforrott. Mivel a tulajdonos az önkormányzat, ezért a kínált szolgáltatások az önkormányzati tevékenységgel összefüggőek. A különféle engedélyezési és egyéb közigazgatási eljárások megkönnyítését, leegyszerűsítését, a beruházások elkezdését segítik, illetve tanácsadást vállalnak.

Az orosházi ipari park egyelőre nagyon „gyerek cipőben" jár még, tulajdonképpen csak a cím elnyerése történt meg, az infrastruktúra bővítés és az egyéb működéssel kapcsolatos feladatok megoldása ezután következik majd. Az ehhez szükséges forrásokat az önkormányzat helyi adókból és pályázatok útján teremti elő. Az infrastruktúra bővítésére irányuló pályázatok már elkészültek, és a Megyei Területfejlesztési Alap meg is ítélte a kért támogatást. A Gazdasági Minisztérium országos pályázati elbírálása még hátra van.

Ha összegezzük az eddigieket, itt is azt állapíthatjuk meg, mint a Sárréti Ipari Parknál. Mint ipari park ez még inkább az inkubátor (alapító központ) kategóriába tartozik, de ha a körzetet nézzük sokkal kedvezőbb már most a helyzete, és a jövőre nézve is igen kedvezőek a kilátások. Sokkal hangsúlyosabban jelentkeznek a Marshall-i modell elemei és valószínű, hogy egy bizonyos szintig a „Kerékagy-és-küllök" kategória is kialakul majd.

6. Összegzés

Magyarországon a rendszerváltás után kialakult gazdasági helyzetben az országnak nagy szüksége volt a beáramló külföldi tőkére, munkahelyteremtésre és új ipari kultúrára. Mivel nagy mennyiségű ipari ingatlannal rendelkezett az ország, ezért célszerűbbnek látszott az ún. rehabilitációs ipari parkok kialakítása. Ezekkel azonban akadtak gondok (rendezetlen tulajdonviszonyok, környezeti leterheltség stb.). Ezért a legelső ipari park zöldmezős beruházásként jött létre, és ez a beruházási forma legalább ugyanannyira kedveltté vált, mint a meglévő ingatlanok újrafelhasználása.

Az eddigi gyakorlati tapasztalatok alapján nincsenek olyan általános feltételek vagy követelmények, amelyek közvetlenül sikerre visznek egy ipari parkot, de azért lehet néhány olyan környezeti tényezőt említeni, amelyek elméletileg jó parki teljesítményt indukálnak. Ezek a következők lehetnek:

- a befogadó terület elérhetősége, megközelíthetősége,
- a helyi környezet ipari hagyományai és jövőbeli gazdasági lehetőségei,
- a fő támogatók, alapítók részvételének mértéke és prioritásaik,
- a helyi és területi kutatóközpontok és egyetemek elkötelezettsége a helyi gazdasági fejlődés irányában,
- a helyi vállalkozások hajlandósága, hogy együttműködjenek a K+F szervezetekkel.

Ezek a feltételek azonban még nem teljesülnek kritikát kizárólag. Itt van rögtön az elérhetőség. Magyarország keleti, déli része még mindig elég elzárt, még nem ért ide az autópálya. Persze az sem jelent teljes körű biztonságot, de legalább meg-

gyorsítja a közlekedést, könnyíti a szállítást és ezen területeket is rákapcsolja a főbb nemzetközi közlekedési vonalakra.

Sokszor a helyi környezet hagyományainak figyelembevétele sem igazán érvényesül. Néha ez beválik - ha a Székesfehérvári példát nézzük, ahol a régi csődbe jutott ipar helyén teljesen új fejlett technológiára épülő ipari körzet jött létre -, más esetekben azonban nem. Nem veszi figyelembe a kulturális hagyományokat. Mikor az első nemzetközi befektetők megérkeztek Magyarországra igen komoly problémák adódtak az eltérő hagyományok, munkamorál miatt. A külföldi cégek hamar rájöttek, hogy változtatniuk kell eddigi stratégiáikon, ha a hazai környezet előnyeiből valamit is hasznosítani akarnak. Sokan közülük követék ezt a módszert, és mára jól működő beszállítói hálózatot, illetve leányvállalatokat birtokolnak.

Magyarország eljutott odáig, hogy kimondja, hogy szüksége van erre a területfejlesztési eszközre, megteremtette a működés alapjait, de itt egy kissé megállt. Azonban nem elég néhány keretfeltételt rögzíteni, az ipari parkok - véleményem szerint - folyamatos figyelmet, támogatást igényelnek. A betelepülő vállalkozásokat csak úgy lehet megszerezni, illetve megtartani, ha stabil hátteret érzékelnek maguk mögött. Ez alatt nem azt értem, hogy az államnak, kormányzatnak az a feladata, hogy állandóan „bábáskodjon" felettük, hanem azt, hogy döntéseiknél vegyék figyelembe, mire is van igazán szükségük.

Az elmúlt években hirtelen külföldön is rengeteg ipari park keletkezett, de nem minden esetben vált be. Kiderült, hogy a kialakult ipari parkok kínálata jóval meghaladja a felmerülő keresletet. Nincs annyi jól prosperáló vállalkozás, hogy az összes helyet feltöltse, így aztán hatalmas verseny bontakozott ki lehetséges befektetők, fejlett technológiát igénylő projektek megszerzése érdekében. Tehát leszögezhetjük, hogy egy park kialakítása körültekintést igényel, és csak fokozatosan, aprólékos munkával alakítható ki összetétele.

Meggondolandó tehát Magyarországon is, hogy meddig érdemes az ipari park hálózatot bővíteni. Ahogyan a fentiekben láttuk a nyugati országok is beleestek abba a hibába, hogy egymás után hozták létre a parkokat anélkül, hogy alaposan megvizsgálták volna, egyáltalán szükség van-e rájuk ott, ahol létrehozták őket. Véleményem szerint Magyarországon is meg kellene állni, megvizsgálni, hogyan működnek az eddigiek, szám szerint 133, és van-e értelme újabb címek kiadásának.

A Gazdasági Minisztérium adatai alapján a 2000-ig eltelt időszakban 112 pályázó (1997-ben 28, 1998-ban 47, 1999-ben 37) nyerte el az „Ipari Park" címet. A 112 ipari park gyakorlatilag egyenletesen oszlik meg az ország régiói és megyéi szerint. Az ipari parkok 13%-a esik a vállalkozási övezetekbe és 36%-a a területfejlesztés kedvezményezett térségeibe. Az ipari parkok összterülete mintegy 6700 hektár. Az ipari parkok betelepítettsége változó, 24 ipari parkban a fejlesztések csak most indulnak (ebből 12 park 1999-ben nyerte el az „Ipari Park" címet), de több ipari park már jelentős részben betelepült, az átlagos betelepítettség 27%. 88 ipari parkban a már betelepült, illetve az ott működő mintegy 970 vállalkozás 357 Mrd Ft értékű termelő beruházással és 81000 fős létszámmal 1999-ben több mint 1400 Mrd Ft érté-

kű terméket állított elő, amelynek átlagosan 80%-a export. Az ipari parkok termelőkapacitásainak nagyságrendjét jelzi, hogy az említett termelési érték az 1999. évi ipari termelés 15-16%-ának felel meg.

Az „Ipari Park" cím elnyerésének időpontjához, mint bázishoz viszonyítva az ipari parkokban működő vállalkozások száma 272-vel, a foglalkoztatottak száma 34000-rel, a termelő beruházások értéke 144 Mrd Ft-tal, a termelési érték 849 Mrd Ft-tal nőtt.

A gazdaságfejlesztési és területfejlesztési/vidékfejlesztési célelőirányzatok által közösen kiírt infrastruktúrafejlesztési pályázatokon - amelyeken csak az „Ipari Park" cím viselői indulhatnak - eddig 37 ipari park nyert támogatás. Ezekben összesen 8 Mrd Ft értékű infrastruktúra beruházás valósul meg 2001-ig 3 Mrd Ft (1,7 Mrd Ft GFC, 1,3 Mrd Ft TFC/VFC) központi támogatással (A befejezett beruházások értéke kb. 4 Mrd Ft.). A központi támogatás aránya 37,5%.

A magyarországi helyzet a számok tükrében igen kecsegtető, de ahogyan már a fentiekben említettem a kormányzatnak a következőkben nem újabb parkok kialakítását, hanem inkább az ipari körzetek, hálózatok kialakulását kellene támogatnia. Az alapok meg vannak hozzá, az ipari parkokkal jórészt kiépült egy megfelelő infrastrukturális háttér. Most már itt az ideje, hogy beinduljon ezeknek a telepeknek az összekapcsolása, felfuttatása, és esetleg iparági klaszterek kialakulása.

Ezen következtetések alapján készült el tulajdonképpen egy kormányprogram: a Széchenyi Terv. Ebben a tervben kiemelkedő szerepet kap a regionális gazdaságépítés, a kis- és középvállalatok fejlesztése és támogatása és az innovációra való ösztönzés.

A regionális gazdaságépítési program megvalósítása partneri viszonyra, a vállalkozókkal, a települési önkormányzatokkal, a régiókkal, a megyékkel és a kistérségekkel, valamint a területfejlesztési intézményrendszerrel való együttműködésre épül. A program nem kötődik egy kiemelt térségtípushoz, hiszen alapelve a hálózatfejlesztés, amelynek kerete lehet tervezési-statisztikai régió, határokon átnyúló térségi együttműködés, megye, kistérségi és önkormányzati társulás.

Egy jól működő hálózat kialakulásának elengedhetetlen feltétele a stabil intézményi háttér. A program négyféle módozatot vázol fel az ipari parkok vonatkozásában ezen intézményrendszer kialakulására, és a kormány ezeket javasolja támogatásra:

- innováció-orientált ipari parkok kialakítását és szolgáltatásaik fejlesztését (ami magába foglalja az „Ipari Park" cím elnyerésével szemben támasztott minőségi követelmények erősítését is),
- logisztikai központok kialakítását és szolgáltatásaik fejlesztését,
- technológiai inkubátorok és innovációs központok kialakítását és szolgáltatásaik fejlesztését, valamint
- innovációs transzferközpontok kialakítását és szolgáltatásaik fejlesztését.

Ha a fentiek után még egyszer megvizsgáljuk a két ipari parkot, akkor a következőket állapíthatjuk meg. A Sárréti Ipari Parkra azt mondhatjuk, ha az egész körzetet nézzük, hogy a Marshall-i és a szatelit típusú ipari körzet jellemzői keverednek benne. Az első, mert nem nagy vállalkozások vannak itt, inkább a munkaerő az, ami helyhez kötött, a második pedig azért, mert a fontos vállalati döntések a körzeten kívül születnek, itt csupán egy kisebb telephellyel rendelkezik az anyavállalat. Ha az ipari park csoportosításokat vesszük figyelembe, akkor azt mondhatjuk, hogy ez egy harmadikgenerációs, inkubátor (alapító központ) és az üzleti központ közötti stádiumban lévő ipari parki kategóriába sorolható. A helyi gazdasági környezet, még nem teljesen kielégítő, de jó úton halad egy fejlettebb fokozat felé.

Ha összegezzük az Orosházi Ipari Parkkal kapcsolatos vizsgálataink eredményét, itt is azt állapíthatjuk meg, mint a Sárréti Ipari Parknál. Mint ipari park ez méginkább az inkubátor (alapító központ) kategóriába tartozik, de ha a körzetet nézzük sokkal kedvezőbb már most a helyzete, és a jövőre nézve is igen kedvezőek a kilátások. Sokkal hangsúlyosabban jelentkeznek a Marshall-i modell elemei és valószínű, hogy egy bizonyos szintig a „Kerékagy-és-küllök" kategória is kialakul majd. Itt látok igazán esélyt arra, hogy a Porter által és a kormányprogramban is megjelenő klaszter kialakuljon.

Végezetül azt hiszem, ha mindazok az elméleti elképzelések és gyakorlati programok, amit a dolgozatomban bemutattam, valóra válnak egyszer, akkor mind a teljes magyar gazdaság, mind a különböző szintű térségek egy ütőképes ipari háttérrel fognak rendelkezni, és versenytársai lehetnek bármely nyugati államnak. Most már csak az a kérdés, hogy a kormányváltások, személycserék közepette, valóban véghez viszik-e ezen elképzeléseket.

Felhasznált irodalom

Benko, G. 1992: *Technológiai parkok és technopoliszok földrajza.* MTA Regionális Kutatások Központja, Budapest

Lakatos, V. 1999: *Ipari parkok létesítése és a területfejlesztés lehetőségei* (szakdolgozat). Gödöllő

Lengyel, I. 2000/a: A regionális versenyképességről. *Közgazdasági Szemle*, 12. 962-987.o.

Lengyel, I. 2000/b: *Regionális és kistérségi gazdaságfejlesztés; a versenyképesség javítása.* Kézirat, JATE Regionális és Alkalmazott Gazdaságtani Tanszék

Markusen, A. 1999: Sticky places in slippery space. In Barnes, T.J. – Gertler, M.S.: *The New Industrial Geography*. Routlege, New York

Pálmai, Z. 1996: A Park – mint a regionális fejlesztés bevált eszköze. *Ipar-Gazdaság*, 7-8. 31-40. o.

Rakusz, L. 1996: Az ipari parkok fejlesztésének koordinációja az Ipari Parkok Szövetségének keretében. *Ipar-Gazdaság*, 7-8. 41- 47. o.

Tóth, J. 1999: *Régi-új gazdaságfejlesztési eszköz.* Logisztikai Évkönyv, Budapest
Zeitlin, J. 1994: Ipari körzetek és regionális gazdasági megújulás. *Közgazdasági Szemle,* 1. 14-25. o.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 48-65. o.

Bankok és az euró[1]

Zsolnai Alíz – Szécsi Gábor

A dolgozatunkban több szempontból vizsgáljuk meg az európai monetáris és gazdasági unió, és ezen belül a közös valuta, az euró szerepét és jelentőségét a pénzügyi, gazdasági életben és folyamatokban. Aktuális téma, hiszen a külföldi és magyar pénzügyi szaksajtónak ad megvitatandó kérdéseket, valamint Magyarország számára az euró, mint fizetőeszköz csak később válik majd realitássá, de bizonyos hatásai már napjainkban is egyértelműen érezhetőek.

Munkánk irányvonala: a Gazdasági és Monetáris Unió ötletéből kiindulva megvizsgáljuk az ESCB és az ECB szerepét, mint intézményi hátteret, azaz alapot jelentve az euró bevezetésében és az egységesülésben, így eljutunk a pénzügyi szektorhoz és vizsgáljuk reakcióit az egységes piac kihívásaira, amelyhez az euró egyik sikersztorija, az értékpapír és állampapír jelene és jövője kapcsolódik.

Az euró bevezetését hosszú folyamat előzte meg. Egyre nagyobb kényszer volt arra, hogy egységes valutát vezessenek be, mert ez további növekedési forrásokat szabadít fel. De felmerül a kérdés, melyik szerepe lesz az eurónak meghatározó, az eszköz vagy az eredmény szerep? Azaz az egységes pénz eszköze vagy eredménye az egységesülésnek? Jelenleg egy igazodási időszak van, amitől ugrásszerűen harmonizációs változást egy ideig az EMU-ban nem várnak. Amit viszont egyértelműen kijelenthetünk, hogy a valutáris integráció igen kedvező hátteret, alapot és eszközt nyújt a reálintegrációhoz.

Kulcsszavak: euró bevezetése, pénzügyi szektor átalakulása, pénz- és tőkepiacok az euró tükrében

1. Bevezetés

Az európai bankrendszer világviszonylatban kontinentális beállítottságú. Az elmúlt években azonban egyre erősebb hangsúlyeltolódás figyelhető meg a pénzpiacok javára. A folyamat előzményei a technológia dinamikus fejlődése a lezajlott liberalizáció, illetve a lakosság vagyonának növekedése és szerkezeti átrendeződése. A változás a dezintermediációban, a pénzügyi innovációkban és a banktermékek elértékpapírosodásában jelenik meg. Ennek következtében a bankszektor relatív súlya csökken, a marzs csökken, a bankok bevételi és kiadási struktúrája átalakul. A hatás az egyes üzletágakban eltérő. Mindez elemzésre kerül munkánk során.

[1] Jelen tanulmány a Tőke- és pénzpiac tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezetők: Botos Katalin, Égető Emese. Az össszefoglalót Zsolnai Alíz készítette.

A bankszektor mellett nem lehet figyelmen kívül hagyni a pénz- és tőkepiacokat sem. A piac egyes szegmenseit eltérő integráltság, likviditás és hatékonyság jellemez. Nehéz minden tekintetben messzemenő következtetéseket levonni, mert egy folyamat részesei vagyunk. Azt is le kell szögezni, hogy ráadásul 2002. június 30-ig még átmeneti időszak van. Így további kutatásokra ad okot és lehetőséget a probléma.

2. Kiindulópont…

Tudományos Diákköri Dolgozatunknak a *pénzügyi egységesülési folyamat*, háttere és következményei a témája. Ez az irány, azaz az egységesülés látszólag egyszerű és könnyen kivitelezhető. Ám a háttérben fontos és komoly dilemmák merülnek fel. Sok célt tűztek ki az országok a fő célon túl (növekedés, a szuverenitás legalább bizonyos szintig történő megtartása, inflációs ráta csökkentése stb.). De ezek a célok nem valósíthatóak meg mindig együttesen.

Ugyanakkor a globalizációnak vannak negatív következményei is. Elmondható, hogy világszinten a devizaáramlás egyre szabadabb, és az áramlás mértékét és intenzitását a globalizáció tovább fokozza. Ha a devizaáramlás szabad, akkor ahova beáramlik, ott pénzteremtés következik be, mivel ez a pénzteremtés egyik módja. Így ennek hitelmegszorítással kell járnia, (mivel a tartalékrátával nem tudnak megfelelő hatást gyakorolni, ugyanis szerepe csekély, mértéke néhol 0%, vagy ahhoz közeli értékű), ami viszont a reálkamat révén kamatemeléssel jöhet létre. Ez viszont a forró tőkét fogja vonzani. Ezzel mintegy a gondolatmenet elejére, a deviza- és tőkebeáramláshoz jutottunk vissza. Ezzel már ki is mondtuk a Botos Katalin (Botos – Bódy - Mádl 1997) által eltehetetlenülési tételnek nevezett körré váló folyamatot, metódust.

Ennek a gyakorlati oldalát is bemutatva, azt lehet mondani, hogy ahogy a BIS (Bank of International Settlements) évkönyvei is mutatják: a nemzetközi valuta szerepét még ma is a dollár tölti be, a fizetési forgalomnak 50-60%-ában a dollárt használják, legyen az akár kereskedelmi fizetés, transzfer vagy forró tőke. Ugyanakkor szerepének csökkenése mégis tapasztalható, mégha csak csekély mértékben is. A háttérben tehát zajlik a folyamat erősen, mivel a *nemzetközi valuta szerep*ért folyik a küzdelem javában.

A II. világháborút követő években jelentkezett az igény az európai országok körében, hogy együttműködjenek és létrehozzanak Európában egy, nagyban az Amerikai Egyesült Államok mintáján alapuló Európai Egyesült Államokat. 1957. március 25-én aláírták Rómában az EGK (népszerű nevén: Közös Piac) szerződését, amely alapvető feladatának a 4 szabadság elvének (személyek, tőke, áru és szolgáltatás szabad áramlásának) megvalósítását tekintette. Ekkor még nem fordítottak túl nagy figyelmet a gazdasági integrációra és a pénzügy politikai együttműködésre, mivel a tagországok szuverenitásukból nem kívántak feladni.

1969-ben Hágában vált egyértelművé, hogy 1980-ig megteremtik a gazdasági és pénzügyi uniót, amelynek előkészítésével a tervével híressé vált Pierre Wernert bízták meg. A folyamat lényege, hogy kialakítják a teljes konvertibilitást a valutákra, kiküszöbölik az árfolyamok ingadozását, stabilizálják a fizetési mérleget, létrehozzák a valutakígyót és végül feladva a nemzeti szuverenitásukból a közös cél, a stabil monetáris viszonyok kialakítása érdekében életbe lépett az Európai Monetáris Rendszer és az árfolyam-mechanizmus. A Gazdasági és Monetáris Unióhoz vezető út kialakítását a Delors-jelentés adta, amelyre épült az Európai Unióról szóló Szerződés, amelyet Maastrichtban írtak alá. (Hetényi – Hünlich - Mocsáry 2000) A korábbi gyakorlattól eltérően a Maastrichti Szerződés már nem általános pénzügyi és gazdasági „alkalmasságot" vizsgál az országok vonatkozásában, hanem számszerűsített mutatóknak szükséges megfelelniük, ezeket nevezzük konvergencia-kritériumoknak. A kritériumokat nem elég elérni, hanem fenn is kell tudni tartani az állapotot, valamint egyformán kell megfelelni a feltételeknek, nincsenek súlyozva, hogy mi a fontosabb vagy kevésbé meghatározó.

3. Az euró helye és szerepe

3.1. Az euró intézményi háttere

Mivel a *pénzügyi rendszer* nem képzelhető el *intézményi struktúra* nélkül, valamint a pénzügyi integráció és az euróhoz vezető út gerincoszlopát adja az intézményi háttér, így a felkészülés jegyében ezt is meg kell vizsgálni.

A története az egységesülésnek a vámuniótól indult és ma már a gazdaságpolitikák és költségvetési politikák összehangolására vonatkozó kérdések merülnek fel és már a konkrét lépések sem késlekedhetnek. Mivel nem minden ország kívánt első körben csatlakozni, ezt a „*többsebességes Európa*" jelző írta le. Az ilyen irányú probléma megoldását az ERM II., azaz az új árfolyam-mechanizmus jelenítette meg, amit az EMI dolgozott ki. Az EMI 1994-1996 között Lámfalussy Sándor vezetésével működött, s a fő előkészítő feladatokat ekkor végezték el. Az intézmény feladatai 1998-ban – az ESCB és ECB felállításával – megszűntek. Az ECB esetében egy teljesen független és feladatát további beavatkozás nélkül ellátni képes intézményt kellett világra segíteni. Az eurót bevezető országok jegybankjai mintegy fiókjai az ECB-nek. Az EU összes tagállamának központi bankja pedig tagja lehet az ESCB-nek, amely intézményhez tartozik még a fizetési rendszer (TARGET, Trans-European Automated Real-Time Gross Settlement Express Transfer) működtetése is. A TARGET lehetővé teszi, hogy ha az unió egy országa egy másik tagország felé fizetést teljesít, ez ne csak a belföldi nyilvántartásban jelenjen meg, hanem az összeg a tagországi jegybankok által elérhető rendszerben is, azonnal. Ezzel hibák küszöbölhetőek ki, a teljesítési idő rövidül és nem szükséges már közbenső intézmény.

3.2. A kinnmaradók jövője és kapcsolódása a belépettekhez

Nem kerülhető ki már az előbb említettek kapcsán sem, hogy mi történik azokkal az országokkal, amelyek nem csatlakoztak a monetáris unióhoz. A válasz erre a már említett ERM II. A belépett és a kinnmaradt országoknak is egyaránt érdeke, hogy az együttműködés folytatódjon és az euró-zóna kiterjedése minél zökkenőmentesebb legyen. A feltételek ugyanazok, mint az elsőként csatlakozóknál, azaz az árstabilitás, gazdaság stabilizálása és árfolyam-mechanizmus megalapozása. A kinnmaradó országok nem csatlakozhatnak közvetlenül az ECB-hez sem, így a monetáris irányítás – annak minden előnyével és hátrányával együtt is – nem terjed ki rájuk.

3.3. Az euró első lépései

Az indulás 1995 decembere volt Madridban (EMU-ról határozat), majd következett 1996 decembere Dublinban (Stabilitási és Növekedési Egyezmény), ezután 1997 áprilisában Noordwijk (Hollandia, a pénzügyminiszterek és jegybankelnökök rögzítik a pénzügyi unió szükséges lépéseit), ezt követően 1997 júniusában Amszterdam és decemberében Luxemburg (gazdaságpolitikák koordinálása) és legvégül 1998 májusa Brüsszelben, amikor kimondták a csatlakozó országok neveit és az euró bevezetését. 1998. december 31-én rögzítette az Európai Tanács a valuták árfolyamát, az átváltási kulcsot, amely 6 szignifikáns számjeggyel történik. Ahogyan Soós J. és Tóth G. L. cikkében (Soós – Tóth 1997) olvashatjuk, ezt úgy kell értelmezni, hogy szignifikáns a tizedes vessző előtt és után álló számjegy, kiegészítve azzal, hogy legalább három tizedes pontosságot kell alkalmazni.

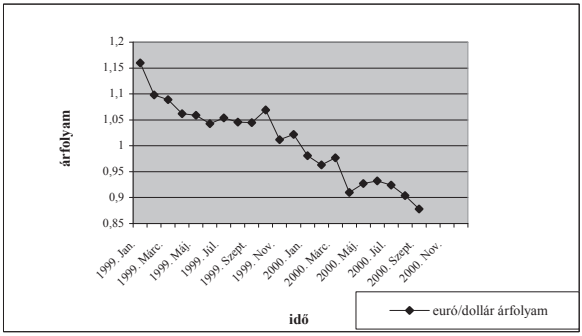
Végül hosszú előkészítő utazás után elérkezett 1999. január 1-je és útjára indult az euró. Az euró 2002-ig csak számlapénz funkciót tölt be, 2002. január 1-jén kerül bevezetésre bankjegy és érme változatban, majd 2002. július 1-jén váltja fel véglegesen a nemzeti pénzeket. A változások másként alakulnak a bankszámlák, számlapénz és a készpénz-helyettesítő eszközök esetében. Az euró használata iránti igény megnőtt pozitív jellemzői miatt és így jellemzővé vált, hogy a vállalati tőkeemeléseket, az újonnan kötött szerződéseket, eredmény-kimutatásokat és vállalati jelentések pénzbeli adatait euróban (is) meghatározták, kifejezték. (Eperjesi 1998) Ennek oka, hogy már a kezdetekben is felismerték az *euró előnyeit*:

- Összehasonlíthatóság (átváltás nélkül)
- Pénzügyi, tranzakciós és információs költségek csökkennek
- Valutaspekuláció destabilizáló hatása megszűnik
- Nagyobb biztonság az üzleti tervezésben (kiszámíthatóság, állandóság stb.)
- Beruházási kedv nő (tervezhetőség, árfolyamkockázat megszűnése stb.)
- Üzleti ciklusok hossza közeledik egymáshoz
- Megnő a verseny és bővül a piac (összehasonlíthatóság, piac bővülése)
- Kereskedelem élénkül (ld. Előző pont)
- Elszámolási kapcsolatok egyszerűsödnek, biztonsági szintjük nő
- Egységes valuta- és tőkepiac

A számos előnyön túl nem szabad megfeledkeznünk a *kockázatokról és hátrányokról* sem. Erre az euró árfolyamának alakulása a mindennapokban a legjobb példa. Ám ez a negatívum önmagát gerjeszti, mivel az euróval szembeni bizalmatlanság a legfőbb ok. Ugyanakkor mindenfajta bizonytalanság a politikában vagy gazdaságban 1999 után többszörösen jelentkezik, hiszen a korábbi ECU-vel szemben, amelyik több valutából állt, az euró már egyetlen valuta, így a hatások nagyobb ingadozást válthatnak ki. Nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy nagy veszélyt rejt magában a tagállamok részéről a stabilitási kritériumok esetleges felrúgása vagy a heterogén, divergáló pénzügyi politikák erősödése, mivel ez a kamatláb növekedéséhez és az euró leértékelődéséhez vezethet.

Kezdetben el sem tudták képzelni, hogy az euró ne szárnyaljon, de a valóság mást eredményezett, és így az első eurófória euró-pesszimizmusba vált át. Az euró tehát az árfolyamában nem tükrözi a hozzá fűzött reményeket. Az első száz nap elteltével az euró helyzetét értékelték, és ez alapján akkor az volt mondható, hogy az életbe lépéskori 1,16 dolláros árfolyama az eurónak felemelkedett ugyan 1,1877 dolláros csúcsra, de ezt követően egy lassú visszaesés és stagnálás jellemző, amit nem tudtak még a legjobb retorikusok hírében álló közgazdászok és politikusok sem megfordítani.

1. ábra Az euró/dollár árfolyam alakulása



Forrás: főbb nyugati valutaközpontok adatai alapján saját szerkesztés

Egybehangzóan az a vélemény, hogy jelenleg még nem tudja az igazi riválisszerepet betölteni az euró, de azért meghatározó a szerepe. Jó példa erre az is, hogy egy időre meg tudta törni a dollár egyeduralmát a kötvénypiacon, mivel az euróban kibocsátott kötvények aránya meghaladta a dollárban kibocsátott kötvények arányát. Ám ez csak átmeneti állapot volt, mivel a kibocsátók csak be akartak kerülni az új piacra, de a beváltáskor, illetve a kamatfizetéskor már inkább a dollár a meghatározó keresleti pénz.

A legtöbb közgazdász egybehangzóan említi meg, hogy hosszú távon mindenképp érvényesülni fog az euró nemzetközi pénzpiacokat átrendező hatása. Az továbbra is nyitott kérdés, hogy mekkora darabot vesz el a dollár egyeduralmából, mivel az euró hanyatlása nem tükrözi a gazdaságban lezajló folyamatokat, mivel a gazdaságban nincs akkora visszaesés, mint azt az árfolyamból le lehetne szűrni. Amit nem szabad elfelejtenünk, hogy Európában a monetáris szektorban az amerikai tőkepiaci hangsúllyal ellentétben a bankok szerepe a meghatározó. Egyúttal az sem mindegy, hogy az euró *tartalékvalutaként* mennyire tud előretörni, és ehhez az kellene, hogy minél több ország rögzítse pénznemét hozzá, azaz bízzon benne.

1. táblázat Vezető valuták felhasználásának alakulása

Felhasználási terület	Pénznem	Euró bevezetése előtt	Euró bevezetése után
Hivatalos tartalékok	EU-devizák, euró	24	16
	amerikai dollár	69	76
	japán jen	7	8
Nemzetközi pénzügyi eszk-k	EU-devizák, euró	34	13
	amerikai dollár	40	53
	japán jen	12	15
Devizapiaci tranzakciók	EU-devizák, euró	70	56
	amerikai dollár	84	92
	japán jen	24	26

Forrás: Tóth G. L. (1999, 72. o.) alapján saját szerkesztés

3.4. Az euró hatása

Az euró tehát látható, hogy a pénzügyi piac minden szegmensére, résztvevőjére kihat, részben a szükséges euróra való átlépés miatt, vagy pedig a szabályozások révén. Így szabályok hatnak az *egységes pénzügyi piac*on például a biztosítótársaságokra is, de a főszabály a prudens, szolvens és likvid működés minden résztvevő intézménynél. De a legmarkánsabb utat meghatározó és a legalaposabb előírások a bankokra és az értékpapír-piaci cégekre vonatkozóan születtek.

A tőkemozgás, a letelepedés és a szolgáltatás nyújtásának szabadsága lehetővé tette a *verseny erősödését és a piac bővülését*. (A letelepedés két módon lehetséges: fiók létesítése vagy leányvállalat alapítása. Az akadálytalan tőkemozgás és a pénzügyi szolgáltatás nyújtása 1993. január 1-je óta valósul meg.) De a korlátozó szabályok megszüntetése még nem lehet elegendő, szükséges új szabályok alkotása, minimum-követelmények meghatározása és harmonizáció. Arra is figyelni kellett, hogy a verseny éleződése ne járjon a kockázatok irreális mértékű növekedésével. Ennek egyik megnyilvánulása lehet akár az is, hogy a nemzeti hatóságok erőteljesen növelik koordinációjukat. Ennél jóval nagyobb hatásúak és kikerülhetetlenül betartandóak a bankdirektívák. Az I. Bankdirektíva fontos lépést jelentett, mivel voltak olyan országok, ahol szinte teljesen meg kellett reformálni a bankokra vonatkozó szabályozást,

és a szigorítás irányába történt a változás. Itt rögzítették először az egyenlő elbánás elvét is, azaz a hazai és külföldi pénzintézeteknek és fiókjaiknak azonos szempontoknak kell megfelelniük. A feltételek az engedélyezésben, tőkekövetelményekben és a biztonsági előírásokban nyilvánultak meg. Ez a bankdirektíva rögzítette a hitelintézet fogalmát is. Ezt bővítette a II. Bankdirektíva (1989-ben fogadták el), olyan tekintetben, hogy rögzítette a hitelintézeti fiók által végezhető szolgáltatásokat (hitelezés, betétgyűjtés, pénzhelyettesítők kibocsátása, értékpapír kereskedelem stb.) és egyáltalán a fiók létrehozásának lehetőségeit. Ugyanis a pénzügyi integrációban részt vevő országokban alapított bankok bármelyike nyithat újabb engedély nélkül fiókot az integrációbeli másik tagállamban. Mivel a nyújtható szolgáltatások között a direktíva minden, az univerzális bankra jellemző tevékenységet felsorol, így joggal mondható, hogy nemcsak *integrálódás*, hanem *univerzalizálódás* is jellemző az Unióra. Az integrálódás viszont egy területen még egyáltalán nem érvényesül és ez a bankok felügyelete, mivel ez nemzeti szinten valósul meg. (Botos 1998) Ez az eljárás működik akkor is, amikor a külföldön létesített fiókról vagy leánybankról van szó, hiszen az anyabank nemzeti hatósága felügyeli azokat is.

4. A pénzügyi szektor reakciója az egységes piac kihívásaira

Bár a vállalati és pénzügyi szektor szerkezetileg országonként eltérő, vannak bizonyos jellemzők, amik alapján be lehet sorolni két fő csoportba az egyes országok pénzügyi rendszereit. A pénzügyi szektor attól függően, hogy a *pénzügyi folyamatok irányítása* kinek a kezében koncentrálódik, kétféle típusú lehet: pénzpiac-orientált (közvetlen finanszírozás) és bankorientált (közvetett finanszírozás) (Lőrinczné 1996, 188.o.). A vállalati szférát alapvetően társasági (company), illetve vállalati (enterprise) beállítottságúnak lehet tekinteni (Szalay 1998, 51-57.o.). Ezeket nem lehet egymástól elválasztani, a pénzpiaci rendszerhez jellemzően társasági vállalati rendszer kapcsolódik, míg a bankalapú pénzügyi rendszerekben a vállalati struktúra a jellemző. Természetesen nem létezik tisztán egyféle rendszer, minden rendszerben megtalálhatóak a másik rendszer elemei, illetve egyéb szereplők (intézményi befektetők: nyugdíjalapok, befektetési alapok mindkét rendszerben jelen vannak). (Detken – Hartmann 2000) A döntő szempont a szereplők dominanciája.

4.1. Az angolszász modell

Az első szerkezeti formában a *pénzügyi piacok* azok, amelyek a reálgazdasági folyamatokat meghatározzák, azaz a pénzügyi döntéseket a tőke- és pénzpiacokon hozzák meg és hajtják végre, ennél fogva töredezettebben. Ez az *angolszász országok*ra jellemző, ahol ezek a piacok lényegesen fejlettebbek, mint más országokban, elsősorban a hagyományok és a megújulás összhangja miatt. Felismerték, hogy a történelmileg kiharcolt vezető szerepüket csak nemzetközi pénzügyi kapcsolatokra nyitottan őrizhetik meg, és így tőkemozgásaikat ők liberalizálták elsőként. (Welteke 2000)

Ebben a struktúrában a vállalatok szervesen függnek a pénzpiacoktól, innen kapják a forrásaikat, illetve részvényeseik, befektetőik is elsősorban innen származnak. Ennek a rendszernek a tükröződése a vállalati szektorban társasági (company) jellegű. A vállalatokat szerződések összességének tekintik, s a vállalatvezetők elsősorban pénzügyi menedzserek is. A bankokat itt elsősorban a szakosodás jellemzi, ezt támasztják alá a pénzügyi törvények is, amelyben a tevékenységeket különálló szervezeti egységekre delegálják.

4.2. A német modell

A másik irányzat a kontinentális modell, amely elsősorban *institucionalista* jelleget vesz fel. Itt a pénzügyi hatalom a pénzügyi intézmények, elsősorban a *bankok* kezében összpontosul. A bankok itt erősebb összefonódást mutatnak a vállalati szférával. A döntéseket koncentráltan hozzák meg, mivel az az uralkodó nézet, hogy az univerzális bank fontos szerepet játszik az információ begyűjtésében és a megfelelő helyre való eljuttatásában és felhasználásában. Az angolszász modell képviselői szerint mindez a pénzügyi rendszer fejletlenségét mutatja, ennek a jelzője.

A vállalatokba itt csak másodsorban lehet a pénzpiacon befektetni, a vállalati részvényeket itt más motivációval tartják. A vállalati papírok elsősorban a tagsági és szavazati jogok gyakorlására szolgálnak, a tartása hosszabb távra érvényes, másodsorban következik az osztalék, mint ok, és csak harmadsorban veszik figyelembe az árfolyamváltozást, mint nyereségforrást, kivéve természetesen a spekulációs célú értékpapír-vásárlást. Az információ mellett a *szakértelem koncentrálódik* a pénzügyi intézményekben, így itt aktívan kívánnak beleszólni a cég vezetésébe, ami a pénzpiacokon, már csak a tulajdonosi struktúra szétszórtsága miatt sem egyszerű. A vezetés számára mindez azt jelentheti, hogy a részvényárfolyam maximalizálása helyett itt a stakeholderek érdekeinek összhangba hozása lesz az elsődleges feladatuk.

2. táblázat Az európai rendszer számadatokban

1999-ben	**EU**	**USA**
Klasszikus bankhitel	GDP 45 %-a	GDP 12 %-a
Kötvények	GDP 99 %-a	GDP 166 %-a
Értékpapírpiac kapitalizációja	GDP 90 %-a	GDP 180 %-a

Forrás: Noyer (2000), ECB (2000a), (2000b) és (2000c) alapján saját szerkesztés

4.3. A hangsúlyeltolódás előfeltételei és folyamata

A rendszer állapota *dinamikus*, a hangsúly egyre inkább tolódik a pénzpiac felé. A folyamatok előfeltételei a következők:

- Technológiai fejlődés (információ gyűjtésének és használatának költségei csökkennek, információellátottság hatékonysága nő, kockázati információk jobbak, külső információkra nagyobb hagyatkozás)
- Lezajlott liberalizáció (verseny fokozódik, új piacok érhetőek el)

- Nemzetek gazdagodása (vagyon növekedése, diverzifikált portfoliók elterjedése szélesebb körben, társadalombiztosítások átalakulása)

A hangsúlyeltolódás során az eszközoldalon dezintermediáció figyelhető meg. Ennek során az ügyfelek, akik megtehetik méretükből fakadóan, közvetítő nélkül jelennek meg a pénzpiacokon. Megfigyelhető a banki termékek esetében is a *piaci orientáció*, azaz a banki termékek elértékpapírosodnak (szekurizáció). Nagy szerepet kapnak a termékeken belüli innovációk is, amely megtestesülhet teljesen új termékekben, illetve kapcsolt szolgáltatások, termékek elterjedésében. A pénzügyi struktúra átalakulása új típusú szereplők felbukkanásával is szemléltethető. Legnyilvánvalóbbak az intézményi befektetők, akik egyre növekvő szerephez jutnak a megtakarítások allokálásában, mind hazai, mind nemzetközi szinten. Ezek gyakran bankcsoportok tagjai, így egy meglévő ügyfélkör, ügyfélkapcsolatok révén a versenyelőny tovább fokozható. A növekvő potenciális piac mellett azonban növekszik a nemzetközi verseny is, amely a tisztán hazai vállalatokat komoly probléma elé állítja. Már nem elegendő a *komparatív versenyelőny*, a transznacionális vállalatok még erősebben nyernek ugyanis teret, mivel a monetáris unió fő kedvezményezettjei tovább növelhetik versenyelőnyeiket.

5. Az euró bevezetésének hatása a bankszektorra

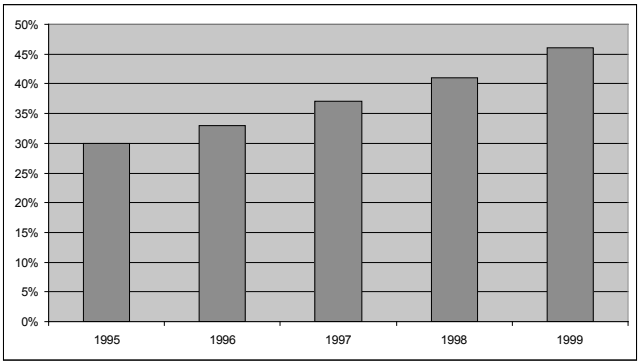
A bankszektornak csak a relatív súlya csökken, abszolút értékben tovább nő. A korábban leírt folyamatok a bankok profitlehetőségeit csökkentették. A bankok egyre inkább elkalandoznak a befektetési szolgáltatások terére, aminek kiugró területe az értékpapírosítási vonulat.

Az egységes valuta, az euró bevezetésével a bankok hatalmas veszteségeket szenvedtek el. Korábban a devizák és valuták vételi és eladási árfolyamai közötti különbség által jelentős bevételi forráshoz jutott. Ennek elmaradását is pótolniuk kellett, valamint egyre gyakoribbá váltak a bankszervezet adminisztrációs költségeinek csökkentése és a bankfúziók. Látható, hogy a bankok nem engednek a negatív folyamatoknak túlzott mértékben. Statisztikai adatok bizonyítják, hogy a *nem kamatjellegű bevételek* növekedése a banki menedzsment előrelátásának köszönhetően már 1996-tól elindult és folyamatosan nőtt. [Nem kamatjellegű bevételek: tranzakciós jutalék, értékpapírokhoz kapcsolódó díjak, garanciavállalási díj, átváltási tranzakciók bevétele, széfbérleti díj, letéti díj, pénzügyi műveletek nettó hozama, értékpapírműveletek bevételei, egyéb működési bevételek.

A bank mérete és a nem kamatjellegű bevételek között összefüggés fedezhető fel. A bank minél nagyobb, annál több lehetőség áll előtte, versenyképesebb, érvényesül a méretgazdaságosság és a szolgáltatási lehetőségek széles választéka. Ám problémák is jelentkezhetnek, mert ha nem megfelel az új és új szolgáltatások, termékek kidolgozása, fejlesztése, akkor egy idő után a marketingesek által termékkannibalizmusnak nevezett jelenség fog bekövetkezni. Ha pedig a nagy bankméret fúzi-

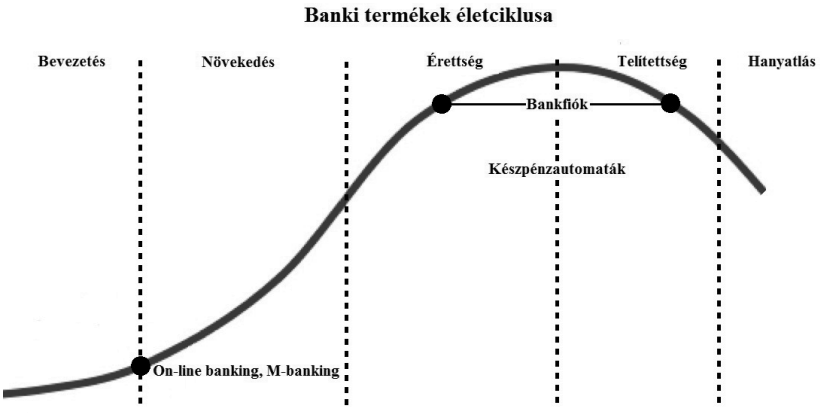
óval jön létre, akkor a túlhaladott szervezeti struktúra és kulturális nehézségekkel állnak szemben, amit a bankvezetésnek kezelnie kell.

2. ábra Nem kamatjellegű bevételek aránya a működési bevételen belül



Forrás: ECB (2000a)

3. ábra Banki termékek életciklusa



Forrás: DG Bank Research

A *retail* szolgáltatások releváns piaca még mindig inkább nemzeti, mint páneurópai jellegű. A lakossági piacon lassabb az átalakulás, amiben nagy szerepet játszanak a regionális kisbankok. Az ügyfélkultúra a személyes napi kapcsolatra épül, illetve a helyi viszonyok közelségéből adódó mélyebb ismeretére. A leglényegesebb

növekedést azonban a wholesale tevékenységben figyelhetjük meg. A folyamatok határon túl való átlépését indukálja a nemzeti spreadek gyors konvergenciája, a TARGET-en keresztül lezajló cross-border fizetések biztonságos elszámolása, illetve olyan indikátorok gyors elfogadása, mint az EONIA (overnight transactions) és az EURIBOR (transactions with longer maturities).

6. Bankfúziók és konglomerátumok

A jelentkező kihívások banküzemtani szinten történő lehetséges megoldásai közül elsőként a bank méretének növelése adódik. A vállalati és pénzügyi rendszerben egyre erősödik a koncentráció. Mindkét pénzügyi rendszerben megtalálhatók ennek az útjai. A fúzióknak megvan a gazdasági racionalitása, vannak azonban a valós mellett vélt okai is (Brealey Myers 1999, 347-356. o.).

6.1. Bankfúziók

A *bankfúziók* (mergers and acquitions, M&As) mind határon átnyúló (cross-border), mind szektorok közötti (cross-sectors) konszolidációt foglal magában. (EC DG 1999, 2000) A formája lehet *egyesülés, összeolvadás* (merger), amely általában „baráti együttműködést" jelent, illetve lehet *felvásárlás* (acquition), amely ellenséges akciót jelent. Ezek között időrendiséget is fel lehet fedezni, mivel kezdetben a békés együttműködés a jellemző, majd a „nagy francia bankcsata" (Lámfalussy 1998) után egyre gyakrabban jelentkeznek felvásárlások. Franciaországban és Olaszországban inkább felvásárlás a jellemző, némiképp óvatosan fogalmazva meg az eltérő bankkultúrát, mint vállalati mentalitást, ugyanakkor Ausztriában és Németországban az egyesülés a jellemző. A részvényesek érdekét szolgálhatja a fúzió, illetve bizonyos méret felett a menedzsment érdekében is ez állhat. Az alkalmazottak esetén gyakran fontosabb a munkahelyi stabilitás, mint a munkaadó mérete és relatív, nemzetgazdasági fontossága.

A bankfúziók okainak vizsgálatakor a *méretgazdaságossági* elemzésnél figyelembe kell venni azt is, hogy az új technológiák átrendezik a korábbi költségstruktúrát, mivel a gazdaságosság kezdetének küszöbértéke is megváltozik. A *munkamegosztásból* fakadó előnyökre nehéz rámutatni, a termékspecializáció pozitív hatásait pedig még nehezebb számszerűsíteni. Viszont jól látható, hogy megközelítőleg egyforma hazai bankok között növelni lehet a hatékonyságot a *kereszthatékonyság* realizálásával. Ennek keretében lehetőség nyílik a tevékenységek átszervezésére, mivel a kereszthatékonyság csak az inputok és az outputok gondos figyelése és összehangolása révén érhető el.

A növekvő jövedelmezőség mindig fő motivációját képezi az egységesülésnek, de elsősorban a nemzetközi pénzügyi egyesülések fő motivációjaként tartjuk számon, amely a működési területek eltéréséből származik. A méretgazdaságosságból eredő költségcsökkenés elsősorban a hazai fúziókkal kapcsolatban jelenik meg, mint elvá-

rás. A fúziós döntéstől addig, amíg a fúzió a kedvező hatásait kifejti 2-3 év is eltelhet. A bevétel növekedése hamarabb jelentkezhet, mint a racionalizálásból következő költségcsökkenés, de nagyobb kockázatot hordoz, mert bizonytalan. A cross-border fúziók során figyelembe kell venni a kulturális eltéréseket is, amelyeknek fontos szerepe van a bank vezetésében lévő stratégiai jellemzőkben is.

A 80-as évek végén, a 90-es évek elején több kisebb méretű országban voltak fúziók (Hollandia, Dánia), ahol nagy nemzeti intézmények létrejöttére került sor, készen arra, hogy versenybe szállhassanak az egységes piacon. A skandináv válság idején pedig voltak ilyenek Svédországban és Finnországban is. Másik forgatókönyv szerint a M&A terjeszkedést jelent olyan fejlődő területekre, mint például Kelet-Közép Európa, Délkelet Ázsia vagy Latin-Amerika, amelyekkel történelmi szálak fűztek össze európai országokat, ugyanakkor óvatosabb döntést jelentett a Kelet-Közép Európába való terjeszkedés.

3. táblázat A bankfúziók száma és jellege

	1995	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000. I. félév**
Hazai	275	293	270	383	414	172
EU-n belüli	20	7	12	18	27	23
3. országgal	31	43	37	33	56	39
Összesen	326	343	319	434	497	234

Forrás: ECB (2000d)

A M&A 80%-a nemzeti határokon belül zajlik. Elsősorban kisebb intézmények között jellemző, elsődlegesen a felesleges kapacitások felszámolása érdekében. Közelebbről megnézve jól látszik, hogy 1999 csúcsév volt a fúziók történetében, ami egyértelműen a közös valuta bevezetésének közvetlen következménye is. Ugyanakkor a nagy bankokat érintő egyesülés a bank pozícióváltozását tükrözi. A cél a nemzetgazdaságilag jelentős méret elérése. A tulajdonosok számára a *tőkeszerkezet optimalizálás*t teszi lehetővé, ami a részvényesi értéket is növeli. A siker döntő tényezője a lehetséges racionalizálás megvalósulása, ami néhány tagállamban nem lehetséges a munkaerőpiac rugalmatlansága miatt. Ezek a fúziók hordozzák a többihez képest a legkevesebb kockázatot, amelyek a következők: a fúziót megelőzően a legnagyobb feladatot a tranzakcióban rejlő működési és stratégiai, azaz rövid és hosszú távú kockázat helyes felmérése és árazása jelenti. Az ügylet bekövetkezte után a források optimális elhelyezésére kell koncentrálni (hatékonyság, transzparencia, reakcióidő). A működési kockázatnál figyelembe kell venni az információtechnológiai rendszerek közös platformra hozását, a kockázatkezelés egységesítését, a személyügyi és információs rendszereket.

6.2. Pénzügyi konglomerátumok

Az egyesülések és felvásárlások olyan pénzügyi csoportok megalakulásához vezetnek, amelyek résztvevői a pénzügyi szektor különböző területein tevékenykednek (hitelintézetek, befektetési társaságok, biztosító társaságok stb.). Ezek a holdingok létrejöhetnek egyesülés, felvásárlás vagy alapítás útján. Hasonló eredményt lehet elérni együttműködési megállapodások kötése útján is. A konglomerátummá válást elsősorban a *munkamegosztásból* fakadó gazdaságosság motiválja. Ennek realizálását a *kereszt-értékesítés* teszi lehetővé, amely során az egyesülő intézmények egymás termékeit is értékesítik saját terjesztési hálózatukon belül egy szélesebb ügyfélközönségnek. Ez lehetővé tesz egy kvázi „*egyablakos" értékesítést*, illetve a „*bölcsőtől a sírig*" elképzelést is.

6.3. Felügyeletek szerepe

A határon túlnyúló fúziókra alapvető irányadó uniós szabályozás. A felvásárló bank köteles értesíteni az illetékes felügyeletet. Vétóra – értesítést követő 3 hónapon belül – akkor kerülhet sor, ha a biztonságos és prudens működés veszélybe kerül, vagy a felügyelet nem ítéli megfelelőnek a felvásárló alkalmasságát. A kvázi jóváhagyásnak (azaz a vétó hiányának) meg kell születnie még a M&A nyilvánosságra hozatala előtt, ami miatt már a fúzió korai szakaszában kommunikáció indul a hatóság és a partnerek között. A felügyelet mind a partnereket, mind az újonnan létrejövő egységet vizsgálja saját felügyeleti szabályai szerint. Elemzésre kerül a stratégiájától kezdve a számbavételi eljárásokig, az új szervezet társasági törvényekkel összhangban lévő jogi formájától a részvényesek jogaiig minden. Ezeket egy megvalósíthatósági tanulmányban foglalják össze. A felügyeleti szervek helye és szervezeti felépítése országoktól is függ.

A felügyeletre vár a szabályozások minimális összehangolása a hatékonyság növelése érdekében. A közelmúltban történt kezdeményezés a nemzetközi pénzügyi konglomerátumok felügyeletének ellenőrzéséről folytatott konzultációra, ami szintén kényes kérdés a nemzetközi pénzügyi rendszer stabil és prudens működése terén. A tapasztalat az, hogy a feladatok komplexitása miatt a felügyeletek a piaci szereplők és folyamatok mögött lemaradva állnak. Ennek a különbségnek a legyőzése érdekében a felügyeleteknek szorosabb együttműködést kell megvalósítaniuk, aminek része a folyamatok monitoring tevékenysége és így a rendszerkockázat csökkentése.

7. Pénz- és tőkepiacok

A banki helyzet elemzésekor nem lehet szó nélkül elmenni a *pénzpiacok* mellett. Ennek egyik oka, hogy a hitelintézetek aktív résztvevői ezeknek a piacoknak is. Az információs és telekommunikációs technológia pozitív hatását ebben a szektorban fejti ki leginkább. Ugyanakkor a banki piac versenyképességét figyelembe véve a bankrendszerbeli belső verseny mellett a társ szektorok versenyjellemzőit és szintjét is fi-

gyelembe kell venni. Azt sem lehet kikerülni a vizsgálatok során, hogy a banki bevétel-struktúrában egyre nagyobb hányadban van jelen a pénzügyi piacokról szerzett közvetlen bevétel is.

A *fedezetlen termékek* piacán ment végbe a legmagasabb szintű *integráció*, amely hozzájárult a likviditás Európa-szerte hatékony allokálásához. Ezen a piacon már az euró bevezetését követő néhány hétben eltűntek a nemzeti piacok sajátosságai. Az integrációt segítette elő azoknak az egységes referencia kamatlábaknak a széleskörű elfogadása, mint az EURIBOR vagy az EONIA (euro overnight index average). A bankok viszonylatában meg kell említeni egyes nemzeti sajátosságokat, szervezeti hiányokat a kötvények vonatkozásában. Mivel nem alakult ki egységes szervezeti kultúra, így a cash management vagy a kötvénymenedzsment osztályon belül működik a *repo* üzletág. A tapasztalatok alapján a bankoknak el kell dönteniük, hogy belső vagy külső tőkeallokációs mechanizmust követnek, valamint hogy a pénzpiac melyik része felé fordulnak. A döntés alapja a kockázat és a költséganalízis.

Az euró bevezetése a *származékos termékek* piacára is gyorsítóan hatott. Az OTC termékek kereskedelme csökkent, míg a határidős és swap piacok egyre nagyobb teret nyernek. A három hónapos euró kontraktusok 16%-os növekedést mutattak a közös valuta bevezetésének hatásaként, ami az OTC termékek (kivéve a kamatcsere ügyleteket) piacának rovására történt.

A repopiaci tevékenység mind a cash management, mind az értékpapír kereskedelem szempontjából fontos, mivel lényeges szerepet játszik a hitelintézetek likviditás-menedzselésében. Emellett a jegybanki monetáris politika fontos eszközét is jelenti. Az integrációt viszont gátolja az *eltérő nemzeti gyakorlat*, az eltérő szabályozási-jogi-adózási környezet, valamint a piaci infrastruktúrális elégtelenségekből adódó korlátok. A megoldás az egységes jogi és dokumentációs háttérben, az egységes szervezeti keretekben található meg.

Az egységesülési folyamat nem "hagyja érintetlenül" a pénzügyi piacnak egy részleteiben eddig még nem említett szegmensét az *értékpapírpiacokat* sem. A kötvények kapcsán felmerülnek a következő kérdések. A már ECU-ben kibocsátott kötvények sorsa az átmeneti időszakban mi legyen? Az átmeneti időben milyen valutában bocsássanak ki kötvényeket? Ezekre választ a jogfolytonosság, részben a redenominációs és konverzió adhatja meg. A *redenomináció* az átmeneti időszakban nem kötelező a kötvények tekintetében, az államadósságok és természetesen az állampapírok tekintetében sem. Ám ezt szinte minden ország végrehajtotta, mivel saját előnyös lehetőségüket nem kívánták elszalasztani. A kérdés már "csak" a redominálás technikáját érinti. (Soós – Tóth 1997, 18. o.) Ám a következőkben felsorolt 4 módszer közül választhatnak ugyan, de ezek közül legtöbbször a "lentről - felfelé" azaz a "bottom-up" módszert választják, aminek a lényege, hogy a portfoliót, kötvényt rögzített árfolyamon átváltják euróra és két tizedesjegyre kerekítik:

- redenominálás az egyes kötvények vagy portfoliók alapján ("bottom-up"),
- redenominálás rögzített minimális denomináció alapján, készpénz - kiegyenlítéssel vagy anélkül ("top-down"),

- kiegészítő tételek használata ("odd-lots top-down"),
- redenominálás a legközelebbi kerek euró nominális összeg alapján ("arbitrary conversion method"),

Annak a hátterében, hogy az euró felé fordult az érdeklődés, több tényező is fellelhető. Egyrészt a dollár egyedüli világvaluta szerepét szerették volna megtörni, másrészt az egységes valuta bevezetésével az euró-régión belül az árfolyamkockázat nullára csökkent. Ez hatalmas kiugrási lehetőséget nyújtott Franciaországnak is, mivel Németországgal együtt tudta az állampapírok terén a benchmark szerepét betölteni.

4. táblázat A nemzetközi értékpapír-kibocsátások valutáris szerkezete

Valuta	**1997**	**1998**	**1999 I. félév**
USD	516	605	200
Az eurórégió valutái	220	320	147
JPY	130	73	18
Egyéb	145	174	50
Összes	1011	1173	415

Forrás: Lőrinczné (1999, 552.o.)

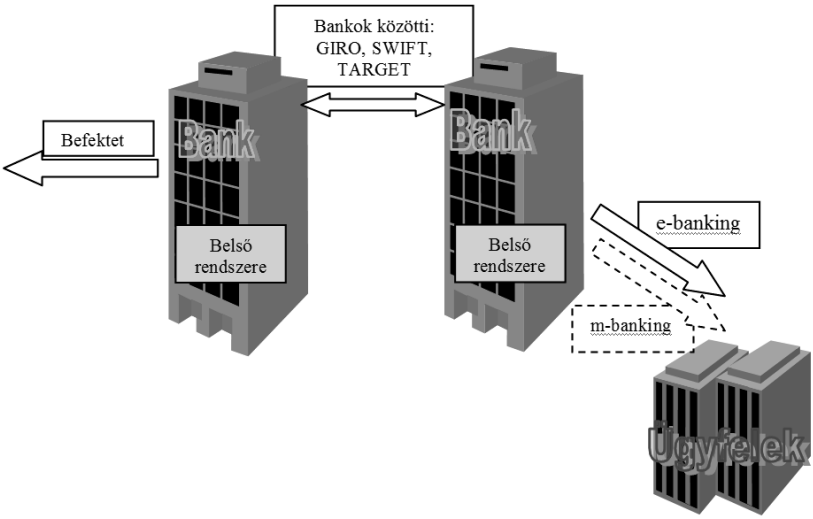
Ez az út, azaz a pénzpiac bővülése növeli a piaci források felhasználását, jelentőségét a banki forrásokkal, azaz a hitelezéssel szemben. A növekvő kibocsátások felszívó erejét a növekvő jelentőségű és tőkeerővel rendelkező tőkealapok, nyugdíjalapok és biztosítótársaságok jelentik. 1999 végére igaz volt már, hogy a valuták sorrendje, szerepe a kötvénykibocsátásokban a következő: *euró, dollár és jen*. Az *euró kötvényeket* tovább vizsgálva a *dezintermediáció* jelenségének felerősödését tapasztaljuk. Ennek során a bankok teret veszítenek az *intézményi befektetők*kel szemben. Ennek a folyamatnak a további gyorsítását fogja eredményezni az, hogy a jövőben a bankok hitelállományuk jelentős részét is várhatóan *értékpapírosítják* (értékpapírba konvertálják).

8. Innovációk és technológia-menedzsment

A vállalatok számára a nyereségesség egyik feltétele a folyamatos megújulás. A technológia jelenléte a pénzügyi folyamatokban a hitelintézetek szempontjából három színtéren lehetséges:

- A hitelintézet és pénzpiacok meglévő infrastruktúrájának tökéletesítése, illetve újak létrehozása)
- Az infrastruktúrának a használatra "bérbe adott" részén, azaz elektronikus szolgáltatások esetében
- Közvetve, amit vállalatokba fektet (tulajdonosi vagy hitelezői pozícióban)

4. ábra Használt infrastruktúra rétegei



Forrás: saját szerkesztés

A *használt infrastruktúra* rétegei: a belső rendszerek, a bankok egymás közötti rendszerei, jegybankok egymás között rendszerei és a kihelyezett infrastruktúra (elektronikus szolgáltatások). Optimálisnak látszik a hagyományos és új struktúrák megfelelő arányú vegyítése, így a hagyományos pénzügyi tevékenységet folytató pénzügyi vállalkozások, hitelintézetek *új típusú szolgáltatásai*, ideértve a telephone bankinget, internet bankinget, e-bankinget vagy mobil bankinget, amelyek már széles körben elérhetőek és használhatóak. Ezen a (kiegészítő) piacon egy nagyon dinamikus fejlődésnek lehetünk szemtanúi. Kiváló példa erre a 2000-ban több európai országban (Nagy Britannia, Németország, Lengyelország stb.) lezajlott harmadik generációs (UMTS) mobilkoncessziós tenderek. Ezek hatalmas gazdasági erőket mozgattak meg, és komoly pénzügyi hatalmat képviseltek.

Ennek megvan az ára is, ami miatt ezen cégek egy része (már a mérete alapján is) kockázati tőkebefektetésnek minősül. Ezek a cégek egy teljesen új piacon működnek, s mint ilyen, nem a hagyományos költség és bevétel struktúra jellemzi őket. Lényeges, hogy a nagy kezdeti tőkebefektetés, anyagi beruházás, s a folyamatos infrastrukturális fejlesztés időben elnyújtva hoz bevételt. Közös jellemzőjük, hogy nemcsak kis- és középvállalati szinten dolgoznak minimális nyereséggel, vagy veszteséggel, de a folyamatos megújulási kényszer nagyvállalati szinten is járhat rövid távon ala-

csony jövedelmezőséggel. Gyenge likviditás jellemzi őket, a pénzforgalom szintje az anyagi beruházások magas szintje miatt nem elégséges, s tevékenységeik jó részét marketing mellett más, hasonló vállalatok felvásárlása teszi ki. Az elinduláshoz nagy kezdeti tőkeinvesztícióra van szükség, ami a későbbiekben a magas adósságszolgálati arány miatt a kevés bevétel jó részét is elviszi. Mindez a hagyományos piaci tőkestruktúrától eltérő szerkezetet és szervezetet igényel. Az erre történő szakosodás mindkét rendszerben megtalálható: a pénzügyi rendszer kitermelte a szakosított értékpapírpiacokat (pl.: Németországban a csúcstechnológiai papírok a Neuer Markton forognak).

Miután a *kockázati tőkefinanszírozás* a magában hordozott kockázat miatt nem, vagy csak részben (megfelelő vállalati nagyság esetén) illik a hitelintézetek tevékenységi struktúrájába, így a gyakorlatban külön, erre szakosodott szervezetet hoznak létre, a kockázat elszigetelésével és a speciális szakértelem általi leszűkítésével.

9. Összegzés

Az EMU létrehozását követően megjelent a tendencia, hogy a nemzeti „akciók" gyengítik a közös intézkedések hatékonyságát. Tagállami érdekektől nem lehet szétválasztani, hogy a bővítés vagy a mélyítés kapjon inkább hangsúlyt. A politikai széljárástól függ, hogy éppen melyik ország milyen álláspontra helyezkedik. A pénzpiacok egységesülése az intézményi érdekek mentén, a hatékonyság, méretgazdaságosság és minden közgazdasági racionalitás mentén érvényesül és erősödik. Az intézmények maguk motorjai a folyamatoknak és az eseményeknek, megalapozva a szabályozási irányokat és tendenciákat.

Végül felmerül a kérdés, hogy vajon mit hoz az euró jövője, vagyis mik a további lehetőségek. Erősödik vagy gyengül, átveszi-e a vezető szerepet, mely országok gazdaságának lesz szerves része az euró Európán kívül. Ezt igazán az idő és a gyakorlat fogja eldönteni.

Felhasznált irodalom

Botos K. – Bódy L. – Mádl J. 1997: *Nemzetközi pénzügyek*. Osiris Kft., Budapest

Botos K. 1998: *Bankfelügyelet az EU-ban*. Officina Nyomda, Szeged

Botos K. – Dezséri K. 2000: *A monetáris unió megkoronázása*. PPKE, Budapest

Brealey – Meyers 1999: *Modern vállalati pénzügyek*, Panem Kft., Budapest

Detken, C. – Hartmann Ph. 2000: *The euro and international capital markets*. ECB working paper No. 19., Frankfurt

DG Bank Research 2000: Genossenschaften in Wettbewerb Retail-Banking Vertriebsstrukturwandel steht erst am Anfang

ECB 2000a: *EU banks' income structure*, Frankfurt

ECB 2000b: *EU banks' margins and credit standards*, Frankfurt
ECB 2000c: *Euro area securities issues statistics*, Frankfurt
ECB 2000d: *Mergers and acquisitions involving the EU banking industry*
EC DG for Economic and Financial Affairs 1999: *Mergers and acquitions*
EC DG for Economic and Financial Affairs 2000: *Mergers and acquitions*
Eperjesi Z. 1998: *....az euróról*. Perfekt Kk., Budapest
Heténvi G. – Hünlich Cs. – Mocsáry P. 2000: *Az Európai Unió pénzügyi rendszere*. Útmutató Tanácsadó és Kiadó Kft. és Külügyminisztérium, Győr
Lámfalussy S. 1998: *Alkotó pusztítás*, Kivonat az akadémiai székfoglaló beszédből
Lőrinczné Istvánffy H. 1996: *Pénzügyek Európában*. KJK, Budapest
Lőrinczné Istvánffy H. 1999: *Nemzetközi pénzügyek*. KJK, Budapest
Noyer, C. 2000: The euro and the banking sector, *BIS Review* No. 83
Soós J. – Tóth G. L. 1997: Előkészületek az új európai valuta bevezetésére, *Bankszemle* 12. szám, 1-25. o.
Szalai Z. 1998: Értékpapír-befektetés az Európai Unióban. *MNB Műhelytanulmányok* 14., Budapest
Tóth G. L. 1999: Az euró és a nemzetközi pénzügyi piacok, *Külgazdaság*, 1999. február, 47-74. o.
Welteke, E. 2000: Different aspects of change in today's financial systems, *BIS Review* No. 80.

XXVI. OTDK (Gyöngyös, 2003)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 67-89. o.

Regionális gazdaságfejlesztés: eltérő fejlettségű megyék versenyképességének összehasonlító elemzése[1]

Lukovics Miklós

Napjaink egyik legfontosabb kihívásává vált annak megismerése, hogy hogyan lehet versenyezni a globális világban. A globalizáció hatására a piaci verseny egyre inkább világméretűvé válik, a nagyvállalatok versenystratégiái átlépik a nemzeti piac adta lehetőségeket, és kiterjesztik a piaci versenyt az egész fejlett világra. A magyar gazdaság, mint kis méretű, nyitott gazdaság nagy mértékben ki van téve a globalizáció által diktált nemzetközi folyamatoknak, melyek a magyar területi fejlődésre is alapvető befolyást gyakorolnak.

Jelen tanulmány célja, hogy a nemzetközi szakirodalom és a rendelkezésre álló statisztikai adatok alapján két olyan magyar megye (Győr-Moson-Sopron és Békés megye) közötti fejlettségbeli különbséget kimutassa, amelyek közül az egyiket a mindennapi szóhasználatban „fejlettnek", a másikat „fejletlennek" tartanak, majd az ismert modellek szerinti fejlettségi fázisokba sorolja. Az eltérő fejlettségű térségek nem kezelhetőek ugyanazon gazdaságfejlesztési cselekvéstervvel. Mindkét térség – a nemzetközi gyakorlatból átvett legjobb gazdaságfejlesztési modellek megfelelő adaptációja révén – beavatkozást igényel, s ezáltal hosszú távon egyaránt sikeres lehet a globális versenyben.

Kulcsszavak: regionális versenyképesség, regionális gazdaságfejlesztés

1. Bevezetés

Napjainkban az Európai Unió regionális politikája és támogatási rendszere, a versenyképesség és a kohézió fogalmának előtérbe kerülése központi megvilágításba helyezi a területi egyenlőtlenségek kérdését. A fejlett térségek erősebben képesek beágyazódni a nemzetközi gazdaságba, a külföldi működőtőke is ezen térségekbe áramlik először (Enyedi 2000, CEC 2004a). Ennek hatására viszont valós a veszélye annak, hogy a területi különbségeket jelző szakadék tovább szélesedik. „Magyarországon a rendszerváltás után a kilencvenes évek elején látványosan kiéleződtek a területi különbségek." (Rechnitzer 2000. 13. o.). A gazdasági fejlettség

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lengyel Imre.
Az OTDK dolgozat jelen rövidített verziója megjelent publikáció formájában: Lukovics M. (2004): Regionális gazdaságfejlesztés: eltérő fejlettségű megyék versenyképességének összehasonlító elemzése. *Tér és Társadalom*, 4, 149-168. o.

növekedésével ugyanis egy bizonyos szintig együtt jár a területi fejlettségi különbségek növekedése (Nemes Nagy 1998).

Az Európai Unió több dokumentuma kitér a tagállamok térségei közötti fejlettségi különbségekre, és azok mérséklésére (Rechnitzer 1998b). Az Európai Bizottság harmadik kohéziós jelentésében megállapítja, hogy az Európai Unió 2004-es bővítése után az új tagállamok lakóinak 92%-a él olyan térségekben, melyben az egy főre jutó GDP nem éri el a 25 tagú Európai Unió átlagának 75%-át (CEC 2004a). Ez egy eddig nem tapasztalt helyzet elé állítja az egész közösség versenyképességét, valamint belső kohézióját. A területi egyenlőtlenségek a csatlakozás időpontjában megnőnek, az egy főre jutó GDP 12,5%-kal csökken, a gazdasági-társadalmi különbségek megduplázódnak. A túlzott területi különbségek az egész közösség gazdasági teljesítményét áshatják alá. A fejlett és fejletlen térségek esélye a nemzetközi munkamegosztásba való bekapcsolódásra eltérő, s ilyen körülmények között indokolt megvizsgálni Magyarország két, eltérő fejlettségű térségének lehetőségeit:

1. *Békés megye* a dél-alföldi régióban fekszik, keleti határán húzódik a Magyar Köztársaság államhatára Románia irányába. Mai formáját az 1950-es közigazgatási beosztással nyerte el. Ősidők óta lakott, első jelentősebb benépesülése a Kr. e . V-IV. évezredbeli Körös kultúra. A honfoglalás után aprófalvas, sűrű településhálózat alakult ki, melyet a tatár pusztítás semmisített meg. Az 1700-as évek szlovák, sváb és román betelepítéseinek nyomát még ma is fellelhetjük a soknemzetiségű megyében, melynek nagytelkes, tanyarendszerrel övezett településhálózata ekkor alakult ki.

2. *Győr-Moson-Sopron megye* a nyugat-dunántúli régióban fekszik, északi részén húzódik a Magyar Köztársaság és Szlovákia közös, természetes államhatára a Duna mentén, Nyugatról pedig Ausztriával határos. A mai megye a hajdani három önálló vármegye maradékának összevonásából keletkezett közigazgatási egység (Győr, Moson és Sopron vármegyék). Sajátos helyzetét fokozza, hogy a szomszédos országok fővárosai olyan közel találhatók az országhatárhoz, hogy kulturális és gazdasági vonzáskörzetük – a határok átjárhatóságának függvényében – jelentős területet fed le a megyéből.

Az Alföld megyéinek többségét, így Békés megyét is a közvélemény inkább a fejletlen térségtípusba sorolja, míg Győr-Moson-Sopron megyét hajlamosak vagyunk hazai viszonylatban fejlettnek nevezni. Ennek vizsgálatára egyfajta lehetőséget kínál a *versenyképesség* fogalma, amely a globális verseny speciális jellemzőinek következtében a közgazdaságtan egyik *központi fogalmává* vált (Farkas – Lengyel 2001). A regionális versenyképesség az Európai Unió kohéziós politikájának 2007. és 2013. közötti programozási időszakában kiemelt jelentőséggel bír (CEC 2004a). „A versenyképesség és a kohézió egymást erősítik" (CEC 2004b. 4. o.). Területi egységek versenyképessége a helyi gazdaság és társadalom azon képességére utal, hogy az ott élőknek növekvő életszínvonalat biztosítson (Malecki 2000).

A versenyképesség közismert, különféle megközelítései közül tanulmányunkban a legszélesebb konszenzuson alapuló egységes (standard) definícióra támaszkodunk: *„a vállalatok, iparágak, régiók, nemzetek és nemzetek feletti régiók képessége relatíve magas jövedelem és relatíve magas foglalkoztatottsági szint tartós létrehozására, miközben a nemzetközi (globális) versenynek ki vannak téve."* (CEC 1999. 75. o, Lengyel 2000b 974. o.). Ez a definíció az Európai Unió jogszabályalkotásába és a gazdaságpolitikai szemléletébe egyaránt beépült, egyre inkább felhasználják a területfejlesztési és regionális politika során (Lengyel-Rechnitzer 2000, CEC 2004a).

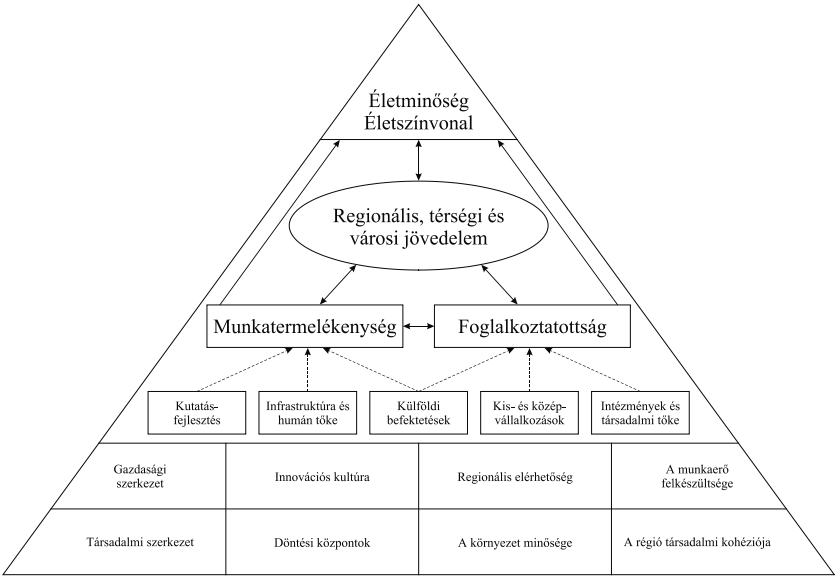
A globalizáció korában a térségek versenyképességének kérdése egyre inkább a regionális gazdaságfejlesztési politikák központi kérdésévé válik (Camagni 2002). A regionális gazdaságfejlesztés logikai szerkezete szerint a helyi gazdaságfejlesztés célja egy társadalompolitikai cél elérése, nevezetesen a helyben élők jólétének növelése (Malizia-Feser 1999), eszköze pedig a versenyképesség javítása (Lengyel 2002a). A regionális gazdaságfejlesztés és szerkezetváltás támogatásának eszközeiként is felfoghatóak a *klaszter*ek (Isaksen – Hauge 2002). A klaszter alapú gazdaságfejlesztés mind az Egyesült Államokban, mind az Európai Unióban egyre inkább központi megvilágításba kerül. A tengerentúlon a Nemzeti Kormányzószövetség (*National Governors Association*) útmutatóban ismerteti a kormányzókkal a klaszter központú fejlesztésekkel kapcsolatos ismereteket (NGA 2002).

Az Európai Unió helyi fejlesztések iránti elkötelezettsége tükröződik a 2007–2013-as programozási időszak javasolt prioritásaiból, valamint költségvetés-tervezetéből (CEC 2004a, 2004b). Az Európai Unió regionális politikája az alulról szerveződő regionális gazdaságfejlesztést támogatja, mely stratégia alapvetően a klaszterekre épülő gazdaságfejlesztési stratégiával ekvivalens (Lengyel 2002b). Ahhoz, hogy egy térségben klaszter alapú gazdaságfejlesztési stratégiát lehessen alkalmazni, ahhoz egyrészről tudatos gazdaságfejlesztési beavatkozás, másrészről egy évekig tartó *fejlődési pálya* bejárása szükséges. Az Európai Unió elmaradott régióiból kiindulva Rosenfeld hét lépésben építi fel a klaszterekre támaszkodó fejlesztési kezdeményezéseket (Rosenfeld 2002). Waits elmaradott térségből kiindulva négy fázison keresztül jut el a klaszter alapú gazdaságfejlesztéshez (Lengyel 2002a). Mindezen megközelítésekben közös, hogy a vázolt fázisokat végig kell járni, nem lehet az első fázisból rögtön az utolsóba ugrani.

A versenyképességi különbségekkel leírható térségeknek különféle utakat kell bejárniuk a klaszter alapú gazdaságfejlesztés, s így a globális versenyben való hosszú távú sikeres helytállás eléréséhez. Lényegesen eltérő kiindulási helyzetük miatt ugyanis nem kezelhetőek egységes gazdaságfejlesztési cselekvéstervvel. Mindezekből kiindulva indokolt megvizsgálni Békés és Győr-Moson-Sopron megye versenyképességét ahhoz, hogy az analizált kiindulási helyzethez illeszkedő gazdaságfejlesztési stratégiát tudjunk megadni. Ilyen vizsgálatok elvégzéséhez egyre letisztultabb modellek állnak rendelkezésünkre a nemzetközi és a magyar

szakirodalomban egyaránt. A széles szakmai körökben elismert regionális versenyképességi jelentések közül az egyik legújabb a DTI (*Department of Trade and Industry, Egyesült Királyság Kereskedelmi és Ipari Minisztériuma*) 2003 novemberében publikált versenyképességi tanulmánya (*UK Productivity and Competitiveness Indicators 2003*), mely hat átfogó csoportban vizsgálja a versenyképességet alakító tényezőket (DTI 2003). A vizsgált befolyásoló tényezők – más csoportosításban ugyan, de – szinte tökéletesen összecsengenek a régiók, térségek és városok versenyképességének *piramis-modell*jével (Lengyel 2000b, *1. ábra*), mely logikai szerkezete és átláthatósága miatt elemzésünk alapjául szolgál.

1. ábra A régiók, térségek és városok versenyképességének piramis-modellje



Forrás: Lengyel (2000b)

A piramis-modell csúcsában a végső cél, az életminőség, az életszínvonal javítása található. Ehhez három, egymásra épülő szinten keresztül vezet az út[2] (Lengyel 2000b):

- Alapkategóriák
- Alaptényezők

[2] A DTI tanulmányában ettől eltérő logika érvényesül: az életminőséget társadalmi és környezetvédelmi tényezőkből vezetik le.

- Sikerességi faktorok

A modell talapzatát alkotó sikerességi faktorok *közvetetten*, hosszabb távon, a modell középső részén elhelyezkedő alaptényezők *közvetlenül* hatnak a versenyképesség egységes definícióját alkotó alapkategóriákra. Tanulmányunkban Békés és Győr-Moson-Sopron megye alapkategóriáit és alaptényezőit teljes mértékben elemezzük, míg a sikerességi faktorok közül csak azokat, amelyeket a két megye fejlettségének magyarázatát illetően a legfontosabbnak tartunk. Ezen elemzés eredményeire támaszkodva kíséreljük meg a két megye fejlettségi fázisokba való sorolását, valamint a lehetséges stratégiák meghatározását.

2. A két megye a piramis-modell alapkategóriáinak tükrében

Az *Alapkategóriák* a versenyképesség egységes definíciójából következő *mérhető* kategóriák: a *jövedelem*, a *munkatermelékenység* és a *foglalkoztatottság*. A három alapkategória összecseng azzal, hogy a versenyképességet visszavezethetjük három közgazdasági kategóriára, melyek *együttes*en jellemzik egy régió versenyképességét (Lengyel 2000b). Ahogy a területi fejlődés sem jellemezhető egyetlen tényezővel (Rechnitzer 1998a), ebben a megközelítésben a versenyképességnek sincs egyetlen kiemelt mutatója.

Fajlagos regionális jövedelem $\approx$ *Munkatermelékenység* $\times$ *Foglalkoztatottsági ráta*

2.1. A jövedelem

Közismert, hogy a GDP megyei, illetve régióra vonatkozó értékét nem szabad egyetlen üdvözítő mutatóként kezelni, a területi elemzésekhez célszerű más statisztikai mutatószámokat is felhasználni (Pukli 2000). A jövedelem igen összetett kategória, amit árnyaltan lehet mérni. A megyei adatnyilvántartás a *megyei GDP*-t, az *átlagkeresetek*et és az *állandó lakosra jutó személyi jövedelemadó alapját képező jövedelmet* tartja nyilván[3]. A hét magyar régió közül egyik sem éri el az EU átlagát az egy főre jutó PPS-ben számított GDP tekintetében[4]. A Közép-Magyarországi régió azonban a 2001-es adatok szerint az 25 tagú EU-átlag 89,2%-án van (CEC 2004a), vagyis már 1999-ben átlépte azt a küszöböt, hogy a három év átlagából számított érték alapján kicsúszott a Strukturális Alapok kedvezményezetti zónájából!

Békés megyében az egy főre jutó GDP tekintetében mind az adatok abszolút szintje, mind pedig azok elmozdulása jóval kedvezőtlenebb, mint Győr-Moson-Sopron megyében. A vizsgált nyugati megyében az egy főre jutó GDP majdnem

[3] A regionális szemlélet elterjedésével azonban egyre inkább elterjedtté válik a GRP (*Gross Regional Product*) elnevezés, a bruttó hazai termék régióban keletkezett részét értik alatta (Lengyel 2000b).

[4] Győr-Moson-Sopron megye is csak az EU-átlag 63,4%-án van, ebből is látszik, hogy fejlettsége mennyire relatív az európai térben gondolkodva (KSH 2003).

kétszerese a vizsgált keleti megye ugyanezen értékének, másrészről pedig az egy főre jutó GDP-ben kifejezhető területi differenciálódás erősödését is megfigyelhetjük: nyolc évet felölelő idősort elemezve azt találtuk, hogy Békés megye az országos átlag 79,1%-áról (1994.) az országos átlag 66,0%-ára (2001.) esett vissza, míg Győr-Moson-Sopron megye az országos átlag 103,3%-áról (1994.) 120,1%-ra (2001.) mozdult el (KSH 2003). Annak ellenére, hogy tudjuk, hogy „a megye nem a legmegfelelőbb területi egység a nemzeti számlák számításánál" (Katona 2000. 210. o.), levonhatjuk azt a következtetést, hogy miközben az ország közelít az Európai Unió átlagához, addig az országon belül bizonyos térségek – így Békés megye is – leszakadnak.

Ha a jövedelem másik[5] komponensét, az alkalmazottak bruttó átlagjövedelmét vizsgáljuk gazdasági áganként, akkor azt láthatjuk, hogy a Békés megyei átlagkeresetek minden ágban szignifikánsan elmaradnak az országos átlagtól (KSH 2004). Kiemeljük a nagy hozzáadott értékű szolgáltatások, különösképpen a pénzügyi szolgáltatások tekintetében fennálló különbséget. Ez ugyanis azt a veszélyt rejti magában, hogy a térség megtartó képessége alacsonnyá válik, és a kvalifikált munkaerő a magasabb szinten realizálható életminőség reményében a nagyobb átlagkeresetet nyújtó térségbe vándorol. Győr-Moson-Sopron megyében a bruttó átlagkeresetek jobban közelítenek az országos átlaghoz. Különösen szembetűnő az iparban mért, országos átlagot meghaladó keresetek nagysága. A viharsarki megyében az ipari átlagkeresetek csupán 2/3-át teszik ki a kisalföldi megye ugyanezen mutatójának. Ez a tény a tapasztalatok alapján középtávon már migrációt válthat ki.

A jövedelemszint vizsgálatánál harmadik komponensként mindenképpen célszerű számba venni az egy állandó lakosra jutó személyi jövedelemadó alapját képező jövedelem nagyságát a két megyében. Győr-Moson-Sopron megyében 2001-ben ez 400.000 forint, míg Békésben 262.000 forint volt (KSH 2004). Ezen két megyei átlagértéket mindkét megyében meghaladja a két megyeszékhelyen, Békéscsabán, illetve Győrött mért érték, a többi kistérségben azonban elmaradnak a személyi jövedelemadó alapját képező jövedelmek az adott megyére számított átlagtól.

Megállapíthatjuk, hogy a jövedelmek vizsgálatának általam használt mindhárom komponense – egy főre jutó GDP, átlagkeresetek, szja alapját képező jövedelem – kimutatja a két megye közti szignifikáns jövedelmi különbségeket. A legnagyobb különbség az egy főre jutó GDP értékében mutatkozik, itt a győr-mosonsoproni érték majdnem kétszerese a békési értéknek. Ennél kisebb eltérés tapasztalható a személyi jövedelemadó alapját képező jövedelem terén, itt „mindössze" másfélszeres a különbség Győr-Moson-Sopron megye javára. A

[5] A DTI tanulmánya a jövedelmek vizsgálatánál *kizárólag* az egy főre jutó GDP-t veszi figyelembe. Tanulmányunkban a minél igényesebb helyzetelemzés érdekében további két komponens is elemzésre kerül.

legkisebb eltérés a bruttó átlagkeresetek esetén figyelhető meg (1,3-szeres). A tőkejövedelmeket nem könnyű megmérni, ezek vizsgálatára nincs lehetőség. A KSH nem közli például a társasági adó alapját képező vállalati jövedelmeket, ráadásul ezek közgazdasági tartalma is erősen kétséges a telephelyek adatai miatt.

2.2. A munkatermelékenység

A munkatermelékenység egyik legfontosabb mutatóját, az egy foglalkoztatottra jutó GDP-t vizsgálva megállapíthatjuk, hogy minden ágazatban Győr-Moson-Sopron megye értéke nagyobb, kivéve a mezőgazdaságot, ahol megközelítőleg egyenlő értéket számítottunk a két térségre vonatkozóan. Legjelentősebb az eltérés az iparban, ahol a győr-moson-soproni érték több, mint kétszerese a békési értéknek[6]. Ez is mutatja Békés megye egyoldalú szerkezetét, mely döntően a mezőgazdaságra épülő iparágakban testesül meg. A feldolgozóipar ágazatait tekintve egyoldalú iparszerkezet áll előttünk, a Békés megyei feldolgozóipari GDP mintegy 60%-át három ágazat produkálja: az élelmiszeripar, a nemfém ásványi termékek gyártása (üveggyártás, tégla- és cserépgyártás) és a kőolaj-feldolgozás.

Győr-Moson-Sopron megyében a bruttó hozzáadott érték majd fele a szolgáltatások terén keletkezik, 45%-a az iparban, illetve építőiparban, míg a maradék 5% a mezőgazdaságban képződik. Ráadásul a megye gazdasági szerkezetének átrendeződése is a magasabb hozzáadott értékű ágazatok előtérbe kerülésének irányába zajlik. Az ipar térhódítása mellett a korszerű gazdasági szerkezethez hozzájáruló másik tendencia a mezőgazdaság relatív visszaszorulása.

2.3. A foglalkoztatottság

A munkaerőpiac helyzete mind *számszakilag*, mind pedig *minőségileg* jóval kedvezőbb a kisalföldi megyében. A munkanélküliek aránya fele az alföldi megye ugyanezen mutatóval kifejezett értékének. Ráadásul Békés megyében sokszor találkozhatunk a tartós munkanélküliség problémájával, ezzel szemben a 180 napon túli munkanélküliek aránya a megyék között a vizsgált nyugati megyében a legalacsonyabb. Elmondható továbbá, hogy a Nyugat-Dunántúli Régióban található megye munkavállalói sokkal *produktívabb ágak*ban fejtik ki munkaerejüket, nagyobb hozzáadott értéket állítanak elő, mint dél-alföldi kollégáik. A mezőgazdaságból a munkaerő az exportképes, a nemzetközi versenyben helyt álló iparba vándorolt, továbbá az ide áramló kvalifikált munkaerő tudása felhalmozódott a szolgáltatási szférában. Lényeges, hogy Győr-Moson-Sopron megyében a munkaerő-kereslet és -kínálat szerkezete eltér egymástól, vagyis fennáll a *strukturális munkanélküliség*

[6] Ezen eltéréseket jól követik a bruttó átlagkeresetek, de az iparban kisebb amplitudoval, hiszen a több, mint kétszeres GDP/fő értéket csak másfélszeres bruttó átlagkeresettel honorálják Győr-Moson-Sopron megyében, mint Békés megyében.

ténye! A külföldi tőke a képzett és nyelvtudással is rendelkező, alkalmazotti réteg iránt olyan erős keresletet támasztott, hogy már a munkaerőhiány jelei mutatkoznak.

Az egységes versenyképességi definíciónál fontos a *területi egységek bekapcsolódása a globális gazdaságba*[7]. Győr-Moson-Sopron exportja[8], importja, valamint a nyitottság mutatója[9] egyaránt jelentősen meghaladja a Békés megyei értéket. Ezen vizsgálati szempontból statisztikai értelemben már fennáll a két megye közötti *nagyságrendi különbség*[10]. Nagyon fontos a számok mögé nézni. Egyrészt a gyenge békés megyei export oka az élelmiszergazdaságra épülő keleti exportpiacok beszűkülése, valamint az, hogy az exportra szánt cikkek kis része versenyképes az Európai Unió piacain. Másik fontos megjegyzés, hogy Győr-Moson-Sopron megye jelentős külkereskedelmi értéke döntően egy vállalatnak köszönhető, és egyenesen következik az Audi Hungária termelési és logisztikai politikájából. Míg Győr-Moson-Sopron megyében már kialakult egy erősen exportorientált, magas külföldi működőtőkét allokáló nagyvállalati kör, addig Békésben döntően kis- és középvállalkozások találhatóak, melyek túlnyomó részt belső piacra termelnek és hazai tulajdonban vannak.

A rendelkezésre álló statisztikai adatok mindhárom alapkategóriát illetően egyértelműen kimutatják Békés és Győr-Moson-Sopron megye közötti versenyképességi különbséget: a vizsgált nyugati megyében mind az adatok abszolút szintje, mind pedig azok elmozdulása kedvezőbb, mint a vizsgált alföldi megyében.

3. Békés és Győr-Moson-Sopron megye a piramis-modell alaptényezőinek tükrében

Indokolt megvizsgálni, hogy a két vizsgált megyében mit állapíthatunk meg az alaptényezők jelenlegi helyzetéről, hiszen ez a versenyképesség javításának lehetőségét alapvetően befolyásolja. A piramis-modell öt alaptényezője a következő (Lengyel 2000b):

1. Kutatás és technológiai fejlesztés
2. Infrastruktúra és humán tőke
3. Közvetlen külföldi befektetések

---

[7] Az adatok elemzésekor ügyelnünk kell arra, hogy a statisztikai nyilvántartás csak az ötven főnél nagyobb vállalatok székhely szerinti adatait közli. Ez azonban a térség külkereskedelmének szignifikáns részét (95-97%-át) adja, így az adatok relevánsnak tekinthetőek.

[8] A regionális gazdaságtan fogalmai szerint külföldnek minősül minden területi egység, amely a vizsgált régió határain kívül van. A statisztikai nyilvántartás azonban megyék között lebonyolított „külkereskedelmet" nem mér.

[9] $A_nyitottság_általam_használt_mutatója = \frac{Export + import}{2 \cdot GDP}$

[10] Győr-Moson-Sopron megye exportja 15-szöröse, importja 25-szöröse, nyitottsági mutatója 11-szerese a megfelelő békési értéknek.

4. Kis- és középvállalkozások
5. Intézmények és társadalmi tőke

1. *Kutatás és technológiai fejlesztés*: A térségek versenyképességét döntően meghatározza az innovációk jelenléte. Az állami K+F tevékenység mindkét megyében alacsony, de a vállalati kutatások terén már jelentős különbségeket érzékelünk. Azon kutatóközpontok közül, amelyek Magyarországon vidékre települtek, Győrött működik az egyik legnagyobb. Az Audi Motorfejlesztő Központja 200 új, jövőorientált munkahelyet teremtett konstruktőrök, fejlesztőmérnökök, gyártástervezők és informatikusok számára. Motorfejlesztők, termelési és minőségbiztosítási mérnökök és gyártástechnológusok közösen, egymással szorosan együttműködve végzik feladataikat.
2. *Infrastruktúra és humán tőke*[11]: „… a magyar gazdaság legújabb növekedési periódusa, a rendszerváltással valószínűsíthetően felerősödött regionális egyenlőtlenségek jórészt összefüggésbe hozhatók a tőkeigényes infrastruktúra szerkezeti, mennyiségi, de főképpen *súlyos minőségi problémáival,* illetve azok részleges feloldásával." (Horváth 2001. 224. o.). Ez az alaptényező nehezen mérhető, túl sok mindent értünk alatta. Jelenleg a műszaki infrastruktúra, jellemzően a közúti közlekedés elégtelen volta, Békés megye főváros felől történő nehézkes megközelíthetősége okozza a legkomolyabb problémát. Győr-Moson-Sopron megye fizikai bekapcsolódása a globális világba mind közúton, mind a vízi, mind pedig a légi forgalomban jóval kedvezőbb, mint Békés megyéé. Sőt, Békés megye szinte az egyetlen olyan térség a Magyar Köztársaság területén, amely a magyarországi autópályáknak ötven kilométeres vonzáskörzetén is kívül esik, ez a vállalatoknak komoly *versenyhátrány*. A IV-es páneurópai vasútvonal viszont mindkét vizsgált megyét átszeli, így ebből a szempontból nincs különbség a két térség között.
   A közműellátottsági mutató (egy km ivóvízvezeték-hálózatra jutó szennyvízcsatorna-hálózat hossza) tekintetében is tetten érhető a két megye közötti infrastrukturális ellátottságbeli különbség. Békés megyében ez az érték 309 méter volt, míg Győr-Moson-Sopron megyében ennek több, mint kétszerese, vagyis egy kilométer ivóvízvezeték-hálózatra 710 méter szennyvízcsatorna-hálózat jutott 2000. végén. Békés megyében továbbá kiugróan alacsony a közüzemi szennyvízcsatorna-hálózatba bekapcsolt lakások aránya (34,4%).
   Győr-Moson-Sopron megye nem csak fizikailag, hanem virtuálisan is könnyebben képes bekapcsolódni a globális világ folyamataiba. Az ezer

[11] A legnagyobb különbség a DTI és a piramis-modell által kínált elemzési lehetőség között talán ebben a tényezőben mutatkozik. A piramis-modellben erőteljesen megjelenő műszaki infrastruktúra (pl. autópályák) a DTI-jelentésben meg sem jelenik, hangsúlyozzák viszont a virtuális kapcsolatok fontosságát, továbbá a humán tőke külön részfejezetben kerül kiemelésre.

lakosra jutó kábeltelevíziós hálózatba bekapcsolt lakások számában csak Közép-Magyarország előzi meg a Győr-Moson-Sopron megyét magában foglaló Nyugat-Dunántúli régiót. A Dél-Alföldi régióban feleannyi embernek van lehetősége kábeltelevíziós hálózatra csatlakozni, mint Nyugat-Dunántúlon. A kommunikációs infrastruktúra terén el kell különíteni a nagyobb városokat a többi településtől. Előbbiekben kielégítő, vagy jó az ellátottság, így a fejlődés csomópontjai lehetnek.

Ehhez az alaptényezőhöz tartozik a *humán tőke* vizsgálata is. Ez is egy nehezen mérhető, de nagyon fontos kategória. Békés megyében a megyeszékhelyen *egyetemi szintű oktatás nincs*, főiskolai szinten gazdasági tudást lehet szerezni a Tessedik Sámuel Főiskola Gazdasági Főiskolai Karán pénzügyi és gazdálkodási szakon. Problémát okoz az oktatói bázis: a minősített oktatók más felsőoktatási intézményekből járnak. Az oktatási témakörök Békés megyében nem egyediek. Győr-Moson-Sopron megye ezzel szemben két egyetemmel rendelkezik, ahol mérnököket, közgazdászokat egyaránt képeznek, továbbá mezőgazdasági és élelmiszertudományi diplomát is lehet szerezni. Győrött az egyetemek és a vállalatok közti kapcsolat erősödik. Az Audi Hungária Motor Kft. és a győri Széchenyi István Egyetem együttműködési megállapodást írt alá, mely rögzíti a nagyvállalat és a felsőoktatási intézmény közötti szakmai kapcsolatok elmélyítését. Az egyetem továbbá benne van a Pannon Autóipari Cluster klaszter-magjában.

3. *Közvetlen külföldi befektetések*: A kisalföldi megye külföldiműködőtőke-vonzó képessége szignifikánsan nagyobb, mint Békés megyéé mind a külföldi érdekeltségű vállalkozások számát, mind jegyzett tőkéjét, mind a külföldi befektetés arányát illetően. A vegyes vállalatok nagy része (több mint 40%) Győrben telepedett le, a második legpreferáltabb hely Sopron. Megfigyelhető tehát térbeli koncentráció a nagyobb városok előnyére. Szembetűnő, hogy a Békés megyei vállalatok összességében sem fektettek be annyi tőkét a megyében, mint Győr-Moson-Sopron megye egyetlen kiragadott nagyvállalata, az Audi Hungária. Győr-Moson-Sopron megyében már beindult egy öngerjesztő folyamat, a betelepülő multinacionális vállalatok jelenléte biztonságot ad a betelepülni vágyóknak, csökkenti a betelepülés kockázatát. A befektetők letelepedésében már ez játssza a döntő szerepet, hiszen a sikeres gazdasági tevékenységhez szükséges alapinfrastruktúra teljes egészében kiépült, sőt a fejlett infrastrukturális tényezők magas színvonala is jellemző a térségre. Ez a folyamat a jövőben várhatóan tovább erősödik, a befektetni szándékozók már nem a költségelőnyökre fognak települni, hanem olyan környezetbe vágynak, ahol jellemző a spill-over, valamint lehetőség van formális és informális kapcsolatok, klaszterek kialakítására. A gazdaság térbeli rendeződésében ugyanis ez játssza a fő szerepet, ez jelenti a fő motivációt.
4. *Kis- és középvállalkozások*: Békés megyében 1995-től 42,5%-kal nőtt a működő társas vállalkozások száma, míg Győr-Moson-Sopron megyében

123%-kal (KSH 2004). A kis- és középvállalkozások számának növekedése mindkét térségben megfigyelhető. A KKV-k számának növekedése elvileg azt jelzi, hogy a vállalkozói környezet kedvező a regionális fejlődés szempontjából, a környezet alkalmas térségi bázisnak. Azonban Békés megyében inkább arról van szó, hogy a vonzó üzleti befektetések hiánya váltja ki a vállalkozási „kedvet". Ezt támasztja alá az egyéni vállalkozások nagy aránya az összes vállalkozáson belül, továbbá az, hogy a társas vállalkozásokon belül magas az alacsony kezdőtőke-igényű korlátlan felelősséggel bejegyzett társasági forma. A működő vállalkozások nagy része a nontraded szektorban koncentrálódik. Egy térség gazdasági versenyképességére döntően azonban a traded szektor vállalkozásai, továbbá a kft-k, rt-k hatnak. Utóbbiak egy főre jutó száma azonban az országos átlag felét sem éri el. Az egyéni vállalkozások viszont az országos átlagtól szignifikánsan nem térnek el fajlagos számukat tekintve. Ezek döntően a mezőgazdaságban kényszervállalkozóként megjelenő családi vállalkozások. Mindkét megyében megfigyelhető a jogi személyiségű társas vállalkozások székhelyének nagyobb városokra történő térbeli koncentrációja.

5. *Intézmények és társadalmi tőke*: Ahhoz, hogy a vállalatok sikeresek legyenek, nem elegendő a vállalatvezetés hozzáértése és elkötelezettsége. Hatékony együttműködést kell megvalósítani a térségben egyrészt a vállalatok és az intézmények között, másrészt a különféle intézményeknek egymás közt. Győr-Moson-Sopron megyében már letelepültek domináns vállalatok, sőt döntési központok is vannak, és kezd kialakulni a nagyvállalatok felsőoktatási intézményekkel való együttműködése. Békés megyében hiányzik a megyét térségi bázisnak tekintő nagyvállalat, így a kis- és középvállalkozásoknak össze kellene fogniuk érdekeik közös érvényesítése érdekében. A társadalmi tőke azonban nem elég fejlett ehhez. A vállalkozások nem bíznak meg egymásban, hiányzik az együttműködésre való törekvés. Egymás rovására akarnak terjeszkedni, csak kevesen gondolnak arra, hogy az összefogás mindenkinek jó lehet (Lengyel 2001). Pedig ahol sikerül kellő humán és társadalmi tőkét kínálni a külföldi nagyvállalatok számára, ott nem kell attól tartani, hogy a hazai bérszínvonal emelkedésével (a költségelőnyök csökkenésével) a működő tőke az olcsóbb munkaerőt kínáló országokba áramlik a Magyarországon kínált kedvezmények megszűnésével.

4. Sikerességi faktorok

A piramis talapzatát alkotja azon nyolc tényező, amely egy térség versenyképességét *közvetetten, áttételeken keresztül* és *hosszabb távon* befolyásolja. Ezek a hosszú távú sikerességhez elengedhetetlen társadalmi és gazdasági faktorok. A két vizsgált megye jelenlegi helyzete, illetve lehetséges fejlődése szempontjából kiemelten

fontosnak tekintünk két faktort, a gazdasági szerkezet és a regionális elérhetőség faktorait, így jelen tanulmányban csupán ezen két faktor versenyképességre gyakorolt hatását elemezzük.

1. *Gazdasági szerkezet*: Az Európai Unióban 1998-99-ben, a hatodik periodikus jelentés elkészítésekor megvizsgálták, hogy mi lenne akkor, ha a gazdasági szerkezet homogén lenne a vizsgált régiókban. Ilyen feltétel esetén az elmaradottság fele eltűnt, így a gazdasági szerkezet eltérése nagyon fontos faktor. Békés megyében a meglevő hagyományos ipari termelés nem tudja ellátni a növekedés forrásának szerepét hiszen mind az ún. hagyományos iparágak közé sorolható, ahol a hazai és nemzetközi piac telítődik vagy már telített, a termékéletgörbék leszálló ágban vannak, és kevéssé kvalifikált munkaerőt igényelnek. Teljesen hiányoznak a modern, technológiaintenzív, magasan képzett munkaerőt felszívó iparágak, amelyek igazán lendíthetnék a megye és a régió gazdasági életét. Sőt, az ipari termelés reálértéken csökken, az 50 főnél többet foglalkoztató iparvállalatoknál a termelékenység növekedése lelassult. Ez azért probléma, mert a piramis-modell logikája szerint a nagyvállalatok inkább a termelékenység fokozásán, míg a kis- és középvállalatok inkább a foglalkoztatottság biztosításán keresztül hatnak a versenyképességre. Ha pedig a nagyvállalatok ezt a szerepet nem tudják ellátni, akkor a fejlődés féloldalas lehet. Helyi gazdaságélénkítő szerepük sincs, hiszen a helyi mezőgazdasági kapacitásra települt élelmiszeriparon kívül egyik megyei szinten domináns iparág sem igényli a helyi beszállítókat, így a tovagyűrűző gazdaságélénkítő multiplikátor hatásuk elhanyagolható.
   Ezzel szemben Győr-Moson-Sopron megye gazdasági szerkezete produktív iparágakra épül, ráadásul a mezőgazdaság GDP-részesedése visszaszorulóban van. A megye húzóágazatai jellemzően innovatívak, kiemelkedő a gépipar, mely országos jelentőségű iparágnak tekinthető, s melynek döntési központjai is megjelennek a térségben. Ezen iparágakban még van terjeszkedési potenciál, és exportképes. Lényeges, hogy kvalifikált munkaerőre épít. Az üzleti szolgáltatások itt is a nagyobb városokra koncentrálódnak, de nyújtóik jóval igényesebb kereslettel találkoznak, mint Békés megyében.
2. *Regionális elérhetőség*: Egy térség fejlődését, fejlettségét alapvetően meghatározza, hogy mennyire tud bekapcsolódni a globális világ folyamataiba, mennyire van tőle elszigetelve akár fizikailag, akár virtuálisan. A regionális elérhetőséget számszerűsíthetjük is a Terra Stúdió 2001-es kutatásában meghatározott módszertan alapján (Terra Stúdió 2002). A kutatás a közlekedési infrastruktúra jelentőségét vizsgálja a gazdasági-térbeli folyamatokban. A modellben egy-egy *település*ről kiinduló mozgások legrövidebb idejű megvalósítása kerül kiszámításra. A tíz vizsgált mozgási reláció legrövidebb elérési idejének meghatározott súlyozásával komplex elérési mutatót kapunk, mely a két megyeszékhelyre vonatkozóan a következő:

Békéscsaba: 54,54, míg Győr 31,71. A modell logikája szerint a tíz vizsgált mozgási reláció közül háromban[12] a két megyeszékelyre számított elérési idő zérus, valamint további öt mozgási relációt[13] illetően nincs szignifikáns különbség a két megyeszékhely között. A *főváros* és a *legközelebbi autópálya-csomópont távolsága*, mint mozgási relációk értéke viszont annyira nagy Békés megyére vonatkozóan, hogy emiatt a megyeszékhely komplex elérési mutatója majdnem kétszerese a Győrinek.

5. A kompetitív fejlődés szakaszai

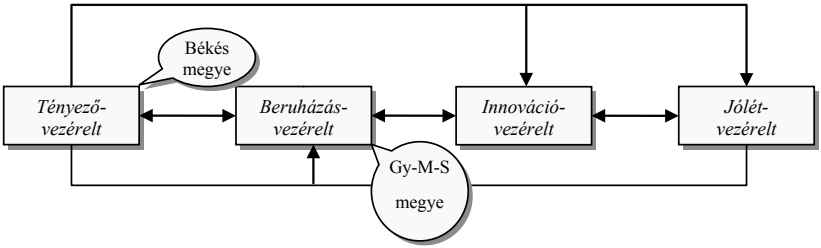
A helyi gazdaság állapotának helyes felmérése a sikeres gazdaságfejlesztési stratégiák kidolgozásának és alkalmazásának az alapját képezi (Waits 1998, Stimson et al 2002). A helyzetfelmérés eredményei nagy mértékben meghatározzák a gazdaságfejlesztés alkalmazandó gyakorlatát, melyre több elméleti igényességű, sokszor matematizált modell áll rendelkezésünkre (Malizia-Feser 1999, Stimson et al 2002). Tanulmányunkban inkább Porter fejlődési szakaszaira támaszkodunk, hiszen az egyrészt gyakorlatiasabb, másrészt jobban illeszkedik az általunk eddig használt fogalomrendszerhez. Az eddig leírtak alapján megkíséreljük besorolni a két megyét a *kompetitív fejlődés szakaszaiba*. (2. ábra). Porter a térségek fejlettségét fejlődési szakaszokba való besorolással próbálja megragadni. (Lengyel 2000a).

Magyarország megyéinek jelentős része, így Békés megye is jelen pillanatban megítélésünk szerint a tényezővezérelt szakaszban van, ugyanis természeti erőforrások (föld) illetve alacsony képzettségű olcsó munkaerő az, amire versenyelőnyt lehet alapozni a nemzetközi árversenyben. Ebből adódóan csak költségelőnyöket tudnak kihasználni, a termékdifferenciálásból adódó előnyök nem elérhetőek. Innovációs tevékenység, kutatás-fejlesztés nem jelentős, áttörést nem képes elérni, a meglevő technológia elavult, s a térségen kívülről vásárolt. Mivel az alapinfrastruktúra fejletlen, ezért elsődleges fejlesztési cél az alapinfrastruktúra fejlesztése. Porter szerint a fejlett országokban egyre inkább az a tendencia figyelhető meg, hogy a versenyképességet az egyedi érték és az innovációk határozzák meg, szemben a költségelőnyökkel (Porter 2003).

[12] A legközelebbi kistérségi központ elérhetősége, a legközelebbi megyeközpont vagy megyei jogú város elérhetősége, a leghamarabb elérhető ipari parkok.

[13] A legközelebbi három kistérségi központ elérhetőségének átlaga, a legközelebbi három megyeközpont vagy megyei jogú város elérhetőségének átlaga, a legközelebbi három ipari park elérhetősége, a legközelebbi nemzetközi határátkelőhely elérhetősége, a legközelebbi három nemzetközi határátkelőhely elérhetősége.

2. ábra Békés és Győr-Moson-Sopron megye elhelyezése a kompetitív fejlődés szakaszaiban



Forrás: Lengyel (2000a) alapján saját szerkesztés

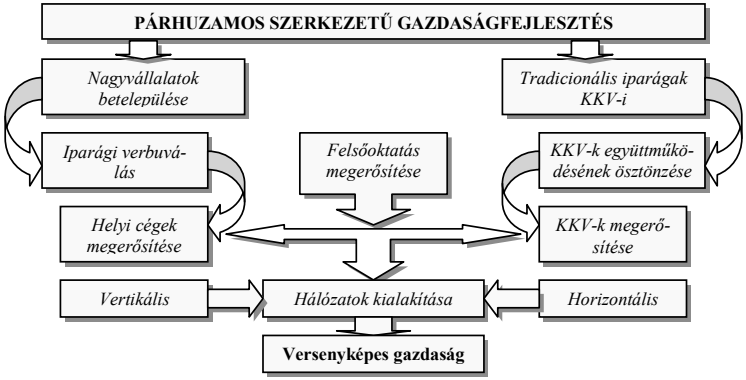
Magyarországon csak néhány térség sorolható be a beruházásvezérelt fejlődési szakaszba versenyképessége, gazdasági tevékenysége alapján. Győr-Moson-Sopron megye véleményünk szerint ide tartozik, hiszen rendelkezik magasabb rendű versenyelőnyökkel, speciális és fejlett tényezők valamilyen szinten jelen vannak, a Porter-rombusz több determinánsa is versenyelőnyöket hordoz (Lengyel 2000a) . A környezeti feltételek alkalmasak a piacon elérhető lehető legjobb technológia gyors átvételére, így az innovációs eredményeket gyorsan képesek adaptálni. Sok helyen jelentős önálló kutatás is zajlik, tökéletesítve a vásárolt technológiát. Mivel a legjobb technológiát alkalmazzák, és olcsó, de jól képzett a munkaerő, ezért lehetőségük van a külpiaci megjelenésre, ami Győr-Moson-Sopron megye esetén jelentős.

6. A jövő gazdaságfejlesztési irányvonalai Békés megyében

A fentebbiek alapján Békés megye jelenlegi helyzetéből adódóan a versenyképes gazdaság eléréséhez kétféle út látszik járhatónak (*3. ábra*):

1. Domináns nagyvállalat jelenlétét igénylő klaszter alapú gazdaságfejlesztés kiépítése.
2. Tradicionális iparágak KKV-ire támaszkodó együttműködés-ösztönzés.

3. ábra Lehetséges gazdaságfejlesztési irányok Békés megyében



Forrás: saját szerkesztés

6.1. A klaszter alapú regionális gazdaságfejlesztési stratégia lehetősége

A továbblépési lehetőségeket vizsgálva mindenképpen célszerű Waits regionális gazdaságfejlesztési stratégiájára hivatkozni. Az ő modellje ugyanis elmaradott régiókra lett kidolgozva, az Egyesült Államok 1960. utáni fejlődési tapasztalataiból kiindulva (Waits 1998). Logikai menetet vázol fel, az elmaradott térségből indul ki, és *lépésenként, egymásra épülve* jut el a klaszter alapú gazdaságfejlesztéshez (bottom-up megközelítés). A fázisokat tehát végig kell járni, nem lehet az első fázisból rögtön a negyedikbe ugrani. A modellben négy fázis különül el (Waits 1998, Lengyel 2002a):

1. Iparági verbuválás
2. Szerkezetátalakítás
3. Újraszervezés (reorganizáció)
4. Új irányok

A két vizsgált megye besorolása ezen fázisokba nem egyszerű feladat, hiszen Waits modelljében az egyes fázisok között átfedés van, mivel a gazdaságfejlesztési politikákban nem tapasztalható hirtelen, teljes mértékű változás. A területi egységek fejlődése nem a „rombolva építés" elvének érvényesülése mellett megy végbe, hanem az elért eredményekre támaszkodva. Békés megyében sem a külföldi működőtőke-befektetések aránya, sem pedig a megyén kívüli betelepülő cégek száma nem tekinthető szignifikánsnak. A térségen kívüli vállalatok letelepítésének első számú hazai eszközei, az ipari parkok Békésben szinte üresek. Ebből a szempontból a megye igazából még nem sorolható be az 1. fázisba, egyfajta „nulladik fázisban" található jelenleg, bár már elkezdődtek az iparági verbuválás kezdő lépései. Olyan nagyvállalatok is vannak, amelyek már az első fázisba léptek, de ezekkel

összefüggésben iparág még nem jött létre, és ezen vállalatok önmagukban még nem tudták átbillenteni a megyét a fejlődés irányába.

Megfigyelhető, hogy Békés megyében az iparági verbuválás még nincs abban a helyzetben, hogy válogasson a befektetők közül, ily módon nem tehet mást, mint a jelentkező befektetők mindegyikét az első körben letelepíti a térségben. Reálisan nem lehet azzal számolni, hogy komoly innovációs potenciállal rendelkező, nagy tömegű kvalifikált, konvertálható tudású munkaerőt felszívni képes vállalatot sikerül becsábítani a térségbe, hiszen ilyeneket a cégek között már válogató fejlett ipari parkok is szívesen látnak, ráadásul ilyen jellemzőkkel leírható munkaerő kínálat a megyében nincs jelen. Rövid távon tehát nem várható látványos áttörés ebben a kérdésben, legfeljebb olyan vállalatok betelepülése képzelhető el, amelyek más ipari parkokba nem nyernek bebocsátást, vagyis megítélésük kevésbé kedvező, vagy amelyek kifejezetten a meglevő gazdasági szerkezetre kívánnak települni. Ez viszont ördögi kör, hiszen az olcsó munkaerőre települő vállalatok technológiailag fejletlen, képzetlen munkaerőt alkalmazó tevékenységet telepítenek.

Éppen emiatt kell nagyon sürgősen megvalósítani a megyében a szerkezetváltást, mert a fentebb leírt folyamatok beindulása hosszú távra konzerválhatja a megye versenyképtelen gazdasági szerkezetét, ami további *leszakadáshoz vezethet*. Nagy kérdés, hogy sikerül-e olyan nagy cégeket rövid időn belül betelepíteni, amelyek hozzá tudnak járulni a relatíve gyors szerkezetváltás lebonyolításához. Ha igen, tudatos munkával végig kell vezetni a megyét a négy fázison, így lehet esély a leszakadás megállítására, s a klaszter alapú gazdaságfejlesztésen keresztül a felzárkózás megindítására. Igazán optimális az lenne, ha olyan vállalat települne be, amely egy esetleges vertikális hálózat integrátor vállalata lenne, mely a helyi KKV-bázis számára fejlődési lehetőséget biztosítana mind termelési, mind pénzügyi oldalról (Imreh – Lengyel 2002). Ez nyilvánvalóan egy hosszú folyamat, amelyet napról-napra tudatosan kell menedzselni, hiszen a fázisok közti átmenet csak részben öngerjesztő folyamat, sok kihívás adódik, amelyet kívülről, gazdaságfejlesztési eszközökkel kell megoldani. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni a megye tradicionális iparágakra épülő széles kisvállalkozói körét, amely fontos bázisát jelentheti egy másik típusú, ugyanakkor az előzővel párhuzamosan folytatott gazdaságfejlesztésnek.

6.2. A tradicionális iparágakra épülő KKV-alapú gazdaságfejlesztés

A kis- és középvállalkozásokra építő olasz iparági körzetek mintájára Békés megyében reálisan lehetne gazdaságfejlesztési eszközökhöz nyúlni, nyilvánvalóan a megfelelő hatástanulmányok elvégzése után. Békés megye ezen úton történő elindítására mintaként szolgálhat az olasz Emilia-Romagna régió[14]. Fontos

[14] Óvatosan kell ugyanakkor eljárni az adaptáció során, ugyanis Emilia-Romagna NUTS-2 szintű régió ellentétben Békés megyével, mely viszont NUTS-3 szintű.

hasonlóság, hogy a térség hagyományos ágazata a mezőgazdaság, jelentős szerepet betöltve az élelmiszeriparban. Ugyanakkor az 1970-es években az iparági körzetek keretein belül működő KKV-k, mint fejlődést generáló motor segítségével ipari fellendülés volt tapasztalható (Amin 1999).

Békés megyében magas a mikrovállalkozások aránya a vállalati struktúrán belül, rendkívül széles spektrumot átölelő tevékenységi körrel. A Harmadik Olaszországban szintén rendkívül sokféle tevékenység fér meg egymás mellett, és ami nagyon fontos, gyárt világszínvonalú termékeket, és jelentős exportot bonyolít le. Hagyományos kézműipari alapokra építenek, azonban az ágazatok hagyományos jellege ellenére nagyfokú innovativitás jellemzi őket, hiszen tudják, hogy csak így maradhatnak versenyképesek. Nagy szerepet kap a földrajzi közelség, az, hogy akár perceken belül gyalog is el tudják érni egymást. Kiemelkedő ebből adódóan a személyes kapcsolat, fontosak az informális csatornák. A kisvállalatok együttműködései esetén sokszor megfigyelhető a baráti, vagy rokoni alapon történő együttműködés, ami számos siker kulcsa.

A Waits-modellnél a gazdaságfejlesztés-menedzsment feladata a folyamatot megindító nagyvállalatok letelepítése, és a gazdaságfejlesztés tudatos alakítása, míg a KKV-kre építő modell esetén az *együttműködés* elősegítése. Kulcsmomentum ugyanis az összefogás, hiszen együtt a kisvállalatok mind vevői, mind beszállítói oldalon szerves egészként képesek megjelenni, közös árképzést, marketinget, termékfejlesztést stb. alkalmazni, s ezáltal a „nagyokkal" a versenyt felvenni. Hazánkban a kis cégek még nem ismerték fel az együttműködésben rejlő lehetőségeket, inkább versenytársat, mint partnert látnak egymásban. Az együttműködésnek erőteljesen meg kell jelennie a helyi gazdaságfejlesztés meghatározó szereplői (helyi kormányzatok, gazdasági érdekképviseletek, technológia transzfer szervezetek és a helyi fejlesztési ügynökségek) között is. A versenyképes gazdaság kialakításában, illetve a folyamatos szerkezetátalakítás megvalósulásában kiemelt szerepük van a tudáscentrumként működő egyetemeknek. Ebben a fázisban azonban reálisan még csak a térség felsőoktatásának megerősítése lehet reális cél.

Ahhoz, hogy a kis- és középvállalkozások alkotta hálózatok a globális versenyben sikeresek legyenek, alapvető feltétel, hogy a résztvevő KKV-k erősek legyenek. A globális versenyben csak az a térség tud sikeresen helyt állni, amely a „traded" iparágakra koncentrál, melyek termékeit vagy szolgáltatásait a régión kívül értékesíteni lehet, és mindenki bővítheti termelését, és nem csak egymás rovására lehet bővülni. Ehhez a helyi gazdaságfejlesztési intézményrendszernek minden támogatást meg kell adnia a vállalkozásoknak, hiszen a térség versenyképessége múlik ezen. A vállalkozásfejlesztés azonban csak akkor lehet önfenntartó, ha piaci alapon valósul meg. A magas minőségű szolgáltatásokért a piacfejlesztő vállalkozásfejlesztési modell szerint a vállalkozások akár piaci árat is hajlandóak

fizetni, hiszen ebben fejlődésük kulcsát látják[15] (Kállay 2002). A vállalkozói szférát be kell vonni a vállalkozásfejlesztésbe, hogy ne legyen öncélú a vállalkozásfejlesztés.

7. A jövő gazdaságfejlesztési irányvonalai Győr-Moson-Sopron megyében

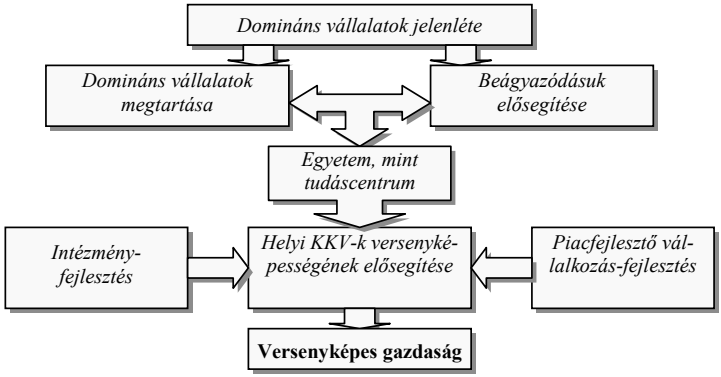
A nyugati megyébe már betelepültek komoly, nemzetközileg ismert és elismert nagyvállalatok. Az iparági verbuválás már válogat a betelepülni vágyó cégek között, és korszerű technológiát alkalmazó, környezetkímélő, magasan képzett munkaerőt alkalmazó vállalatokra összpontosít. Nem irreleváns már a letelepülő vállalatok, illetve a létrehozott munkahelyek *jellege*. A megye megítélésünk szerint már az első fázison mindenképpen túl van. A hagyományos „kéményes ipar" helyett korszerű, modern technológiát alkalmazó vállalatok termelnek, egyre inkább előtérbe kerülnek az endogén tényezők. Ebben a szakaszban az jelent kihívást, hogy a betelepült nagyvállalatokat megtartsák, jellemzően azért, mert lejárnak az első fázisban ösztönzőként kínált kedvezmények[16]. A második fázis befejezésének kulcsa, hogy a jól képzett munkaerő miatt településnek Magyarországra, nem pedig azért, mert az olcsó. Ha ez kialakult, akkor a nagy cégek megtartása magától értetődő lesz (*4. ábra*).

Mivel a domináns nagyvállalatok már betelepültek, a gazdaságfejlesztés fókusza a kisvállalatokra irányulhat. Ösztönözni kell a betelepült nagyvállalatok *beágyazódását* a helyi gazdaságba, melynek legkézenfekvőbb módja a hazai beszállítói kör aktivizálása. A térség kis- és középvállalkozásait úgy kell segíteni, hogy azok képesek legyenek a domináns vállalat támasztotta szigorú minőségi és mennyiségi követelményeknek megfelelni, ezáltal beszállítóvá tudjanak válni. Ez nagyon fontos, hiszen csak ők képesek a foglalkoztatottság tartósan magas szintjének elérésére. A segítség formája itt is, akárcsak Békés megyében *piaci alapú* kell, hogy legyen, vagyis nem segélyeket kell adni a vállalkozásoknak, főleg nem jövedelem-újraelosztás útján. A nagyvállalatok helyi gazdaságba való beágyazásával lépéseket lehet tenni annak irányába, hogy a megyében keletkezett tényezőjövedelmek ne hagyják el a térséget, hanem ott kerüljenek felhasználásra.

[15] Az Emilia-Romagna régió elsődleges vállalkozásfejlesztési szervezete az ERVET. 2002-ben az éves költségvetése 8,1 millió euró, melynek 38%-a saját bevétel, jórészt a nyújtott magas minőségű szolgáltatásoknak (*real business service, RBS*) köszönhetően.

[16] Ez napjainkban Győr-Moson-Sopron, Fejér illetve Komárom-Esztergom megyében különösen aktuális kérdés, hiszen a kilencvenes évek elején nyújtott tízéves kedvezmények lejárnak.

4. ábra Gazdaságfejlesztési cselekvésterv Győr-Moson-Sopron megyére vonatkozóan



Forrás: saját szerkesztés

Győr-Moson-Sopron megyében a gazdaságfejlesztés legfontosabb feladata az, hogy lehetőség szerint minél előbb megszüntesse azt az állapotot, hogy domináns nagyvállalatai a szatelit (csatlós) iparági körzet mintájára működjenek (Lengyel 2002a). Ekkor ugyanis a helyi gazdaság fejlődése a lehetséges fejlődési potenciál alatt zajlik le, mivel a lényegi üzleti döntések kívül születnek, valamint a domináns vállalatnak a helyi kis- és középvállalkozásokkal minimális az együttműködése. A helyi gazdaság tulajdonképpen magára van hagyva, a nagyvállalat *szigetszerűen működik*. A kívánatos megoldás a hibrid iparági körzet, amikor a domináns vállalat erősen támaszkodik a helyi kis- és középvállalkozásokra (Lengyel 2002a). Az egyetemek szerepe ebben a fázisban felértékelődik: részt vesznek a regionális innovációs stratégia (RIS) kidolgozásában, valamint felhalmozott tapasztalatukkal hozzájárulnak tudásalapú helyi gazdaságfejlesztési programok kidolgozásához.

A helyi gazdaságfejlesztésnek arra kell ösztönöznie a térség nagyvállalatait, hogy működjenek együtt a térség vállalkozóival, valamint csak olyan új betelepülőket szabad befogadni, amelyek a helyi gazdaságtól nem elszigetelten kívánnak működni. Ehhez azonban elengedhetetlenül fontos az, hogy a helyi kis- és középvállalkozások erősek legyenek, és képesek legyenek megfelelni a magas igényeknek, amelyeket a beszállítókkal szemben támasztanak. Lényeges tehát a KKV-k felkészítése, megerősítése, amely rövid távú feladat, és középtávú hatása a domináns vállalatok megtartása. Nem elhanyagolható ugyanakkor az intézményfejlesztés állami szerepvállalással, melynek összhangban kell lennie a kialakuló klaszterek igényeivel.

8. Összegzés

Győr-Moson-Sopron megye versenyképességi dominanciája Békés megyével szemben egyértelműen kimutatható. Kijelenthetjük, hogy a két térség között versenyképességi szakadék tátong. Azonban nem kerülheti el figyelmünket az a tény, hogy a nyugati megye tényezőjövedelmének nagy része nem a megyén belül kerül felhasználásra, vagyis elhagyja a térséget! Lényeges tehát, hogy *nem csak a fejlődésben elmaradott térség(ek) igényel(nek) gazdaságfejlesztési beavatkozást, hanem a relatíve fejlett, ám kívülről vezérelt régió(k) is!* A beavatkozás azonban eltérő célfüggvénnyel valósul meg, hiszen amíg a relatíve fejlett térségekben a lokális beágyazódás elősegítése az elsődleges szempont, addig a kevésbé fejlett térségekben a további leszakadás megszüntetése. A beavatkozás elkerülhetetlen, hiszen *a túlzott területi különbségek az egész ország gazdasági növekedését veszélyeztetik.*

Az Európai Unió mind a jelenlegi (2000–2006), mind pedig a 2007–2013-as programozási időszakban kiemelt figyelmet fordít a fejlődésben elmaradott térségek versenyképességének növelésére, felzárkóztatására, a kohézió erősítésére. A versenyképesség fokozása érdekében a harmadik kohéziós jelentés szorgalmazza a fizikai és a humán tőkébe való befektetés fontosságát, az innováció fokozását a termelékenység és a foglalkoztatottság növelésén keresztül. A javaslat értelmében a strukturális politikának az új tagállamokban, így Magyarországon is azonosítani kell azon *szerkezeti problémákat*, amelyek a versenyképességre és a növekedési potenciálra a leginkább romboló hatással vannak. Minden régióra ki kell dolgozni egy *hosszú távú fejlesztési stratégiát.* El kell kerülni továbbá a *beruházások* jelenlegi növekedési centrumokba való koncentrálódását. Ez ugyanis hosszú távon a kiegyensúlyozott fejlődésnek a kárára válhat.

Minden régióban meg kell találni a növekedés kulcstényezőit, fejleszteni kell a versenyképesség alaptényezőit és alapkategóriáit, továbbá a tagállami politikákat össze kell hangolni az EU kohéziós politikájának követelményeivel. Mindkét politikának megvan a saját szerepe: a tagállami politikák jórészt alapvető szolgáltatásoknak, valamint jövedelemtámogatásoknak adnak prioritást, míg a kohéziós politika arra fókuszál, hogy azon strukturális egyenlőtlenségeket csökkentse, amelyek közvetlenül hatnak a régiók versenyképességére. Az alapelvek közül felértékelődik a *partnerség* elve.

A Strukturális Alapok támogatása csak akkor lehet hatékony, ha az megfelelően alá van támasztva növekedésorientált *nemzeti politikával*. Magyarországon erre még fel kell készülni, de a Nemzeti Fejlesztési Tervben már lefektették ennek szándékát: „Az EU csatlakozás kapcsán a területfejlesztési politika egyik legnagyobb feladata, hogy felkészítse és megerősítse a regionális intézményrendszert az EU források hatékony felhasználása érdekében, valamint a következő programozási ciklustól kezdődően az önálló regionális programok végrehajtására. Ezzel összefüggésben szükség van – a közigazgatási reformmal összhangban – a választott, önálló költségvetéssel rendelkező régiók kialakításának

előkészítésére, a területfejlesztési politikában jártas szakemberek további képzésére" (NFT 2003. 26. o.). Amíg ezen döntő jelentőségű reformok nem kerülnek megvalósításra, addig a kohéziós politika nem lesz képes megfelelő hatékonyságot elérni hazánkban!

Mindenképpen szem előtt kell tartani azt, hogy a hosszú távú, tartós versenyelőnyöket nem a költségelőnyök adják, hanem az egyedi érték és az innováció. Mindenképpen tanulságos, hogy már Széchenyiben is megfogalmazódott a reformkorban az, hogy a költségelőnyök nem képesek hosszú távú versenyelőnyöket nyújtani, mert az csak tudásalapú gazdaságban innováción keresztül érhető el: „Nem termékeny lapány, hegyek, ásványok, éghajlat 's a' t. teszik a' közerőt, hanem az ész, melly azokat józanon használni tudja. Igazibb suly 's erő az emberi agyvelőnél nincs. Ennek több vagy kevesebb léte a' nemzetnek több vagy kevesebb szerencséje." (Széchenyi 1830. 178. o.)

Felhasznált irodalom

Amin, A. 1999: The Emilian Model: Institutional Challenges. *European Planning Studies*, Vol. 7, No. 4.

Camagni R. 2002: On the Concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading? *Urban Studies*, Vol. 39, No. 13. 2395-2411. o.

CEC 1999: *Sixth Periodic Report on the Social and Economic Situation and Development of Regions in the European Union*. European Commission, Luxembourg.

CEC 2004a: *A new partnership for cohesion - Third Report on Economic and Social Cohesion*. European Commission, Brussels.

CEC 2004b: *Building our common Future. Policy changes and Budgetary means of the Enlarged Union 2007-2013*. European Commission, Brussels.

DTI 2003: UK Productivity and Competitiveness Indicators 2003. *DTI Economics Paper*, No. 6.

Egyedi Gy. 2000: Globalizáció és magyar területi fejlődés. *Tér és Társadalom,* 1. sz. 1-10. o.

Farkas B. – Lengyel I. 2001: Regionális versenyképesség és kohézió az Európai Unióban. *Tér és Társadalom,* 4. sz. 237-252. o.

Horváth Gy. 2001: A magyar régiók és települések versenyképessége az európai gazdasági térben. *Tér és Társadalom,* 2. sz. 202-232. o.

Imreh Sz. – Lengyel I. 2002: A kis- és középvállalkozások regionális hálózatainak főbb jellemzői. In: Buzás N. – Lengyel I. (szerk.): *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. JATEPress, Szeged. 154-174. o. (Letölthető: http://www.eco.u-szeged.hu/regionalis_tsz/tudkiadv.html)

Katona T. 2000: Mérési és megbízhatósági problémák a területi statisztikában. In: Farkas B. – Lengyel I. (szerk.): *Versenyképesség – regionális versenyképesség*. JATEPress, Szeged. 205-217. o.

Kállay L. 2002: Paradigmaváltás a kisvállalkozás-fejlesztésben. *Közgazdasági Szemle,* 6-7. sz. 557-573. o.

KSH 2003: *A bruttó hazai termék (GDP) területi megoszlása 2001-ben*. KSH, Budapest.

KSH 2004: *KSH STADAT adatbázis*. Hozzáférhető: http://www.ksh.hu

Lengyel I. 2000a: Porter-rombusz: a regionális gazdaságfejlesztési stratégiák alapmodellje. *Tér és Társadalom,* 4. sz. 39-86. o.

Lengyel I. 2000b: A regionális versenyképességről. *Közgazdasági Szemle*, 12 sz. 962-987. o.

Lengyel I. 2001: Iparági és regionális klaszterek: tipizálásuk, térbeliségük és fejlesztésük főbb kérdései. *Vezetéstudomány*, 11. sz. 19-43. o.

Lengyel I. 2002a: A regionális gazdaság- és vállalkozásfejlesztés alapvető szempontjai. In: Buzás N. – Lengyel I. (szerk.): *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. JATEPress, Szeged. 27-54. o. (Letölthető: http://www.eco.u-szeged.hu/regionalis_tsz/tudkiadv.html)

Lengyel I. 2002b: A klaszterek fejlesztésének általános tapasztalatai. In: Lengyel I. – Rechnitzer J. (szerk.): *A hazai építőipar versenyképességének javítása: klaszterek szerepe a gazdaságfejlesztésben*. Régió Art, Győr. 168-190. o. (Letölthető: http://www.eco.u-szeged.hu/regionalis_tsz/tudkiadv.html)

Lengyel I. - Rechnitzer J. 2000: A városok versenyképessége. In: Horváth Gy. – Rechnitzer J. (szerk.): *Magyarország területi szerkezete és folyamatai az ezredfordulón*. MTA RKK, Pécs.

Malecki E. J. 2000: Knowledge and regional competitiveness. *Erdkunde*, Vol. 54, No. 4. 334-351. o.

Malizia E. E. – Feser E. J. 1999: *Understanding Local Economic Development*. Center for Urban Policy Research, New Jersey.

Nemes Nagy J. 1998: *A tér a társadalomkutatásban*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Ember-település-régió sorozat, Budapest.

NFT 2003: *Nemzeti Fejlesztési Terv 2004-2006*. Miniszterelnöki Hivatal, Budapest.

NGA 2002: *A Governor's Guide to Cluster-Based Economic Development*. National Governors Association, Washington.

Porter, M. 2003: UK Competitiveness: Mocing to the Next Stage. *DTI Economics Paper*, No. 3.

Pukli P. 2000: A gazdaságstatisztika regionális mutatószámai. In: Farkas B. – Lengyel I. (szerk.): *Versenyképesség – regionális versenyképesség*. JATEPress, Szeged. 235-244. o.

Rechnitzer J. 1998a: *A területi stratégiák*. Dialog Campus, Budapest-Pécs.

Rechnitzer J. 1998b: A helyi önkormányzatok felkészülése az Európai Unió regionális politikájának fogadásá-ra. In: Csefkó F. (szerk.): *EU-integráció – önkormányzatok I*. ÖSZT-ICMA-USAID, Budapest.

Rechnitzer J. 2000: Területi politika az EU csatlakozás előtt. In: Farkas B. – Lengyel I. (szerk.): *Versenyképesség – regionális versenyképesség*. JATEPress, Szeged. 13-24. o.

Rosenfeld S. 2002: *Creating Smart Systems: A guide to cluster strategies in less favoured regions*. EU DG for Regional Policy and Cohesion, Brussels.

Stimson, R. J. – Stough, R. R. – Roberts, B. H. 2002: Regional Economic Development. Springer Verlag, New York.

Széchenyi I. 1830: *Hitel*. Trattner és Károlyi ny. (Reprint kiadvány). Pest. Megjelenés: Közgazdasági és Jogi Kiadó 1984, Budapest.

Terra Stúdió 2002: *Az elérhetőség szerepe a gazdasági tér szerveződésében*. Budapest. 150 o.

Waits, M. J. 1998: Economic Development Strategies in the American States. In Liou, K.T. (ed): *Handbook of Economic Development*. New York, Marcel Dekker.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 90-106. o.

Az informális kockázati tőke szerepe a vállalkozás-fejlesztésben és finanszírozásban[1]

Makra Zsolt

A kis- és középvállalati szektor szinte mindenütt a világon ugyanazon problémákkal küszködik. Egyrészt az alapítók nehezen tudják az ötleteik, elgondolásaik megvalósításához szükséges tőkét előteremteni, másrészt a friss vállalkozók általában kevés vállalatvezetési, – szervezési és pénzügyi tapasztalattal rendelkeznek. Dolgozatom célja egy alternatív vállalkozásfejlesztési és – finanszírozási rendszer, lehetőség bemutatása.

A nemzetközi szakirodalom segítségével arra a megállapításra jutottam, hogy a hatékonyan működő informális kockázati tőkepiacok döntően képesek befolyásolni az adott területen tevékenykedő, technológia- és innováció orientált kis- és középvállalkozások fejlődését, lehetőségeit. Az informális kockázati tőkepiac fejlesztésének hatékony eszköze lehet hazánkban is egy üzleti angyal hálózat, ill. közvetítő szolgáltatást nyújtó intézmények létrehozása, melyek segítik az általában vagyonos és tapasztalt befektetni szándékozó magánszemélyek és egy innovatív projekt vagy egy új fejlesztés megvalósításához tőkét kereső vállalkozók „egymásra találását".

Kulcsszavak: KKV-k finanszírozása, informális kockázati tőkepiac, üzleti angyal

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben a világ számos fejlett országában felismerték a *kis és középvállalatok (KKV) stratégiai jelentőségét*, és programok, támogatási rendszerek sokaságát dolgozták ki e vállalati kör fejlesztése érdekében. Közülük is különös figyelmet érdemelnek az innováció- és technológiaorientált induló és kisvállalkozások (New Technology Based Firms)[2], melyek amellett, hogy tartósan növelik a foglalkoztatást, és minőségi munkahelyeket hoznak létre, a nemzetgazdaság innovációs potenciáljára is pozitív hatást gyakorolnak. A kis- és középvállalati szektor szinte mindenütt a világon ugyanazon problémákkal küszködik. Egyrészt az alapítók nehezen tudják az ötleteik, elgondolásaik megvalósításához szükséges tőkét előteremteni, másrészt a friss vállalkozók

[1] Jelen tanulmány a Vállalatfinanszírozás tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezetők: Buzás Norbert, Kosztopulosz Andreász.

[2] Olyan „új vagy nagyon fiatal vállalkozások, melyek kulcstevékenysége új technológiák kifejlesztése, marketingje, felhasználása" (EC 2001 11. o.).

általában kevés vállalatvezetési, - szervezési és pénzügyi tapasztalattal rendelkeznek. A probléma Magyarországon hatványozottan érvényesül.

Dolgozatom célja egy alternatív vállalkozásfejlesztési és –finanszírozási rendszer, lehetőség bemutatása. Szeretném a nemzetközi szakirodalom segítségével bebizonyítani, hogy a hatékonyan működő informális kockázati tőkepiacok döntően képesek befolyásolni az adott területen tevékenykedő, technológia- és innovációorientált kis- és középvállalkozások fejlődését, lehetőségeit. A tanulmány végén a hazai alkalmazhatóság problémáit kívánom vizsgálni.

1.1. Az informális kockázati tőkepiac

Az informális kockázati tőkepiac a tőkepiac egy speciális, nem intézményesült szegmense, ahol magánszemélyek végeznek más gazdasági szereplők számára általában „láthatatlanul" befektetéseket, ezért lehatárolása, ill. elhatárolása a formális kockázati tőkepiactól rendkívül bonyolult. A kínálatot az üzleti angyalok (business angels) illetve a passzív befektetők[3], a keresletet a most alakuló vagy már működő kisvállalatok[4] testesítik meg. Szerepük nagyon fontos, „előfeltételét jelentik egy élénk vállalkozás-központú gazdaság kialakulásának" (Harrison-Mason 1996, 9. o.), és nagyban hozzájárulhatnak a KKV-k, azon belül is az innovatív kisvállalkozások tőkehiányának enyhítéséhez. Az informális magántőkepiac méretéből és rejtett tartalékaiból arra lehet következtetni, hogy képes biztosítani a korai szakaszban levő technológiaorientált vállalkozások finanszírozását, és alternatívát jelenthet a KKV-knak a hagyományos tőkeforrásokkal szemben.

A kínálati jellegű piacon *tőke többlet* van: az angyalok többsége nem talál magának elegendő mennyiségű és megfelelő minőségű befektetési lehetőséget! Angliában két különböző felmérés szerint a megkérdezettek 70 ill. 86 %-a fektetne be több pénzt (Harrison-Mason 1996). A formális kockázati tőkepiaccal ellentétben nincsenek fizetett közvetítők, ügynökök. Az információkat a vállalkozók és a befektetők főleg barátoktól, ismerősöktől, üzletfeleken keresztül szerzik be. Ebből a „sötétben tapogatózásból" ered a piac nem hatékony működése, *ad hoc jellege* (Gaston 1989). A kilencvenes évektől azonban egyre inkább elterjedtek a közvetítő szolgáltatások, ügynökségek, szövetségek, és ezzel a tőkepiac e speciális szegmense is elindult az intézményesülés útján.

[3] Lásd A fogalom meghatározása és a Vállalkozásfejlesztés című részt
[4] Lásd A célvállalkozás című részt

2. Az üzleti angyalok

2.1. A fogalom meghatározása

Az *üzleti angyalok* olyan vagyonos, üzleti múlttal rendelkező magánszemélyek, akik anyagi és szellemi tőkét fektetnek innováció- és technológiaorientált, kezdő illetve már működő kisvállalkozásokba. A szakirodalom szinonimaként a magánbefektetők (private investor) és az „informális befektető”[5] (informal investor) kifejezéseket is használja, a továbbiakban az üzleti angyal, angyal és magánbefektető szavakat én is szinonimaként alkalmazom. A szociológiai jellemzőket figyelembe véve elmondható, hogy a tipikus angyal középkorú (negyvenes, ötvenes éveiben járó) férfi, aki tekintélyes vagyonnal[6] és üzleti múlttal rendelkezik.

2.2. A befektetés motivációi

A befektetők pénzükért cserébe a lehető legnagyobb profitban szeretnének részesedni, tehát a jelenbeli fogyasztásról egy jövőbeli nagyobb fogyasztás miatt mondanak le. Az üzleti angyalokat azonban az anyagi tényezőkön kívül egyéb okok is motiválják tevékenységük folytatásában. A *motiváló tényezőket* három nagyobb csoportba sorolhatjuk (Just 2000):

- *Közgazdasági tényezők***:** a profitmaximalizálás, a jövedelem, a személyes jólét növelése, adómegtakarítás stb.
- *Hedonista okok***:** nem gazdasági, inkább pszichikai tényezők. A befektető tevékenységét hobbynak tekinti, munkája érdekes és ez örömet okoz neki, élvezi, hogy egy fiatal vállalatért dolgozhat, új technológiák kifejlesztésében vehet részt.
- *Altruista tényezők***:** olyan, nem pénzügyi megfontolások, amelyek az önérdeken kívül más emberek érdekeit is figyelembe veszik. Ilyen például egy barátnak vagy esetleg egy családtagnak segíteni, a fiatal vállalkozókat támogatni, munkahelyeket teremteni vagy megőrizni, a helyi közösség elismerését kivívni, egy élet tapasztalatait a fiatalabb generációnak továbbadni.

A befektetési döntések meghozatalakor a gazdasági és nem gazdasági tényezők között általában nincs cserehatás: pl. az elvárt magas megtérülés és a szakmai vágyak kielégítése, mint motiváló tényezők nem zárják ki egymást, csak más hangsúllyal szerepelnek.

---

[5] A szó szerinti fordítás nehezen ültethető át a magyar nyelvbe, és jelentésbeli különbségek is adódnak.

[6] Mai pénzben kifejezve az amerikai angyalok kb. 170 millió, az angolok 110 millió, a németek pedig 60 és 120 millió Ft közötti vagyonnal „gazdálkodhatnának”. Az összehasonlítás azonban nem ilyen egyszerű, mivel nem vettem figyelembe a pénz időértékét (a felmérések eltérő időben készültek), és két fajta statisztikai mutató szerepel a felmérésekben (az amerikai és német értékek medián adatok, az angol érték pedig átlag).

2.3. Vállalkozásfejlesztés

Az informális tőkebefektetés a vállalat felé mindig valamiféle hozzáadott értéket közvetít, a befektető a vagyona mellett eddigi ismereteit, tapasztalatait, kapcsolatait, know-how-ját is a vállalat rendelkezésére bocsátja, sokszor az operatív irányításba is bekapcsolódik. Az angyalok tehát nem egyszerűen az átlagosnál nagyobb „kockázati tűrőképességgel" rendelkező befektetők, hanem *finanszírozási és fejlesztési tevékenységet* egyszerre ellátó szakemberek (Hemer 1999, Osman 1998).

Az angyalok tevékenységével keletkező *hozzáadott érték* különböző *források*ból ered. Ez lehet *vállalatalapítási, vállalkozói tapasztalat*, amelyet főleg a még nem működő vagy most induló cégeknél tud hasznosítani, pl. a menedzsment és az igazgatótanács összeállításakor. Az adott szakterületen szerzett *speciális műszaki tudás* fejlesztések menedzselésénél, prototípusok előállításakor lehet hasznos. (Weber et al. 2000). *Kapcsolati hálójukat* a vállalati együttműködések kialakításában, vevők keresésében és a megfelelő tőkeforrás felkutatásában hasznosíthatják. Az *üzletemberi know-how*, amely a sikeres üzleti múltból ered, pl. a gyors és határozott döntéseket igénylő helyzetekben hasznosítható.

Az angyal befektetők a kezdő vállalkozások számára tipikusan az *alábbi területeken nyújtanak segítséget* (fontosság szerint rangsorolva) (MIT 2000):

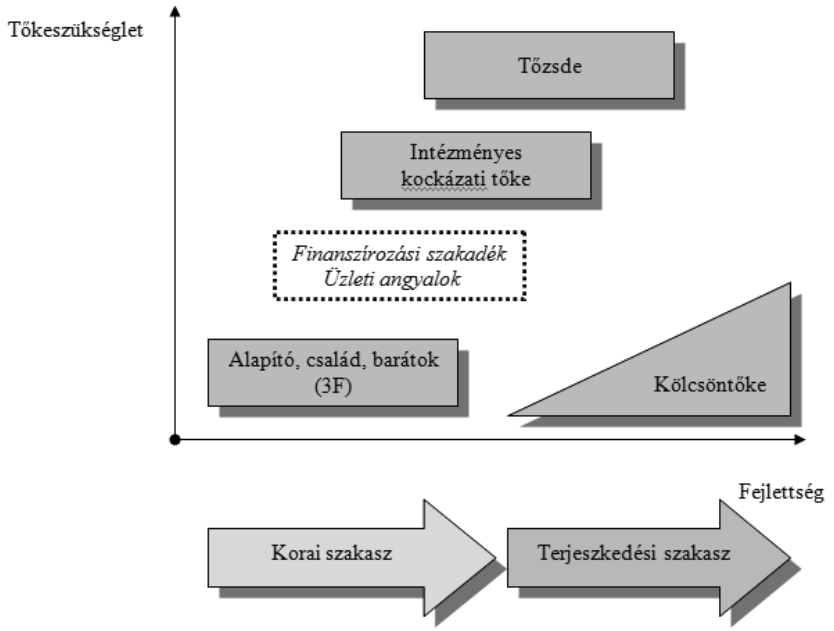
- A menedzsment kiválasztása és tréningje
- Közreműködés a finanszírozási stratégia kidolgozásában
- Kockázati tőke felkutatása
- Az igazgatótanács kiválasztása
- Szövetségek és ügyfelek felkutatása.

2.4. A célvállalkozás

A definíció szerint az üzleti angyalok általában a nagy innovációs vagy növekedési potenciállal rendelkező kezdő- vagy kisvállalkozásokat preferálják, mivel az ő tőkeszükségletük ideális számukra, a kockázati tőke cégeknek pedig túlságosan kicsi ahhoz, hogy megérje velük foglalkozni (Osman 1998). A bankok túl kockázatosnak tartják e vállalati kör hitelezését. Ezt a *„finanszírozási szakadékot*" (equity gap) az informális befektetők szüntethetik meg azáltal, hogy hajlandóak pénzt rendelkezésre bocsátani és „beszállni" a vállalkozásba (*1. ábra*). A magasabb kockázatot magasabb profittal kell ellensúlyozni, amit az innovatív megoldások lehetősége és a nagy növekedési potenciál biztosíthat.

A vállalkozás kiválasztásánál fontos, hogy *növekedés*ének mely *szakasz*ában áll, mivel az angyalok általában a vállalkozások ún. korai szakaszára (early stage) fókuszálnak. A célvállalkozás további fontos jellemzője, hogy milyen *iparág*ban tevékenykedik. A befektetők általában azt a szektort választják, amelyikben korábban dolgoztak, amelyekről személyes tapasztalattal rendelkeznek, vagy amelyek a magas profitelvárásokat képesek teljesíteni (Mason-Harrison 2002).

1. ábra A finanszírozási szakadék



Forrás: Just (2000) alapján saját szerkesztés

3. Az üzleti angyalok tipizálása

Mint ahogyan a bevezetőben már említettem, az *informális kockázati tőkepiac* rendkívül *sokszínű*, a kínálatot és keresletet megtestesítő gazdasági szereplők jellemzői, döntései, viselkedési formái változatosak, így lehetőség van többféle szempont szerinti, eltérő megközelítésű tipizálásokra. Problémát jelent azonban a megfelelő mintanagyság biztosítása, így fordulhatott például elő, hogy egy 48 fős minta lekérdezésével mérték fel a potenciálisan 27 000 fősre becsült német „üzleti angyal piacot". Ehhez szorosan kapcsolódik a reprezentativitás kérdése, amely szintén nehezen biztosítható, így előfordulhat, hogy a felállított csoportok nem fedik le teljesen és hézagmentesen az adott sokaságot.

Gaston felmérése viszonylag nagy mintát dolgozott fel, rendkívül aprólékos és precíz. Előnye, hogy nemcsak a befektetők szemszögéből értékeli az egyes típusokat, hanem vizsgálja a befektető-vállalat relációt is, és az adatokat az „átlagos amerikai

angyal" megfelelő mutatójához is hasonlítja. Hátránya, hogy a tipizálás más országban nehezen alkalmazható, „amerikaspecifikus", és a felmérés óta eltelt idő alatt (13 év) a befektetők viselkedése, preferenciái, így az egyes csoportok jellemzői nagymértékben megváltozhattak.

A *Coveney-Moore-féle tipizálás* elterjedéséhez az is hozzájárult, hogy kevesebb kategóriát (4+2) állított fel, az egyes csoportokat világos jellemzők (tapasztalat, aktivitás) alapján és logikusan határolta el. Más országokban is alkalmazható. Kérdés, hogy az így felállított angyal csoportok mennyire homogének.

A *német felmérés* az első ilyen jellegű az országban. Támaszkodik a korábbi angolszász tipizálásokra (Just 2000), és a jellemzők sokaságát hasznosítja. Csak a német kockázati tőkepiacra alkalmazható.

Sorheim és Landström kutatásának egyik alapvető célja „az informális befektetők módszeres kategorizálásának fejlesztése" (Sorheim-Landström 2001, 352. o.) volt, ezáltal mind jobban megismerve a nem intézményesült kockázati tőkepiacot. Módszertanát, a kategorizálás alapdimenzióit az összehasonlíthatóság kedvéért és praktikussága miatt átvette Coveney-Moore-tól. A tanulmány végén a szerzők kategóriákra bontva intézkedési javaslatokat fogalmaztak meg a befektetők, a döntéshozók és a vállalkozások számára.

Jó néhány *hasonló befektetői típus* rajzolódik ki a különböző országokban végzett felmérések összehasonlításakor (*1. táblázat*). A rendkívül tapasztalt és aktív vállalkozó mind a négy tipizálásban előfordul (Főnemes, Vállalkozó angyal, Klasszikus üzleti angyal néven). Hasonló karakter a kezdő vállalkozások mentoraként fellépő, általában nyugdíjas korú üzleti angyal (Keresztapa, ill. Őrangyal). Az informális és formális kockázati tőkepiac „határszereplőjének" tekinthető a vállalati angyal és az arkangyal, mivel befektetéseiket inkább cégvezetőként, mintsem magánszemélyként intézik. A kezdő vállalkozások számára hatalméhségük miatt lehetnek veszélyesek az amerikai Üzleti ördögök és a Németországban tevékenykedő Pátriárkák, mivel általában maguknak követelik a vállalat fölötti irányítást.

A tipizálások fontos szerepet játszanak abban, hogy az egyes csoportokra külön kidolgozott közösségi és magán intézkedésekkel elősegítsék e fontos tőkepiaci szegmens hatékonyságának növekedését.

1. táblázat Hasonló angyal típusok a világon

Típus	Amerikai Egyesült Ál-	Nagy-Britannia	Németország	Norvégia
Az „ideál”	Főnemes	Vállalkozó angyal	Klasszikus vállalkozó	Klasszikus üzleti
A „mentor”	Keresztapa		Őrangyal	
A „vállalatvezető”		Vállalati angyal	Arkangyal	
A „hataloméhes”	Üzleti ördög		Pátriárka	

Forrás: saját szerkesztés

4. Az informális kockázati tőkepiac hatékonyságának növelését elősegítő intézkedések

A hatékonyan működő piacokon a tőkét kereső és kínáló gazdasági szereplők, szervezetek jórészt ismertek, róluk az információ általában minden nehézség nélkül, költségmentesen (vagy minimális költséggel) beszerezhető. A nem intézményesült kockázati tőkepiacon a partnerkeresés egy hosszadalmas és költséges folyamat: a résztvevők az információkat gyakran informális forrásból, barátoktól, üzlettársaktól szerzik be, a potenciális befektetők az anonimitásukat védik, vagy nincs olyan intézmény, akihez fordulhatnának; az alakuló vagy már működő vállalkozások pedig kapcsolat és marketing hiányában a kockázati tőkések számára nehezen azonosíthatóak. A hatékonyságot, ill. annak hiányát jelzi, hogy az innováció-orientált vállalkozások tőkehiánnyal küzdenek, a megkérdezett angyalok nagy része pedig szívesen fektetne be többet, ha erre lehetősége lenne (Gaston 1989, Harrison-Mason 1996). A hatékonyság növelése bizonyos szervezetek közbeiktatásával, szolgáltatások nyújtásával, az informális piac bizonyos mértékű „formalizálásával” érhető el.

Az üzleti angyal hálózatok (Business Angel Networks) az üzleti angyalok és a kockázati tőkét kereső kisvállalkozások közötti kommunikációs csatornaként funkcionálnak, és megbízható, aktuális szolgáltatásokat nyújtanak partnereik számára (Mason-Harrison 1995, Mason-Harrison 1996 /b).

A hálózatok legfontosabb feladata a befektetők és a vállalkozások egymásra találását segítő, ún. *közvetítő*, „összepárosító” *szolgáltatások* (match making service, business introduction service) nyújtása. Ezek egyik formája az *elektronikus vagy internetes* közvetítés. A befektető és a vállalkozó a szervezet honlapján, ill. a megvásárolt szoftver segítségével megadja az általa preferált befektető/ befektetés

jellemzőit, így bekerül egy elektronikus adatbázisba. A számítógép összepárosítja a megfelelő partnereket úgy, hogy az anonimitást a folyamat végéig, a személyes találkozóig megőrzi. Hatékonysága nagyban függ az adatbázis minőségétől. A módszer hátránya, hogy azt feltételezi a befektetőkről, hogy pontosan meg tudják határozni befektetési kritériumaikat, pedig általában csak azt tudják megfogalmazni, hogy mibe nem kívánnak fektetni.

A *Befektetési közlemények* rendszeresen, írásos formában megjelenő információs kiadványok, periodikák, tájékoztatók. Közülük néhányan teljes üzleti terveket, mások a befektetési lehetőségekről készült összefoglalókat tartalmaznak. Előnyük, hogy a leendő angyal maga választhatja ki befektetési célpontját. Hátránya, hogy a kiadványok csak bizonyos időközönként jelennek meg és szolgáltatnak információt (Mason-Harrison 1996/a, Klandt et al. 2001).

A közvetítés harmadik hatékony formája a rendszeresen (általában havonta) megrendezett *befektetői fórumok*, ahol a vállalkozó maga mutatja be a társaságot, az új ötletet, az innovatív projektet. Lehetőség van személyes kapcsolatfelvételre, ezért fontos az első benyomás, a vállalkozó előadói képessége. Az anonimitás nem biztos, hogy teljesíthető.

Az üzleti angyal hálózatok, igazodva az „angyal piac" sokszínűségéhez, különböző formában működnek. A *területi aggregáció szintjeit* figyelembe véve lokális-regionális, nemzeti és nemzetközi hálózatok alakultak ki (Klandt et al. 2001):

- *Lokális-regionális*: az informális befektetések általában lokálisan/ regionálisan szerveződnek, az angyal a lakhelyétől számított kb. 50-200 km-en belül (az ország nagyságától függően) keres magának célpontot. A lokalitás lehetővé teszi a személyes kontaktus felvételét, ezek a szervezetek állnak leginkább közel az ügyfeleikhez. Ilyen például a Németországban működő HamburgBAN.
- *Nemzeti szintű*: a nagy térbeli távolságok miatt megnövekedett tranzakciós költségek kezelése és a kritikus tömeg elérése miatt szükségesek az ilyen típusú szervezetek, amelyek általában a regionális hálózatokat fogják össze (pl. a LINC az Egyesült Királyságban) vagy egyfajta szövetségi funkciót töltenek be (a német BAND).
- *Nemzetközi hálózat*: a globalizáció és az egységesülő Európa által támasztott kihívásoknak egy határokon átívelő üzleti angyal hálózat tud megfelelni. Támogatja a befektetők mobilitását, és elősegíti az egyes nemzeti hálózatok együttműködését. Európában az EBAN (European Business Angel Network) látja el ezt a funkciót.

Az üzleti angyal hálózatok fontos kérdésköre a *finanszírozás*. Meg kell vizsgálni, hogy a hálózatok nemzetgazdaságra gyakorolt hatása elég jelentős-e ahhoz, hogy közpénzek felhasználásával alapítsák és működtessék e szervezeteket és szolgáltatásokat, vagy bízzák e feladatot a magánszférára. További érdekes kérdés,

hogy a közvetítő szolgáltatásokat piaci alapon működtethetőek-e, illetve képesek-e önfenntartóvá válni.

Mason és Harrison (1995) az Egyesült Királyságban létrejött üzleti angyal hálózatok jellemzőit és szerepét vizsgálta. A területi aggregáció szintjét, a finanszírozás módját és az általuk közvetített befektetések jellemzőit figyelembe véve *különböző csoportokat* azonosított.

- *lokális/regionális, nem profitorientált szervezetek*
- *nemzeti szintű, nem profitorientált intézmények*
- *A profitorientált magántulajdonban lévő hálózatok*
- *intézményi arkangyal*

Az Amerikai Egyesült Államokban a 90-es évek végén, elsőként a Szilícium Völgyben és a 128-as út menti térségekben (MIT 2001) a fentiekhez hasonló változásokat regisztráltak a kutatók: az addig „rejtetten", informális csatornákon keresztül működő kockázati tőkepiacon rohamosan emelkedni kezdett a szervezett módon tevékenykedő befektetői csoportok, szolgáltató intézmények száma. Megjelentek a szervezetten működő angyal csoportok, a „magvető szakaszra" specializálódott szervezetek, az exkluzív angyal klubok, az ún. profitorientált közvetítő és befektetési szervezetek és a non profit közvetítő szolgáltatások.

Az Európai Bizottság, felismerve az induló vállalkozások tőkéhez való hozzáférésének nehézségeit, 1998 óta foglalkozik hivatalosan az informális kockázati tőkepiaccal. Az ún. *Harmadik Többéves KKV Program* (Third Multiannual Programme for SMEs) keretén belül támogatja az üzleti angyal hálózatok létrehozását, megvalósíthatósági tanulmányok elkészítését, az informális kockázati tőke ismertté tételét. Az üzleti angyal hálózatok fontosságát felismerve ill. a támogatások hatására a legtöbb uniós országában már létre is hoztak ilyen típusú szervezeteket. 1998 és 2000 között 74 %-kal növekedett az ilyen típusú szervezetek száma. A hálózatok közel fele a világ egyik legfejlettebb informális kockázati tőkepiacával rendelkező Nagy-Britanniában található, Görögországban és Portugáliában viszont még nem fedezték fel a benne rejlő lehetőségeket.

Az informális kockázati tőkepiacon a különféle szervezetek megjelenésével a piac egy kis része átláthatóvá válik. Ezek a szervezetek igen heterogének, célkitűzéseik, működésük, az általuk nyújtott szolgáltatások különböznek, és közülük a leghatékonyabb, legjobb kiválasztása is lehetetlen. *Értékelésüket 3 szempont alapján* végzem el (Mason-Harrison 1996, Klandt et al. 2001):

- *Földrajzi kiterjedés, térbeli aggregáció szintje*
- *A finanszírozás*
- *A szolgáltatások*

4.1. A LINC

A *Local Investment Networking Company* az Egyesült Királyságban működő, nemzeti szintű non profit hálózat. 1987-ben jött létre, hálózattá szervezve a helyi vállalkozás-fejlesztési ügynökségek pénzügyi közvetítéssel foglalkozó irodáit (Mason-Harrison 1996/a). Közvetítő szolgáltatásait a hagyományos módon működteti: befektetési hírek, közlemények publikálásával, elektronikus adatbázis működtetésével, befektetői fórumok szervezésével. A tagügynökségek legfontosabb feladata szolgáltatások nyújtása a saját körzetükben, befektetők és vállalkozások toborzása, tanácsadás regisztrált vállalkozások részére és befektetői találkozók rendszeres lebonyolítása.

A szervezet olyan kisvállalkozásokat keres, amelyek 250 ezer GBP-nál kisebb befektetésre várnak és hajlandóak részesedést felkínálni cserébe. A belépő vállalkozásnak egyszeri regisztrációs díjat számolnak fel és ennek fejében hat hónapig megkapja az ún. *Befektetést Közlemények* (Investment Bulletin) aktuális számait is.

1992 és 1996 között 2 460 000 GBP került befektetésre 49 ügylet keretében. Annak, hogy a szervezetnek nem sikerült több tőkét megmozgatni és nagyobb hatást gyakorolni a nem intézményesült kockázati tőkepiacra, több oka van. Egyrészt a LINC ügyfélkörét főleg a kis befektetéseket igénylő vállalkozások és a szerényebb mértékű megtakarítással rendelkező magánbefektetők teszik ki. Másrészt a toborzott cégek és befektetők minősége, a kiválasztási folyamat nem volt megfelelő. További indok lehet, hogy a hálózat tevékenysége túl lokalizált és széttöredezett volt, a kis helyi ügynökségek csak az ország kis részét fedték le, és a LINC nem tudta betölteni nemzeti szintű szerepét.

4.2. A BAND

A *Business Angel Netzwerke Deutschland*-ot (BAND) 1998-ban az Oktatási és Kutatási Szövetségi Minisztérium hozta létre, fenntartása és üzemeltetése állami és magánszponzorok közreműködésével[7] történik. N*emzeti szintű, nem profitorientált üzleti angyal hálózat*, amely a „hálózatok hálójaként" összefogja a regionális szervezeteket. Különböző szolgáltatásokat nyújt, együttműködik külföldi és nemzetközi hálózatokkal, tagja az EBAN-nak. Költségeinek kb. 80 %-át már szponzorok fedezik (EBAN 2000), az állami szerepvállalás mértéke ezzel párhuzamosan egyre csökken.

A BAND többféle szolgáltatást nyújt. *Üzleti angyal fórum* néven internetes közvetítő szolgáltatás üzemeltet, ahol 2001 végéig kb. 190 üzleti angyal és 1500 vállalat jelentkezett be (BAND 2001). *BAND Newsletter* címmel rendszeres időközönként újságot jelentet meg, amely hasznos információkat tartalmaz a

[7] Pl. Deutsche Börse, Investitionsbank Berlin, Finanzgruppe, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie stb.

partnerek számára. Évente megrendezésre kerül a *Német Üzleti Angyal Napok*, amely az informális kockázati tőkepiaccal kapcsolatosan felhalmozódott tudás és a tapasztalatok cseréjének fóruma, előadások, szakmai viták helyszíne. A *panel-típusú megkérdezéses piackutatás* az üzleti angyalok preferencia- és magatartásváltozását követi nyomon, 30 kiválasztott angyal negyedévenkénti megkérdezésével (BAND 2001).

4.3. Az ACE-Net

Az *Angel Capital Electronic Network* (ACE-Net) egy nemzeti szintű, virtuális magántőkepiac kisvállalatok részére (Ács-Tarpley 1998). Egy olyan *non profit internetes hálózat*, amely széleskörű lehetőséget kínál mind a befektetni szándékozóknak, mind a kockázati tőkét kereső KKV-knak. Az előkészületek eredményeként 1995-ben létrejött az ACE-Net a már említett Támogatási Hivatal, a Kisvállalati Titkárság és a Védelmi Minisztérium (Department of Defense) támogatásával, együttműködve az Amerikai Egyesült Államok Értékpapír és Tőzsde Bizottságával (US Securities and Exchange Commission). A rendszergazda a New Hampshire-i Egyetem lett. Kezdetben 8 egyetem, ill. állami tulajdonú non-profit intézmény lett a hálózat tagja, de a célkitűzésekben egy mind az 50 államra kiterjedő szervezet kialakítása szerepelt, fokozatosan átadva a kezdeményező (és finanszírozó) szerepet a magánszférának.

A befektetők és a vállalkozások regisztráció után kerülhetnek be az elektronikus adatbázisba. A vállalkozásnak ki kell töltenie egy jelentkezési lapot, befizetnie a felhasználói díjat (jelenleg 450 USD 6 hónapra[8]) és beszereznie az Értékpapír és Tőzsde Bizottság engedélyét. Az akkreditált befektetők névtelenségét a jelszóval védett hozzáférés biztosítja. Az ajánlatok közötti elektronikus keresést segíti, hogy a vállalkozások régiók, iparágak és keresett befektetés szerint vannak strukturálva (MIT 2000).

5. Hazai helyzetkép

Magyarországon eddig még *nem készült átfogó felmérés* a hazai informális kockázati tőkepiac nagyságáról és helyzetéről. Az üzleti angyalok befektetési potenciálja elmarad az angolszász területekhez képest, és még megbecsülni is rendkívül nehéz e „rejtett" piaci szegmens méretét[9]. Előrelépésként értékelhető, hogy a Magyar

[8] 2002-es adatok, melynek forrása az intézmény hivatalos honlapja: ace-net.sr.unh.edu.

[9] Kutatásom során három üzleti angyallal és egy ilyen típusú finanszírozást kapott biotechnológiai cég vezetőjével sikerült beszélnem, nagyobb mintát sajnos nem sikerült találnom, így konkrét adatokat sem tudok felvázolni. Garab Kinga, az Innostart igazgatója egy előadásában 30 aktív és 100 potenciális üzleti angyalra becsülte a hazai piac nagyságát. Karsai (2000) szerint magyar üzleti angyalok eddig körülbelül tucatnyi cég létrehozásában vettek részt, átlagosan 20 millió Ft-os kisebbségi részt vásárolva.

Kockázati és Magántőke Egyesület a szervezetén belül létrehozott egy üzleti angyal bizottságot, és az Innostart Alapítvány elindította az Üzleti Angyal Klubot, ennél több azonban eddig nem történt.

A hazai informális kockázati tőkepiac fejlettségét több tényező befolyásolja. A rendszerváltozás óta eltelt 12 év nem volt elég ahhoz, hogy olyan jelentős mennyiségű *tőkefelhalmozás* valósuljon meg Magyarországon, mint Nyugat-Európában vagy Észak-Amerikában az elmúlt ötven évben. Ebből következik, hogy a hazai informális kockázati tőkepiac kínálati oldalán arányaiban kevesebb olyan magánszemély van, aki megfelelő vagyonnal rendelkezik üzleti angyal típusú befektetések megvalósításához. A piacgazdaság 12 éve alatt az üzletemberek, vállalkozók, potenciális befektetők egy része nem tudott olyan szintű vállalkozói ismeretekhez hozzájutni, tapasztalatot szerezni, melyeket üzleti angyalként kamatoztatni tudna. A *vállalkozói kultúra* Magyarországon nem olyan fejlett, mint pl. Nyugat-Európában.

Az üzleti angyalok és az informális *kockázati tőke fogalma* Magyarországon egyáltalán nem ismert, ami nagyban hozzájárul az ilyen típusú befektetések csekély számához.

5.1. Az Üzleti Angyal Klub[10]

Mind az innovatív projekteket megvalósító vállalkozók, mind a befektetők részéről egyre nagyobb igény jelentkezik Magyarországon is olyan szolgáltatások bevezetésére, amelyek elősegíthetik a tőkét kereső és a tőkét befektetni kívánó személyek, cégek jobb egymásra találását. Az első ilyen típusú magyar kezdeményezés a Magyar Innovációs Szövetség és az INNOSTART Nemzeti Üzleti Innovációs Központ Alapítvány által 2000 júniusában létrehozott *Üzleti Angyal Klub* volt, amely az innovatív vállalkozások és befektetők találkozási fóruma.

A klub elsősorban nem közvetlen tőkebefektetésekkel foglalkozik, hanem különböző szolgáltatások nyújtásával közvetítő tevékenységet lát el a befektetők és a tőkét igénylők között. A partnerek egymásra találása két módon történik: írásos összefoglaló formájában, ill. szóbeli előadás útján.

*Információs adatbázis*t állít össze és működtet mind a befektetni szándékozó üzleti angyalokról mind a finanszírozást kereső vállalkozásokról. A rendezvények lebonyolításához biztosítja a szükséges *infrastrukturális és személyi feltételeket* (helyszín, irodai szolgáltatások, prezentációs eszközök, a szervezési és a lebonyolítá-

---

Saját tapasztalataim azt mutatják, hogy az itthoni angyalok befektetéseiket általában kockázati tőketársaságokkal vagy más személyekkel együttműködve valósítják meg. A magyar magánszemélyek mellett valószínűleg külföldi angyalok és hazatelepült magyarok is jelen vannak a piacon, és befektetéseik a leginkább fejlett Közép-Magyarországi Régióra koncentrálódnak.

[10] Az Üzleti Angyal Klub működésének bemutatását Garab Kinga, az Innostart Nemzeti Üzleti és Innovációs Központ igazgatójával, Rácz András projektmenedzserrel való személyes beszélgetés alapján ill. a www.innostart.hu internetes weblap információi alapján állítottam össze.

si feladatok elvégzése stb.), valamint segíti a vállalkozókat az üzleti terv és különböző pályázatok elkészítésében, személyes konzultációkkal.

Sikerként értékelhető, hogy a szervezők már megvalósult befektetésekről is beszámolhatnak, és folyamatosan zajlanak a tárgyalások további megállapodások megkötéséről is. A nagyobb médiavisszhangot kapott harmadik rendezvény óta egyre több befektető és tőkét kereső vállalkozó jelzi csatlakozási szándékát az Üzleti Angyal Klubhoz[11]. Látnunk kell azonban, hogy az évente 2-3 alkalommal megrendezett fórum és a 15-20 bemutatott vállalkozás nem képes érdemben élénkíteni a hazai „angyal-piacot", sem a magyar gazdaságot. Az Innostartnál nem tervezik a közvetítő szolgáltatás bővítését.

5.2. Javaslatok

Közösségi vagy egyéni kezdeményezések, beavatkozások nélkül a hazai informális kockázati tőkepiac nagyon lassú kibontakozására lehet csak számítani, ezért néhány olyan javaslatot szeretnék tenni, amely külföldi tapasztalatokon, sikeres módszereken alapul, vagy amely a hazai sajátosságokat figyelembe véve hatásos lehet.

Az első és legfontosabb lépés egy e*mpirikus felmérés* készítése az aktív és a potenciális angyalokról, a kockázati tőke-iparág e szegmensének hazai állásáról. Csak miután rendelkezésre állnak adatok, úgy lehet a további lépésekről dönteni.

Mivel Magyarországon az üzleti angyalok fogalma és tevékenysége teljesen ismeretlen, elengedhetetlen egy *tájékoztató kampány* indítása, tanulmányok, publikációk közlése[12], sikeres történetek (success stories) megjelentetése stb., hogy a téma fontossága a szakemberekben és a potenciális befektetőkben is tudatosuljon.

Egy ü*zleti angyal hálózat,* ill. közvetítő szolgáltatást nyújtó szervezet létrehozása az informális kockázati tőkepiac fejlesztésének hatékony eszköze lehet. Hazánkban a legideálisabb valószínűleg egy non profit szervezet létrehozása lenne, amely állami és szponzori forrásokból gazdálkodna. Feladata egy nemzeti szintű elektronikus adatbázist működtetése lenne, és egyfajta üzleti angyal szövetség központjaként is funkcionálna. Képviselné Magyarországot az EBAN-ban, rendszeresen kiadna egy befektetési tájékoztatót, koordinálná a 6 regionális iroda működését, amelyek egy már működő vállalkozásfejlesztési hálózatra (pl. MVA hálózata) csatlakoznának rá. A helyi irodák a közvetítés mellett tanácsadással, üzleti tervkészítéssel, felkészítéssel is foglalkoznának, rendszeres befektetői fórumokat rendeznének. Az üzleti angyal hálózatokkal kapcsolatos költségek egy részét az Európai Unió Magyarország 2004-es várható csatlakozása után támogatások formájában átvállalja.

A magánbefektetőknek nyújtott *célzott adókedvezmények* rendszere már Nagy-Britanniában is megvalósult. Lényege, hogy ha valamely magánszemély közvetlenül

---

[11] Az elmúlt két évben megvalósult befektetésekről és főleg azok eredményéről nem állnak rendelkezésemre empirikus adatok, és ennyi idő nem is elég egy statisztikai értékelés elkészítéséhez.

[12] Osman Péter néhány tanulmányán kívül Magyarországon senki más nem jelentetett meg publikációt e témában.

fektet pénzt valamilyen tőzsdén nem jegyzett vállalkozásba, akkor meghatározott feltételek mellett a befektetett összeg bizonyos százalékával csökkentheti a személyi jövedelemadóját (Osman 2000). A módszer a megfelelő változtatásokkal Magyarországon is alkalmazható lenne.

Az ún. *Új gazdaság-orientált inkubátorházak* (New Economy Incubator) létrehozásának elősegítésével az informális kockázati tőkepiac és egyben az innovatív kezdővállalkozások fejlesztését is el lehetne érni. Az ilyen típusú inkubátorházak alapítása általában magántőke (formális vagy informális kockázati tőke) segítségével történik, és a betelepült cégeknek az irodahelyiségen és az üzleti szolgáltatásokon túl általában finanszírozási forrásokat is rendelkezésre bocsátanak.

6. Összefoglalás

Az informális kockázati tőkepiacon általában vagyonos és tapasztalt magánszemélyek, az ún. üzleti angyalok és a vállalatalapításhoz, egy innovatív projekt vagy egy új fejlesztés megvalósításához tőkét kereső vállalkozók állnak szemben egymással. Ha a piac hatékonyan működik, a keresletet és a kínálatot megtestesítő gazdasági szereplők azonnal egymásra találnak, és a sikeres üzletkötés mindkét fél elégedettségét növeli, ilyen módon az üzleti angyal típusú befektetések képesek enyhíteni az innovatív kisvállalkozások tőkeszegénységéből és tapasztalathiányából eredő problémáit.

A valóságban e piaci szegmens működése nem hatékony: a befektetők magánemberként, tehát nem jogi személyiségként vesznek részt a gazdasági folyamatokban, így nehéz őket azonosítani; kisszámú közvetítő intézmény működik a piacon, és az általuk nyújtott szolgáltatások nem eléggé „testre szabottak” ill. kevesen veszik igénybe őket.

Az angolszász országok nem intézményesült kockázati tőkepiacain a ’80-as évek végén megjelentek a vállalkozók és a befektetők „egymásra találását” elősegítő szolgáltatók, intézmények. Megállapítottam, hogy szükség van non profit intézményekre, mivel ezek inkább a korai szakaszban lévő kisvállalkozásokra koncentrálnak. A külföldi példák azt mutatják, hogy sikeresen lehet működtetni profitorientált közvetítőket is, ám ezek a szervezetek a magasabb profit reményében a nagyobb vállalatok terjeszkedési szakaszát finanszírozzák, és egy részük kockázati tőketársaságokkal működik együtt. A legjobb módszert nem lehet kiválasztani, azonban az egyes szervezetek előnyeit és hátrányait, sikereit és kudarcait próbáltam megfogalmazni.

Dolgozatom fő célja az volt, hogy bemutassam a megismert külföldi módszerek magyarországi alkalmazásának lehetőségeit. Felvázoltam a hazai helyzetet, és felvetettem néhány javaslatot a magyar informális kockázati tőkepiac fejlődésének elősegítése érdekében. Úgy gondolom, hogy ezen intézkedések meghozatalával néhány éven belül Magyarországon is képesek lesznek a ma még potenciális üzleti angyalok hozzájárulni az innováció-orientált kisvállalkozások fejlődéséhez.

Felhasznált irodalom

BAND Newsletter 2001 10. http://www.business-angels.de/bandinfo/newsletter_10-01.pdf. Letöltve: 2002. 11. 04.

BÉT 2001: *A BÉT 2001. évi Éves Jelentése*. Budapesti Értéktőzsde, Budapest, http://www.fornax.hu/cgi-bin/bet_file.cgi? file=kiad1_94. Letöltve: 2002. 11. 10.

Brettel, M. 2001: *Deutsche Business Angels im internationalen Vergleich*, *WHU-Forschungspapier Nr. 84.* WHU, Koblenz, http://www.whu-koblenz.de/control /Forschungspapiere/FP84.pdf. Letöltve: 2002. 10. 28.

EC 2001: *Informal investor and high-tech entrepreneurship.* Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.

EBAN 2000: *Business Angel Networks in Europe*. Minutes on the Conference. EBAN Secretariat, Brussels, http://www.eban.org. Letöltve: 2002. 11. 04.

EBAN News 2000 1., http://www.eban.org. Letöltve: 2002. 11. 04.

EBAN News 2000 2., http://www.eban.org. Letöltve: 2002. 11. 04.

Gaston, *R. J.* 1989: *Finding private venture capital for your firm: A complete guide.* John Wiley and Sons, New York.

Harrison R. T. - Mason C. M. 1996: Informal venture capital. In Harrison, R. T. - Mason, C. M. (eds): *Informal venture capital. Evaluating the impact of business introduction services.* Woodhead-Faulkner, Hemel Hempstead, 3-26. o.

Heidenberger, K. 2001: Operatives management technologischer innovationen*: Das System der Business Angels. Lehrstuhl für Innovations- und Technologiemanagement*. Universitaet Wien-Betriebswirtschaftszentrum, Wien, http://www.bwl.univie.ac.at/bwl/inno/innobbwl/op3_ss01/Business%20Angel.pdf. Letöltve: 2002. 02.14.

Hemer, J. 1999: Business Angels und junge Technologieunternehmen. In Koschatzky, K. - Kulicke, M. - Nellen, O. - Pleschak, F. (eds): *Finanzierung von KMU im Innovationsprozess- Akteure, Strategien, Probleme.* Fraunhofer IRB, Stuttgart, 103-113 o.

Hemer, J. 2001: Classifikation System for Business Angels. *Entrepreneurial Business Angel Financing: European Newsletter for Business Angels and Venture Capitalists,* 2, 22-24 o., http://www.eban.org/download/EBAN_NR2.pdf. Letöltve: 2002. 11. 05.

Just, C. 2000: *Business Angels und technologieorientierte Unternehmensgründungen. Lösungsaetze zur Behebung von Informationsdefiziten am informellen Beteiligungskapitalmarkt aus Sicht der Kapitalgeber.* Fraunhofer IRB, Stuttgart.

Karsai J. 1997: A kockázati tőke lehetőségei a kis- és középvállalatok finanszírozásában. *Közgazdasági Szemle,* 2, 165-174 o.

Karsai J. 2000: A kockázati tőke szerepe a technológiai alapú induló vállalkozások finanszírozásában. In Román Z. (szerk.): *Felzárkózás és EU csatlakozás*. MTA Ipar- és Vállalatgazdasági Bizottság, Budapest, 324-330 o.

Klandt, H. - Hakansson, P. - Motte F. 2001: *Vademecum für Unternehmensgründer, Business Angels und Netzwerk., Ein Beitrag zum Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Unternehmen.* Books on Demand, Norderstedt.

Landström, H. - Sörheim, R. 2001: Informal investors - A categorization, with policy implications. *Entrepreneurship and regional development,* 13, 351-370 o.

Lüdke, U. 2001: Welcher Angel-Typ sind Sie? Eine Typologie deutscher Business Angels. *Finance,* 10, 17-19 o., http://www.finance.de. Letöltve: 2002. 04. 26.

MNB 2001: *Éves Jelentés. A Magyar Nemzeti Bank 2001. évről szóló üzleti jelentése és éves beszámolója.* Magyar Nemzeti Bank, Budapest.

Mason, C. - Harrison, R. T. 1995: Developing the informal venture capital market in the UK: is there still a role for public sector business angels networks? In Bygrave, W. D. – Bird, B. J. – Birley, N. S. – Churchill, C. – Hay, M. G. – Keeley, R. H. - Wetzel, W. E. Jr. (eds): *Frontiers of Entrepreneurship Research.* Babson College, Wellesley, http:// http://www.babson.edu/entrep/fer/papers95/mason.htm. Letöltve: 2002.05.03.

Mason, C. - Harrison, R. T. 1996/a: LINC: a decentralised approach to the promotion of informal venture capital. In Harrison, R. T. - Mason, C. M. (eds): *Informal venture capital. Evaluating the impact of business introduction services.* Woodhead-Faulkner, Hemel Hempstead, 119-141. o.

Mason, C. - Harrison, R. T. 1996/b: Informal investment business introduction services: some operational considerations. In Harrison, R. T. - Mason, C. M. (eds): *Informal venture capital. Evaluating the impact of business introduction services.* Woodhead-Faulkner, Hemel Hempstead, 27-58. o.

Mason, C. - Harrison, R. T. 2002: Barriers to investment in the informal venture capital sector. *Entrepreneurship and regional development*, 14, 271-287 o.

MIT 2000: *Venture Support Systems Project: Angel Investors.* MIT Entrepreneurship Center, Massachusetts, http://entrepreneurship.mit.edu/Downloads/AngelReport. pdf. Letöltve: 2002.04.05.

Niederöcker, B. 2000: *Die Bedeutung von Business Angels für die Innovationsfinanzierung deutscher Unternehmen.* Schriften zur Finanzwirtschaft. Arbeitspapier Nr. 1. Technische Universitaet, Ilmenau, http:// www.wirtschaft.tu-ilmenau.de/deutsch/institute/bwl/fi/ papernr1.pdf. Letöltve: 2002.04.05.

Osman P. 1998: *Az üzleti angyalok tevékenysége és befektetéseik szerepe a kis- és kisebb középvállalatok létrehozásában, fejlesztésében.* OMFB, Budapest.

Osman P. 2000: Hogyan lesznek nálunk üzleti angyalok, *Pénzügyi Szemle*, 11-12, 1060-1074 o.

Sullivan, M. K. 1996: Local networks and informal venture capital in Tennessee. In Harrison, R. T. - Mason, C. M. (eds): *Informal venture capital. Evaluating the impact of business introduction services*. Woodhead-Faulkner, Hemel Hempstead, 89-101 o.

Weber, J. - Brettel, M. - Jaugey, C. - Rost, C. 2000: *Business Angels in Deutschland. Wie Business Angels in Deutschland junge Unternehmen helfen*. WHU, Koblenz, http:// www.whu-koblenz.de/control/ Forschungspapiere/FP73.pdf. Letöltve: 2002.11.04.

ace-net.sr.unh.edu/pub/. Letöltve: 2002. 04. 22.

www.business-angels.de. Letöltve: 2002. 04. 22.

www.innostart.hu. Letöltve: 2002. 11. 04.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 107-119. o.

A fenntartható fejlődés közgazdaságtani értelmezése[1]

Ribizsár István

Fenntartható fejlődésre kell törekednünk, azonban a közgazdaságtan csak akkor tudja hozzásegíteni a társadalmat ehhez a célhoz, ha képes értelmezni azt. A dolgozat ezt vizsgálja meg úgy, hogy először a közgazdaságtanban uralkodó neoklasszikus paradigmára fókuszál, majd két alternatív tudományág, a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan elemzésével is foglalkozik. Az elemzés a fenntartható fejlődés koncepció sarokköveinek, azaz a szükséglet-kielégítés veszélyeztetésének; a társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszer együttes figyelembevételének; a fejlődés értelmezésének; valamint a fenntarthatóság értelmezésének vizsgálatára terjed ki.

Megállapítható, hogy az uralkodó neoklasszikus közgazdaságtani paradigma nem képes értelmezni a fenntartható fejlődés koncepcióját. A közgazdaságtannak ezért változnia kell. Úgy tűnik, hogy a járható út a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan „között" van valahol, így folytatni kell ezek módszertanának egymáshoz való közelítését annak érdekében, hogy a neoklasszikus paradigmát egy olyan paradigmával válthassuk le, amely valóban az emberiség érdekeit szolgálja.

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, neoklasszikus közgazdaságtan, környezetgazdaságtan, ökológiai közgazdaságtan

1. Bevezetés

A 21. század kezdetén az emberiség már tisztában van azzal, hogy a társadalmi-gazdasági tevékenységek növekedése ellentmondásban van a természeti környezet ésszerű használatával. Felismerve ezeket a problémákat, a társadalom ma már szervezett keretek között, nemzetközi összefogással próbálja meg megtalálni azokat a megoldásokat, amelyek segíthetnek az ellentmondás megszüntetésében. Az 1987-ben megszületett fenntartható fejlődés koncepció egyértelműen társadalmi céllá vált. Mivel a közgazdaságtan feladata az, hogy a társadalmat segítse céljai elérésében, így felvetődik az alábbi kérdés: *Vajon a közgazdaságtan képes-e értelmezni a fenntartható fejlődés koncepcióját, és így hozzásegíteni a társadalmat ennek a célnak az eléréséhez?*

[1] Jelen tanulmány a Környezetgazdaságtan és menedzsment tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Buzás Norbert.

2. A fenntartható fejlődés koncepciójának kifejlődése

Ez a fejezet azt a folyamatot mutatja be, melynek során a társadalom szembesült a fejlődés és a természeti környezet ésszerű (fenntartható) használata között lévő ellentmondással. A folyamat a növekedés korlátainak felismerésével kezdődött el, majd az ipari forradalom kibontakozását követően a természeti környezet rombolásának problémájával folytatódott.

2.1. A növekedés korlátainak felismerése

Thomas Robert Malthus mutatott rá arra a korlátra, amelyet a művelés alá vonható területek végessége jelent a mezőgazdaság számára (abszolút korlát), David Ricardo pedig arra, hogy a termőföld termelékenységének is van korlátja (relatív korlát). Később, az ipari forradalom vívmányainak köszönhetően az emberiség eljutott oda, hogy már nemcsak lokálisan, hanem globális méretekben alakítsa át környezetét (pl. légszennyezés; folyók, tavak és tengerek elszennyezése, energiahordozók és nyersanyagforrások kimerítése stb.).

2.2. A környezeti korlátok létezésének bekerülése a köztudatba

A fenti problémák megoldása csak akkor vált igazán fontossá, amikor azok néhány tudományos munkának köszönhetően a köztudatba is bekerültek.

Az ún. Római Klub 1972-ben „A növekedés határai" címmel adta ki első jelentését, amely a következő megállapítást tette:

„Ha a világban tovább érvényesülnek a népesség, az iparosítás, a környezetszennyezés, az élelmiszer-termelés jelenlegi növekedési trendjei, és változatlanul folytatódik az erőforrások kimerítése, akkor a bolygónkon egy évszázadon belül elérjük a növekedés határait. Így a legvalószínűbb következmény a népesség lélekszámának és az ipari kapacitásnak a hirtelen és ellenőrizhetetlen visszaesése lesz." (Meadows et al. 1972, 16.o.) Jelentős mértékben a Római Klub tudományosan megalapozott tevékenységének köszönhető, hogy a gazdasági tevékenységek környezeti hatásairól szóló viták nyilvánosságot kaptak.

2.3. A fejlődés problémájának interdiszciplináris megközelítése

„A modern életmód kritikus problémái" (1959) címmel jelent meg Ernst F. Schumacher első munkája, ám kritikus gondolatai csak híressé vált könyve, „A kicsi szép" (1973) megjelenését követően váltak nemzetközileg ismertté. Bár könyvében számos vitatható gondolatot közöl, de azzal, hogy vizsgálata egyszerre terjed ki gazdasági, ökológiai és társadalmi szempontokra, Schumacher kétségkívül új szemlélettel gazdagította a gazdasági tevékenységek hatásait elemző szakemberek vizsgálódásait.

2.4. Az intézményesülés korszaka

1987-ben született meg a fenntartható fejlődés koncepciója[2], amely a fejlődés és a természeti környezet ésszerű használata között lévő ellentmondást hivatott megszüntetni. A „Közös jövőnk" címmel kiadott jelentés már ajánlásokat és alapelveket fogalmazott meg a társadalom, a gazdaság és a természeti környezet viszonyára vonatkozóan. A fenntartható fejlődés koncepcióját azóta is széles körben elfogadják és hirdetik, megvalósítását pedig nemzetközi összefogással igyekeznek elérni.

Az ENSZ 1992-ben megrendezett Környezet és Fejlődés Konferenciáján fogadták el az ún. Riói Nyilatkozatot, amelynek értelmében a termelést, a fogyasztást és a népesedéspolitikát is a fenntartható fejlődés követelményeinek kell alárendelni. A konferencián elfogadták a „Feladatok a 21. századra" elnevezésű akcióprogramot is, amely a fenntartható fejlődés szociális és gazdasági dimenzióival, a természeti erőforrások megőrzésével, a főbb társadalmi csoportoknak a fenntartható fejlődés megvalósításában játszott szerepének erősítésével, valamint a megvalósítás eszközrendszerével foglalkozik.

Az 1990-es évek második felében az ENSZ és szakosított szervei, valamint más nemzetközi szervezetek is elkészítették saját fenntartható fejlődésre irányuló programjukat. Az Európai Unió elkészítette Fenntartható Fejlődés Stratégiáját, amelyet a 2001 júniusában megtartott göteborgi ülésen fogadtak el.

Az ENSZ 2002-ben Johannesburgban megrendezett Fenntartható Fejlődés Világtalálkozójának célja pedig már az volt, hogy megvizsgálja, fennállnak-e a fenntartható fejlődés feltételei, illetve hogy feltárja az azt akadályozó tényezőket. A találkozón közel kétszáz ország állam- és kormányfője, illetve azok képviselője vett részt, akik elfogadták a világtalálkozót lezáró akciótervet, amelynek legfontosabb pontjai a szegénység elleni küzdelmet, a természeti környezet megóvásának nemzetközi összehangolását, valamint a gazdasági fejlődés fenntartását tűzték ki célul.

Nemzetközi szinten tehát elfogadottá vált, hogy a fejlődés és a természeti környezet ésszerű használata között lévő ellentmondás kezelhető a fenntartható fejlődés koncepciójának alkalmazásával. A fejlődés és a természeti környezet ésszerű használata között lévő ellentmondás kezelése intézményesült, valamint elkezdett kialakulni a környezetvédelem, a gazdasági és a szociális szféra összefonódása. Ez a folyamat a globális problémák megközelítésében már alapvető változásokat okozott, azonban azok megoldását még mindig nem képes biztosítani.

---

[2] 1987-ben az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottsága (World Commission on Environment and Development) „Közös jövőnk" címmel egy olyan jelentést adott ki, amely definiálta a fenntartható fejlődés fogalmát, amely „olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket" (WCED 1987, 43. o.).

2.5. Összegzés

Megállapítható, hogy a fenntartható fejlődés elérésére való törekvés egyértelműen társadalmi céllá vált.

A közgazdaságtan feladata az, hogy a társadalmat segítse céljai elérésében. Ehhez viszont szükséges az, hogy a kitűzött cél értelmezhető legyen, így felmerül a következő kérdés: *Vajon a közgazdaságtan képes-e megfelelően értelmezni a fenntartható fejlődés koncepcióját*?

3. A fenntartható fejlődés értelmezése a neoklasszikus közgazdaságtan szemszögéből

Ez a fejezet azt mutatja be, hogy a közgazdaságtan hogyan képes, illetve képes-e egyáltalán értelmezni a fenntartható fejlődés koncepcióját. A vizsgálat a közgazdaságtanban uralkodó neoklasszikus paradigmára koncentrál, de segítségül hívja az alternatív közgazdaságtani tudományágak nézeteit is ott, ahol erre szükség van. Az elemzés a fenntartható fejlődés koncepciójának sarokkövei vizsgálatára terjed ki, amelyek röviden a következőek:

- a szükséglet-kielégítés veszélyeztetése;
- a társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszer együttes figyelembevétele;
- a fejlődés értelmezése; valamint
- a fenntarthatóság értelmezése.

3.1. A szükséglet-kielégítés veszélyeztetésének vizsgálata

A jövő nemzedékek szükséglet-kielégítésének veszélyeztetésére vonatkozóan a dolgozat két tényezőt is figyelembe vesz: egyrészt a jövő nemzedékek szükségleteinek meghatározhatóságát, másrészt azok veszélyeztethetőségét.

A társadalom szükségletei nehezen határozhatóak meg, hiszen a szükségletek többek között régiónként, generációnként, nemenként, személyenként, társadalmi osztályonként és kultúránként eltérőek. A szükségletek pedig a társadalom fejlődésével együtt változnak. Mivel sem a jelenlegi szükségleteinket, sem pedig azok időbeli változását nem ismerjük pontosan, ennek következtében a jövő generációk szükségleteinek meghatározására sem vagyunk képesek.

A másik oldalról a neoklasszikus paradigma a természeti erőforrásokat végtelennek tekinti, valamint feltételezi a természeti tőke és az ember alkotta tőke egymással való tökéletesen helyettesíthető viszonyát is. Ebből következik, hogy egyik sem lehet korlátozó tényező a gazdaság számára, és miután ez az időben előre haladva sem változik meg, a gazdaság a társadalom jelenbeli szükségleteinek kielégítésével nem is veszélyeztetheti „a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket” (WCED 1987, 43. o.).

Megállapítható tehát, hogy a neoklasszikus közgazdaságtan számára értelmezhetetlen a jövő nemzedékek szükséglet-kielégítésének veszélyeztetése, mivel ezek a szükségletek közelebbről nem meghatározhatóak, illetve azok veszélyeztethetősége nem értelmezhető.

3.2. A társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszer figyelembevételének vizsgálata

A fenntartható fejlődés koncepciója szerint a döntések meghozatala során a társadalmi, a gazdasági és az ökológiai (természeti környezet) rendszert együttesen – azok kölcsönhatásaival együtt – kell figyelembe venni.

A társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszer figyelembevételét a dolgozat a GDP-számítás bemutatásával szemlélteti, mivel a GDP az a mutató, amellyel a közgazdászok a gazdasági növekedést mérik, és amelyből következtetnek a jólét alakulására; valamint ez az a mutató, amelyet a leggyakrabban figyelembe vesznek a gazdaság-politikai döntések meghozatala során. A vizsgálat során áttekintésre kerül a GDP kialakulásának története, és azok a korlátok, amelyek következtében a GDP nem képes számba venni az összes létező gazdasági tevékenységet, azaz magát a gazdaságot sem; ezt követően pedig az kerül elemzésre, hogy a GDP-számítás hogyan viszonyul a társadalmi, valamint az ökológiai rendszerhez. A vizsgálat főbb megállapításai:

- A GDP csak a piacon realizálódó ügyleteket veszi számításba.
- A GDP-be csak a legális és könyvelt szféra piaci forgalma számít bele.
- A GDP-ben elsősorban csak a pénzmozgással járó tevékenységek vehetők számba.
- A GDP-ben mindent pozitív előjellel kell elkönyvelni.
- A GDP-t támogató elszámolási rendszer logikája szerint az állam által biztosított közjavak, illetve szolgáltatások nem hoznak hasznot a társadalom számára.
- A GDP nem mutatja meg azt, hogy a jövedelem hogyan oszlik el a társadalomban.
- A GDP nem képes számba venni a családon belüli tevékenységeket.
- A GDP nem ad számot a természeti tőkéről, így a természeti tőke amortizációjával sem képes számolni, valamint a természet által nyújtott szolgáltatások értékét, mint jövedelmet sem tartalmazza.
- A GDP nemcsak, hogy növelő tényezőként veszi figyelembe a környezetvédelmi kiadásokat, de ilyen módon a környezetszennyező tevékenység ráadásul kétszeresen is növeli azt.

Ezek alapján kijelenthető, hogy a neoklasszikus közgazdaságtan csak erősen korlátozott mértékben képes figyelembe venni a társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszert. Ennek következtében az említett három rendszer a gazdaság-politikai

döntések meghozatala során is csak korlátozottan vehető figyelembe, s ez nincs összhangban a fenntartható fejlődés koncepciójában megfogalmazottakkal.

3.3. A fejlődés értelmezésének vizsgálata

A fejlődés értelmezésének vizsgálata során belátható, hogy a neoklasszikus közgazdaságtanban a fejlődés és a növekedés fogalma összemosódik, s azokat a közgazdászok általában szinonimaként használják. A növekedés azonban nem azonosítható a fejlődéssel, melynek alapvetően két oka van: az egyik az, hogy a növekedés és a fejlődés két különböző fogalom; a másik pedig az, hogy a növekedés nem feltétlenül jár együtt a fejlődéssel, és nincs automatikus kapcsolat a gazdasági növekedés és az emberi fejlődés között sem.

Ezek alapján megállapítható, hogy a neoklasszikus közgazdaságtan jellemzően helytelenül értelmezi a fejlődés fogalmát.

3.4. A fenntarthatóság értelmezésének vizsgálata

A fenntarthatóság fogalmát a neoklasszikus közgazdaságtanban (és más tudományágakban is) úgy értelmezik, hogy a fenntarthatóság elérése érdekében biztosítani kell az adott rendszer számára bizonyos körülményeket, annak folyamatos létezéséhez, fennmaradásához.

A neoklasszikus közgazdaságtan nincs tisztában azzal, hogy a gazdaság valójában a természeti környezet alrendszere (része). *A fenntartható gazdasági növekedés lehetetlen*, mivel a gazdasági növekedést egy véges, nem növekvő és zárt rendszer erőforrásai biztosítják, valamint azért, mert annak növekedésével együtt a hasznokon kívül költségek is keletkeznek.

3.5. Összegzés

A fentiek alapján levonható az a következtetés, hogy *a közgazdaságtanban uralkodó neoklasszikus paradigma számára értelmezhetetlen a fenntartható fejlődés koncepciója*.

4. Alternatív közgazdaságtani tudományágak vizsgálata

Ez a fejezet azt mutatja be, hogy a fenntartható fejlődés koncepcióját hogyan képes értelmezni az a két alternatív közgazdaságtani tudományág – a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan –, amelyek a fejlődés és a természeti környezet ésszerű használata között lévő ellentmondás megértésének és kezelésének igényével lépnek fel.

4.1. A környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan forrása, a vizsgálódás területei

A tudományágak egymáshoz viszonyított helyzetének és az általuk kezelt problémák bemutatására az egyik legalkalmasabb a Herman Daly által kidolgozott modell. A bioszféra input-output modelljében gondolkodva (1. ábra) a teljes (10x10-es) mátrix célszerű részekre bontásakor az egyes részmátrixok a tudományos vizsgálódás egy-egy sajátos területét képezik (Kocsis 1999).

A modell jól szemlélteti, hogy a neoklasszikus közgazdaságtan célja a mezőgazdaság, az ipar és a háztartások közötti kapcsolatok lehető legteljesebb megragadása, valamint azok pénzben kifejezett leírása; míg a hagyományos ökológia az ökológiai szektorok (állatok, növények, baktériumok, légkör, víz és talaj) közötti kapcsolatokkal és az energiaáramlással foglalkozik, ahol az ember is csak egy faj a többi között.

1. ábra A tudományos vizsgálódás területeinek bemutatása a társadalmi-gazdasági rendszer és a bioszféra kapcsolatrendszerén keresztül

<table>
<tr><td colspan="2">output</td><td colspan="3">Gazdasági szektorok</td><td colspan="7">Ökológiai szektorok</td></tr>
<tr><td colspan="2">input</td><td>1.</td><td>2.</td><td>3.</td><td>4.</td><td>5.</td><td>6.</td><td>7.</td><td>8.</td><td>9.</td><td>10. Süly-lyesztő</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Gazdasági szektorok</td><td>1. Mezőgazdaság</td><td colspan="3" rowspan="3">Klasszikus közgazdaságtan</td><td colspan="7" rowspan="3">Környezetgazdaságtan</td></tr>
<tr><td>2. Ipar</td></tr>
<tr><td>3. Háztartások</td></tr>
<tr><td rowspan="7">Ökológiai szektorok</td><td>4. Állatok</td><td colspan="3" rowspan="7">Természeti erőforrások gazdaságtana</td><td colspan="7" rowspan="7">Klasszikus ökológia</td></tr>
<tr><td>5. Növények</td></tr>
<tr><td>6. Baktériumok</td></tr>
<tr><td>7. Atmoszféra</td></tr>
<tr><td>8. Hidroszféra</td></tr>
<tr><td>9. Litoszféra</td></tr>
<tr><td>10. Nap</td></tr>
</table>

Ökológiai közgazdaságtan

Forrás: Costanza et al. (1991) és Kocsis (1999) alapján saját szerkesztés

A társadalmi-gazdasági rendszer és a természeti környezet kapcsolatát a fennmaradó jobb felső és bal alsó rész fejezi ki. Ezekkel a területekkel foglalkozik a

környezetgazdaságtan és – annak egyik speciális területeként – az erőforrás-gazdaságtan. Az említett területek ellentmondásos viszonya, valamint a környezeti problémák súlyosbodása a neoklasszikus közgazdaságtan szélesebb látókörű képviselőit arra késztette, hogy a gazdaságot nyílt rendszerként fogják fel, valamint hogy a természeti környezet által nyújtott ingyenes, ám szűkös szolgáltatásokhoz pozitív gazdasági értéket rendeljenek. A környezetgazdaságtan azt tanulmányozza, hogy hogyan is lehetne a társadalmi-gazdasági rendszert a bioszférára érzékennyé tenni és a természeti tőkét, illetve az általa nyújtott szolgáltatásokat megjeleníteni a gazdasági mutatókban. A természeti erőforrások gazdaságtana pedig azt tanulmányozza, hogy a társadalmi-gazdasági rendszer hogyan használja fel a Földön rendelkezésre álló erőforrásokat.

A környezetgazdaságtan ezek alapján olyan tudományágként írható le, amely a termelés externális hatásainak elemzésével és optimalizálásával elsősorban a gazdaság kimeneti (output) oldalát vizsgálja, miközben az erőforrás-gazdaságtan olyan tudományág, amely a természeti környezetből származó erőforrások optimális mértékű felhasználására törekszik (input oldal). Az erőforrás-gazdaságtan azonban a környezetgazdaságtan részének tekinthető, mivel attól csak tárgyában, ám módszertanában nem különbözik; a továbbiakban ezért *környezetgazdaságtan* alatt az előbbi kettő együttesét értjük.

Vannak olyan tudósok, akik az előbb említett tudományágak képviselőitől eltérően a lehető legteljesebb rendszert kívánják megragadni. Ezt a megközelítést a teljes input-output modell (azaz a 10x10-es mátrix egésze) jelenti. Ez a holisztikus szemléletű tudományág az *ökológiai közgazdaságtan*, amelynek képviselői a természet rendszeréből és logikájából indulnak ki, álláspontjuk pedig az, hogy a társadalom által működtetett gazdaság a földi ökoszisztémák összességének (a bioszférának) csak egy alrendszerét képezi.

4.2. A fenntartható fejlődés értelmezése a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan szemszögéből

Az elemzés a két alternatív közgazdaságtani tudományág esetén is a fenntartható fejlődés koncepciójának sarokkövei vizsgálatára terjed ki, miközben a tudományágakat egymással is összehasonlítja (*1. és 2. táblázat*).

1. táblázat A neoklasszikus közgazdaságtan, a neoklasszikus környezetgazdaságtan, valamint az ökológiai közgazdaságtan összehasonlítása

	Neoklasszikus közgazdaságtan	**Neoklasszikus környezet-gazdaságtan**	**Ökológiai közgazdaságtan**
paradigma	neoklasszikus	kiterjesztett neoklasszikus	biofizikai
fő elv	piaci mechanizmus, technológiai váltás és helyettesítés	piaci mechanizmus, technológiai váltás és helyettesítés	ökológiai mérleg, természeti jogok, a gazdasági aktivitás entrópikus természete
megközelítés	allokációs	allokációs	disztribúciós és allokációs
az ember alkotta tőke és a természeti tőke viszonya	tökéletes helyettesíthetőség	kvázi tökéletes helyettesíthetőség	alapvetően kiegészítő viszony korlátozott helyettesíthetőséggel
karakter	monodiszciplináris	a neoklasszikus paradigma kibővítése az ökológiai rendszerrel	multidiszciplináris
világszemlélet	mechanikus-redukcionista	mechanikus-redukcionista	evolucionista-holisztikus
ismeretszerzési folyamat	pozitivista, értékmentes elemzés	pozitivista, értékmentes elemzés	szubjektivista, értékekre és ideológiára koncentráló
szűkösség	relatív (megkerülhető)	relatív (megkerülhető)	abszolút (megkerülhetetlen)
az ökoszisztéma és a gazdaság viszonya	a gazdaság tartalmazza a természeti környezetet	a gazdaság tartalmazza a természeti környezetet	a természeti környezet tartalmazza a gazdaságot
cél	gazdasági növekedés	zöld gazdasági növekedés	az emberek jólétének növelése

Forrás: Kocsis (1999) alapján saját szerkesztés

4.2.1. A szükséglet-kielégítés veszélyeztetésének vizsgálata

A környezetgazdaságtan alapvetően a neoklasszikus közgazdasági paradigmát követi (a természeti környezetet a gazdasági szféra részének tekinti, valamint feltételezi az ember által alkotott tőke és a természeti erőforrások helyettesíthetőségét), de nézete szerint az erőforrások nem végtelenek, ezért törekedni kell azok optimális felhasználására.

Az ökológiai közgazdaságtan ezzel szemben tagadja, hogy a természet a gazdaság része lenne, szerinte ez a viszony éppen fordított, az erőforrások pedig korlátozottan állnak rendelkezésre. A tudományág képviselői azt hangsúlyozzák, hogy az ember által létrehozott tőke és a természeti tőke inkább kiegészítő viszonyban állnak egymással, és csak nagyon korlátozott mértékben helyettesíthetőek.

Mivel a környezetgazdaságtanra és az ökológiai közgazdaságtanra is érvényes az a megállapítás, hogy sem a jelenlegi szükségleteinket, sem pedig azok változását

nem ismerjük pontosan, ennek következtében a jövő generációk szükségleteit itt sem tudjuk meghatározni. Azonban az erőforrások szűkössége miatt a veszélyeztetés fogalma mindkét tudományág szemszögéből értelmezhető, valamint az is kijelenthető, hogy mindkettő képes arra, hogy a szükségletek teljesebb spektrumát térképezze fel, mint a neoklasszikus közgazdaságtan – hiszen vizsgálódásaik is kiterjedtebbek –, és azokat figyelembe is vegye a jövő nemzedékeket érintő döntések során.

4.2.2. A társadalmi, a gazdasági és az ökológiai rendszer figyelembevételének vizsgálata

A környezetgazdaságtan szerint a szennyezés a piaci működés elégtelenségéből fakadó externália, ám a jelenség optimalizálható, ha a szennyező megfizeti az ebből származó társadalmi többletköltségeket (a szennyező fizet elv). Emellett a kockázatok kezelését is hangsúlyozza. A gazdaság természeti környezetre gyakorolt hatását pénzben próbálja meg kifejezni. Olyan módszerek tartoznak ide, mint az ún. költséghaszon elemzés, vagy mint az emberek megkérdezése arról, hogy azok bizonyos természeti értékek megőrzéséért mennyit hajlandóak fizetni (willingness to pay, WTP), illetve az érték elvesztését mekkora kártérítés kifizetése esetén hajlandóak elfogadni (willingness to accept, WTA). Egy erőforrás teljes gazdasági értékének meghatározásakor a közvetlen és a közvetett használati érték mellett a jövő generációk szempontjait is megpróbálják figyelembe venni azáltal, hogy az előbb említett két értékhez hozzáadják annak ún. választási lehetőség értékét, valamint létezési értékét.

A környezetgazdaságtan a gazdaságot nyílt rendszerként fogja fel, valamint igyekszik a természeti környezet által nyújtott ingyenes, ám szűkös szolgáltatásokhoz pozitív gazdasági értéket rendelni; egyrészt azért, mert a természeti környezetből származó erőforrások optimális mértékű felhasználására törekszik, másrészt annak érdekében, hogy a természeti tőke, illetve az általa nyújtott szolgáltatások is megjeleníthetőek legyenek a gazdasági mutatókban. Egy ilyen gazdasági mutató a valódi fejlődés mutatója (GPI) is. A GDP-vel szemben a GPI a személyi fogyasztás teljes értékét korrigálja a jövedelem-elosztás tényezőjével, majd további társadalmi és ökológiai költségeket, illetve hasznokat kifejező tényezőkkel módosítja azt (pl. önkéntes munka értéke, a bűnözés költségei, az alulfoglalkoztatottság költségei, a különböző típusú szennyezések költségei, a nem megújuló erőforrások kimerítésének költségei stb.).

Az ökológiai közgazdaságtan szerint a szennyezés tulajdonképpen erőforráskimerítés, éppen ezért nem elégszik meg pusztán annak társadalmi szempontból történő optimalizálásával, hanem a szennyezés megelőzése érdekében pénzügyi erőfeszítéseket kíván tenni (a szennyezés-megelőzés kifizetődik elv). A kockázatok „egyszerű” kezelése helyett a bizonytalanság-menedzsmentre helyezi a hangsúlyt, vagyis azoknak a helyzeteknek a figyelembevételére szólít fel, ahol a kockázatok felmérése akadályokba ütközik.

Az ökológiai közgazdaságtan a teljes bioszférára összpontosít, ezért a gazdasági és az ökológiai szektorok közötti kapcsolatot a maga természetes mértékegység-

ében próbálja meg megragadni. Ennek értelmében a pénzbeli értékelés helyett az energiaáramlás-elemzést alkalmazza. Az értékelés során nem a társadalom preferenciáit, hanem a természeti környezetre gyakorolt tényleges hatásokat veszi figyelembe. Elemzései során fontos szerepet kap a rendszerelemzés, a különféle társadalmi csapdák feltárása, valamint az adott terület eltartóképességére vonatkozó számítások elvégzése.

Az ökológiai közgazdászok – a környezetgazdaságtan képviselőihez hasonlóan – szintén törekednek a GDP leváltására. Erre a legalkalmasabbnak a fenntartható gazdasági jólét mutatóját (ISEW) tartják. Az ISEW a kiindulópontnak tekintett lakossági fogyasztást különböző jólétet befolyásoló tételekkel korrigálja (pl. háztartási munka értéke, az ingázás költségei, az urbanizáció költségei, a különböző típusú szennyezések költségei, a nem megújuló erőforrások kimerítésének költségei stb.).

4.2.3. A fejlődés értelmezésének vizsgálata

Habár a környezetgazdaságtan alapvetően a neoklasszikus közgazdasági paradigmát követi, abban a fejlődés és a növekedés fogalma már nem mosódik össze, amit az is alátámaszt, hogy e tudományág képviselői a GDP-t a GPI mutatóval, azaz a valódi fejlődés mutatójával kívánják lecserélni.

Az ökológiai közgazdaságtanban a fejlődés és a növekedés fogalma egyértelműen elkülönül egymástól.

4.2.4. A fenntarthatóság értelmezésének vizsgálata

A környezetgazdaságtan szerint a világban jelentkező szűkösség többnyire viszonylagos (relatív) jellegű, és lehetségesnek tartja a „tiszta” vagy zöld gazdasági növekedés tartós megvalósítását.

Az ökológiai közgazdaságtan a szűkösség abszolút jellegét hangsúlyozza, mivel a bioszféra önmagában zárt és véges rendszer; a szűkösség tehát megkerülhetetlen, ami miatt nem lehetséges tartós gazdasági növekedés. Éppen ezért nem a gazdaság növekedésére van szükség, hanem a Föld eltartóképességének megfelelő gazdasági teljesítmény fenntartására kell törekednünk, illetve az emberek jólétének növelésére, ami nem azonos az előbb említett növekedési céllal.

Mivel örökké semmi sem tartható fenn, az ökológiai közgazdaságtan képviselői szerint egy rendszer akkor nevezhető fenntarthatónak, ha az eléri vagy meghaladja életének vagy létezésének várható időtartamát.

2. táblázat A fejlődés és a természeti környezet ésszerű használata között fennálló ellentmondás kezelése

	Neoklasszikus környezetgazdaságtan	Ökológiai közgazdaságtan
problémamegoldó orientáció	piacgazdaságon alapuló	a természet jogain alapuló
fókusz	több gyakorlati, közvetlen probléma	globális problémák
perspektíva	rövid táv	hosszú táv
szennyezés definiálása	externália (a piac elégtelensége)	erőforrás-kimerítés (társadalmi csapda)
gyógymód	szennyező fizet elv	szennyezést megelőző fizetések
stratégia	növekedés minőségi fejlődéssel	jólétnövekedés minőségi fejlődéssel
	kockázat-menedzsment, hatásbecslés pénzben	bizonytalanság-menedzsment, ökológiai költségbecslés energiaáramlás-elemzéssel
	pénzügyi megszorítások	energia-felhasználás csökkentése
	korábban megszokott tevékenységek folytatása utólagos hatáskezeléssel	ökológiai mérnökség
	energia-hatékonyság és hulladék-reciklálás	megújuló energiaforrások használata
	veszélyeztetett fajok védelme	fajok közötti jogok figyelembevétele
értékelési eljárások	fizetési hajlandóság (WTP), elfogadási hajlandóság (WTA), költség-haszon elemzés, teljes gazdasági érték számítása (közvetlen és közvetett használati érték + választási lehetőség érték + létezési érték)	környezeti hatás kimutatása, hatásprofilok, zavarhatások a fajok közötti kapcsolatokban, ökológiai-gazdasági modellek, pozícióelemzés, rendszerelemzés, társadalmi csapda elemzés, csereértékelemzés és eltartóképesség-becslés

Forrás: Kocsis (1999) alapján saját szerkesztés

4.2.5. Összegzés

A fentiek alapján kijelenthetjük azt, hogy a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan képes a fenntartható fejlődés koncepciójának értelmezésére. Azt nehéz megállapítani, hogy egyik vagy másik tudományág egészen pontosan milyen mértékben is képes a koncepció értelmezésére, az azonban belátható, hogy a környezetgazdaságtan erre korlátozottabban képes, mint az ökológiai közgazdaságtan.

5. Végkövetkeztetés

Fenntartható fejlődésre kell törekednünk, azonban a közgazdaságtan csak akkor tudja hozzásegíteni a társadalmat ehhez a célhoz, ha képes értelmezni azt. A neoklasszikus közgazdaságtan azonban láthatóan nem képes erre, sőt, belátható, hogy a problémák (fenntarthatatlan gazdasági növekedés, ökoszisztéma pusztítása stb.) gyökere éppen

abban a paradigmában van, amely azt feltételezi, hogy az emberi jólét a számszerűsíthető gazdasági események összessége.

A problémákat azonban nem lehetséges megoldani azon a paradigmán belül, amely azokat előidézte. *A közgazdaságtannak tehát változnia kell*. A kérdés csak az, hogy milyen irányba. Úgy tűnik, hogy a járható út a környezetgazdaságtan és az ökológiai közgazdaságtan „között" van valahol, így folytatni kell ezek módszertanának egymáshoz való közelítését annak érdekében, hogy a neoklasszikus paradigmát egy olyan paradigmával válthassuk le, amely valóban az emberiség érdekeit szolgálja.

Felhasznált irodalom

Costanza, R. – Daly, H. E. – Bartholomew, J. A. 1991: Goals, agenda, and polocy recommendations for ecological economics. In Costanza (szerk.): *Ecological Economics: The Science and Management of Sustainability*. Columbia University Press, New York, 1-20. o.

Kocsis T. 1999: A jövő közgazdaságtana? – Az ökológiai közgazdaságtan múltja, jelene és jövője az uralkodó neoklasszikus nézetek tükrében. *Kovász*, 3, 131-164. o.

Meadows et al. 1972: *Limits to Growth*, Potomac Associates, New York.

WCED 1987: *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 120-140. o.

Ügyfélmegtartás a hűségprogramok segítségével[1]

Vadász Csaba

A vállalatok közötti hatalmas verseny új eleme, hogy a vállalatok már nem elsősorban az új fogyasztók szerzésére törekednek, hanem igyekeznek a régieket megtartani, törzsvásárlóvá tenni. A hűségprogramok pontosan ezt a célt szolgálják. A Nyugat-Európában már javában virágzó programok hazánkban is egyre inkább kibontakoznak. A vállalatok azt is felismerték, hogy ésszerűbb a keresztvásárlások miatt a fogyasztókon „osztozkodni", mint „kisajátítani őket".

Munkám célja, hogy bemutassam a hűségprogramokban rejlő lehetőségeket, azok hasznosságát és eredményességét az ügyfélmegtartásban. Primer kutatást végeztem, melynek eredményei alátámasztják azt a feltevésemet, miszerint a hűségprogramok kifejezetten alkalmasak a már meglévő ügyfelek törzsvásárlóvá alakítására.

Kulcsszavak: ügyfélmegtartás, direktmarketin, hűségprogramok, multibranch, keresztvásárlás

1. Bevezetés

Dolgozatom témáját a szakmai gyakorlatom során szerzett tapasztalatok alapján választottam. A Vivendi Telecom Hungary marketing osztályán eltöltött gyakorlat során találkoztam először azzal a jelenséggel, hogy a vállalat számára már nem az újabb fogyasztók megszerzése a fő cél, hanem a már meglévők megtartása, esetleg nagyobb értékű vásárlásra ösztönzése. Ezen a kevés szereplős piacon tulajdonképpen a technikák versenyéről van szó, hiszen egyre több telefon-előfizető pártol át a mobiltelefon tulajdonosok közé. A fogyasztó- megtartás problémájára megoldást jelenthetnek a társadalmunk minden szintjén jelenlevő hűségprogramok.

A dolgozat célja a hűségprogramok működésének, fajtáinak, azok kialakulásának a bemutatása. E programok sikerességének megértéséhez természetesen vizsgálni kell a fogyasztói magatartást. A napjainkban folyó marketing szemléletváltozások bemutatására is sor kerül, ezen kívül magyarázatot keresünk arra, hogy miért kényszerülnek a vállalatok az eddigiektől eltérő eszközökhöz nyúlni nyereségességük megtartása érdekében.

[1] Jelen tanulmány a Marketing tagozaton II. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Garamhegyi Ábel.

2. Elméleti áttekintés

A modern vállalat marketingosztályának fő feladata, hogy megismerje vásárlóit, azok döntési mechanizmusát, és kidolgozzon olyan eszközöket, melyekkel befolyásolhatja azt. A fogyasztóra hatással van a környezete, a reklámok és a divat. Amíg a fogyasztó eljut egy termék megvásárlásához, hosszú folyamat játszódik le.

Minden embernek ahhoz, hogy fenntartsa magát, különböző dolgokra van szüksége. A *szükséglet* tehát valamilyen alapvető elégedettség hiányát jelenti. Ha a szükséglet konkrétabbá válik, már igényről beszélhetünk. Az *igény* a szükséglet sajátos kielégítésére irányuló vágy. Maslow elmélete szerint a fogyasztó akkor lép a piramis egyik fokáról feljebb, ha azt a típusú szükségletét teljes mértékben kielégítette. Egyértelmű viszont, hogy mindenkinek egyszerre többféle igénye is lehet. Ezek egy része biológiai (éhség, fáradtság), más részük pszichológiai feszültségből ered (elismerés, megbecsülés). A következő kategória a *kereslet*, mely az igények azon csoportját jelenti, amelyek mögött fizetőképes vásárlási szándék, akarat áll.

Az emberek szükségleteiket, igényeiket *termékekkel* elégítik ki. Mindent terméknek nevezünk, ami figyelemfelkeltés, megszerzés, felhasználás vagy fogyasztás céljából felkínálható és valamilyen igényt elégít ki. Minden termékhez kapcsol a fogyasztó *értéket*, amely megmutatja, hogy számára mekkora a termék szükségletkielégítő képessége. Marketingszakemberek definiálták a teljes vevőérték és a teljes vevőköltség kategóriáját. Az előbbi azoknak az előnyöknek az összessége, amelyeket a vevő az adott terméktől elvár, míg az utóbbi azokat a költségeket jelenti, melyek a vevő várakozása szerint a termék beszerzése és használata során felmerülnek. (Kotler P., 1996.)

Ha a fogyasztó egy adott terméket értékesebbnek ítél, mint az érte feláldozott pénzösszeget, akkor létrejöhet a csere, ami a kereskedelem és ebből kifolyólag a marketing alapja is.

3. A vásárlási döntés folyamata

A vásárlók gondolkodásának kiismerése rendkívül nehéz feladat. Szinte lehetetlen számba venni, hogy a végső vásárlási döntést hány tényező befolyásolja. Gyakran nem is ér véget a vásárlással e folyamat, hiszen a fogyasztó levonja a következtetéseit a termékről, és az igény újra felmerültével már ezzel a tapasztalattal okosodva hozza meg újabb döntését.

A vásárlási folyamat elméletben öt szakaszra osztható:

- Probléma-felismerés
- Információgyűjtés, - keresés
- Alternatívák értékelése
- Választás, döntés, vásárlás
- Vásárlás utáni magatartás

3.1. Probléma-felismerés

Minden döntési folyamat ezzel indul, vagyis valamilyen inger hatására hiányérzete támad a fogyasztónak. Természetesen a marketing feladata *tudatosítani* a fogyasztóban a problémát, és megfelelő viselkedésre bírni. A fogyasztó belső motivációs nyomás vagy külső ingerek hatására (esetleg egyszerre mindkettő) megfogalmazza magában a megoldás igényét.

3.2. Információgyűjtés

A fogyasztó a döntés meghozatalának megkönnyítése érdekében információkat keres. Megkülönböztethetjük azt a fázist, mikor a fogyasztó fogékonyabbá válik az információk iránt, végiggondolja tapasztalatait, majd a következő szintre lép és aktív információgyűjtésbe kezd, kutat, érdeklődik. Természetesen mindkét fázisban eszközök tömege áll a cégek rendelkezésére, hogy befolyásolják a fogyasztót. A legtöbb *reklám* fő célja, hogy felkeltse a fogyasztó érdeklődését, majd megismertesse vele a terméket. Napjainkban egyre gyakoribb, hogy a cégek *szórólapok*on, saját újságukban mutatják be magukat, kínálatukat, akcióikat. Nagy előnye a *hűségprogramok*nak, hogy a cég saját katalógusát már csak ahhoz kell eljuttatnia, aki szerepel az adatbázisában, azaz megspórolhatja kiadásainak egy részét. Vannak cégek, melyek ezeken túlmenően színvonalas *képes újságot* készítenek törzsvásárlóinak, ilyen például a Supershop Magazin. Manapság minden magára valamit is adó szervezetről olvashatunk az *Interneten*. Minden hűségprogramot indító vállalat színvonalas, részletes anyaggal ismerteti magát a világhálón. Az érdeklődők megismerhetik a céget annak weboldalának olvasgatásával, ezzel számtalan lehetőséget adva a marketingszakemberek kezébe.

A *fogyasztói információforrások* négy csoportba sorolhatók: személyes forrás (család, barátok), kereskedelmi források (reklámok, kirakatok), közszolgálati források (termékminősítések, hírek) és tapasztalati források.

Jól végiggondolt döntést minél több információ beszerzésével hozhat a fogyasztó. Napjainkban viszont már az információval való elárasztás a jellemző, így gyakran nincs erőnk az összes információt feldolgozni, az összes lehetséges termékkel megismerkedni. Postaládánkból gyakran egyenesen a szemétbe kerülnek a reklámanyagok, tévénézők nagy része nem tudja elmondani, hogy milyen reklámot látott három perce. Már itt csökken a racionális döntés meghozatalának esélye.

3.3. Az alternatívák értékelése

A fogyasztó a megismert információk és a saját kritériumai alapján értékel, összehasonlít. Lényeges, hogy a vállalat kiemelje, hangsúlyozza terméke jó tulajdonságát és annak fontosságát. Hiba lenne a hűségprogramot indító üzemanyag-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalatoknak a programot úgy hirdetni, hogy 286 forint helyett mindössze 285 forintért adja a benzint. A literenkénti egy pont a későbbi beváltásnál pedig pontosan ezt fogja jelenteni. A vállalatok természetesen teljesen

más oldalról közelítik meg a dolgot, szolgáltatásuk hasznosságát előnyösebben próbálják meg bemutatni. A fogyasztó az értékelési folyamat eredményeként véleményt alkot a termékről. Tehát a törzsvásárlói programok egyik feladata tulajdonképpen az, hogy a vélemény kialakulását kedvezően befolyásolja, minimális költségek árán. A fogyasztó két egyforma üzlet közül azt fogja választani, amely valamilyen többletszolgáltatást nyújt, ebben rejlik a hűségprogramok sikerének titka.

3.4. Vásárlási döntés

Az alternatívák értékelése után a fogyasztó meghozza döntését, törekedve arra, hogy minél kevesebb *kockázat*ot vállaljon. Több hasznos információ feldolgozásával a kockázat csökkenthető. Ez minden cég érdekében áll, hiszen minél kisebb kockázatot vállal a fogyasztó, annál valószínűtlenebb, hogy a versenytárs termékével kísérletezzen. Nézzünk pár ötletet arra, hogy a vállalatok a kitüntetett hűséges fogyasztóik kockázatát hogyan csökkenthetnék:

- Hosszabb visszacserélési lehetőség, garancia.
- Vásárlás során a megtakarítás érzetét kelteni a vevőben.
- A törzsvásárlói klub bizonyos csoporthoz való tartozás érzetét keltheti.
- A termék és annak biztonságos használatának bemutatása.

A vásárlási döntés két szélsőséges esete az *előre tervezett vásárlás* és az *impulzusvásárlás*. Gyakoribb az átmenet, az úgynevezett *tervezet impulzusvásárlás* (tervezgetem, hogy vásárolni fogok, de csak akkor lépek, mikor megfelelő impulzus ér, ilyen lehet egy árleszállítás). (Törőcsik M., 1995.)

Nézzünk egy példát: fogyasztónk a tél közeledtével kabátvásárlásra szánja el magát. Mivel a vacsorához is be kell vásárolnia, úgy dönt, hogy egy hipermarketbe látogat el, ezeket már jól ismeri. Hétfő lévén a Corát választja, hiszen két ingyen pontot realizálhat a kártyáján. Otthon kényelmesen átlapozhatja az aktuális Cora-katalógust, amelyben két kabát is felkelti a figyelmét. Így az áruházba kiérve, vásárlását teljesen megtervezve lép a kabátokhoz, és választ a kettő közül. Élelmiszervásárlás közben a hangosbemondó tájékoztatja, hogy villámakció keretén belül fél áron vásárolhat kesztyűket. Annyira kedvezőnek találja az árat, hogy noha egyáltalán nem tervezte, de megvásárolja, s ezzel tipikus impulzusvásárlást hajt végre. A pénztárhoz közeledve kezébe kerül a „pontos termékek" listája és észrevesz egy esernyőt, melynek megvásárlásáért bonusz pont jár. Ez nagyszerű megoldást jelenthet arra a problémára, hogy mit is vegyen anyósának karácsonyra (ezt nevezhetjük tervezett impulzusvásárlásnak). Sorban állás közben kiszámolja, hogy mennyit fog fizetni, 9950 forint a végeredmény. Rutinos vásárló révén még egy csomag rágógumit tesz a kosarába, hiszen így átlépi a 10 ezer forintos határt, amiért már nem egy, hanem hat pontot írnak jóvá kártyáján.

3.5. Vásárlás utáni magatartás

A termék megvétele után, használat közben derül ki a *vevő elégedettsége*. A termék ténylegesen tapasztalt tulajdonságait veti össze az elvárásokkal. Egyértelmű statisztikai adatok mutatják, hogy az elégedett fogyasztó később milyen gyakorisággal költi el ugyanott a pénzét. A vevő saját vásárlási ciklusát is lerövidítheti, hiszen nem kell információt keresnie, értékelnie, hanem a probléma-felismerés után közvetlenül vásárolhat (Bauer A.-Berács J. 1998). Ha viszont a termék nem felelt meg a fogyasztó elvárásainak, elfordulhat attól, sőt a gyártójától, forgalmazójától is.

A vevők elégedettségét nagymértékben növelheti, ha úgy fejezik be a vásárlást, hogy azzal sikerült pénzt is megspórolniuk. A tipikus fogyasztó úgy csatlakozik egy hűségprogramhoz, hogy azt gondolja, semmit nem veszíthet vele, ő csak vásárol ugyanúgy, mint eddig, és ha ez neki valamilyen ajándékot eredményez, az külön öröm.

4. A fogyasztói döntést befolyásoló tényezők

A fogyasztói döntést számos tényező befolyásolja, amelyeket négy csoportra oszthatjuk (Bauer A.-Berács J. 1998) :
A *kulturális tényezők* az értékeket, felfogásokat, magatartásformákat takarják, melyeket a szocializáción keresztül sajátítunk el. A *társadalmi tényező*, azaz hogy az egyén milyen csoportokban (család, barátok, munkahelyi kollektíva) éli életét, nagyban befolyásolja vásárlási szokásait. A vásárló döntéseit *személyes jellemzői* is befolyásolják, úgymint a vásárló kora, családi állapota, foglalkozása, gazdasági körülményei, életmódja, személyisége. A *pszichológiai tényezők* az egyéni motivációt, az észlelést, az érzékelést, a gondolkodást és a tanulást foglalják magukba.

Mondani sem kell, hogy napjainkban a fogyasztóért való harc egyre élesedik, így a vállalatok igyekeznek az imént felsorolt, a döntést befolyásoló tényezőkre hatni. Jövedelmezőbb a vállalatnak a meglévő vásárlóik megtartására és azok „fejlesztésére" koncentrálni. Az Egyesült Államokban számos statisztika készült arról, hogy mennyivel olcsóbb egy hűséges fogyasztót további vásárlásra ösztönözni, mint egy új vevőt elcsábítani (TARP-tanulmány szerint az utóbbi költségei az előbbi ötszöröse). (Tapp 1999)

A nagy vállaltoknál ez a feladat még komplexebbé válik, nemcsak egy bizonyos termékből szeretnének minél többet eladni a vevőnek, hanem lehetőleg minél több terméket. Szinte már a vevők birtoklását tűzik ki célul. Az új vevők csak szívós munkával alakíthatók át bevált, lojális törzsvásárlókká.
A hűséges vevővé válás lépcsői Kotler szerint a következők: *első vásárló, visszatérő vásárló, ügyfél, pártoló, tag, társ, társtulajdonos.*

A megvásárolt termék jó- vagy rosszérzést fog kelteni az első vásárlóban. Ha közömbös vagy annál is rosszabb érzéssel zárja az első vásárlást, akkor könnyen búcsút mondhat a vásárlónak a cég. Ha elégedett, akkor lehet, hogy visszatér, ha pedig

nagyon elégedett, akkor szinte biztos. A vállalt számára lényeges a vevők elégedettségét kicsikarni. Fontos a vevők panaszait meghallgatni, lehetőleg orvosolni. Ehhez egy hatékonyan működő vevőszolgálatra van szükség, ahol minél gyorsabb és eredményesebb megoldást kell találni a fogyasztók problémáira és friss információkkal kell ellátni őket. Fontos a megfelelő alkalmazott kiválasztása, hiszen ez egy igen nehéz munkakör (frontszemélyzet), ráadásul a cég számára rettentően fontos is, hiszen ők azok a dolgozók, akik személyes kapcsolatba lépnek a vevővel. Gyakran ők jelenítik meg a céget a vevő szemében, az ő viselkedésük alapján ítél a vásárló. (Veres 1998)

Azokat, akiket az első vásárlás után sikerült visszacsábítania a cégnek, visszatérő vásárlóknak nevezhetjük.

Ha a fogyasztó már nemcsak egy terméket vár el a cégtől, hanem hozzá kapcsolódó valamilyen szolgáltatást is, akkor már ügyfélről beszélhetünk. Az ügyfelekkel való kapcsolat folyamatosabb, bensőségesebb. Tipikusan ilyen szolgáltatás a hűségkártya-rendszer. Minél kedvesebb a vállalat az ügyfél szemében, annál szívesebben mond róla jót, reklámozza a céget, ráadásul sokkal hatékonyabban, mint a drága hirdetések. Ha egy fogyasztónak megtetszett a program, akkor beszél róla, elmeséli ismerőseinek, akik nagy része szintén kipróbálja azt. Az érett, elégedett fogyasztók több ajánlással szolgálnak, azaz ajánlják a vállalatot barátaiknak, rokonaiknak, munkatársainak, őket nevezhetjük pártolóknak, vannak, akik a cég nagyköveteinek tartják e vevőket. Az így megszerzett új fogyasztó hosszabb ideig marad a vállalat ügyfele, és nagyobb vásárlóerőt képvisel, hiszen ő már beépítette tudatába másvalaki tapasztalatait. (Tapp 1999)

Azaz a lojalitás tovább fokozható, ha az ügyfeleket tagsági program keretében tagjainkká nyilvánítjuk, azaz bizonyos előjogokban részesítjük őket. A tagsági programoknak számos szintje és fajtája ismeretes.

Egyes vállalatok ennél is továbbmennek, és vevőiket partnerként kezelik és a vevők segítségét kérik új termékek tervezésében, kifejlesztésében, a szolgáltatások javításában.

A vevők vállalathoz kapcsolódásának legmagasabb foka az, amikor az ügyfél részvényvásárlással társtulajdonossá válik. Természetesen csak kevés vállalatnak ajánlatos vevőivel partneri vagy társtulajdonosi viszonyba kerülnie.(Kotler 1999)

Tehát egyszerűsödni látszik a képlet, a vállalatnak mindent meg kell tennie azért, hogy vásárlója a későbbiekben is őt válassza, és semmi esetre se közeledjen a versenytársához, lehetőleg ki se próbálja az ajánlatát. A következő eszközök segítségével tehet a vállalat a versenytársánál értékesebb ajánlatot (Tapp 1999):

4.1. Alacsonyabb ár felszámítása

Ez a stratégia főként a tömegcikkek piacán érvényesülhet, ahol gyakorlatilag azonos termékeket forgalmaznak. Elsősorban a nagyvállalatok élhetnek ezzel, amelyek alacsony költségszinten képesek működni. Ők megengedhetik maguknak, hogy versenytársaik árai alá menjenek, még akkor is, ha így kevesebb az egy termékre eső nyere-

ségük. Kedvező esetben nincs szükség újabb árleszállításra, mert a cég már elüldözte alacsony áraival versenytársait a piacról. Ugyan nem stratégiaszintű lépés, hanem csak egy kis taktikai fogás, de jó példa a már említett két Cora-akció, a „pontos termékek", melyek megvásárlásával extra pontokhoz juthat a vevő, és a villámakciók. Ezekben az esetekben az is előfordulhat, hogy adott termék ezen időszaki forgalmazása nem nyereséges, de nehezen képzelhető el, hogy a vásárló képes megállni, hogy végighaladva a sorok között (hiszen ezen akciós termékeket nyilván így helyezik el) ne vásároljon néhány más (normális profitot hozó) terméket is.

4.2. A vevők egyéb költségeinek csökkentése

Ehhez a módszerhez a vevők magas fokú ismerete szükséges. A cég segíthet ügyfelei rendelési, szállítási, készletezési, adminisztratív költségeinek csökkentésében. A cégek hűségprogramjuknak köszönhetően értékes adatbázishoz juthatnak, így lehetőségük van az információk alapján szegmentálni fogyasztóikat és minden szegmensnek a legjobb ajánlatot tenni.

4.3. Új érték hozzáadása a termékhez

A vállalat többek között a következő előnyöket ajánlhatja fel potenciális vevőinek:

- Termékek és szolgáltatások egyéni igényekre igazítása (pl.: megvásárolt ruhadarabok mértre szabása)
- Rendkívüli garancia (pl.: „Próbáld ki, ha nem tetszik, hozd vissza!")
- Jobb minőségű, gyorsabb szolgáltatás (pl.: kiterjedt szervízhálózat)
- Nagyobb kényelem a vevőknek (pl.: rendelés Interneten, rugalmasabb nyitva tartás)
- Tagsági programok (pl.: jutalmat kapnak a vásárlásért)

A tagsági programok a vállalat ügyfélmegtartási stratégiájának egyik legfontosabb részét képezhetik. Mint már az előbbiekben említettem a versenyben maradáshoz változtatni kellett a cégek *marketingszemléletén*, hiszen nemcsak a versenytársak számának növekedése a gond. A marketingkampányok megdrágultak a médiában, egyre több hirdetés kell ahhoz, hogy a megcélzott csoport minél több tagjához eljusson az üzenet. Probléma az is, hogy a fogyasztó a számtalan üzenet közül egyre nehezebben választja ki a neki fontosat (növekvő zajhatás). A vállalatok által kínált termékek és szolgáltatások funkciói egyre inkább hasonlóak és magas minőségűek, ezért funkcióik önmagukban egyre kevésbé jelentenek versenyelőnyt. Viszont a fogyasztók egyre magasabb szintű szolgáltatásokat igényelnek. Még mindig megfigyelhető, hogy a vállalaton belül a marketing nagyon elszigetelve működik.

A hagyományos marketingeszközöket felhasználó befektetések megtérülése folyamatosan csökken. A vállalatoknak fel kell ismerni, hogy érdemesebb a termékeik helyett az ügyfeleikre összpontosítani (mind stratégiai, mind pedig operatív szinten). Kis túlzással a klasszikus 4P helyett a vevőkapcsolatokra tevődik át a hangsúly. Ez a megközelítés a *direkt marketing* alapja, melynek lényege, hogy a vállalat a fo-

gyasztókról megszerzett információk alapján fejleszti termékeit, amelyeket a felmért igények szerint juttatnak el a vevőknek, akik ezt optimális esetben hűségükkel honorálják. A direkt marketing fontos eleme az *adatbázis*. A hűségprogramok egyik lényege saját adatbázis kialakítása, mely hatalmas értéket jelenthet a vállalatnak. Lássuk, mire is használhatja fel adatbázisát a vásárlói megtartásáért küzdő vállalat:

- A fogyasztó minél pontosabb megismerése, vevőértékének meghatározása
- Személyre szabott üzenetek, ajándékok
- A hűségprogram folyamatos megújítása az igények alapján
- Differenciált kommunikáció

A Cora Bizalomkártyájának esete jól mutatja, mennyire értékes a cégeknek a vásárlóiról beszerezhető információ. A kártya kézhezvételéhez csak egyoldalas jelentkezési lapot kell kitölteni (melynek az alján felhívják a fogyasztó figyelmét arra, hogy a megadott adatokat felhasználják, de kizárólag a Cora-adatbázis részére). Ha a vásárló hajlandó még egy háromoldalas kérdőíven adatokat megadni magáról, anyagi helyzetéről, vásárlási szokásairól, hobbijairól, akkor olyan mennyiségű pontot írnak jóvá friss kártyáján, amihez különben sok ezer forint elköltésével juthatnak hozzá.

Szert tehet a vállalat adatbázisra más módszerrel is. Más társaságtól megvásárolja, hozzáfér valamilyen adatnyilvántartáshoz (szélsőséges eset lehet a telefonkönyv). Ezen módszerek hibája lehet, hogy nem eléggé szegmentált, nagy mérete miatt egy adat megszerzésére jutó költség ugyan alacsony, viszont sokba kerülhet a fogyasztóktól kicsikart visszajelzés. A saját készítésű adatbázis létrehozása költségesebb, de sokkal hatékonyabban lehet használni.

Egy magánszemélyeket megcélzó vállalkozás adatbázisa tartalmazza a fogyasztók demográfiai paramétereit, vagyoni, tulajdoni, családi viszonyait, életvitellel, érdeklődési körrel kapcsolatos információkat, vásárlási szokásokat, márkahasználatot, márkapreferenciát, valamint azt, hogy a vevő hogyan tehető lojálissá, mi motiválja.

A magyar vállalatoknak adatbázis-kezelés terén van még mit tanulniuk külföldi társaiktól. Egyelőre hazánkban az adatbázishibák gátolják a direkt marketingtevékenység szélesebb körű elterjedését. Tipikus hiba, hogy túl alacsony rekordszámú anyaggal dolgozik egy cég, vagy ha megfelelő az adatbázis mérete, akkor kevés ismérvet tartalmaz. Nagyobb hangsúlyt kell fektetni az adatok frissítésére is.

5. Tagsági programok kialakulása

Az 1960-as években az USA szupermarketeiben és boltjaiban megjelentek azok a gyűjthető bélyegek, amelyek a vásárló által költött összeggel arányosan bizonyos jutalmakat helyeztek kilátásba. Az 1980-as években az American Airlines bevezette saját jutalmazási programját (AAdvantage), amelyben mindenegyes repülőjegy megvásárlásával bizonyos mérfölddel (miles) gazdagodik az utas, melyeket összegyűjtve ingyen utazást spórolhat össze. E program sikerén felbuzdulva más légitársaságok is

hasonló utazásokat ösztönző programokat indítottak. Az Air Miles törzsutas program (más néven The Loyalty Group) a kilencvenes évek elején indult Kanadában. Hamar felismerték a lehetőséget a légi közlekedéshez közelálló szolgáltatók, így gyűjthette mérföldjeit a törzsutas már autóbérléssel, hotelfoglalással és telefonálással is. A légitársaságokat nem sokkal később a kiskereskedelmi szektor követte.

Európában a Tesco élen jár a lojalitásprogramok használatában. A külön e célra alkotott kártyán kívül Visa hitelkártyán gyűjthetik a vásárlóik az ajándékra váltható pontokat. A Tesco kihasználja az ezzel megszerzett adatbázisban rejlő lehetőségeket. A vásárlói szokások elemzése után több ezer szegmenst tudnak képezni. Speciális klubokat hoznak létre törzsvásárlóikból (pl.: borkedvelők).

Az ügyfélmegtartási tevékenység hazánkban is fontos, igaz, még csak néhány év óta alkalmazott marketingeszköz. Főként az újdonság erejével kedvező fogadtatásra talált a hazai fogyasztók között. Erősen érintett szektorok között van hazánkban is a légi közlekedés: a Malév 1990-ben indította törzsutas programját Duna Club néven, a fent említett elődökkel teljesen megegyező célokkal. Magyarországon a benzinkút-hálózatok is viszonylag hamar megpróbálták kihasználni a hűségprogramokban rejlő lehetőségeket. Valószínűleg jó alapot biztosított, hogy a kilencvenes évek elejétől fokozatosan elterjedtek az úgynevezett üzemanyagkártyák, amelyek egyszerűbbé tették a vállalatok üzemanyag-költségeinek elszámolását. A nagy hálózatok már ezzel elkezdték építeni saját vevőkörüket és hozzá szoktathatták (bár nem tudatosan) ügyfeleiket a kis plasztik kártya mindennapos használatához.

6. A hűségprogramokról általában

A lojalitási program egy olyan, a vállalat ügyfélmegtartási stratégiájának részeként, általában folyamatosan működő klubtagsági rendszer, amelynek célja, hogy a meglévő ügyfeleket a szolgáltatónál maradásra, visszatérő vásárlásra, továbbá rendszeres és nagyobb értékű költekezésre ösztönözze, a márkaépítést elősegítse. E programok a vásárlók számára a leggyakrabban kedvezmények, visszatérítések és extra szolgáltatások formájában nyújtanak előnyt, fontos, hogy ezt megbízhatóan, folyamatosan képes legyen nyújtani a cég.

Az előzőekben bizonyára már mindegyik eleméről említést tettem, de érdemes összefoglalni a hűségprogramok céljait:

- A vásárlói igények jobb megismerése, az elégedettség növelése
- A meglévő fogyasztók megtartása
- Klubtagsági érzés teremtése
- Rendszeres, közvetlen, személyre szabott kommunikáció
- Kiváltságérzet növelése a vevőben

A hűségprogramok egyik legnagyobb előnye, hogy képes rövid-, illetve hosszú- távú hatásokat is kifejteni. Jól összehangolt rövidtávú akciókkal nagy sikereket lehet elérni hosszútávon is. Többnyire légitársaságok, távközlési vállalatok, pénzin-

tézetek, szállodák indítanak hűségprogramokat, de előfordul ez a jelenség az élelmiszer-kiskereskedelemben az üzemanyag-kiskereskedelemben, a ruházati-kiskereskedelemben is. Általában ezeken a piacokon az alaptermék egy tömegtermék és a cégek nehezen tudnak kiemelkedni az egyformaságból.

A továbbiakban a lojalitási programok típusait mutatom be.

6.1. Lojalitás programok a jutalom típusa szerint:

Léteznek kedvezményt biztosító rendszerek. Ilyen például hazánkban a HVG Klubkártya. Ezen programoknál a legfontosabb a csoporthoz való tartozás érzetének fenntartása. Sikeresen működhet a program, ha sikerül elérni, hogy egyfajta társadalmi presztízsértéket képviseljen a klubhoz való tartozás. Nagy előnyt jelenthet a klubtagoknak az általánosnál jobb informáltság lehetősége.

Vannak a legértékesebb vásárlóikat díjazó programok, mint például a Westel Aranytárskártya.

A pontgyűjtő programok megkülönböztetjük a pontbeváltás módja szerint. Létezik a katalógus-ajándékokra korlátozott pontbeváltás (pl.: Smart) és szabad pontbeváltás (SuperShop).

6.2. Lojalitás programok az azonosítást hordozó dokumentum típusa szerint

A mai megoldásokat a „hőskorban” az egyszerű papírkártyák, vagy a füzetekbe ragasztott bélyegek helyettesítették. A plasztikkártyák technikai fejlődési szakaszai szerint csoportosíthatjuk a mai hűségkártyák megjelenési formáját is. Az egyszerű mágnescsíkkal, vonalkóddal ellátott műanyag kártyánál fejlettebb megoldás a chippel felszerelt plasztiklap, persze előállítási költsége is jóval magasabb. Utóbbi biztonságosabb, gyorsabb tranzakciót tesz lehetővé az előbbinél. A chipkártyák képesek tárolni a fogyasztó adatait, nagyobb adatkapacitással rendelkeznek.

6.3. Lojalitás programok a programot üzemeltető cégek száma szerint:

Léteznek egyvállalatos programok és több vállalatos, úgynevezett *multibranch vagy koalíciós* programok. A törzsvásárlói kártya alaptípusa az, hogy egy vállalkozás a vásárlói kártyákon gyűjtött pontokért saját boltjaiban beváltható kedvezményeket nyújt. Ennél fejlettebb változat az, amikor több vállalkozás együtt ad ki vásárlói kártyát, így annak birtokosa az élelmiszerboltban szerzett pontokért például kedvezményesen tankolhat a programban résztvevő olajtársaságnál. A koalíciós program előnye, hogy kisebb a kockázatvállalás, az alapítási és üzemeltetési költségek felosztathatóak épp úgy, mint a reklám- és egyéb marketingköltségek, valamint egymás fogyasztói is megnyerhetők. Ezen kívül fennáll egy banki partner bevonásának a lehetősége, ezáltal biztonságosabb az elszámolás, nagyobb bizalom alakul ki. A koalíciós program hátránya, hogy nincs önálló döntéshozatal, a program nemcsak egy cégről szól, a köztudatban több más márkanévvel közösen forog, így a cég nem tudja elsődlegesen saját márkáját építeni.

A multibranch programok résztvevőinek érdemes hasonló célcsoportú, imázsú partnert választani. Nagyon hatékony lehet a program, ha a cégek vásárlókörei kiegészítik egymást, összességében minél nagyobb fogyasztói területet fednek le.

Le kell szögeznünk néhány olyan általánosságot, melyeknek jellemeznie kell a lojalitási programot: az egész mechanizmusnak egyszerűnek, érthetőnek és hatékonyan megvalósíthatónak kell lennie. Fontos a lehető legpontosabb kommunikációs terv elkészítése. Egységes üzenetet kell közvetíteni minden csatornán át a fogyasztók felé. A jutalmazás kialakításánál fontos, hogy az ajándékok értéke arányban legyen a vásárlások összegével. Az ajándék motiválja a fogyasztót, de ne legyen elérhetetlen. Az összegyűjtött pontok beváltását is a lehető legegyszerűbben kell megvalósítani.

7. Néhány a legnépszerűbb hazai hűségprogramok közül

7.1. Cora Bizalomkártya

A ma 59 hipermarketből álló áruházlánc első üzletét 1969-ben nyitották meg Franciaországban. A Cora névvel a magyar vásárlók 1997-ben találkozhattak, ekkor nyitotta meg a cég törökbálinti üzletét, amelyet a mai napig még öt követett (Budakalász, Fót, Miskolc, Szeged, Debrecen). A cég Cora Bizalomkártya néven indított hűségprogramot. A program fő célja természetesen minél több vevő megszerzése, illetve nagyobb értékű vásárlásra buzdítása. A Cora is nagy hangsúlyt fektet a megfelelő adatbázis kialakítására, melynek segítségével jobban megismerheti, alkalmas esetben szelektálhatja fogyasztókörét. Érdekes, hogy a cég adatbázisát még a Vöröskereszt is felhasználta. Az egyik üzlet levélben kérte fel Bizalomkártya-tulajdonosait önkéntes véradásra, amiért cserébe plusz pontokat ajánlottak.

Minden 18 évnél idősebb vásárló a cég bármely üzletében ingyenesen igényelhet Bizalomkártyát, amelyen vásárlásai során (a kártyát átnyújtva a pénztárosnak) gyűjtögetheti hűségpontjait, melyeket az e célra szerkesztett, és időről időre megújuló ajándékkatalógusban szereplő termékekre válthat. A cég azt szeretné elérni, hogy lehetőség szerint a hét minél több napján kilátogasson hozzá a fogyasztó és minél több impulzusvásárlással növelje az áruház bevételét. A hétfői vásárlók például több ponttal térhetnek haza, mint az egyéb napokon vásárlók. A cél egyértelmű: szinkronizálni a keresletet. Ezen kívül a fogyasztók időről időre egyes termékekkel további bónuszpontokat szerezhetnek. Ezek az úgynevezett „pontos termékek”, melyek megvásárlása automatikusan pluszpontokat jelent. A fogyasztókhoz eljuttatott reklámanyagokban és az áruházban is sok helyen hirdetik e termékeket, melyek vásárlását a szenvedélyes pontgyűjtők ritkán hagyják ki. Ez valószínűleg nagyszerű eszköze az üzletnek arra, hogy megszabaduljon egy adott termékből kialakult túl nagy készletétől, esetleg felgyorsítsa a szavatossági idő végéhez közeledő termékek kiárusítását.

Az áruházlánc próbál minél jobb, személyesebb kapcsolatot kialakítani Bizalomkártya-tulajdonosaival, soron kívül értesíti őket az aktuális árleszállításokról, ak-

ciókról, a fizetéskor kapott blokkon tájékoztatják a vásárlókat a meglévő pontjai számáról. Minden üzletben Bizalomkártya-irodát működtetnek, sőt ingyenesen hívható zöldszámot hoztak létre a minél magasabb szintű szolgáltatás érdekében.

A fogyasztók szempontjából apró hibája talán a programnak, hogy a kártya névre szóló, így egy családon belül felaprózódhatnak a pontértékek. A házastársaknak már lehetőséget próbálnak biztosítani a pontösszevonásra. Kivédhetetlen gond, hogy az ajándéktermékek néha elfogynak. Vannak ajándékok, melyeket meg kell rendelni, és talán nem szerencsés, hogy a fogyasztónak három hetet kell rá várnia. A cégnek mindent meg kell tennie, hogy ezekkel a dolgokkal minél kisebb gondot okozzon vásárlóinak, gyorsan, rugalmasabban orvosolja a problémákat.

7.2. MOL Törzsvásárlói program

A MOL 1998 májusában indította el saját programját, melyben mikroprocesszoros chipkártyán gyűjthetik pontjaikat a vásárlók. Az összegyűjtött pontokat a külön e célra összeállított ajándékkatalógusban szereplő termékekre (mindegyikhez az értékével arányos pontértéket rendeltek a szervezők) válthatja, illetve a benzinkúton fizethet is vele, 1 pont = 1 forint árfolyamon.

A program sikerességét mutatja, hogy a kártyatulajdonosok száma meghaladja a 400 ezret. Kiterjedt benzinkút-hálózatának (közel 400 tag) köszönhetően az ország majdnem minden pontján megtehetik az autósok, hogy a legközelebbi MOL-töltőállomásig vezetnek, ha tankolni szeretnének. Természetesen a fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy a shopban történő vásárlással (a növekvő benzináraknak is köszönhetően) majdnem háromszoros gyorsasággal gyűjthetik pontjaikat.

A MOL folyamatosan nyomon követte az ágazatra jellemző tendenciákat, külföldi esettanulmányokat dolgozott fel. Nem volt nehéz levonniuk a következtetést, hogy határainkon túl és idehaza is sikeresen működnek a többszereplős hűségprogramok. A hazai üzemanyagszektorban egyre élesedő versenyben a külső szemlélő számára nagy előnyt jelentett a Shellnek a McDonald's-cal közös programja, illetve az OMV is nagyobb profitot várhatott a SuperShop tagjaként. A cég külső tanácsadó bevonásával pontos piacfelmérést készített, majd meghozta döntését a követendő multipartner-irányról.

7.3. Multipont

Tárgyalások után 2001. július 10-én keret-megállapodást kötött az Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Rt. (OTP Bank), a Magyar Távközlési Rt. (Matáv) és a Magyar Olaj- és Gázipari Rt. (MOL) a Multipont program beindításáról. A szerződő felek rögzítették céljaikat, terveiket, megállapodtak a kölcsönös adatszolgáltatás feltételeiben, egyeztették pénzügyi és marketingcéljaikat. A bevezető marketingkampány és kártyakibocsátás 2001. október 17-én indult. A kártya kibocsátója az OTP Bank.

A többszereplős hűségprogramoknak, mint amilyen a Multipont program, nagy előnye a *keresztvásárlás*. Mindhárom cég nagyon sok új vásárlót remél a partnerek ügyfelei közül. A legjobb helyzetben ilyen szempontból az OTP van, hiszen ha valaki a program tagja szeretne lenni, akkor automatikusan OTP-ügyfélé kell válnia. A MOL is jogosan reménykedhet abban, hogy sokan lesznek, akik úgy gondolják, hogy „ha már úgy is nagy forgalmat bonyolítok le a Matávnál/OTP-nél, akkor miért ne kapjak ezért valamiféle jutalmat!? És ha a jutalmat értékesebbé tehetem azáltal, hogy MOL-kúton tankolok, akkor ezt megéri kipróbálnom!" A távközlési verseny beindultával hasonló hozzáállást várhat el a Matáv is a fogyasztóktól, de szerintem a telefontársaságnak az is nagy eredmény lenne, ha a programnak köszönhetően minél kevesebb ügyfelét veszíthetné el, lecsökkentve a mobiltelefonra átpártolók tömegét.

A program egyik kulcskérdése a kialakuló adatbázis. Fontosságát mutatja, hogy a működési szabályzatba a legapróbb részletig rögzítették az erre vonatkozó szabályokat. Az adatkezelő az OTP Bank. A szerződés tartalmazza, hogy az adatok csak partneri körön belül mozoghatnak, ott se mindegyik.

A programnak bárki tagja lehet, aki kitölti a kártyaigénylő lapot, és aláírásával igazolja, hogy elfogadja a program szabályzatát. Pontszerzésre a MOL-kutaknál ugyanúgy kínálkozik lehetőség, mint a MOL Törzsvásárlói Program esetében. Ezenkívül, mindenki gyarapíthatja pontjai számát, ha a Matáv távközlési szolgáltatását veszi igénybe, illetve minden belföldi OTP bankkártyás vásárlási tranzakció esetén. A pontok egyrészt a program ajándékkatalógusában (Kollekció) található ajándékokra válthatók be a feltüntetett pontértékért, másrészt a pontokért bármilyen, a pontbeváltó partner hálózatában kapható termék vagy szolgáltatás megvásárolható. Tehát a Multipont-kártya egyszerre pontgyűjtő és OTP-bankkártya.

A hűségprogram sikerét (az OTP-nél a működés első negyedévének végén 15 ezer új kártyát adtak ki, és 1,3 millió pontot írtak jóvá) nem volt nehéz megjósolni, hiszen saját területén a legnagyobb vállaltok próbálják meg egyesíteni vásárlókörüket. A már említetett benzinkút-hálózat mellett több mint 20 ezer Eurocard/MasterCard és Maestro elfogadóhelyen fizethet az ügyfél Multipont-kártyájával, amely magában foglalja az OTP Bank több mint 6000 kereskedelmi elfogadóhelyét. A Matáv szolgáltatásait pedig az ország területének több mint 70%-án veheti igénybe.

A zökkenőmentes működés érdekében a program Pontbeváltó Vevőszolgálatot üzemeltet, melyet zöldszámon hívhatnak problémáikkal a fogyasztók.

A program további előnyként lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy egy számlához több kártya is kapcsolódjon, így az egész család is aktív pontgyűjtő lehet.

A program sokak számára elég bonyolultnak mutatkozik, állandó, ösztönző marketingkampány szükséges. Nagyon távoli még az az idő, mikor a programot magára lehetne hagyni, azaz automatikusan növelné fogyasztói bázisát. Ami a jövőt illeti, a három cég egyáltalán nem zárkózik el további partnerek csatlakozásától, hiszen ezzel növelhetnék a pontgyűjtési potenciált.

7.4. A SuperShop program

A SuperShop többvállalatos törzsvásárlói program 2000. április 15.-én kezdte meg működését. Alapító tagok: a Kaiser's szupermarketláncot is birtokló Plusz Kft., az OMV, a Kereskedelmi és Hitelbank és a Skála Centrum. 2001-ben csatlakozott a programhoz az OBI és a Magyar Könyvklub. A partnerek mindegyike olyan országos üzlethálózattal rendelkező kiskereskedelmi és szolgáltató cég, mely a maga területén a magyar piac meghatározó szereplője.

A Multipont-programtól eltérően a tagok megegyeztek abban, hogy a programot egy rajtuk kívül álló cég menedzselje. Az 1998 nyarán létrejött SuperShop Marketing Kft. feladata a program üzemeltetése, központi reklám- és marketingtevékenység koordinálása, ügyfélszolgálati feladatok ellátása, sőt lehetséges új partnerek felkutatása is. (Szigeti 2002) Sikeresen alkalmaznak közös kommunikációs csatornát a cégek. Mivel a költségek megosztódnak, hatalmas lehetőségek vannak a program és ezáltal, a cégek népszerűsítésére a televízióban, óriásplakátokon, az Interneten, szórólapokon és sok egyéb helyen. E programnak köszönhetően is lehetőség nyílik adatbázis-alapú kommunikációra a törzsvásárlókkal. Az adatbázisban nemcsak a fogyasztó személyes adatait tartják nyilván, hanem rögzítik a vásárlók által lebonyolított tranzakciókat is, ezzel is számos vásárlási szokásra alapuló szegmentálási ismérvre tesznek szert. A megtartott vevők egyre nagyobb értékben vásárolnak. A kártyabirtokosok 40–60%-kal többet költenek a nem kártyás vásárlóknál. Megfigyelhető az egyre növekvő „nagykövet" hatás is, az elégedett fogyasztók számos ismerősnek ajánlják a programot, a leghatékonyabb, ráadásul legolcsóbb reklámja ez a cégnek.

Fontos eleme a fogyasztók minél színvonalasabb tájékoztatásának, szórakoztatásának és az egységes image kiépítésének a SuperShop magazin, melyhez eladáshelyeken juthat hozzá a fogyasztó.

Pontjaikat a vásárlók kétféle kártyán gyűjthetik: SuperShop Törzsvásárlói Kártyán, mely ingyenesen igényelhető, névre szóló chipkártya. E plasztiklap pontgyűjtésre és pontbeváltásra alkalmas. A SuperShop Maestro Kártya az előző tulajdonságain túl bankkártyaként is használható, azaz fizethet vele a vásárló.

Fizetés után a blokk mellé minden kártyatulajdonos egy külön SupeShop-blokkot kap, mely tartalmazza az aktuálisan felírt pontok számát és az egyenleget. A kártyán összegyűlt pontok bármely résztvevő cégnél levásárolhatók. A szervezők piackutatás alapján úgy döntöttek, hogy a fogyasztók jobban kedvelik azt, ha teljesen szabad kezet kapnak a pontbeváltást illetően. Tehát bármely cég bármely terméke megvásárlásánál felhasználhatják pontjaik tetszőleges részét. Az egyetlen megkötés, hogy az érték legalább 10%-át készpénzben fizessék ki.

Érdemes megfigyelni a programmal elért eredményeket. Az indulás óta eltelt alig több mint két esztendő alatt 800 ezer főre nőtt a kártyabirtokosok száma, fontos, hogy a növekedés teljesen egyenletes képet mutat. Összehasonlítás miatt érdekes, hogy a Smart-programban 1,5 millióan igényeltek kártyát az eltelt 5 év alatt, míg a Multipont 2001. októberi indulása óta 80 ezer hűséges vásárlóra tett szert. A SuperShop-kártyával bonyolított forgalom meghaladja a 110 milliárd forintot, ezzel

arányosan az eddig kibocsátott pontok száma 1600 millió, amiből egy milliárdot már be is váltottak.

Mindenféleképpen fontos egy ilyen jól működő programnak is a megújulás, egyrészt, hogy ne váljon unalmassá a fogyasztók számára, másrészt, hogy reagáljon a változó környezet hatásaira. Feladat lehet alternatív pontbeváltási módok megteremtése, fogyasztók még hatékonyabb tájékoztatása. Soha nem elégedhet meg a szervezet adatbázisával, törekedni kell további növelésére, pontosítására. A kártyahasználók differenciáltabb jutalmazása lehetővé tenné a közvetlenebb kapcsolatot. Fejleszthető még a program a klubérzet tekintetében, a fogyasztók díjazzák azt az érzést, hogy kiváltságban részesülnek, és esetleg ezáltal egy konkrét réteghez tartoznak.

8. Primer kutatás

2002. december 14. és 2003. január 05. között kérdőíves felmérést végeztem. Személyes, kérdezőbiztossal történt lekérdezéssel 170 személy adott egy-egy kérdéssorra értékelhető válaszokat. Ezen adatbázis tehát 170 hűségkártya-tulajdonosról tartalmaz információkat. A válaszolók között túlsúlyban vannak a diplomások (39,4%), és a jelenleg felsőfokú tanulmányaikat végző fiatalok (32,4%). Fontos megjegyezni, hogy az adatbázisba bekerült személyek átlagéletkora 34,4 év. A 170 lekérdezett 62,4%-a férfi. Természetesen ezen adatból sem vonhatunk le következtetéseket a lojalitáskártyát használók nemére vonatkozóan, de a többi adat kiértékelésénél fontos figyelembe venni. Szintén lényeges, hogy a kérdőívet nagyrészt (80% felett) szegedi lakosok, vagy Szegeden tanulók töltötték ki. Tehát egy nagyváros lakosainak kártya használati szokásaiból próbálunk meg következtetéseket levonni.

Kérdőívemben először arra kérdeztem rá, hogy milyen hűségkártyával vagy kártyákkal rendelkezik a fogyasztó. A három nagy hazai többszereplős programmal kapcsolatos fogyasztói szokásokat (különös tekintettel a keresztvásárlásra), a pontgyűjtéshez való hozzáállást, az ezzel kapcsolatos aktivitás mértékét is vizsgáltam, valamint azt, hogy mi motiválja az embereket a pontgyűjtésre.

Eredmények

A felmérésben résztvevő 170 személy összesen 299 hűségkártyát birtokol, ez átlagosan 1,76 kártyát jelent fejenként. A válaszolók kevesebb, mint fele rendelkezik csak egyetlen egy kártyával, 38% kettő, míg 17% három program résztvevőjeként próbál meg pénzt megtakarítani. Két fogyasztó rendelkezik háromnál is több kártyával. Ezen adatok alapján megállapíthatjuk tehát, hogy a válaszolók 56 százaléka hajlandó volt az első hűségkártyája után legalább még egyet kipróbálni. Valószínűleg szerepet játszhatott döntésében az is, hogy az elsőként használt programmal meg volt elégedve. Viszont megállapíthatjuk, hogy a harmadik és főként a negyedik hűségkártya használatát már sokan túlzásnak tartják.

A kutatás során a hűségprogramok népszerűségét is vizsgáltam. A 170 válaszadó közül 60 rendelkezik Cora Bizalomkártyával, 55 fő MOL Törzsvásárlói Kártya

tulajdonos, 52 személy a SuperShop program kereteiben belül gyűjti pontjait, 41-41 fő Smart- illetve Westel Aranytárs-kártya tulajdonos. Az Aral szolgáltatásait igénybe véve 18 autós vált törzsvásárlóvá. A Multipont programnak 30 ügyfele szerepel e mintában. Ismételten szólnom kell itt a Multipont program és a MOL Törzsvásárlói program közti kapcsolatról. Az utóbbi program jóval a Multipont elindítása előtt is sikeresen működött, ezért a MOL vezetői úgy döntöttek, hogy a koalíciós program elindításával nem szűntetik meg saját programjukat, hanem (egyelőre) párhuzamosan működtetik mindkettőt. Talán ezen számadatok is mutatják döntésük helyességét. Az adatbázisban szereplő 30 Multipont kártya tulajdonos pontosan fele rendelkezik MOL kártyával is. Nyílván ez utóbbi volt korábban birtokában és különböző pozitív hatásoknak köszönhetően döntött úgy az ügyfél, hogy a Matávval és az OTP-vel kiegészülő programban is részt kíván venni. Más szemszögből nézve a három társuló cég helyes döntéseit bizonyítja, hogy nagy hangsúlyt fektetett az egyik tag már működő programjából származó tapasztalatok és főként adatbázisának felhasználására, hiszen sikerült elérniük, hogy (az általam készített felmérés alapján) a MOL Törzsvásárlói Kártya- tulajdonosok 27,3 százaléka „elkísérje" a benzinkút-hálózatot a koalíciós programjába is.

A 30 Multipont kártyás kétharmada MOL fogyasztóként lett a program tagja, míg 26,7%-uk az OTP, 6,7%-uk a Matáv ügyfeleként csatlakozott a programhoz. Átlagosan egy személy 2,03 cégnél használja kártyáját a három partner közül.

Vizsgáljuk meg a koalíciós programok nagy előnyének, a keresztvásárlásnak a mértékét. A 20 MOL fogyasztó kiegészült még öttel, azaz a Matáv és az OTP által a programhoz csábított 10 ügyfél fele már MOL kutaknál tankol. Így a kártyatulajdonosok 83%-a élvezi e benzinkút-lánc szolgáltatásait. Az OTP esetében ez az adat 70%. Nagy különbség viszont, hogy ezen 21 fogyasztóból 13-mat a MOL-nak „köszönhet". Itt viszont egy igen nagy ellentmondással találkozunk, hiszen a Multipont program tagságnak feltétele, hogy a kártyatulajdonos az OTP ügyfelévé váljon. Valószínűleg lekérdezési hibával állunk szemben, illetve visszakeresve a kérdőívek között arra a következtetésre jutottam, hogy van olyan MOL kártyatulajdonos, aki úgy hiszi, hogy a Multipont programnak is tagja ezáltal. Tehát a lényeg, hogy a felmért 30 Multipont kártya birtokos elvileg OTP partner is. Az adatbázisban szereplő 21 személy valószínűleg az OTP tényleges banki szolgáltatásait igénybe vevő fogyasztó. A Matáv távközlési szolgáltatásait a „multipontosok" fele veszi igénybe, a cég e 15 ügyfelének 87%-a érkezett a két partner vásárlói köréből.

Nézzük ezen keresztvásárlási adatokat a SuperShop esetében a kártyahasználat vizsgálatának segítségével. Az adatokból kiderül, hogy a SuperShop kártyatulajdonosok átlagosan 2,8 üzletben használják kártyájukat. Ez a héthez viszonyítva elég kevésnek tűnik, de itt is érdemes megvizsgálni, hogy a hét vállalat hány fővel tudta gyarapítani fogyasztói számát. A Kaiser's üzletinek vásárlójaként 8 személy csatlakozott a programhoz, viszont már 20 személy, azaz a tagok 38,5%-a vásárol ezen üzletekben. A két legnagyobb százalékos növekedést az OBI és az OMV produkálta, mindkettőjük vevőköre több mint triplájára nőtt mintánk alapján a többszereplős

programban való részvételnek köszönhetően. Az OBI 8 tagot szerzett a SuperShop-nak, és 25-en, azaz 48,1% használja kártyáját üzleteikben, míg az OMV a második legtöbb tagot toborozva (12), messze a legnagyobb haszonélvezője a programnak, a kártyások 76,9%-a tankol náluk. Az adatok alapján a Plus élelmiszerláncnak lehet a leghálásabb a másik 6 tag, ő szerezte a program számára a tagok negyedét, igaz, hogy cserébe e minta alapján 11 fogyasztóval gazdagodott, így a kártya tulajdonosok 46,2%-a vásárol náluk. A kilenc tagot szerző Skála is jól profitál a közös üzletből, hiszen a tagok 40,4%-a vásárol üzleteikben. A Magyar Könyv Klub után a K&H-nál használják a legkevesebbet a SuperShop programot, mindössze a tagok 21,2%-a. A bank szerepe speciális a programban és jelen pillanatban is változáson megy át. Amint korábban megállapítottunk, a telített bankkártya piacon nagyszerű differenciáló eszköz, ha egy hűségkártyával kombinálják a bankkártyát. Ez nem vitás, de talán egyelőre kevés fogyasztó vállalja csak ezért a pénzintézet cserével járó bonyodalmakat, költségeket. Az üzemanyag-láncok helyzete ezért könnyebb, hiszen a váltási költségek ebben a szektorban gyakorlatilag zérusnak tekinthetők.

A felmért 40 Smart kártya tulajdonos 85%-a érkezett Shell ügyfélként a programba, míg a maradék 6 tag a McDonald's vásárlói közül került ki.

Nagyon markáns adatot találhatunk itt a keresztvásárlás fontosságára: gyorsétterem-lánc 20 fogyasztót „köszönhet" a Shell-nek, így a kártya használati arány (65%) megközelíti a Shell 87,5%-át.

Mindegyik többszereplős program esetében láthatjuk, hogy a cégeknek megéri mindent megtenni annak érdekében, hogy kiaknázzák a multibranch programokban rejlő előnyöket. Az általam vételezett kis minta is nagyszerűen bizonyítja a keresztvásárlások fontosságát.

Nézzük most az üzemanyag-láncok speciális helyzetének az okát. Először is fontos leszögezni, hogy adatbázisunkban nagy a férfi túlsúly (62,4%). A megkérdezett 106 férfi közül majdnem mindegyik használ hűségkártyát tankolásnál. Összesen 128 ilyen válasz született, ami azt jelenti, hogy e férfiaknak átlagosan 1,2 db olyan kártyája van, amellyel pontokat gyűjt üzemanyag vásárlás során. A felmért MOL kártyások 78,2%-a férfi, az Aral vásárlóinak is csak harmada hölgy, míg a három többszereplős kártya benzinkutaknál használói között is kimutathatóan nagyobb a férfiak aránya.

E három programot vizsgálva nem lehet nem észre venni, hogy kiugróan magas használati arányt mutattunk ki a benzinkút-láncok esetében. A Multipont tagok közül 86,2% vásárol a MOL-nál, a SuperShop és az OMV esetében ez az érték 76,9%. A legmagasabb (igaz, hogy itt csak két szereplő van, ráadásul a Shell indította a programot) a Smart keretein belül a Shell 87,5%-os eredménye.

A magyarázatot már részben megadtam korábban, e piacon a számos szolgáltató kezében nagyon kevés differenciáló eszköz van: az üzemanyag minősége gyakorlatilag erre nem alkalmas, mint ahogy az ár is csak nagyon kis mértékben, a nyújtott szolgáltatás fő minőségmérője ez esetben szerintem a gyorsaság, amely maximumát már szinte minden cég elérte. Tehát alkalmas eszköznek látszik egy hűségkár-

tya a vásárlói döntés meghozatalának befolyásolására. Akit sikerül valahogy a tagok közé csábítani az hajlandó elautózni a legközelebbi benzinkútig azért, hogy néhány ponttal gazdagodjon, hiszen neki ez gyakorlatilag semmibe sem kerül.

Ezt felismerve a felmérésemben szereplő hálózatokon kívül is több benzinkútlánc üzemeltet hazánkban ilyen programot. Így pedig lassan elérhetünk oda, hogy ez sem lesz már differencia a versenytársak között. Persze az igazán hűséges vásárlót (és ennek kell a fő célnak lennie) rá lehet venni arra, hogy a versenytárs hasonló szolgáltatását ki se próbálja. Az én szerény adatbázisomban is kimutathatók már e jelek: Nem számítva az egyszerre MOL kártya tulajdonosok és Multipont kártyáikat a MOL-nál is használó autósokat (15 fő) 51 olyan személy van, aki két benzinkútláncnál is használ hűség kártyát, ez az összes üzemanyag-hűségkártyás 47,7%-a.

Érdekes, hogy ez az adat ilyen magas, viszont olyannal, aki egyszerre 3 benzinkúthoz is kártyával köti magát nem találkoztam.

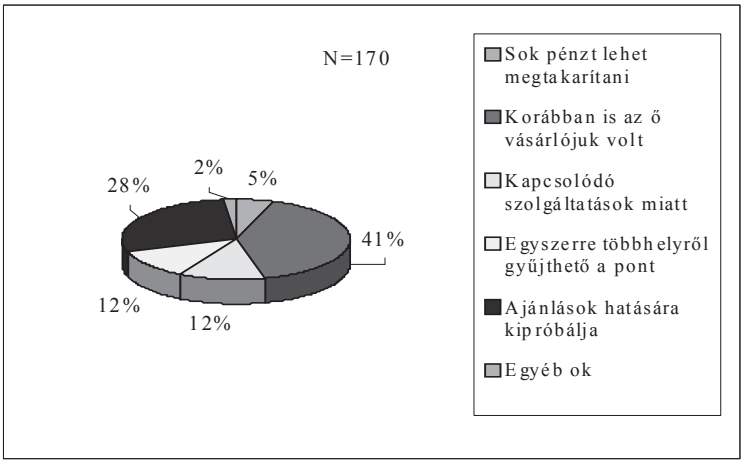
Nézzük mennyire, vannak tisztában a vásárlók azzal, hogy eddig hány hűségpontot gyűjtöttek össze vásárlásaik során. Válaszadók pontosan 60%-ának fogalma sem volt erről. Ha ezt abból a szempontból próbáljuk vizsgálni, hogy talán nincsenek kellőképpen tájékoztatva a fogyasztók, akkor elég kedvezőtlennek tűnik a kép. Ha viszont azt figyelembe vesszük, hogy ezen egyenlegüket milyen sokféleképen kérdezhetik le a kártya tulajdonosok (lásd a programokat bemutató részekben), akkor talán levonhatjuk azt - a cégek számára nagyon kedvező – következtetést, hogy a vásárlók már rutinból használják kártyájukat és talán kevésbé a pontgyűjtési szenvedély miatt kötődnek a céghez. Egyébként a válaszolók 14,1%-a pontosan, míg a maradék 25,9% körülbelül tudta pontjai számát.

A kártya rutinszerű használatát támasztja alá, hogy a pontgyűjtők 58,8%-a még egyszer sem váltotta ajándékra, kedvezményre pontjait. A válaszadók 2/3-a arra hivatkozott, hogy még nem talált megfelelőt a beváltási lehetőségek között. Ez a forint összegben levásárolható programok esetében valószínűleg azt jelenti, hogy még nem gyűlt össze elegendő arra, hogy beváltsa, vagy csak egyszerűen nem veszi rá a fáradtságot. A mintában szereplők 21,8%-a egyszer, 8,2%-a kétszer, 5,9%-a háromszor, míg 5,3%-a háromnál többször váltotta be pontjait.

Elemezzük most azt, hogy mely okokat jelölték meg a válaszadók, arra a kérdésre, hogy miért váltak hűségkártya tulajdonossá:
Messze a legnépszerűbb válasz a „Korábban is az ő vásárlójuk voltam, így még pontokat is kapok”, 41% felelte ezt. Korábban már említettem, hogy sokan válnak így hűségkártya tulajdonossá, mondván, hogy veszíteni semmi képen nem veszíthetnek, akkor meg miért ne próbálják ki. A cégeknek tőkét kell kovácsolniuk ebből a hozzáállásból és minél hosszabb időre magukhoz kötni a vásárlót. Érdekes, hogy a válaszadók mindössze 5%-a hivatkozott arra, hogy sok pénzt lehet vele megtakarítani. Azaz a vásárlók tudják, hogy a kb. 1%-nyi visszatérítés nem sok, de az is valami, illetve a válaszok alapján elmondható, hogy talán nem is az a lényeg. Reklámok, ismerősök ajánlására 28% próbálta ki és vált valamilyen hűségprogram tagjává. Ez fontos a cégeknek, hiszen nyomon követhető vele a reklámkampány hatékonysága, illetve a

szájreklám mértékével mérhető a fogyasztók elégedettsége is. Már említettem, hogy érdemes lenne a cégeknek fejleszteni a programhoz kapcsolódó szolgáltatásokon (információk, akciók, játékok) mivel ezeket a válaszolók csak 12%-a nevezte meg okként.

1. ábra a hűségkártya kiváltságának okai



Forrás: saját szerkesztés

A hűségprogrammal kapcsolatos információkat a felmérésem alapján a fogyasztók 39,2%-a szórólapokból szerzi. Érdemes tehát a cégeknek minél több energiát fektetni abba, hogy színvonalas anyagokkal jussanak el a fogyasztóhoz. A másik három lehetséges válasz közel azonos gyakorisággal szerepelt: az üzletekben elhelyezett hirdetésekből a fogyasztók 22,8%-a, újságokból 17,9%, televízióból, rádióból pedig 17% gyűjt információkat.

Feltűnő volt számomra, hogy nagyon kevesen nevezték meg információ forráskánt a már nem is egy vállalat által használt saját magazinokat (pl.:SuperShop Magazin), pedig ezeknek ez a fő célja. Az egyéb kategória 3,1%-os eredménye, nagyrészt ismerősöktől szerzett információból adódik. A válaszadók 62,4%-a állította azt, hogy valamelyik hűségprogramot üzemeletető cég személyes kapcsolatba lépett vele. A 170 megkérdezett 48,8%-a emlékezett olyan estre, hogy személyre szabott postai küldemény útján lépett vele kapcsolatba a cég.

Egyértelműen mutatja a jövő fejlődési irányát az egyelőre alig használt direktmarketing eszközökre vonatkozó adatok: személyre szabott sms-t mindössze a válaszolók 7,1%-a kapott (illetve emlékezett ilyenre), és ezeknek is nagy része a Westel hűséges ügyfeleként. E-mail-en mindössze 3,5%-ot szólított meg valamelyik cég, pedig a minta nagy része e-mail címmel rendelkezők köréből származik. Telefo-

nos megkeresésre a válaszolók 2,9%-a emlékezett (nyílván a Westel vagy a Matáv munkatársaitól).

E szerény primer kutatásból is megállapíthatjuk, hogy a hűségprogramok hasznos marketing eszköznek bizonyulnak. A fogyasztók mindennapos használatába egyre jobban beépülve nagyobb és nagyobb lehetőségek nyílnak meg a cégek előtt, csak meg kell találni a megfelelő differenciáló eszközt. Ezért is fontos hangsúlyozni, hogy a fejlett direkt marketing eszközök használatán érdemes javítani. Ezek alkalmazásának alacsony fokát markánsan kimutatja ez a kis mintám is.

9. Összegzés

Ha valakiben felmerülne az a kérdés, hogy miért nem éri meg jobban a fogyasztóknak adott ingyen ajándékok és a sok szervezési költség helyett, olcsóbban forgalmazni a termékeket, annak meggyőzésére álljon itt egy, statisztikai adatok alapján készített számítás: 30%-os árleszállítással átlagosan 10% forgalomnövekedést lehet elérni, míg a termék értékének 10%-ával arányos pont felajánlással megduplázható a forgalom. Az emberek többsége nagyvonalúbban vásárol, ha tudja, hogy jutalomban részesül.

A legnagyobb kincs egy vállalat számára a hűséges fogyasztó. Ő többet költ, gyakrabban vásárol, sőt még reklámozza is a céget. Mindent meg kell tenni tehát annak érdekében, hogy a vásárlókat megtartsák. Ez talán nem is olyan nehéz. A fogyasztók meghálálják azt, ha oda figyelnek rá, ha kényeztetik őket, ehhez pedig csak türelem, megfelelő személyzet és jó ötletek szükségesek.

Lehetősége van a cégnek saját adatbázis létrehozására, melynek ügyes használatával elérhető a fogyasztók egyre jobb megismerése. Ha ismeri a cég a fogyasztóit, könnyen csoportokra tudja bontani az éppen szükséges szempontok alapján. Az így elérhető szegmenseket már a megfelelő módon tudja megszólítani, a vállalat számára kedvező vásárlói magatartásra tudja ösztönözni.

A keresztvásárlások fontossága kiemelendő. Igen beszédesek az általam végzett primer kutatás adatai. Hatalmas tőkét kovácsolhat egy vállalat abból, hogy gyakorlatilag ingyen, emberek tömegét teheti vásárlójává, majd törzsvásárlójává. Ingyen, hiszen nem a drága reklámoknak vagy értékesítés ösztönzőknek köszönhetően térnek be hozzá, hanem csupán azért mert ugyanannak a hűségprogramnak a tagja a cég, amelynek egy másik partnerét szereti a vásárló.

Tehát egyértelmű, hogy a vállalatoknak az ügyfél-centrikus működés felé kell elmozdulni. Fontos azonban, hogy ha dönt a cég egy program beindításáról, akkor az ne „lógjon a levegőben", hanem illeszkedjen a szervezet céljaihoz stratégiai és taktikai szinten is. Vállalat vezetésének minden szinten meg kell próbálnia azonosulnia az ügyfélorientált szemléletmóddal.

Fontosnak tartom, hogy a hazánkban működő hűségprogramok képesek legyenek megújulni. A törzsvásárlói kártyák piaca nálunk még nem robbant be, e marke-

ting eszközök elterjedése még nagyságrendekkel növelhető. De valószínűleg nincs már messze az idő, mikor telítettnek nevezhetjük a piacot (Ferencz 2002). Ekkor lesz majd nagyon fontos, hogy a hűségprogramok minél erősebben megkülönböztessék magukat, olyan szolgáltatást nyújtsanak melyet a többiek nem.

Sikeres lehet új pontbeváltási lehetőségek kidolgozása is. E dolognak is a kulcsa: kitalálni mit szeretne a vevő. Úgy válik értékesebbé a program a vevő szemében, ha minél nagyobb problémájára kínál megoldást. Például Japánban a hűségpontokért parkoló helyet lehet szerezni, hiszen ott ez jelenthet értéket. Tehát adott a feladat a cég számára, kitalálni, hogy mire cserélné szívesen pontjait a vásárló. Megtalálva a megfelelő eszközöket (kérdőívek, e-mailok, tranzakciós adatokból levont következtetések, stb.), a megoldást maguktól a vevőktől várhatja a cég.

Javíthatnak a programok üzemeltetői a szolgáltatás minőségén, ha valamilyen módon gyorsabbá, gördülékenyebbé teszik a kártyák kezelését. Nem egy felhasználó panaszkodott arra, hogy a kártya használata növeli a sorban állás idejét.

Megoldásra vár még a hűségprogramok profittermelő képességének mérése. A megfelelő adatbázisokkal már megoldható a pontos nyomon követése a fogyasztómegtartásnak. Nehéz lesz olyan módszer kidolgozása mellyel összehasonlíthatók a ráfordítások, és a program okozta bevétel növekedések.

Összességében megállapíthatjuk, hogy a hűségprogramok hatékonyan működnek hazánkban is. Örvendetes sebességgel terjed a fogyasztóra koncentráló vállalatvezetés, amivel szerintem nem csak a cégek növelhetik bevételeiket, hanem az egyre magasabb színvonalú szolgáltatásoknak köszönhetően a fogyasztók is egyre elégedettebbek lehetnek.

Felhasznált irodalom

Bauer A. - Berács J. 1998: *Marketing.* Aula, Budapest.

Eszes L. 2002: *Az ügyfélmegtartás és az ügyfél-érték növelése, mint a vállalati stratégiák része*

Ferenc G. 2002: Multipont, piacrobbanás előtt. *Népszabadság*

Kotler, P. 1999: *Kotler a marketingről*. Park, Budapest.

Kotler, P. 1998: *Marketing menedzsment.* Műszaki Kiadó, Budapest.

Szabó B. - Mihálovits A. 2002: Adómentességre vár a pontgyűjtés. *Népszabadság*

Szigeti P. 1999: Együtt egyszerűbb. *Kreatív*.

Tapp, A. 1999: *Direkt & adatbázis-marketing*. Műszaki Kiadó, Budapest.

Töröcsik M. 1995: *Kereskedelmi marketing.* Közgazdasági és Jogi Kar, Budapest.

Veres Z. 1998: *Szolgáltatásmarketing*. Műszaki Kvk, Budapest

XXVII. OTDK (Sopron, 2005)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 142-168. o.

A klaszterszervezet törökországi adaptációja[1]

Leier János

Jelen dolgozatban a klaszterfejlesztés eszköztárát és folyamatát vizsgálom atipikus gazdasági környezetben. Törökország potenciális turisztikai klasztereinek feltérképezése és a klaszterfejlődés serkentése civil kezdeményezéssel, hazánkban is hasznosítható tapasztalatokkal gazdagította a regionális gazdaságfelsztést. Dolgozatomban elsősorban a tényező-vezérelt gazdaságok és a nyugat-európai úttól eltérő klaszterépítés jellegzetességeit vizsgálom.

A módszertan tekintetében a kvalitatív elemzési módszerek mellett elsősorban gráfelméleti eszközöket alkalmaztam.

Kulcsszavak: klaszter, regionális gazdaságfejlesztés, Törökország, turizmus

1. Bevezetés

1999-ben Törökországban egy merőben újszerű vállalkozás körüli munkálatokról adott híradást a média. A nemzetközileg elismert gazdaságstratégiai szakember, Michael Porter vezetésével egy civil szervezetet hoztak létre, amely Isztambul klasztereinek feltérképezésével kezdte működését. Ezt megelőzően a klaszter fogalma a térségben csak elméleti munkákban jelent meg, gyakorlati alkalmazására érdemi kezdeményezés sem állami, sem civil szinten nem volt. Az újdonság erejével hatott továbbá a non-profit jellegű civil szerveződés is a gazdaságélénkítés területén.

Ennek a kezdeményezésnek az eredményeként született meg Isztambul idegenforgalmi negyedében az első török klaszter, amely a Szultanahmeti Turisztikai Klaszter nevet kapta. Az elsőt azóta több új klaszter követte, a potenciális klaszter tagjainak feltérképezése és megszervezése azonban hasonló formát öltött, a szultanahmeti klaszter modell értékűvé vált.

De mi is tulajdonképpen ez az újszerű szervezet? A szakirodalomban többféle definíció is megjelenik. (Lengyel 2001, Deák 2002) Anélkül, hogy a különböző meghatározások közti hasonlóságok és eltérések vizsgálatába mélyednék, a regionális klaszter porteri definícóját ismertetem, melyet a következőkben lehet összefoglalni: „egy adott iparág versenyző és kooperáló vállalatai, kapcsolódó és támogató ipar-

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan, régiófejlesztés tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lengyel Imre.

ágai, pénzügyi intézmények, szolgáltató és együttműködő infrastrukturális (háttér) intézmények (oktatás, szakképzés, kutatás), vállalkozói szövetségek innovatív kapcsolatrendszerén alapuló földrajzi koncentrációja." (Porter 2000, 16. o.)

Ez a szervezet volt tehát az egyik lehetséges válasz a gazdasági szereplők részéről a globalizációs folyamatok által támasztott kihívásokra. Milyen jellegű segítséget jelenthet ez a struktúra a vállalkozások számára? Gazdasági ágazattól, tértől és időtől függően változik a szerepe. Összefoglalóan egy növumot emelnék ki: növeli a vállalkozások közti kooperációt, a termékek, szolgáltatások és információk áramlását. Ez több dimenzióban is hatást gyakorolhat a klaszter tagjainak versenyképességére. Egyrészt lehetővé teszi a klasztertagok tőkeerejének kumulálását, azaz olyan fejlesztések, kezdeményezések is kivitelezhetővé válnak, amelyekre a klaszter tagjainak külön – külön nem lenne megfelelő anyagi háttere. Másrészt mélyebb specializációt tesz lehetővé, anélkül, hogy a tranzakciós költségek jelentősen növekednének. „Úgy is meg szokták fogalmazni a klaszterek hatásait, hogy egy kisebb vállalat hozzájut mindazokhoz az előnyökhöz, információkhoz, mintha egy nagyvállalat része (leányvállalata) lenne, miközben pénzben nem fizeti meg ennek költségeit (lokális pozitív externáliát élvez, másképpen agglomerációs előnyökhöz jut)." (Lengyel – Deák 2002, 25. o.)

Jelen dolgozatban ennek a szervezetnek a törökországi adaptációját mutatom be, különös tekintettel az isztambuli turisztikai klaszterek megkülönböztető sajátságaira. A témaválasztásnál az ország gazdasági, kulturális jellemzői domináltak. A klaszterszervezet a gazdaságilag fejlett területeken jött létre, olyan társadalmak termékeiként, amelyek szorosan kötődnek az európai kultúrához. Ezzel szemben Törökország gazdasága a *tényező-vezérelt szakaszban*[2] van, és az európaitól merőben más kultúra hordozója. Az adaptáció körülményeinek, sajátságainak vizsgálata számos gazdaságilag kevésbé fejlett ország – köztük hazánk – számára hasznos információkat közvetíthet.

A török klaszterépítő kezdeményezések súlyának, körülményeinek megítéléséhez a törökországi makrotényezők ismerete meghatározó fontossággal bír. A továbbiakban a törökországi, majd ezen belül az isztambuli idegenforgalom helyzetét tárgyalom. Ezt követően ismertetem a két potenciális isztambuli turisztikai klaszter 1999-es állapotát, az azóta eltelt időszak klaszterfejlesztő kezdeményezéseit, végül bemutatom az eddig észlelhető eredményeket és a klaszterépítő projekt hazai adap-

[2] A regionális gazdaságtudomány egyik alapművének tekinthető, The Competitive Advantage of Nations (The Free Press, New York, 1990) című munkájában Michael Porter a kompetitív fejlődés (a gazdasági fejlődés versenydimenziója) folyamatában négy alapvető szakaszt különböztet meg: tényezővezérelt, beruházás-vezérelt, innováció-vezérelt és jólét-vezérelt (utóbbi kategória mára kikerült a rendszerből).
„Tényezővezérelt egy nemzetgazdaság fejlődése, amikor az általános tényezőkből származik a versenyelőny (természeti erőforrások, alacsony képzettségű és olcsó munkaerő stb.)" (Lengyel 2000, 75-76. o.)

tációjának lehetőségeit. Vizsgálódásaim górcsövébe a szultanahmeti turisztikai klasztert és a takszimi turisztikai klasztert állítottam.

2. Törökország gazdasági, társadalmi jellemzői

A mai értelemben vett Törökország 1923-ban született meg a Török Köztársaság kikiáltásával. A jogelődnek tekinthető Oszmán Birodalom muzulmán jellegű hűbéri rendszert hagyott maga után, a XVI. századtól fokozatosan elmaradtak a fejlesztések, végül az ország az Első Világháború után romokban hevert, stratégiai fontosságú területeit az európai nagyhatalmak ellenőrizték.

Az új köztársaság első 50 évében az állami gazdasági koordináció volt jellemző. A hűbérrendszerhez kötődő feudális vezető réteg elhagyta az országot, középréteg pedig gyakorlatilag nem volt. Megfelelő tőke hiányában a magánszféra nem tudott gazdasági kezdeményezéseket indítani. A kormányzat vette tehát kezébe a gazdaság élénkítését, és a szocialista tömbben ez idő tájt szokásos tervutasításos gazdaságirányítást alkalmazta. Időközben megjelent néhány politikai háttérrel bíró család, akik hatalmas vállalkozásokat építettek fel, amelyeket különböző monopóliumok birtoklásával biztosítottak. Időközben a török társadalom szélsőséges struktúrája továbbra is fennmaradt.

A társadalmi elégedetlenség váltotta ki 1960-ban a modern Törökország történetében első katonai puccsot. Az eseményt a későbbiekben – nagyjából tíz évente – újabbak követték. Két katonai puccs demokratikusan választott fundamentalista kormány ellen irányult, és hasonló helyzet veszélyeztetett 2000-ben, amelyet végül demokratikusan rendeztek ugyan, ám a külföldi tőke meneküléséhez vezetett és legalábbis részben hozzájárult a gazdasági válsághoz.

A társadalom szerkezete, a növekedési ütem és a jövedelmek eloszlása alapján Törökország a fejlődő országok közé sorolható. A lakosság lélekszámáról nincsenek pontos adatok, körülbelül 70 millió főt számlálhat. A növekedési ütem 1,7% körüli, a társadalom minden harmadik tagja 15 év alatti. Az állami finanszírozású oktatás rendkívül alacsony színvonalú, a férfiak 8, a nők 28%-a analfabéta. Az egészségügyi rendszer hasonló képet mutat, amit jól jellemez, hogy a csecsemőhalandóság 1995-ben 42 ezrelék volt, és azóta nem állt be radikális változás. A GDP évi 500 milliárd USA dollár körül mozog, 2002 óta 2,5-3%-os a növekedés.[3] A Miniszterelnöki Hivatal honlapja alapján 2004-ben az inflációs iránycél 20% alatt volt.[4]

A gazdaság szerkezete a Nyugat-Európai országokban a XX. század derekán jellemző állapotokat idézi. A bruttó hazai termék 1999-ben 58,3%-át az ipar adja, a szolgáltatások 27,7%, a mezőgazdaság 14%-kal veszi ki részét. Ennek ellenére 1995-

[3] www.basakekonomi.com.tr letöltve 2004 október
[4] www.maliye.gov.tr/apk/rapor2003/turkiyeekono.pdf letöltve 2004 október

ben a lakosság 42%-át a mezőgazdaság foglalkoztatta, ami jól tükrözi a szektor technikai, technológiai elmaradottságát. A K+F kiadások ugyanakkor a GDP mindössze 0,5%-át érik el.[5]

A nemzetközi gazdasági kapcsolatok terén a legfőbb partner az EU, az export több mint 50%-a a közösség országaiba irányul. Második helyen Oroszország áll, illetve a volt keleti tömb országai. Az arab országokkal a kereskedelmi kapcsolatok jóval gyengébbek, jóllehet a közös kultúra alapján sokkal szorosabb kötődést feltételezhetnénk. Ez a jelenség elsősorban Törökország nyugati politikai orientációjából fakad.

A kompetitív fejlődés szakaszait figyelembe véve, Törökország a tényezővezérelt gazdaság szakaszában tart. Az ország erőforrásait lekötik az általános tényezőkbe történő befektetések, a gazdaság számára a fő előnyt az olcsó munkaerőből és a gazdag természeti környezetből származó költségelőnyök jelentik. Szűkösen áll rendelkezésre a nemzetközi üzleti tapasztalatokkal bíró menedzsment. A kormányzat pedig elsősorban kínálat-orientált fejlesztéseket támogat.

3. A török idegenforgalmi szektor

Az ország turisztikai adottságai kiemelkedők. Három oldalról négy tenger határolja: északról a Fekete-tenger, nyugatról a Márvány- és az Égei-, délről pedig a Földközi- tenger. Az óceáni, hegyvidéki és szélsőséges kontinentális éghajlat egyaránt megtalálható. A történelmi turizmus szempontjából jelentős, hogy a Krisztus előtti második évezred elejétől folyamatosan nagy civilizációk uralták a térséget, amelyeknek szép számmal maradtak fenn építkezési és egyéb tárgyi emlékeik.

Törökország az 1970-es évektől nyitotta meg kapuit a nemzetközi turizmus előtt. A szektor robbanásszerű fejlődésnek indult, és mára az éves turisztikai bevételek elérik az áruexport negyedét. 1972 és 1998 között a Törökországba látogató turisták száma 820%- kal emelkedett. A kapcsolódó és támogató iparágak, mint például az ajándéktárgyak gyártása fejlett stádiumban van.

A turizmus páratlan lehetőséget nyújt a jövedelemképzésre és Törökország nemzetközi versenyképességének fejlesztésére. Az ország mind az aggregált turisztikai bevételek, mind az egy turistára eső 902$ bevétel szempontjából a 12. volt a világranglistán 1998-ban.

A bevételeket tekintve 2000-ben a Világkereskedelmi Szervezet szerint 5 milliárd $-t, a Török Idegenforgalmi Minisztérium szerint 10 milliárd $-t hozott az ország számára. (Kozmetikázott adat.) A turizmus a plusz bevételi forráson túl további előnyöket hordoz:

[5] www.maliye.gov.tr/apk/rapor2003/turkiyeekono.pdf

- a világ legnagyobb iparága és folyamatosan növekszik, így növekedhet Isztambul része is a tortából
- új álláslehetőségek, a foglalkoztatás növekedése
- a törökországi átlag feletti jövedelmeket nyújt
- direkt módon hat Törökország imázsára
- számtalan további szektor élvezi az idegenforgalom támasztotta keresletnövekedést

Az ajándéktárgyak (8%), a ruhák és cipők (9%) a fő elemek, amikre a turisták költenek a szállás (18%) és élelmiszerek (19%) után. Az ajándéktárgyak gyártása és forgalmazása elsősorban a KKV-k keretein belül történik, míg a felsőruházat és cipők gyártásában a vállalkozások minden fajtája megtalálható. A textil- és bőripari termékek a török export meghatározó cikkei.

Szerteágazó hatásai és a helyi adottságok alapján a turizmus lehet az alapiparág Törökország nemzetközi versenyképességének megteremtéséhez. A turizmus fejlesztése növelheti az állami bevételeket, javíthatja az ország nemzetközi megítélését, növelheti más iparágak termékeinek keresletét, és legfontosabb hozadékként növelheti a lakosság életszínvonalát.

Ennek ellenére az elmúlt közel fél évszázadban nem kapott megfelelő hangsúlyt a szektor. A központi kormányzat az Idegenforgalmi Minisztériumon keresztül létrehozott ugyan két idegenforgalmi szervezetet, a TÜROB-ot és a TÜRSAB-ot, ezek azonban a résztvevőket tekintve homogén szervezetek, előbbi a hoteltulajdonosokat, utóbbi az utazási irodákat tömöríti. A szervezetekben való részvétel kötelező, ám különösebb előnyökkel nem jár. Az Idegenforgalmi Minisztérium szintén formális szerepet tölt be, a szektor fejlesztésében, szervezésében nem vállal érdemi szerepet.

A turisztikai vállalatok önszerveződése nem jellemző, a versenyelőnyért folytatott harcban gyakran tanúsítanak etikátlan magatartást. A szereplők közti nagyfokú bizalmatlanság az iparág fejlődésének lassulásában köszön vissza. A szektorban a következő válságjelek kezdenek kibontakozni:

- A kereslet ingadozó, nem csak szezonális szinten
- Olcsó mediterrán imázs, fő tényezők: napfény, tengerpart, zsibongó piactér
- Rosszul használják ki a természeti/ történelmi adottságokat:
  - A kereskedő-turizmus dominanciája nő
  - Nem szegmentálják a fogyasztókat, rossz marketing
- A fogyasztók igényeinek alacsony fokú ismerete
- Hiányzik a Törökország számára kifejlesztett információs csatorna és marketing stratégia a külföldi fogyasztók felé
- Túlzott bizalom a külföldi utazásszervezőkben
- A relatív versenypozíció alacsony fokú megértése
- Az alternatív turizmus kismértékű fejlesztése: kiránduló, vallási

A turizmust jellemző rombuszmodellben egyetlen determináns, a keresleti feltételek hordoznak egyértelmű előnyöket, bár a kereslet összetétele, a Törökországba érkező turisták igényessége nem erősíti a szektort. Az utazók elsősorban az OECD országokból jönnek, főleg a 25-35 éves korosztály látogat Törökországba.[6] Az utazók száma folyamatosan nő, egyedül a muszlim szélsőségesek terrortámadásai hatnak kedvezőtlenül.

A tényező feltételek már változatosabb képet mutatnak, az alaptényezők tekintetében a török idegenforgalmi szektor jól ellátott, a természeti és kulturális tényezők remek hátteret biztosítanak az iparág fejlesztéséhez. A fő gondot a fejlett tényezők gyengesége okozza. A török idegenforgalmi iskolák kibocsátó-képessége alacsony, a minőség tekintetében pedig messze elmaradnak a megkívánt szinttől.

A verseny szempontjából a helyi piac kemény feltételeket teremt. Rengeteg idegenforgalmi tevékenységet folytató KKV van jelen, a rivalizálás azonban nem kifinomult formában zajlik, elsősorban a költségek és árak leszorítására irányul és gyakori a tisztességtelen magatartás. Hosszú távú vállalati stratégia megléte nem jellemző.

A szektor támogató iparágai meglehetősen fejlettek. Megoldott a belföldi légi közlekedés, magas szintű szolgáltatásokat kínálnak a belföldi autóbusz-vállalatok és az ajándéktárgyak gyártásában is magas színvonalat értek el a helyi KKV-k.

A krízis megelőzése érdekében, a válságjelek kezelésére az egész szektor drámai újraszervezésére lenne szükség. Elsősorban a turistákkal direkt kapcsolatban álló gazdasági szervezeteknek kell új versenystratégiát kialakítaniuk, másrészt az alapinfrastruktúrát nyújtó intézményeknek és a kapcsolódó iparágaknak kell jóval érzékenyebb, az idegenforgalom iránt elkötelezettebb magatartást tanúsítaniuk.

Ezekre a gyengeségekre kínálhat megoldást a klaszter-alapú gazdaságfejlesztés.

4. A porteri kezdeményezés

Törökországban a versenyképesség újszerű megközelítését, a klaszterfogalom gyakorlatban való alkalmazását a CAT (Competitive Advantage of Turkey) nevű projekt keretében kezdték meg.

A projekt tulajdonképpen egy több országot átfogó program keretében látott napvilágot. A Harvard Egyetem tanára, és az újszerű versenystratégia kidolgozója Michael Porter vezetésével kezdte meg működését 1999-ben a Közel-Keleti Versenystratégiai Központ (Center for Middle East Competitive Strategy). A szervezet fő célja, hogy segítse a közel-keleti országok kis- és középvállalkozásait olyan ver-

[6] www.competitiveturkey.org letöltve 2004 október

senystratégia kialakításában, amellyel a globális színtéren is sikeresen vehetik fel a küzdelmet az észak-amerikai, nyugat-európai és távol-keleti cégóriásokkal.[7]

A szervezet által menedzselt program egyelőre három államot céloz: Jordániát, Izraelt és Törökországot. A program a klaszterépítés és klaszterfejlesztés eszközével a gazdaságélénkítést, a tartós versenyelőnyök kialakítását célozza. A tevékenység földrajzi szűkítésének több oka is volt: elsősorban az erőforrások, a szakértői gárda teherbírásának szűkössége, másodsorban az országok gazdasági felkészültsége, politikai helyzete volt irányadó szempont. Ezen kívül Porter nem titkolt szándéka volt, hogy a gazdaság élénkítésén keresztül segítse a politikai stabilitás kiépítését. Jordánia, Izrael és Törökország voltak azok az országok, amelyekben az állam és a vallás különváltak, európai típusú jogrendszer működik, biztosítottak tehát a gazdaság fejlődésének alapjai.[8]

Törökország kiválasztása mellett szólt továbbá történelmi és földrajzi stratégiai fontossága is. Törökország – mint már említettem – Európa és Ázsia, Európa és az arab világ között összekötő kapocs funkcióját látja el. Komoly erőfeszítéseket tesz az Európához való felzárkózás reményében, ám instabil gazdasága miatt az uniós országok nem számolnak vele reális partnerként. Porter több interjúban kifejtette, hogy Törökországot többek között azzal az elképzeléssel választotta ki, hogy a program sikere esetén modellként szolgáljon a többi hasonló fejlettségű ország számára.[9]

A CAT projektet a Közel-Keleti Versenystratégiai Központ indította 1999-ben Michael Porter és Dr. Asya Rudkovskaya vezetésével. A projekt finanszírozásában kizárólag a magánszektor szereplői vesznek részt. A két fő támogató a Koç Holding és a török Garanti Bank. A szükséges emberi erőforrást a Sabancı, a Koç és a Yeditepe Egyetem adja. A török állammal való egyeztetés a DPT-n (Állami Tervező Szervezet) keresztül történik, anyagi támogatást az állam nem nyújt a projekthez.[10]

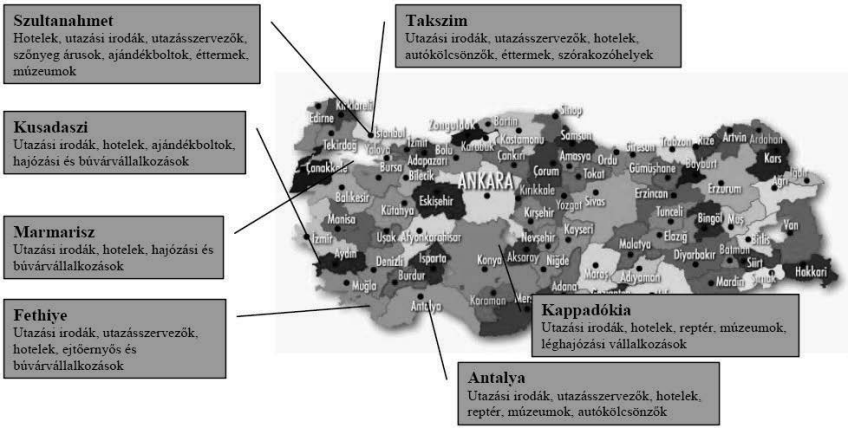
A CAT munkáját Isztambulban a potenciális klaszterek feltérképezésével kezdte. Ennek során hat olyan szektort találtak, amelyben a szereplők koncentrációja és együttes gazdasági súlyuk megfelelő táptalajt nyújt klaszter létrehozásához: bankszektor, fagyasztott eper előállítás és forgalmazás, fehérneműgyártás és forgalmazás, építési kivitelezők, kerámiagyártás és forgalmazás, és az idegenforgalom. Elsőként az idegenforgalomban érdekelt cégek klaszterré szervezése kezdődött meg.

[7] www.cmecs.org letöltve 2004 október
[8] www.cmecs.org
[9] www.urak.org letöltve 2004 október
[10] www.competitiveturkey.org

5. Isztambul idegenforgalma és potenciális klaszterei 1999-ben

Törökországban hét térség van, ahol kiemelkedően magas az idegenforgalom. Az iparág fejlettsége és a vállalkozások szükséges tömege ezekben a régiókban éri el azt a szintet, amelyre építve sor kerülhet turisztikai klaszter létrehozására. Isztambul idegenforgalmi szempontból sajátos helyzetben van. Kappadokiát kivéve ez az egyetlen jelentősebb turisztikai térség, amelynek vonzerejét nem a tengerpart közelsége, hanem történelmi, kulturális tényezők jelentik. Ez az a tényező, amely lehetőséget ad, hogy a potenciális fogyasztók gondolkodásában a többi mediterrán térségtől megkülönböztetve jelenjen meg Isztambul.

2. ábra Törökország potenciális turisztikai klaszterei 1999-ben



Forrás: www.competitiveturkey.org alapján saját szerkesztés

Évente 2,2 millió turista jön Isztambulba, de 100 ezer körül van azok száma, akik kereskedni jönnek[11] (többségében orosz és román állampolgárok) évente legalább négyszer. Ha ezt levonjuk kb. 1,5 millióra tehető az Isztambulba látogató turisták száma. Párizsba évente 40 millió, Londonba 20 millió turista látogat. Figyelembe véve Isztambul történelmi, kulturális sokszínűségét, ez rendkívül kedvezőtlen arány.

Isztambulban a turisták naponta átlagosan 30$-t költenek és három napig maradnak. Tehát az idelátogató turistákból 90$/fő bevétele van a városnak. Ha ezt be-

[11] A török nyelvben külön kifejezés jelöli ezeket az utazókat: *bavulcu* (ejtsd: bávuldzsu). A bavulcuk turistaként lépik át a határt, valójában azonban hazai termékeket hoznak kis tételben és bőripari termékekkel, ötvösmunkákkal térnek haza. Jelenlétük így nagymértékben torzítja az idegenforgalmi statisztikákat.

szorozzuk a becsült 1,5 millió turistával, akik ide látogatnak, alsó becslésként 135 millió $ éves bevételre számíthat a város az idegenforgalomból. Ez a szám a város közel 15 milliós lélekszámát szem előtt tartva kevésbé jónak mondható, ám ha a török lakosság jövedelmi viszonyait figyelembe vesszük, országos szinten kiemelkedő teljesítmény.

A Törökország szerte tapasztalható problémák itt is jelen vannak. Az idegenforgalmi szektor teljesen szervezetlen, a szereplőknek külön-külön nincs anyagi erőforrásuk jelentősebb marketingakciókra, fejlesztésekre, az együttes fellépés pedig a bizalmatlanság miatt fel sem merül.

Amellett, hogy Isztambul a török gazdaság szívének tekinthető, és országszerte figyelemmel kísérik az itt zajló gazdasági kezdeményezéseket, a felsorolt tényezők is nagyban hozzájárultak, hogy Michael Porter az isztambuli turisztikai szektorban kezdte meg gazdaságélénkítő projektjét.

A térségben két potenciális turisztikai klasztert azonosítottak. Az egyik Isztanbul történelmi negyedében, Szultanahmetban, a másik a fiatalok igényeit kiszolgáló Takszimban rajzolódott ki a klaszterek feltérképezése során. A két klaszter közül a takszimi bizonyult fejlettebbnek, ám Porter a történelmi turizmusban nagyobb potenciált látott, ezért 1999-ben Szultanahmetban kezdődött meg a klaszterépítés. Első körben az idegenforgalomban érdekelt több száz utazásszervezővel, utazási ügynökséggel és hoteltulajdonossal készítettek interjút. Ez alapján elkészítették a klaszter tipikus szereplői közti kapcsolatok hálózati térképét.

Szultanahmetban a történelmi turizmust, míg Takszimban a könnyed kikapcsolódást kedvelők töltik előszeretettel szabadidejüket. Jellegükből adódóan a két klaszter struktúráját tekintve némi differencia mutatkozik. Takszimban a vendéglátóhelyeknek kiépült kapcsolataik vannak a helyi szállodákkal és az idegenvezetőkkel, Szultanahmetban azonban elszigetelten működnek (csak az utóbbi három évben mutatkozik e téren javulás). Ennek ellenére a két klaszter alapvetően hasonló struktúrát tükröz.

Porter a gazdasági szereplőket és intézményeket a klaszterban betöltött szerepük súlya szerint három rétegre bontotta. A *támogató szervezetek köré*be a klaszter számára általános infrastruktúrát jelentő intézmények kerültek. Ezek közül csak a pénzügyi szolgáltató vállalatok és a sajtó áll közvetlen kapcsolatban a klaszter egyes tagjaival. Előbbi az üzletekkel (hitelkártya-használat), utóbbi a hivatalos idegenforgalmi szervezetekkel tart kapcsolatot. A turizmus kapcsán kiemelt szerepe lenne még a rendőrségnek, mind a biztonság megteremtésében, mind a turisták tájékozódásának segítésében. Sajnos a rendőrök többsége nem segítőkész, ami valószínűleg idegen nyelvismeretük hiányának tudható be.

A második körbe a *speciális infrastruktúrát biztosító intézmények* és azok a szereplők kaptak helyet, akiknek a városba érkezett turistákkal nincs közvetlen kapcsolatuk. Ide tartozik a Kulturális és Idegenforgalmi Minisztérium, az általuk létrehozott kulturális és idegenforgalmi szervezetek, valamint a török és külföldi utazásszervezők és utazási irodák. Ezek közül a klaszter magjával csak a török utazásszer-

vezők és utazási irodák tartanak fenn kapcsolatot, valamint a múzeumok irányításán keresztül a Kulturális Minisztérium.

Az Idegenforgalmi Minisztériumban 2200 ember dolgozik, többségük azonban politikai okokból került ide, nem kaptak szakirányú oktatást, nem beszélnek idegen nyelveket. A minisztérium weboldalának állapota jól jellemzi munkájukat: nincsenek statisztikai adatok, sem értekezések a témáról, nincs keresőprogram. Gyakorlatilag a weboldal egy utazási iroda honlapjára emlékeztet szép képekkel, invitáló tájleírásokkal. A legfőbb gondot azonban az jelenti, hogy semmilyen kapcsolat nem épült ki a szektor szereplői és az őket képviselni hivatott minisztérium között.

A Kulturális Minisztérium hatáskörébe a múzeumok tartoznak. Nincs jele a minisztérium és bármilyen idegenforgalmi érdekeltségű személy együttműködésének. Jellemző viszont a kormányzati szervezet gazdasági és szociális érzékenyégére, hogy épp a gazdasági krízis évében került sor a belépők árának drámai emelésére. A legtöbb történelmi hely rossz állapotban van, renoválásuk azonban várat magára.

Az idegenforgalmi érdekeltségű szervezetek gyenge kapcsolatokat tartanak tagjaikkal. Két ilyen intézmény működik, mind kettőt a kormányzat hozta létre és egyikük sem tölti be funkcióját. Egyikük a TÜRSAB, amely azzal a céllal jött létre, hogy képviselje a török utazási irodák érdekeit, egy havilapot is üzemeltet. A média elsősorban ezzel a szervezettel tart kapcsolatot a szektoron belül. A szervezeti tagság kötelező, ennek megfelelően több mint 3200 tagja van. A szultanahmeti, takszimi utazási irodák azonban nincsenek jó véleménnyel a szervezetről, amely nem ágyazódott be az iparágba és pusztán adminisztratív szerepet tölt be.

A TÜROB a török hoteleket tömöríti. A két térség egyetlen hoteltulajdonosa sem vesz részt a szervezetben. Véleményük szerint a TÜROB nem tesz semmit értük.[12]

Az oktatásért felelős egyetemek teljesen elszigetelten végzik munkájukat. Semmilyen jellegű együttműködés nincs az idegenforgalmi oktatásban szerepet vállaló egyetemek és főiskolák között, az általuk nyújtott képzés pedig alacsony színvonalú, a végzettek körében gyakori az idegennyelv-ismeret hiánya.

A térség marketingjéért részben felelős külföldi idegenforgalmi vállalatok a helyi vállalkozókkal nem építettek ki együttműködési kapcsolatokat. A külföldi turistákat elsősorban ők mozgósítják, piacuk védelmében teljesen elzárkóznak a hasonló tevékenységi körrel bíró török vállalkozásoktól. Ez a jelenség komoly veszélyt hordoz a szektor számára, mivel a külföldi utazásszervezők megakadályozzák a kontrollt a keresleti oldal fölött és kiszolgáltatottá teszik a helyi turisztikai vállalkozásokat.

A *belső mag*ot azok a szervezetek, vállalkozások alkotják, amelyekkel a turista üdülése során közvetlenül találkozik. A szektor fő szereplői azonban jellem-

[12] www.competitiveturkey.org

zően nem bíznak egymásban és nem akarnak együttműködni még az összesített bevétel növelése reményében sem. A klasztermag szereplői:

- *Utazásszervezők*: a világpiacon óriási riválisaik vannak. Az utazási irodákkal kialakított kapcsolatuk kielégítő. A helyi piacon dolgozó utazásszervezők szerint az utazási irodák anyagi részesedése túl magas.
- *Utazási irodák*: a legfejlettebb szervezetek közé tartoznak. Ők teremtenek kapcsolatot a turisták, a hotelek, az utazásszervezők, a boltok stb. között. Az egyik legfőbb gondjuk a taxisofőrök, idegenvezetők és utcai árusok, akik körutakat értékesítenek a turisták számára.
- *Idegenvezetők*: általában elég iskolázottak. Szoros kapcsolatban állnak az utazásszervezőkkel és utazási irodákkal.
- *Szálláshelyek*: a hoteltulajdonosoknak, -igazgatóknak nincs jelentősebb kapcsolatuk a szektor egyéb szereplőivel.
- *Eladók*: A szőnyeg és ajándék árusoknak szoros kapcsolatuk van az idegenvezetőkkel, utazásszervezőkkel. Az említett szereplők magas jutalékot kapnak, ha a turistákat vásárlásra bírják.

Mint korábban már kitértem rá, a bemutatott klaszterstruktúra a szultanahmeti klasztert ábrázolja, ám a kismértékű eltérések folytán nem kívántam a takszimi szervezet tipikus szereplőit külön ábrán szemléltetni. A fő eltérés a két klaszter között a két kerület profiljából adódik: Szultanahmet a történelmi emlékek színhelye, míg Takszim a kávézóiról, szórakozóhelyeiről ismert. Ebből adódóan Takszim idegenforgalmi szereplői nem építettek ki szorosabb kapcsolatot az Aranyszarv Öböl túlpartján lévő múzeumokkal, ugyanakkor a vendéglátóhelyek szervesen integrálódtak a helyi turisztikai hálózatba.

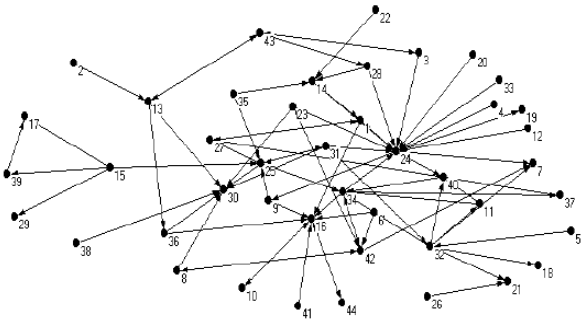
Az egyes szereplők közti kapcsolatok szorosságát, a kapcsolatok gyakoriságát tekintve szembeötlők a különbségek a két térség között (*3-4. ábra*). Az ábrák a klasztertagok közti kapcsolati hálózatot szemléltetik. Az egyes pontok a klaszter tagjai. Nem pusztán az idegenforgalomban érdekelt gazdasági szereplők tartoznak ide, hanem a klaszter beszállítói, háttérintézményei is. A pontok közti vonalak a szereplők közti kapcsolatokat szimbolizálják.[13]

A szultanahmeti klaszterben az analízis során 44, míg a takszimiban 63 klasztertagot azonosítottak. Az ábráról szabad szemmel is könnyen leolvasható, hogy a

[13] Melih Bulu a mintavételnél egyaránt alkalmazott földrajzi és módszertani határokat. A földrajzi határok kijelölésénél a szektor elismert szaktudású szereplőire támaszkodtak. A módszertanban pedig a hógolyó vagy lavina (snowball) módszert alkalmazták, 5-ös küszöbszinttel. Azaz a klaszter feltérképezése néhány versenyző gazdasági szereplő önkényes kijelölésével kezdődött, akiket megkérdeztek az öt legfontosabb partnerükről, majd azokat is megkérdezték a legfontosabb öt partnerükről és így tovább, amíg a végső beszállítóhoz, vagy felhasználóhoz nem értek, vagy át nem lépték a kijelölt földrajzi határokat. Természetesen a módszernek vannak gyengeségei (pl. a klaszteren belüli szigetek gyakran felderítetlenek maradnak), ám megfelelő szűkítések nélkül a cluster-mapping jóval nagyobb erőforrásokat használt volna fel. (Bulu 2003, 15-20. o.)

szultanahmeti klaszter kapcsolati hálózata jóval szerényebb. A hálózati sűrűsödést matematikai eszközökkel is analizálták. A szultanahmeti klaszterra 0,0449, míg a takszimira 0,0732 értéket kaptak. (Bulu 2003, 26. o.) Ez az érték azt mutatja, hogy a klasztertagok közti összes lehetséges kapcsolathoz hogyan aránylik a klaszter meglévő kapcsolatainak száma.[14] A konkrét esetre vonatkoztatva: Szultanahmetban a matematikailag lehetséges együttműködéseknek 4,49%-a valósult meg, Takszimban pedig 7,32%-a.

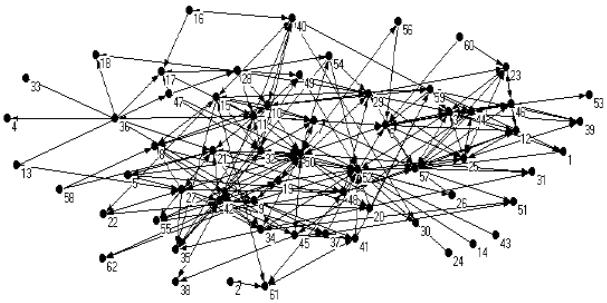
3. ábra A szultanahmeti klaszter kapcsolati hálója



Forrás: Bulu (2003, 29. o.)

14 $\Delta = \frac{L}{g(g-1)}$, ahol L a klasztertagok közti kapcsolatok száma, g pedig a klasztertagok száma.

4. ábra A takszimi klaszter kapcsolati hálója



Forrás: Bulu (2003, 29. o.)

Érdekes adalékot szolgáltatnak ehhez a klaszteren belüli centralizáció mutatói. Ezeket az arányszámokat az analízis során az összes klasztertagra kiszámították, én csak a top 5 adattal kívánom szemléltetni az eredményeket az 1-2. táblázatban.

1. táblázat A szultanahmeti klaszter centralizációja

Vállalkozás neve	Normalizált fogadott kapcsolat	Normalizált kimeneti kapcsolat
RAMI RESTAURANT	4,651	13,953
LESARTSTURCS	30,233	13,953
SARNIC HOTEL	11,628	11,628
DOYDOY	0,000	9,302
MAGNIFICIENT	11,628	9,302

Forrás: Bulu (2003, 30. o.)

2. táblázat A takszimi klaszter centralizációja

Vállalkozás neve	Normalizált fogadott kapcsolat	Normalizált kimeneti kapcsolat
SHE TOUR	32,787	29,508
PLAN TOUR	22,951	24,590
CEYLAN INTER	18,033	19,672
ELITE HOTEL	4,918	16,393
ERESIN TAXIM	11,475	16,393

Forrás: Bulu (2003, 30. o.)

Az adatok a klaszteren belüli kapcsolatok sűrűségével és erősségével hozhatók összefüggésbe. A takszimi klaszter erősebb együttműködésekre épült, ám még a takszimi klasztertagok lokális beágyazódása sem kielégítő.

A klasztereken belüli alcsoportok, klikkek száma és kiterjedése is jelentős eltéréseket sugall. Szultanahmetban 10 különböző klikk volt jelen, amelyek három szereplő együttműködésén alapultak. Takszimban 64 különböző klikket számoltak össze, maximum 5 szereplővel. (Bulu 2003, 33. o.), ami a szultanahmeti klaszterhez képest jóval fejlettebb hálózatosodást mutat.

A klaszteranalízis jól megvilágítja az isztambuli idegenforgalmi szektor gyengeségeit. Az idegenforgalom felfutásával nem tartott lépést a szervezeti struktúra fejlődése. Az értékek viszonylag fejletlen hálózatról tanúskodnak, amit több tényező együttes jelenléte generál. Törökországban, és a szektoron belül is jellemző a hosszú távú stratégia hiánya. A klaszteranalízist végző team által készített interjúk alapján az érintett cégek vezetői többnyire egy, maximum két évre előre rendelkeznek kialakult, konkrét elképzelésekkel.[15] Hosszú távú stratégia hiányában pedig fel sem merülhet a vállalkozások közti komolyabb együttműködés.

További probléma, hogy a szezonális piac kiaknázása érdekében kemény, gyakran tisztességtelen marketingeszközöket is használó verseny alakult ki a szereplők között. Ennek természetszerű hozadéka a potenciális klasztertagok közti bizalom hiánya.

A harmadik ok, amellyel az együttműködések fejletlensége magyarázható, a lokális identitás hiánya. Isztanbul soknemzetiségű metropolisz, lakossága a belső és külső vándorlás miatt rohamosan nő. Elsősorban az elmaradott keleti területekről érkeznek folyamatosan kurd bevándorlók, akik a török hadsereg és a Kurd Munkáspárt (PKK) felszabadító hadseregének zaklatásai elől menekülnek. Ennek köszönhetően ma Isztanbul a maga három és fél milliós kurd lakosságával, a legnagyobb kurd város címet is kiérdemelte. (Keresztes 2004, 9. o.) A kurd és a török lakosság között hagyományos ellentét húzódik, ami a gazdasági életben is nyomokat hagy. Nem beszélve a Kelet-Európából érkező nem török nemzetiségű bevándorlók iránti bizalmatlanságról. A betelepülők száma pedig egyes években a százezer főt is túlszárnyalta. Jelentős részük a tágabb értelemben vett családdal költözött a városba, társadalmi érintkezéseik színtere ma is a nagycsalád. Mindezek következtében társadalmi integrációjuk hosszú folyamat. A magukat tősgyökeres isztambulinak vallók aránya pedig 30% alatt mozog. Ilyen körülmények között érthető, hogy a lokális identitástudat elsősorban a futballcsapatok szurkolóira korlátozódik.

A klaszterek versenyképességének, a megoldásra váró problémáknak a szemléltetésére a rombusz-elemzés nyújt megfelelő keretet (*5.ábra*).

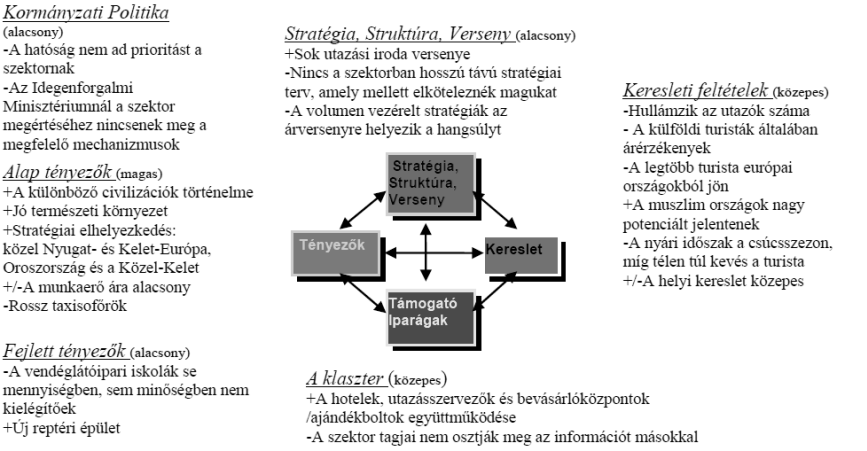
A *tényezőfeltételek*en végigtekintve egy tényező-vezérelt gazdaság rajzolódik ki a szemeink előtt. Az alaptényezők magas színvonalat képviselnek, az ország és

[15] www.competitiveturkey.org

ezen belül Isztambul elhelyezkedése, a térségben egykor uralmon lévő birodalmak tárgyi emlékei mind-mind a turisztikai klaszterek versenyhelyzetét javítják. A társadalomtól jelentős beruházásokat igénylő fejlett tényezők gyengesége azonban figyelmeztet az ország alacsony tőkeerejére. Az idegenforgalom szempontjából nem elsősorban a financiális tőke hiánya érdemel figyelmet. A humántőke fejletlensége azonban annál inkább veszélyforrásnak tekinthető. A szabad munkaerő óriási mennyiségben áll a vállalkozások rendelkezésére és a munkaerő ára rendkívül alacsony. A tartós versenyelőnyök létrejöttében azonban „az erőforrások és infrastrukturális elemek minőségének és specializáltságának fontosabb szerep jut, mint mennyiségének." (Lengyel-Deák 2002, 21. o.) Az idegenforgalomban hasznosítható képzettséget nyújtó iskolák alacsony színvonala pedig nem erősíti a turisztikai klaszterekben a spill-over megjelenését.

A *keresleti feltételek* megítélésekor figyelembe kell venni a szektor sajátságait. A két legfontosabb szempont – mint minden iparágban – a kereslet mennyisége és minősége. Itt azonban a „hazai" fogyasztók nem játszanak megkülönböztetett szerepet. Isztambul a nemzetközi turizmus egyik közepes szintű központja, ebből adódóan a külföldi turisták visszajelzései is azonnal eljutnak a szektor vállalkozásaihoz.

5. ábra A turisztikai klaszterek rombusz-modellje 1999-re



Forrás: saját szerkesztés

A belföldi turizmus kapcsán meg kell említenem, hogy a török állampolgárok külföldre utazása meglehetősen nehézkes. A fő problémát az útlevél és a – legtöbb ország által megkövetelt – vízum beszerzése okozza számukra. Belföldi nyaralásaik célpontjának megválasztásakor azonban nem kulturális tényezők domi-

nálnak, így az isztambuli idegenforgalom kevéssé profitál a török állampolgárok kikapcsolódásából.

Keresleti szempontból a szűk keresztmetszetet a szofisztikált fogyasztói csoportok jelentik. A fő probléma az, hogy a helyi turisztikai vállalkozások menedzsmentjének nem pusztán a megfelelő kommunikációs csatornák kiválasztása okoz nehézséget, de a kifinomult fogyasztói csoportok lehatárolása sem történt meg. Jóllehet, az igényes fogyasztók elvárásai gyakran képesek előre jelezni a piaci kereslet változását, serkentve az innovációt és közvetve a versenyképességet. (Lengyel-Deák 2001)

A *támogató iparágak* fejlettnek mondhatók. Különösen az utasszállítás területén lehet pozitívumokat kiemelni. Isztambul saját reptérrel rendelkezik, a busztársaságok pedig kifinomult formában rivalizálnak. A belföldi járatokon is utaskísérő áll az ügyfelek rendelkezésére, aki élelemmel és üdítővel kedveskedik az utasoknak. A buszpályaudvarokon pedig egymás mellett sorakoznak a társaságok jegyirodái, ami kiélezett versenyt és az utasok számára jó alkupozíciót biztosít. A klasztertagok azonban elégtelen kommunikációt folytatnak ezekkel a vállalkozásokkal.

A támogató iparágak közt említhetőek a KKV-k formájában működő ajándéktárgy gyártó és árusító vállalkozások, akikkel a klasztertagok is hagyományos kapcsolatokat ápolnak. Jellemzően családi vagy egy személyes vállalkozásokról van szó, ennek ellenére az idegenforgalom szempontjából nem lebecsülendő a szerepük.

Végül meghatározó fontossággal bírnak a kulturális intézmények (pl. múzeumok), amelyek rossz állapotuk ellenére a térség egyik fő attrakcióját nyújtják. A klasztertagok és az állami költségvetésből fenntartott intézmények között 1999-ben semmilyen kommunikációs csatorna nem működött.

A török gazdaság jellegéből, fejlettségi szintjéből adódóan a *kormányzat* által kijelölt fejlesztési stratégia determinálhatja a szektor és azon belül a turisztikai klaszterek sorsát. Bár az államkincstár szempontjából fontos bevételi forrás a turizmus, az Idegenforgalmi Minisztérium legalábbis elszigetelten végzi a munkáját. Az állami szféra több turisztikai szakmai szövetség létrejötte felett bábáskodott, ezek azonban – korábban már tárgyalt – jellegükből adódóan nem képesek ellátni funkciójukat.

A rombusz felső ágát a (potenciális) klaszteren belüli rivalizálás és együttműködés szintje alkotja. Mint a klaszter kapcsolati hálója kapcsán már bemutattam, 1999-ben a szektor helyi szereplői közti együttműködés alacsony szinten zajlott. A verseny intenzitását tekintve erős volt, a vállalkozások azonban gyakran tisztességtelen eszközöket is felhasználtak.

Összességében a keresleti feltételek és az alaptényezők biztosítottak a klaszter számára némi versenyelőnyt, ezek a faktorok azonban elsősorban a város történelmi múltjára vezethetők vissza. A klaszteranalízis eredményein végigtekintve nyilvánvaló, hogy a szektor 1999-ben teljes szervezeti újjáépítésre várt.

6. A klaszterépítés folyamata, eredményei

Michael Porter a CAT projekt első céljául a szultanahmeti turisztikai klaszter megszervezését jelölte meg. A takszimi klaszter kiépítése néhány évvel később, a szultanahmeti akcióterv adaptálásával indult meg, többnyire a klasztertagok saját erőfeszítésének eredményeként, jóval kisebb mértékű külső koordinációval. A két klaszter hasonlósága és a takszimi szervezet szerényebb eredményei miatt a továbbiakban a szultanahmeti fejlesztésekre fókuszálom elemzésemet.

A CAT csapata a szultanahmeti klaszter létrehozásához és sikeres működéséhez a következő problémák megszűntetését jelölte meg prioritásként:

1. nem megfelelő kommunikáció a klasztertagok között
2. az internethasználatban való jártasság hiánya
3. a külföldi célpiacok elérése
4. a belföldi turizmus nem jelentős a térségben

6.1. A kommunikáció serkentése

A vad iparági verseny, a zárt kommunikációs csatornák, hibrid – iparágakon átnyúló szervezetek hiánya erősen limitálta a kommunikáció körét és mélységét a klasztertagok és a támogató iparágak vállalkozásai között. Az infomáció áramlásának segítésére a project során több médiát is bevetettek párhuzamosan. Megszerveztek egy e-groupot, rendszeres klaszter meetingeket kezdeményeztek, weboldalt és helyi újságot indítottak.

Porter a formalizált információs csatornák megteremtésével igyekezett serkenteni a szereplők közti párbeszédet. Az új kommunikációs csatornák (weboldal, e-group) alkalmazása mellett – felismerve a virtuális közösségek gyengeségét – továbbra is nagy hangsúlyt kapott a klaszter-meetingeken való személyes kapcsolatteremtés. Az informális kapcsolatrendszer kiépülésének feltétele a személyes érintkezés. A klasztertagok közti összetartozás-tudat (vagy kollektív identitás) a két kapcsolatrendszer párhuzamos fejlesztésével érhető el. (Deák 2002, 114-115. o.) A kommunikációs csatornák kiépítését segítendő, oktatási programokat indítottak az internethasználat elsajátítására, növelték a klaszter-meetingeken való részvételt és kihasználták az e-mail csoport nyújtotta előnyöket.

6.2. Az internethasználat javítása

A turizmussal foglalkozók nem ismerték, és ezért nem is használták ki az internet nyújtotta előnyöket. Az internethasználat és általában a számítógép használata Törökországban még csak szűk körben jellemző. Elsősorban a fiatalok nyitottak az informatika felé, ami figyelembe véve az ország demográfiai piramisát középtávon pozitív fejleményeket sejtet e téren. A klaszter belső és külső kommunikációs csatornáinak biztosítása azonban gyors beavatkozást követelt: a TURSAB-val és a Bilkent

Egyetemmel együttkűködve képzési programokat indítottak a szektor szereplői számára.

6.3. A külföldi célpiacok elérése

Nem volt kialakult módszer azoknak a „felsőbb kategóriás" külföldi turistáknak az elérésére, akik többet hajlandóak költeni nyaralásuk során. A problémákat a következőkben foglalták össze:

- A célcsoport definíciója nem letisztult. A csatornák ismeretlenek.
- Az emberek nem tudják használni a csatornákat.
- Nincs anyagi erőforrás a csatornák használatához.
- Nem tudják elérni a potenciális fogyasztókat.

A probléma két dimenzióban paralel módon jelentkezik: egyfelől a klaszter vállalkozásai, azok menedzsmentje nem képesek a célcsoport definiálására, nem ismerik a kapcsolatteremtéshez szükséges kommunikációs és értékesítési csatornákat. Másrészt a szektor képviselői önmagukban nem tudják finanszírozni a kívánt marketingeszközök használatát. A projekt során mindkét probléma felszámolására kísérletet tettek. A megfelelő marketingismeretek elsajátítását segítendő képzést indítottak, a financiális nehézségekre pedig a klasztertagok pénzügyi együttműködését kínálták gyógyírként.

6.4. A belföldi turizmus serkentése

A rombusz-modell kapcsán már kitértem az isztambuli idegenforgalom és a hazai turisták közti laza kapcsolatra. A törökök körében Isztambul nem bír különösebb attraktivitással, a kulturális kikapcsolódással szemben a tengerparti pihenést preferálják. A fő kihívást e téren a török állampolgárok nyaralással kapcsolatos attitűdjeinek megváltoztatása jelenti. Az olyan új projektek, mint a web-site és a szultanahmeti újság létrehozása hosszú távon pozitív hatással lehetnek a hazai turistákra gyakorolt vonzerőre. A klaszter felállítása során tehát a következő lépésekre került sor:

- klaszter-analízis
- klaszterbizottság felállítása
- meetingek szervezése
- web-fórum létrehozása
- turisztikai weboldal létrehozása
- a Sultanahmet Postası című újság kiadása
- marketing és internetes képzések a tagok számára
- közös bel- és külföldi marketing

Az isztambuli turisztikai klaszter projektjével Porter a helyi gazdaság élénkítésén kívül az újszerű szervezet országos megismertetését is célozta. Nyilatkozataiban többször utalt rá, hogy a klaszter felállításával példát kíván állítani az egész

török gazdaság számára. A klaszter sikeressége reményei szerint arra inspirálhatja a török menedzsmenteket, hogy az új paradigmák tiszteletben tartásával működjenek.

A kezdeményezés eredményeképpen a szervezet versenyképességében beállt változásokat és a klaszter aktuális állapotát a korábban már ismertetett rombusz-modell alapján vizsgálom. Elsősorban azokra a tényezőkre térek ki, amelyekben minőségi változás állt be (*6. ábra*).

A projekt elindítása óta több területen is érezhető változás. A klaszter-meetingek eredménye nehezen becsülhető, tény azonban, hogy az isztambuli negyed vendéglátóipari cégeinek és a helyi utazási irodáknak széles köre csatlakozott a formális szervezethez. A Szultanahmeti web-fórum is rengeteg felhasználót vonz.[16] A hivatalos oldal és a nyílt fórum ellenére a klaszterformációt jellemző nyitottság még nem alakult ki a szereplők között.

6. ábra A Szultanahmeti Turisztikai Klaszter rombusz-modellje 2004-re

Kormányzati Politika (közepes)
-A kormányzat felismerte a szektorban rejlő potenciált
-Az Idegenforgalmi Minisztérium részt vállal a török idegenforgalom imázsépítésében

Alap tényezők (magas)
+A különböző civilizációk történelme
+Jó természeti környezet
+Stratégiai elhelyezkedés: közel Nyugat- és Kelet-Európa, Oroszország és a Közel-Kelet
+/-A munkaerő ára alacsony
- A helyi lakosság nyelvismerete alacsony színtű

Fejlett tényezők (alacsony)
-A vendéglátóipari iskolák se mennyiségben, sem minőségben nem kielégítőek
+Új reptéri épület

Stratégia, Struktúra, Verseny (alacsony)
+Sok utazási iroda versenye
+A szektor helyi résztvevői hosszú távú stratégiát dolgoztak ki
+/-Az árverseny mellett megjelent a minőségi szolgáltatások versenye

Keresleti feltételek (közepes)
-Hullámzik az utazók száma
- A külföldi turisták általában árérzékenyek
-A legtöbb turista európai országokból jön
+A muszlim országok nagy potenciált jelentenek
-A nyári időszak a csúcsszezon, míg télen túl kevés a turista
+/-A helyi kereslet közepes

A klaszter (közepes)
+A hotelek, utazásszervezők és bevásárlóközpontok /ajándékboltok együttműködése
+/-A szektor tagjai nem osztják meg az információkat másokkal, de a klasztertagok közti információs csatornák működnek

Forrás: saját szerkesztés

Az erőforrás-vezérelt szektornál a vállalati stratégiáknak három tényezőt kell szem előtt tartani:

- meghatározó a régióba jövő kereslet
- a piacot együttműködve lehet növelni
- kissé növő tortán kell osztozkodni

[16] A fórumon elsősorban kulturális témákban folyik a tapasztalatcsere, az üzleti jellegű levelezés is jelen van, ám jóval kisebb súllyal.

A vállalati stratégia szempontjából a három tényezőből az együttműködés fontossága érdemel kitűntetett figyelmet. Csak a kooperáció útján biztosítható a külföldi piacokon a megfelelő marketing, ez az út vezeti el a külföldi turistákat a térségbe, ami a „feloszthatótorta" nagyságát is növeli. A közös fellépés terén már bizonyított a klaszter, a szektor tagjainak közös stratégiában is sikerült megállapodniuk.

A tényező-feltételek kapcsán külön kell választani az alap- és a fejlett tényezőket. Az alaptényezők tekintetében jó képet fest a szektor, egyedül a taxisofőrök viselkedése jelentett negatívumot, 1999 óta azonban ezen a téren is észlelhető javulás. A fejlett tényezőkben nem következett be jelentős változás: az idegenforgalmi iskolákkal felvették a kapcsolatot, ám ezen a területen hosszabb időre van szükség az érezhető minőségi javuláshoz.

A kormányzat jelenleg sem ad a szektornak prioritást, ám a projekt kapcsán növekedett az érdeklődés kormányzati szinten is. A traded szektor segítése érdekében átfogó programot indítottak, amely a minőségi török áruk és szolgáltatások presztízsének növelése érdekében bevezette a piacra a Turquality márkajelzést. Már említettem, hogy a kormányzat nem ad közvetlen támogatást a klaszter számára, a Központi Tervezési Hivatalon keresztül azonban kommunikációt épített ki a projektet levezénylő teammel.

A keresleti feltételekben némi javulás állt be. A helyfoglalások több mint 50%-a már az interneten keresztül történik, elsősorban külföldről. A minőségi turizmus azonban még nem indult meg. A szezonális ingadozások nem áthidalhatóak, nincs alternatív turizmus, amely a téli hónapokban is fenntartaná a keresletet, az éves ingadozás pedig elsősorban a terrorista-akciók és a közel-keleti események tükrében változik, a szereplők nem tudnak komolyabb hatást kifejteni. A város külföldi imázsa, vonzereje azonban a közös marketingnek köszönhetően érezhetően javult.

A kapcsolódó iparágak (légi közlekedés, busztársaságok szolgáltatásai, ajándéktárgyak gyártása) már 1999-ben is fejlettek voltak, azóta csak a klaszterral való kapcsolatuk intenzítása nőtt.

A klasztertagok beszámolója alapján a szervezet sikerének tulajdonítható, hogy a közösen finanszírozott programok és rendezvények több kikapcsolódási lehetőséget biztosítanak a turisták számára, így a látogatók tovább maradnak a városban és több pénzt költenek. Mint az isztambuli idegenforgalom tárgyalásában már említettem, az ideutazó turisták többségét a fiatalok adják, akik igényt is támasztanak az aktív kikapcsolódásra.

A rendezvények közös finanszírozása mindenképpen nagy előrelépést jelent a szektor vállalkozásai számára. Hasonló jelentőséggel bír a napi kapcsolat kialakítása a klaszter tagjai között. A bizalmi viszony kialakulása hosszabb időt vesz igénybe, ám a kapcsolattartáshoz szükséges infrastruktúra már rendelkezésre áll.

A sikerek és eredmények dacára a szultanahmeti és takszimi klaszterek, csak úgy, mint a turisztikai szektor egésze, ma is kiszolgáltatott helyzetben van.

Ez elsősorban a török gazdaság állapotával és a szektor sajátságaival magyarázható. Az idegenforgalom felfuttatása egy-egy térségben nem pusztán az érdekelt cégek fejlettségének, innovatívitásának függvénye. A turizmusra jellemző egyfajta trendiség, azaz az idegenforgalmi célpontok egyéni kiválasztása során a turistát erősen befolyásolja a divat. Divatot teremteni csak imázsépítéssel lehet, ami jelentős tőkeerőt kíván. Törökország gazdasága a tényező-vezérelt szakaszban tart, csak az utóbbi években kezdődött meg a nyugati területeken a szerkezetátalakítás.[17] Így sem a két említett klaszternak, sem az európai uniós csatlakozási tárgyalásokra készülő török államnak nincsenek meg a megfelelő eszközei egy átfogó nyugat-európai marketingkampány lebonyolításához.[18]

További bizonytalansági tényezőt jelent az ország geopolitikai fekvése. A szélsőséges muzulmán szervezetek egyre erősödő tevékenységet fejtenek ki a térségben, emellett a kurd lakosságú területeket sem sikerült végérvényesen pacifikálni. Az idegenforgalom alakulására pedig néhány elszórt összetűzés, robbantásos akció is óriási hatást gyakorol. Bár Spanyolországban és Angliában is jelen van a terrorizmus, ezek az országok megfelelő kommunikációval kezelni tudják a jelenséget. Törökországban azonban még nem alakultak ki erre a megfelelő mechanizmusok. Nyilvánvaló, hogy a turisztikai klaszterek nem vállalhatják fel a probléma megoldását.

Napjainkban az említett okokból mindkét tárgyalt klaszter a fejlődő klaszterek közé sorolható. „A fejlődő klaszterek működésének kereteit stagnáló piacok adják. A klaszterek szerkezete stabil, bár kiépítettségük közel sem olyan teljes, mint a fejlett klaszteréké.” (Buzás 2000, 116. o.).

7. Összefoglalás, következtetések

A porteri team egy fejlődő országban, tényező-vezérelt gazdaságban kezdte meg az új paradigmákon nyugvó regionális klaszterek létrehozását. Az első általuk szervezett klaszter ennek megfelelően a turizmusra, azaz erőforrás-vezérelt szektorra támaszkodik. Az újonnan létrehozott szervezet regionális klaszterként

[17] A WAITS-modell második fázisáról van szó. Itt már az olcsó inputok mellett egyéb tényezők is megjelennek a gazdaságfejlesztés célterületei között: tehetséges munkaerő, technológia, műszaki infrastruktúra, tőke stb. A fókuszban pedig megjelennek a KKV-k, és azok belső tényezőinek fejlesztése. A WAITS-modell részletes ismertetése a 2. Mellékletben található.

[18] Azért Nyugat-Európát tekintem egy lehetséges marketingkampány fő célpontjának, mivel ez az egyetlen elérhető térség, ahol megfelelő stratégiával és szolgáltatásokkal az igényes fogyasztók széles csoportját érhetné el a török turisztikai szektor. Kelet-Európában nincs jelentősebb jövedelemmel bíró középosztály, az arab országok lakói számára pedig a hasonló kultúra és „nyugat-barát” politika folytán Törökország nem fejt ki különösebb vonzerőt.

(mikroklaszterként) definiálható, az országban azonban hosszú távon megvannak a feltételei annak, hogy átfogó fejlesztésekkel egy, az egész országra kiterjedő makroklasztert alakítsanak ki. A török idegenforgalom az ágazati koncentráció súlya szerint jelenleg is megaklaszterként határozható meg. Az iparágnak csaknem az egész országban megvannak a hagyományai, potenciális regonális klaszterek pedig az ország hét térségében is jelen vannak.

A klaszter sikeréből adódóan olyannyira megnőtt a szervezet vonzereje, hogy 2001-től Törökország több pontjáról is kérelemmel fordultak a projektet levezénylő teamhez további klaszterek megszervezésére. Azóta Bartinban is alakult egy turisztikai klaszter és a két szervezet között kapcsolatok is kiépültek.

Porter nyílván számolt annak veszélyével, hogy a turisztikai klaszter megszervezése a bizalom és együttműködés hiánya miatt sikertelen lesz. Valószínű, hogy az új modell törökországi presztízsének védelmében látott hozzá párhuzamosan több isztambuli klaszter létrehozásához: a bankszektor, a fehérneműgyártás és forgalmazás, az építési kivitelezők, a kerámiagyártás és forgalmazás, és az idegenforgalom területén.

Az eddig megalakult szervezetek azonban beváltották a hozzájuk fűzött reményeket, sőt a különböző iparágak szervezetei közt is kialakulóban vannak együttműködési kapcsolatok (pl. a márkázás és marketing terén a ruházati és turisztikai szektor között). A klaszterszervezetek letisztulása azonban még hosszabb időt vesz igénybe.

Szót kell még ejtenem a tényező-vezérelt gazdaságok klasztereiben a formalizáltság szerepéről. Ezek a klaszterek jellemzően tudatos klaszterépítő munka eredményei. A kevéssé fejlett gazdaság folytán olyan szektorokra támaszkodnak, amelyek a fejlett tényezők (oktatás, K+F) terén kevésbé igényesek. Tipikusan ilyen szektor az idegenforgalom. A gazdasági szereplők számára a klaszter fő vonzerejét olyan projektek elérhetővé válása jelenti, amelyekhez külön-külön nem rendelkeznek megfelelő erőforrásokkal. A klaszterek fennmaradása szempontjából tehát ezen projektek sikere kulcskérdés lehet. Ugyanakkor a lokális externális hatás folytán „a speciális inputok, egyedi infrastrukturális elemek gyakran *közjavakként* jelennek meg" (Lengyel - Deák 2002, 24. o.), ami nem csak a melléktermékként létrejövő, tudatos befektetési tevékenységet nem igénylő elemeknél, de a jelentős beruházást feltételező eredmények kapcsán is felveti a free-riding lehetőségét.

A formalizált szervezet a tagdíj fizetéssel, a klaszteren kívüliek számára elérhető szolgáltatások korlátozásával részben választ nyújt a potyautas jelenségre, ha a klaszterépítést koordináló szervezet a szektor vállalkozásainak kritikus tömegét képes megnyerni a klaszter számára. Bár „a regionális klaszternek mindazon vállalkozások részei („tagjai"), amelyek az adott földrajzi területen működnek és részesei a klaszter vállalatai között kialakult munkamegosztásnak" (Deák 2002, 112. o.), a formalizált szervezethez fűző tagi viszony mégis egyfajta „elithez tartozás" érzését adja a szereplők számára és segít a klaszter iránti bizalom megteremtésében.

A formalizált szervezetek mellet szól továbbá, hogy a formális és informális kapcsolatrendszer megteremtéséhez paralel módon segíti hozzá tagjait és így végső soron ismét a kollektív identitás kialakulását ösztönzi. Különösen nagy jelentőséggel bír ez az olyan erőforrás-vezérelt szektorokban, mint az idegenforgalom, amelynek kereslete „házhoz" jön, volumene nagy beruházások által is csak lassan bővíthető. A szektor jellegéből adódik, hogy miközben az érdekelt gazdasági szereplők egyre nagyobb szeletet kívánnak kihasítani a lassan növő „tortából", a rivalizálásban gyakran etikátlan eszközöket is felhasználnak, a horizontális kooperációra való hajlam pedig rendkívül alacsony. Törökországi sajátságnak tekinthető, hogy a határon kívüli kereslet feletti kontrollt külföldi vállalatok gyakorolják, ami a helyi turisztikai vállalkozások közti vad versenyt tovább erősíti.

Felmerülhet a kérdés, hogy egy törökországi klaszterépítő, klaszterfejlesztő kezdeményezés magyarországi vizsgálatának van-e létjogosultsága egy olyan történelmi szituációban, amikor a hazai vállalatok is a túlélésért küzdenek a kitágult, globális színtéren. „A klaszterek régióról régióra változnak, nincs egységes recept fejlesztésükre… Azonban számos klaszter-kezdeményezés fel tudott mutatni sikereket a helyi gazdaság fejlesztésében, erőforrásainak mobilizálásában, így sok olyan nemzetközi példa van, amiből tanulhatunk a magyar klaszterek fejlesztése során." (Deák 2002, 117. o.)

8. Magyarországi konzekvenciák

Melyek a magyar gazdaságban hasznosítható tanulságok? Magyarország térségeinek nagy része az iparági verbuválás szakaszában van tényező-vezérelt gazdasággal. Mindössze néhány dunántúli térségben indult meg a szerkezetátalakítás, Budapest gazdasága pedig már az innováció-vezérelt szakasz határait feszegeti. Az 1997-ben indult ipari park program eredményei kétségesek. Az ipari park címet nyert szerveződések többnyire a Nyugat- és Közép-Dunántúli, Közép-Magyarországi Régiókban, azaz az amúgy is fejlett régióinkban tudtak jelentősebb eredményeket felmutatni. Ezeken a területeken is elsősorban a jó megközelíthetőségnek és a nyugat-európai vállalatok betelepülésének köszönhetők a sikerek. (Nikodémus 2002, 8-11. o.)

Bár az ipari parkok és egyéb – nálunk még kevéssé elterjedt – inkubációs intézmények magukban rejtik a klaszteresedés lehetőségét, a bottom-up gazdaságfejlesztési megközelítés eszközei közül a klaszterépítés Magyarországon a kevéssé preferált lehetőségek közé tartozik. Első ízben a Széchenyi Terv karolta fel a magyarországi klaszterek fejlesztését, ám a hazai 19 működő klaszter jelentős része ma is pusztán néhány vállalkozást tömörít. Részben a fogalom ismeretlenségével, részben a vállalkozók alacsony együttműködési hajlamával magyarázható, hogy a hálózatosodásra, klaszterszervezésre kiírt pályázati támogatások a támogató szervezet alapjában ragadnak.

A klaszterszervezet hazai adaptációjának vizsgálatakor le kell szögeznem, hogy csak valós, tagsági viszonyra épülő klaszterekről beszélhetünk. Ennek egyik legfőbb oka, hogy a piacgazdaságra fokozatosan áttért magyar gazdaság vállalkozói közt máig sem alakult ki a gazdasági együttműködés kultúrája, hagyománya, szükség van tehát az együttműködés direkt támogatására, serkentésére. Utóbbi azonban csak jól körülhatárolt szervezeti tagság esetén értelmezhető.

Másrészt a klaszternek, az „adott iparághoz köthető vállalkozások és intézmények innovatív kapcsolatrendszerre alapuló, lokális koncentrációjaként" való elméleti megközelítése tág teret enged a free-riding („potyautas") jelenségnek. Az együttműködésben érdekelt vállalkozások egymás iránti bizalmának erősítéséhez, a közös célok eléréséhez lényeges a klaszter jogi, szervezeti kereteinek definiálása.

Hazánkban a vállalkozások közti hálózatosodásnak, klaszteresedésnek – mint már említettem – nincsenek meg a hagyományai. Az állam korábbi paternalizmusa hasonló nyomokat hagyott gazdaságunkban, mint az Törökországban tapasztalható. A vállalkozókat ma is egyfajta „csodavárás" jellemzi, a gazdasági problémák megoldását az állami beavatkozástól remélik. Az informális kapcsolatok ugyan jelentős szerepet játszanak a gazdasági életképességükben, ám ezek többnyire szűk körre terjednek ki: a rendszerváltás utáni vad verseny megnyirbálta a kapcsolati hálót és az egymás iránti bizalmat.

További problémaforrás a gazdasági szereplők közgazdasági és informatikai ismereteinek alacsony színvonala. Hazánkban és Törökországban egyaránt jellemző sajátság, hogy a foglalkoztatás döntő hányadát a kisvállalkozások adják.[19] A kisvállalkozások a méretgazdaságossági hátrányból adódóan nem képesek szakértők foglalkoztatására. Alternatívát jelenthetne külső szakértők bevonása, ám jellemző módon a kisvállalkozások körében sem hazánkban, sem Törökországban nincs igény a tanácsadói szolgáltatásokra. Valószínűleg a gazdasági ismeretek alacsony színvonalával magyarázható a jelenség: a vállalkozók megfelelő kompetenciák híján saját fejlesztési szükségleteiket nem képesek reálisan felmérni, jóllehet a versenyképességük fenntartásához ez alapvető fontosságú lenne.

A dolgozatomban bemutatott klaszterfejlesztő kezdeményezés széles körűen foglalkozik ezekkel a problémákkal, a porteri team komplex eszközrendszert dolgozott ki kezelésükre. A közös célok eléréséhez szükséges beruházások finanszírozását a tagsági alapon működő szervezet hivatott biztosítani. Nem pusztán a szektorális programok és marketingtevékenység anyagi hátterének biztosításáról van szó, a kapcsolatépítést serkentő fórumok, az oktatási programok megszervezése legalább ekkora jelentőséggel bír. A találkozók, döntési jogkörrel felruházott gyűlések mellett létrehozott internetes fórum mind-mind a formális kapcsolatrendszer kiépülését szolgálja. A hangsúly azonban továbbra is a személyes találkozáso-

[19] Sajnálatos jelenség, hogy Magyarországon a vállalkozási méret szempontjából „homorú" gazdasági szerkezet kezd kialakulni, amelyben a középvállalkozások száma egyre csökken.

kon van, amelyek a bizalmi viszony megteremtésén keresztül képesek az informális kapcsolattartást is elősegíteni.

A szervezet által finanszírozott oktatási programok kettős célt szolgálnak: egyrészt a kompetenciák terén feltárt hiányosságokat orvosolják, másrészt a személyes érintkezés folytán ugyancsak előmozdítják a szereplők közti kommunikációt.

Miért van szükség az informális kapcsolatok tudatos formálására? A formalizált szervezet pusztán a kommunikációs csatornák kiépítését, a közös célok kitűzését és az egyéni kivitelezéshez túl drága beruházások megvalósítását szolgálja. A tapasztalatcsere, a „legjobb gyakorlat" átvétele informális csatornákon keresztül folyik.

Végül a klaszterfejlesztő projekt, mint civil kezdeményezés érdemel fokozott figyelmet. A CAT projekt keretében számtalan klaszter feltérképezését végezték el állami támogatások nélkül. Magyarországon a gazdasági szereplők oldaláról nem mutatkozik igény a kevéssé ismert szervezet létrehozására. A gazdasági szakemberek, kutatók ugyanakkor nem rendelkeznek kellő anyagi háttérrel és motivációval hasonló kezdeményezések kivitelezéséhez. A gazdasági fejlődés motorját a pénzügyi szektor vállalatai tölthetnék be. A hitelintézetek, kockázati tőkések szerepvállalása már középtávon rentábilis lehetne. A klasztertagok bukási aránya jóval alacsonyabb a független vállalkozásokénál, az igények testre szabhatók, a hitelezési kockázat a tranzakciós költségek növekedése nélkül minimálisra csökkenthető. Nem beszélve a speciális szolgáltatások keresletnövelő hatásáról.

A bankszektor és az egyetemi kutatóbázisban rejlő szabad potenciál megfelelő kombinációjában látom tehát a hazai klaszterfejlesztés motorját. Az állami szerepvállalás jelentősége elsősorban az alapkutatások, így a potenciális klaszterek feltérképezésének finanszírozásában állna, ezt követően pedig a klaszterek intézeti környezetének megteremtése és a sikeres példák országos bemutatása lenne a kormányzat feladata. Utóbbi talán képes lenne egy a törökországihoz hasonló láncreakció beindítására.

8.1. A magyar turisztikai szektor fejlesztési lehetőségei

Az ismertetett klaszterépítő, -fejlesztő projekt eszközeinek adaptációjára a hazai turisztikai szektor nyújt kiváló táptalajt. A szektor a foglalkoztatásban betöltött szerepe, a gazdaság teljesítményéhez való hozzájárulása folytán jelentős szerepet játszik nemzetgazdaságunkban, amit a fejlesztésére fordított kormányzati kiadások volumene is tükröz. A távolabbi tendenciákat is figyelembe véve azonban válságjelek kezdenek kibontakozni. Az 1997-98-ban átélt iparági recesszió óta folyamatos a stagnálás. Ha számításba vesszük, hogy globális viszonylatban az idegenforgalom volumene évről évre bővül, még lesújtóbb a kép: a változatlan adatok mögött versenypozícióink elvesztése bújik meg.

Hazánk két fő turisztikai célpontja, Budapest és a Balaton vonzerejének csökkenése jó indikátorai a jelenségnek. A kormányzat által felkarolt alternatív turizmus (pl. gyógyfürdő-turizmus) egyelőre nem képes a folyamat ellensúlyozására. Az

iparágban – elsősorban a Balaton mentén – működő kisvállalkozások tehetetlenül szemlélik a kereslet visszafejlődését. A Balaton menti települések önkormányzatai aktív szerepet vállalnak a turizmus élénkítésében, ám egyelőre kevés sikerrel. Az idegenforgalom fejlesztésére fordítható szűkös forrásaikat a helyi adóterhek növelésével igyekeznek bővíteni, ami a helyi ingatlannal rendelkező turistákra is riasztóan hat.

Az idegenforgalmi érdekeltségű vállalkozások azonban nem mutatnak elkötelezettséget saját működési környezetük attraktivitásának növelésében, illetve a természeti környezet ökológiai egyensúlyának megőrzésében. A szektor és a kapcsolódó iparágak kínálatát elavult és gyakran alacsony minőségű szolgáltatások képezik. Visszatérő jelenség a külföldi turisták megtévesztése és az etikátlan piaci magatartás mind a turistákkal szemben, mind a verseny terén. Jellemző szereplői a szektornak a családi vállalkozások. A szereplők közti bizalom és együttműködés azonban a települések kis közösségei ellenére is szűk körre terjed ki. A szomszédos közösségek közti kommunikáció alacsony szintű.

Az általam bemutatott klaszterszervezet hazai adaptációjára a kistelepülések önmagukban nem alkalmasak, hiányzik a vállalkozások szükséges tömege, amely a hatékony közös fellépést, illetve az externális hatások generálódását lehetővé tenné. A megoldást a szomszédos települések vállalkozásai közti kapcsolatok fejlesztése jelenthetné, amelyhez a helyi önkormányzatok is hathatós támogatást nyújtanának. Ebben a térségben a hálózatosodás, majd a későbbi klaszteresedés gyújtómotorjának szerepét az önkormányzatok játszhatják. Feladatukat nem elsősorban a helyi idegenforgalom életben tartásában, hanem a feladatok ellátására alkalmas civil szerveződések létrejöttének segítésében látom. A kezdő lépés tehát a szektor szereplői[20] közti kommunikáció megteremtése lenne, amit személyes találkozók megszervezése és az Internet-használat szélesebb körben való elterjesztése segíthet.

A szektor versenyképességét gyengítő tényezők – mint a menedzsmentképzettség vagy a gazdasági (marketing) ismeretek hiánya, a szolgáltatások rossz pozícionálása és elavult jellege – hatékony javítása azonban már a magánszektortól, illetve a fentebb bemutatott klaszterszervezetek hazai adaptációjától várható.

Felhasznált irodalom:

Bulu, M. 2003: *Profiling Micro Clusters: Identification of Value-adding Production and Service Chains by Using Graph Theoretical Approach* (kézirat), Istanbul.
Buzás N. 2000: Klaszterek: kialakulásuk, szerveződésük és lehetséges megjelenésük

[20] Nem pusztán az iparághoz tartozó vállalkozások, hanem a kapcsolódó és támogató iparágak vállalkozásai közt is be kell indítani a párbeszédet. Ide sorolhatók a szórakozóhelyek, pincészetek, ajándékboltok stb.

a Dél-Alföldön, *Tér és Társadalom* 14/4, Budapest, 109-123. o.
Deák Sz. 2000: A porter féle rombusz-modell főbb gazdasági összefüggései, in Farkas B. – Lengyel I. (szerk): *Versenyképesség – regionális versenyképesség*, Szeged, 67-87. o.
Deák Sz. 2002: A klaszter-alapú gazdaságfejlesztés, in: Hetesi E. (szerk): *A közszolgáltatások marketingje és menedzsmentje*, Szeged, 102-121. o.
Lengyel I. 2000: Porter rombusz: a regionális gazdaságfejlesztési stratégiák alapmodellje, *Tér és Társadalom* 14/4, Budapest, 39-86. o.
Lengyel I. 2001: Iparági és regionális klaszterek, tipizálásuk, térbeliségük és fejlesztésük főbb kérdései, *Vezetéstudomány* 32/10, Budapest, 19-44. o.
Lengyel I. 2003: *Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon*, JATEPress, Szeged.
Lengyel I. – Deák Sz. 2002: Regionális/lokális klaszter: sikeres válasz a globális kihívásra, *Marketing & Menedzsment* 4, Budapest, 17-26. o.
Nikodémus A. 2002: Az ipari parkok szerepe a kormány befektetés-politikájában, in: Buzás N. – Lengyel I. (szerk): *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek, Szeged*, 7-23. o.
Porter, M. E. 2000: Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, *Economic Development Quarterly* 14/1, 15-34. o.

Basak Ekonomi nevű gazdasági hetilap honlapja
CAT nevű projekt honlapja
Közel-Keleti Versenystratégiai Központ honlapja
Török Köztársaság Pénzügyminisztériumának honlapja
Török Nemzeti Versenykutatási Társaság honlapja
Világturisztikai Szervezet honlapja

XXVIII. OTDK (Miskolc, 2007)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 170-184. o.

A jóléti állam, mint a társadalmi bizalom optimuma[1]

Kiss Gábor Dávid

Munkám kiindulópontja az volt, hogy lehetséges-e az államot a kereslet-kínálat törvényszerűségein keresztül leírni. A társadalom és az állam ilyen irányú kapcsolatrendszerének feltárása vezetett el a jóléti állam modellezésének gondolatához. Ennek során a bizalom fogalmára alapoztam a társadalom és állam kiegyensúlyozott kapcsolatának modelljét.

A szakirodalom tanulmányozása során a következő hipotézist állítottam fel: a jóléti állam ideális modellje a modern gazdaság és társadalom optimális működésének feltétele – ahol az optimum a magas bizalmi szint esetében a hosszútávon fenntartható finanszírozhatósággal párosul. Ezt a hipotézist elméleti-logikai módon próbáltam igazolni.

Ennek során megvizsgáltam azt, hogy mi történik, ha eltérünk az ideális modelltől. Először a gazdasági fejletlenség modellre gyakorolt hatásait vizsgáltam, rámutatva a feketepiac alapjaira. A következő alfejezetek során a különböző dimenziókban jelentkező bizalmi elégtelenségek következményeit vizsgáltam – definiálva az extrémizmus három különböző válfaját (szekták, maffia és terrorizmus). Az ideális modell érzékenységvizsgálatának utolsó lépéseként rámutattam a jóléti állam napjainkra jellemző válságának okaira, amelyet annak szervezeti rugalmatlanságban fedeztem fel.

Zárásában kétféle megoldást vázoltam fel a jóléti rendszer reformjával kapcsolatban. Egyrészt bemutattam és elutasítottam annak túlzott leépítését, annak társadalmi következményeivel együtt. Másrészt rámutattam a probléma megfelelőbb megoldására: az állam, mint szervezet reformjának szükségességére, és a lehetséges módszerekre.

Kulcsszavak: jóléti állam, bizalom, extrémizmus

1. Bevezetés

A bizalom az emberi életpálya meghatározó eleme. A jövő viszonylagos kiszámíthatóságának igénye ugyanis minden ember sajátja. Ez a bizalom több formában kifejeződhet. Jövőbe vetett bizalom szükséges minden beruházáshoz – mivel a befektetett tőke csupán hosszú távon térülhet meg. Az egyén és csoport kapcsolata szintén a kölcsönös bizalmon alapul – függetlenül attól, hogy vállalatok vagy a társadalom szintjén értelmezzük – meghatározó az a hit, hogy azt kapjuk, és úgy, ahogy az a terveinkben szerepelt.

[1] Jelen tanulmány a Gazdaságelmélet tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezetők: Halmosi Péter, Málovics Éva, Tóth László.

Munkámban éppen ezért a jóléti modell létjogosultságát a bizalom fogalmának segítségével igazolom – rámutatva az alternatív megoldások kudarcának lehetséges okának legfontosabbikára: a bizalmi deficitre. Az első fejezetben a bizalom társadalmi kivetülését, mint kiinduló hipotézisemet mutatom be: leírom, miként épül fel az életpálya-finanszírozásra alapozott jóléti állam ideális modellje – illetve az e mögött álló civil társadalom.

Ezt az optimumot bizonyítja a második fejezet, melyben a társadalom és állam bizalmon alapuló együttműködésének alternatíváit ismertetem – rávilágítva a szekták, a szervezett bűnözés, a terrorizmus és a totális állam valódi gyökereire. Ugyanitt fejtem ki a jóléti államok napjainkban tapasztalható pénzügyi válságának okait is. A harmadik fejezetben a jóléti modell reformjaival kapcsolatos gondolatokat járom körül – javaslatokat téve a modell reformjának módjaira.

Nem elhanyagolható az állam és a társadalom közötti munkamegosztás kérdésének mérlegelése, azaz mely feladatok ellátására specializálódott valóban az állam, és miként igazodott ennek során a társadalom aktuális gazdasági és kulturális színvonalához.

Korántsem olyan éles a határvonal az állam, a társadalom és a gazdaság szereplői között (Dinya 2005, 285. oldal), ami szükségessé teszi ennek a bonyolult kapcsolatnak a tisztázását– alátámasztva egyúttal hipotézisem, miszerint a jóléti állam modellje az egyedüli alternatíva a társadalom és a gazdaság hosszú távú fejlődéséhez.

Munkám során a pénzügyi indikátorok által leírt folyamatok hátterében megbúvó folyamatokat a gazdaságpszichológia segítségével mutatom be – támaszkodva egyúttal a biztonságpolitika eredményeire is.

1.1. A bizalom

Mint a bevezetőben említettem, a bizalom többféle módon értelmezhető. Kutatásom során az alábbi (Magyar Értelmező Kéziszótár által lefektetett) munkadefiníciót használom – a bizalom: „a körülmények kedvező alakulásába vetett hit”.

Munkám során a társadalmi folyamatokat három dimenzióban vizsgálom. Ehhez definiálom az „életpálya” dimenziót, mint az egyén hosszú távú kilátásainak terét – ahol az emberi tőkébe történő beruházás zajlik. A „politikai” és a „gazdasági” tartományok az egyének közötti – többnyire források elosztására irányuló – interakciók kétféle módját mutatják be.

A bizalom megragadhatóságához, és dimenziókba sorolásához elengedhetetlen ezek mérhetőségének megragadása, még akkor is, ha kutatásom döntően ordinális irányultságú. Az operacionalizálást megkönnyítik azok a statisztikai indikátorok, melyek együttesen utalnak a bizalom egyes szintjeire – ezeket az alábbi táblázat foglalja össze, a teljesség igénye nélkül.

1. táblázat A bizalom lehetséges megjelenési módjai eltérő dimenziók mentén

POLITIKAI	ÉLETPÁLYA	GAZDASÁGI
Politikai bizalmi indexek	Várható élettartam	Gazdasági bizalmi indexek
Demonstrációk	Öngyilkosságok	Fogyasztási mutatók
Választási részvétel aránya	Közvádas bűnözés	Csempészet
Perek átlagos időtartama	Drogfogyasztás	Megtakarítások
Emigráció	Munkanélküliség	

Forrás: saját szerkesztés

1.2. Az állam, mint a társadalmi bizalom letéteményese

A gazdaságpszichológia szempontjából az állam feladata „a *szerződések szavatolása*, a társadalom egyik tagjának *megvédése* a másiktól, a *csalás megakadályozása*, a versenytől vagy a *megengedhetetlen versenyeszközök* használatától való *elrettentés*". (Hámori, 1998, 163. o.)

Tehát az állam biztonsági garanciát jelent a szereplők számára feladatok végzése során –mindezt a politika, a gazdaság vagy az életpálya dimenziójában értelmezem. Ezt a biztonsági-bizalmi szükségletet fejti ki bővebben mind a közgazdaságtan, mind a politológia, ha az állam mibenlétét rajtuk keresztül akarjuk definiálni. Strak Antal az állam feladataként a törvényszerű folyamatok felismerését, a kedvezőtlen tendenciák visszaszorítását illetve, a kedvező tendenciák felerősítését határozta meg. (Stark 2002) Adam Smith és a polgári közgazdaságtan számára az állam biztosította:

- az ország külső védelmét,
- a belső rend, a nyugalmát,
- olyan további közintézmények működtetését, amelyeket az egyénnek nem érné meg fenntartani.

1776 – a Nemzetek Gazdagságának első kiadása – óta eltelt 230 év során e három elem még kiegészült a redisztribúcióval és a stabilizációval. Az újraelosztás, a szociális ellátások megjelenése, illetve a stabilizációs politika térhódítása eredményezte a jóléti állam kialakulását (Horváth 1999).

A klasszikus definíció modern formája lehető fel a Nemzetközi Valutaalap (IMF) statisztikai kézikönyvében: „*Az államháztartás alapvető funkciója az adott keretben az, hogy a nem piaci jellegű javak és szolgáltatások termelése révén megvalósítsa a köz javát szolgáló politikákat, elsősorban a kollektív fogyasztás és jövedelemtranszfer révén, amit elsősorban az egyéb ágazatokra kirótt kötelező befizetésekből finanszíroznak*"(Botos – Schlett, 2005).

Nem szabad figyelmen kívül hagyni az állam hatalmi szerepét, melyet a XIV. Lajos korabeli abszolút uralkodók még a XVII. században is egymagukban testesítet-

tek meg („Az állam én vagyok!"). Nagy vonalakban még ma is igaz ez a fajta megközelítés: akinél az 'állam' mint valamely jog van, az „uralkodik", ő „a hatalom". (Horváth 1999)

A magyar alkotmány (1949. évi XX. törvény 19. §) már a szuverenitás és a hatalom megjelenésének oldaláról közelíti meg az állam mibenlétét: „A Magyar Köztársaság legfőbb államhatalmi és népképviseleti szerve az Országgyűlés. Az Országgyűlés a népszuverenitásból eredő jogait gyakorolva biztosítja a társadalom alkotmányos rendjét, meghatározza a kormányzás szervezetét, irányát, feltételeit."
Mindezek alapján felvázolhatom a társadalom és az állam kapcsolatát – annak modelljét, hogy a társadalom egyes igényeire az állam mely intézmények fenntartásával reagál.

1.2.1. A népfelség elve, történelmi háttere

Az állam definíciója során nyilvánvalóvá vált, hogy az állam: monopólium.
A monopólium mindenekelőtt a rá ruházott hatalmon alapul, amelyet a társadalmi szerződés elmélete is alátámaszt a modern államok viszonylatában. A hatalom monopóliuma éppen ezért magától az állam polgáraitól származik, minek folytán az „egyéb szereplők" számára elvitathatatlan és megkérdőjelezhetetlen, hiszen az az állam integritását és ezzel polgárainak alapvető jogait sértené.

De mi is a hatalom? Hogyan érvényesül az állam hatalma a társadalom és a gazdaság fölött? „A hatalom a szándékosan kifejtett hatások érvényesüléseként értelmezhető." Az államnak a polgárai fölötti hatalma korlátlan, amelyet az alkotmányban lefektetett szabályok limitálnak. (Russel 2004) „*Az állam részéről a gazdaságra erőszakolt szabályok és előírások szövevényes, nyomasztó rendszere képezi a lényegét az állam gazdasági hatalmának*." (Plenter 2001, 243. o.)

Az állam elsődleges monopóliuma tehát a hatalom – az „állampolgárok védelmének" – piacán jelentkezik, azaz saját határain belül csak ő köteles ellátni az olyan szolgáltatásokat, mint katonai és belbiztonsági védelem (ami az állampolgárok személyi és vagyoni biztonságát szavatolja), amit azonban anyagi hozzájárulás (adófizetés) ellenében biztosít az állampolgárok számára. Ez a „fő tevékenységi kör" bővült a lakosság reprodukcióját elősegítő „kiegészítő szolgáltatásokkal" (oktatás, egészségügy, szociális háló), a jóléti állam létrejöttét eredményezve.

Az állam, mint népszuverenitással egyedül felruházott szereplő azonban csak monopóliumként viselkedhet. Erre az állam esetében határozottan szükség van, mivel ha valamely szervezet alternatívát nyújt az államhatalommal szemben, akkor azzal éppen a népfelség elvét sérti meg. Tisztázandó kérdés ezek után az, hogy miként tekintünk az *állampolgárok*ra. Ők ugyanis egyszerre rendelkeznek *vevői és tulajdonosi pozíciókkal*.

Közvetett és közvetlen *vevői pozíció*juk adófizetésükből fakad, amiért cserébe a fő szolgáltatások (rend és vagyonvédelem) mellé olyan kiegészítések járnak, mint az ingyenes oktatás, egészségügy, vagy a nyugdíj. E jogokat összesítve hívja a jogtudomány szociális jogoknak. Marshall szerint „a szociális jogok a jóléti juttatásokkal

kapcsolatosak", azaz garanciát jelentenek a gazdasági jólét és a biztonság bizonyos minimumára. Ide tartozik például a munkanélküli segély, a minimálbér, illetve a betegség esetén a táppénzhez való jog tartozik ide például. Ez alapján a XVIII. századra, mint a polgári jogok kifejlődésének századára tekinthetünk, de ugyanígy a XIX. századra, mint a politikai jogok, míg a XX. századot a szociális jogok kifejlődésének századaként értelmezhetjük. (Bartal 2005)

Ezen igények létrejötte szintén társadalmi–gazdasági–kulturális okokra vezethető vissza (megerősíti mindezt az 1948-as Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata – az ENSZ alapokmányaként, valamint az 1961-es Európai Szociális Charta).

Tulajdonosi helyzetük felmérése már érdekesebb. „Osztalékfizető" államból meglehetősen kevés van, mint például a Perzsa-öböl országai (pl.: Szaúd-Arábia), ahol állampolgársági jogon jár pénzbeli juttatás a polgároknak (ennek racionalitása azonban hosszútávon megkérdőjelezhető). Az állampolgárság ténye sokkal inkább *felfogható részesedésnek a közös tulajdonban (közjavakban)*, továbbá *beleszólási képességet* jelent a demokráciákban a választások intézményében megtestesülve („a tulajdonosi közgyűlés elbocsáthatja a számára nem megfelelően működő menedzsmentet" – az amerikai Függetlenségi Nyilatkozatban, valamint az Emberi és Polgári Jogok Nyilatkozatában fellelhető ellenállási jog mindezt csupán kiegészíti).

1.3. A civil társadalom intézményesülése

A hatalom társadalomtól történő eredeztetésével elértünk a *civil társadalom* fogalmáig, amely magában hordozza a társadalom és az állam kölcsönös partnerségi viszonyát. Salamon és Anheimer operacionális–strukturális definíciója öt pontban foglalja össze a nonprofit szervezet kritériumait:

- a nonprofit szervezetek magán, azaz nem állami szervezetek,
- nem profitcélok által vezérelt szervezetek,
- rendelkeznek egyfajta intézményesültséggel,
- képesek felmutatni bizonyos fokú intézményesültséget,
- önkéntesség jellemzi őket.

Nem tartoznak a nonprofit szektorhoz az egyházak és a politikai pártok. Fontos ellenben a közhasznúság, a közjó szolgálata, ami általában azt jelenti, hogy a szervezete tevékenységével nemcsak saját tagjait szolgálja, hanem a tágabb közösség, a köz érdekeit is, anélkül, hogy azok bármivel is hozzájárultak volna. Mindez azt jelenti, hogy e szereplők extern hatást fejtenek ki a piacon. (Bartal 2005)

A civil társadalom és az állam viszonyának összefoglalásakor nem hanyagolhatjuk el a kérdés filozófiai megközelítését sem. A francia felvilágosodás nagy alakja, Jean Jacques Rousseu szerint „az állam és a jog az emberek közötti tudatos, megegyezésen alapuló szerződés eredménye. A természetes állapot általános vonása a korlátlan egyéni szabadság. Erről az emberek tudatosan lemondanak az állam javára, hogy biztonságukat, magántulajdonukat és egyéb személyes jogaikat biztosítsák." Innen következett a népfelség elve.

E két szereplő viszonyának alakulása már innen következik: a polgári társadalmat az államról Kant választotta le, majd Hegel mondta ki világosan, hogy „a civil társadalom független az államtól, noha szimbiózisban él vele".

Azt, hogy e két szféra miben különbözik egymástól Jürgen Habermas ragadja meg a leginkább: a civil társadalom világát „az „uralommentes kommunikáció" jellemzi, szemben az állami rendszerlogika hierarchizált, autoriter kommunikációs stílusával". A civil társadalom (s benne a civil kezdeményezések és önszerveződések) az elemi emberi jogok garanciája ugyanakkor. A kilencvenes években megfogalmazott elméletek alapján a civil társadalom már nem csupán „a morális célok megtestesítője, már nem csak a nyilvánosság és a kritikai diskurzus színtere, hanem *szolidaritásszféra*, amely védőernyőt, biztonságot és a valahová tartozás tudatát nyújtja. Jellemzője ennek a civil társadalomnak a reflexivitás és az ellentmondásosság, ami a résztvevők heterogenitásából, „patchwork–jellegéből" ered."

Ezzel tehát bebizonyosodott, hogy a civil szféra fontos szerepet kap a demokráciákban, illetve magában a demokratizálódási folyamatban is. Gordon White négy pontban foglalta össze mindezt:

- a civil társadalom megváltoztatja a hatalom egyensúlyát az állam és társadalom között, az utóbbi javára,
- ellenőrzi és felügyeli az államot a közélet erkölcsének, a politikai döntések indokoltságának nyilvános megítélése révén,
- fontos közvetítő szerepet játszik az állam és a társadalom között,

önmagában gyarapítja azon folyamatok és intézmények számát, amelyek hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a demokratikus intézmények és folyamatok legitim és kiszámítható módon válaszoljanak az új társadalmi kihívásokra. (Bartal 2005)

1.4. A bizalom összeköt és egyszerűsít

Az eddig felvázolt modell jelenleg túl sok, látszólag egymástól független tényezőből áll össze. Az egyes elemek közelebbi szemügyre vétele azonban mégis azt mutatja: csupán dimenziófüggő megjelenései annak a fogalomnak, melyre már munkám elején hivatkoztam: a bizalomnak. Modellem mindez kétféle módon egyszerűsíti: az egyén „belső" bizalmi szintjének emelésével az életpálya finanszírozása során, valamint a társadalmi bizalom erősítése a kapcsolati háló „intézményein" keresztül.

1.4.1. Az életpálya-finanszírozás és a bizalom

Az emberi tőke problémája csupán – Garai László szavait idézve – a második modernizáció során merült fel. Ekkor változott meg ugyanis az emberek és gépek egymáshoz való viszonya a munkamegosztásban. Míg az első modernizáció során a gépek felváltották és részben helyettesítették az emberi munkaerőt, addig a második modernizáció korszakában már a gépek olyan bonyolultságra tettek szert, hogy azok kezelése már az emberi tőkébe történő befektetést is igényelt a reálberuházások mellett. Ezt a folyamatot a folyamatos technológiai újítások csupán tovább erősítették –

míg végül elérünk napjaink információ alapú társadalmaihoz. Az innovációs iparágakban az emberi tőke már jóval magasabb értékkel rendelkezik, mint maga az eszköz, amin dolgozik. (Garai 1998)

Az emberi tőke azonban komplikáltságánál fogva rendkívül kockázatos és drága jószág. Beruházásigénye már jóval születése előtt jelentkezik, és mintegy 24 évet kell várni arra, hogy „produktívvá" válhasson. Ezt követően mintegy 40 évig marad aktív, majd ismét inaktív fázis következik. Ausztinovics Mária életpálya-modelljében számolta ki azt, hogy pusztán eme drága erőforrás létrehozása a GDP 20%-a körüli értéket tesz ki a fejlett országokban – egészségügy, tehát „karbantartás" nélkül! (Augusztinovics 1989)

Az oktatás, egészségügy és nyugdíjrendszer állami biztosítása tehát fizetség a magas kvalitású munkaerőért – és a gazdaság magasabb szintű teljesítményéért. Valamint: garancia az életpálya fenntarthatóságára. Ami az egyénnek kiszámítható életutat jelent. Így láthatóvá vált a közvetlen kapcsolat a bizalom és az életpálya-modell között. Továbbmentve e gondolat mentén látható, hogy az állam jóléti intézményei (szorosan maradva az oktatás, egészségügy és nyugdíj alrendszerek hármasánál) a hosszú távú bizalmat javítják az egyén és a társadalom szintjén egyaránt.

1.4.2. A kapcsolati hálók bizalmi szerepe – a civil kontroll

A demokrácia fenntartásához nélkülözhetetlen a jól működő civil társadalom. A civil társadalom viszont feltételezi a széles középosztályt, amelynek már a létbiztonság is feltétele. A létfenntartás (bizalom a jövőben) fontossága egyértelmű: az egyénnek valamilyen módon meg kell teremteni saját fizikai létének alapjait. Az interperszonális bizalom ugyanennyire fontos, mivel ennek hiányában nem jöhetnek létre interakciók a társadalom tagjai között (azaz nem jön létre gazdaság és állam az atomizált egyének miatt).

A bizalom Csermely (2005) szerint az erős és gyenge kapcsolatokból áll össze, melynek forrása az állam, illetve a társadalom. Ahhoz, hogy a bizalom létrejöjjön, azaz hogy a „diverzitás stabilizáljon", toleranciára van szükség. Tolerancia nélkül ugyanis nem jönnek létre gyenge kapcsolatok.

Erős kapcsolatról beszélhetünk abban az esetben, amikor a kapcsolatok jogszabályi, és/vagy hatalmi szabályozás alá esnek.

„A törvénytisztelet erős kölcsönhatásként működik, és a viselkedési kód minimumának meghatározásával hatékonyan csökkenti a minket érő helyzetek kiszámíthatatlanságát."

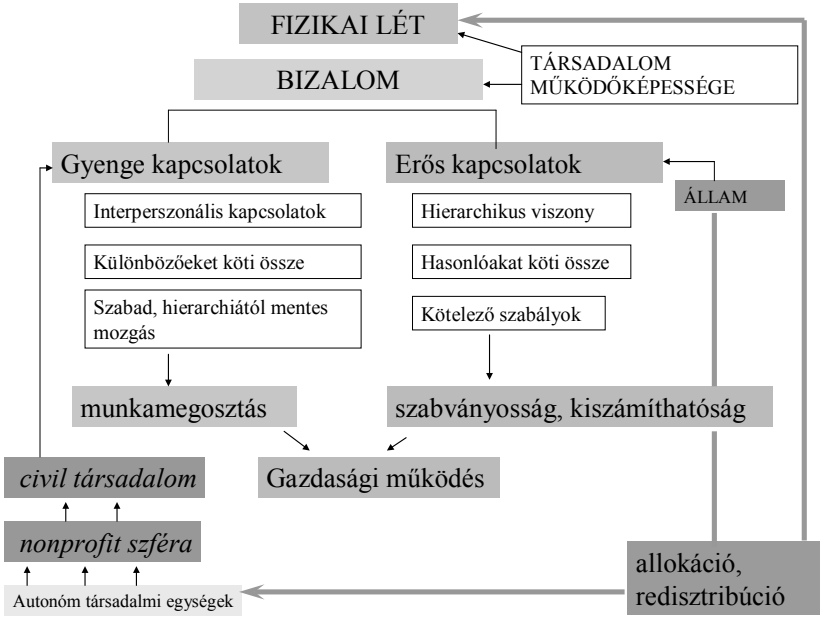
Azonban, az egyes emberek közti interakciók már gyenge kapcsolatoknak tekinthetők. Mégis, ezek azok, amelyek erősítik a társadalom összetartozását, azaz lehetővé teszik annak mindennapi működését, a munkamegosztás biztosítását. Csermely mindezt azért tartja rendkívüli fontosságúnak, mivel „ha a társadalom moduljai egymással kapcsolatban állnak, a köztük támadó konfliktusok megoldhatók".

Mindezt összefoglalva: egy egészséges társadalmi-gazdasági működéshez szükség van erős kölcsönhatásokra – ezt makroszinten az állam, mint szabályozó

szolgáltatja – amely „összeköti a hasonlóakat a hasonlóakkal”, megőrizve a hálózat állapotát. De ugyanennyire fontosak a gyenge kapcsolatok is, mivel ezek kapcsolják össze a különböző egyedeket, rövidtávon megteremtve a munkamegosztást, hosszabb távon fejlesztik a hálózatot. (Csermely 2005)

Ebben a formalizáltságtól mentes világban van nagy szerepe a nonprofit szektornak, e módon képes működni majd a következő részben leírt civil társadalom, mely tehát alapja minden demokráciának.

1. ábra A gyenge és erős kapcsolatok szerepe a társadalmi munkamegosztásban



Forrás: Csermely (2005) alapján saját szerkesztés

A bizalom e módon történő megragadása lehetőséget ad annak a politikai és gazdasági dimenziókban betöltött szerepének tisztázására. Ebben a két dimenzióban van ugyanis a hangsúly a személyek közötti interakción, azaz a kapcsolati rendszerek bizalmi hátterén. Tehát: társadalmi bizalmat eredményeznek mindazok az intézkedések, melyeket munkám elején, mint állami feladatokat definiáltam.

1.4.3. A bizalom bevezetésének hatása a modellre

Miképp változtatja meg mindez az államról korábban – funkcionális megragadása során – kialakult modellt? Úgy, hogy segítette annak további egyszerűsítését a bizalmi tényező bevonhatóságával. E módon ugyanis több tényező összevonható.

1.5. A jóléti állam ideális modelljének definiálása

Az első fejezet során célom az volt, hogy eljussak a jóléti állam, mint egyfajta társadalmi-gazdasági optimum modellezéséhez. Fontos volt, hogy e modellalkotás során mindvégig az általánosságra törekedjek. Éppen ezért nem foglalkoztam a jóléti modell országspecifikus vizsgálatával. Esetemben csupán az volt a fontos, hogy a három nagy szereplő miként képes a leghatékonyabban működni úgy, hogy egymást közben a legkevésbé zavarják, és a maximális társadalmi hasznosság termelődjék.
E munka áttekintéseként az alábbi szerepeket vagyok képes megragadni:

Társadalom: Tagjai számára elsődleges fontosságú a fizikai lét biztosítása, ami működőképes gazdaságot, jogbiztonságot, a személyes és vagyoni biztonságot, valamint a szociális biztonságot feltételez. Mivel a társadalom a piacon, mint humánerőforrás jelenik meg, szükség van megfelelő szintű képzésre és oktatásra is. Kapcsolatuk a másik két szereplővel egyszerre bírhat tulajdonosi és vevői jelleggel. Míg a társadalom-gazdasági szféra relációban a vevői és tulajdonosi pozíció az egyéni döntés és anyagi teherbíró képesség függvénye, addig az állam-társadalom viszonylatban a vevői-tulajdonosi pozíció minden állampolgárt egyetemlegesen és azonos mértékben illet meg. Alkalmazkodóképessége meglehetősen lassú, a hirtelen változások rendkívüli feszültségeket gerjesztenek benne.

Gazdaság: Tagjai számára elsődlegesen befektetett tőkéjük hosszú távú növekedését igyekszik biztosítani. A jogbiztonság, a szerződések betartathatósága és a tiszta piaci verseny fenntartása az összes szereplő elemi érdeke. Működésükhöz emellett szükség van – ágazatspecifikus képzettségű – humánerőforrásra. E szereplő rendelkezik a legmagasabb fokú változékonysággal, képes rövidtávon is óriási kilengéseket produkálni.

Állam: Mivel felhatalmazása és hatalma elsősorban a társadalom részéről érkezik, köteles annak működőképességét maradéktalanul biztosítani. Ehhez azonban szükség van a gazdaság működőképességének fenntartására is. Anyagi működését a társadalom és a gazdaság által befizetett adók képezik, és ezt az összeget – allokációs és redisztribúciós transzferek révén – vissza is fizeti ennek a két szereplőnek (természetesen saját működési költségeinek levonása után). Feladata a szereplők alapvető biztonsági igényeinek kielégítése, hogy ezzel is szolgálja a bizalom minél szélesebb megteremtését. Emellett biztosítja a szükséges fizikai- és humán-infrastruktúra meglétét. Merev szervezeti felépítése következtében a változásokra roppant nehézkesen képes csupán reagálni, amivel gyakran maga is hozzájárul a válságok mélyüléséhez.

E három szerelő közti „hibrid" összekötő kapocsként működik a *nonprofit szféra*, mintegy katalizátor szerepet eljátszva segíti elő azok változásokhoz való alkalmazkodását, illetve a szereplők közötti bizalom fenntartását.

E módon lehetőségem nyílik tehát arra, hogy összevonhassam a különböző alfejezetek végén található, azokat összegző modelleket – megadva mindazon funkciókat, melyekre az állam, a társadalom és a gazdaság szféráinak egészséges működéséhez szükség van. Ennek során mindvégig a társadalom és az állam közötti kapcsolatból indultam ki (népfelség elve). E kapcsolatokat négy részre tagoltam, politikai, jogi, társadalmi valamint gazdasági dimenziókra. Mindebbe bevontam az intézményi szereplőket (költségvetési szektor, közüzemek, nonprofit szektor), valamint elhelyeztem a gazdasági szektort is. A fent vázolt módon a különböző állami funkciókat összevontam a bizalom fogalma alá minden egyes dimenzióban. Az állam szolgáltató jellegéből kifolyólag tölt be a bizalom kulcsszerepet a társadalmi érdektörekvések kezelése, a társadalmi reprodukció és a társadalmi integráció terén, azzal, hogy az állam ezek ígéretét nyújtja a rá ruházott hatalomért cserébe. Ennek során jött létre a jóléti állam modellje.

Annak eldöntésére, hogy szükség van-e egy ennyire összetett modell működésére – a szereplők működésének alternatíváira – ad választ a következő fejezet, melyben a totális állam és az extrémizmus különböző fajtáinak működését mutatom be. A modell érzékenységének vizsgálata után kerül sor a jóléti állam válságának körüljárására, annak eldöntésére, vajon tényleg a jóléti modell van-e válságban és nem csupán az állam szervezeti felépítése tekinthető-e elavultnak.

2. Az optimum bizonyítéka: ha eltérünk tőle, összeomlik a rendszer

Míg az első fejezetben teljes egészében az állam illetve a jóléti állam definiálásával foglalkoztam, ezúttal a felvázolt ideális modell érzékenységét vizsgálom különböző példákon keresztül. Fontosnak tartom ugyanis, hogy a jóléti állam és a civil társadalom kölcsönös partneri viszonyára ne csupán a szükségszerűség szemszögéből mutassak rá, hanem arra is, hogy milyen alternatívák találhatóak e modellen kívül, és az egyes eltérések milyen változásokhoz vezethetnek. Ennek kapcsán először az extrémizmus[2] jelenségét járom körül, majd pedig a jóléti állam válságát.

2.1. Extrémizmus – a bukott államok esete

A fogyasztói társadalmak által gerjesztett demonstrációs hatás a feketegazdaság jelentős táptalajává válhat. Hosszú távon mindezt a termelékenység növekedése képes ellensúlyozni, rövidtávon azonban szükség van az állam és a gazdasági szféra part-

nerségére, hogy a társadalom és a többi gazdasági szereplő számára megfelelő alternatívát kínáljanak a lopott termékekkel szemben.

A szekták, a maffia, és a terrorizmus létrejötte egyfajta bizalomhiányra vezethetőek vissza, amelyet a társadalom be akar töltetni. Állami feladat így nem maradhat ellátatlan, ugyanis az ez irányú spontán társadalmi szerveződések megkérdőjelezik az állam integritását, egyúttal válságba taszítva azt.

A szekták bizonyos negatív élethelyzetekben, világállapotban, épp viszonylagos rugalmasságuk kapcsán jobban képesek kielégíteni az egyén életpálya dimenzióban értelmezett bizalmi igényeit, mint a hagyományos közösségek. A legteljesebb konformitás felvállalása ellenében ugyanis megfelelő ellentételezés megkapásában bízhat, amit kiegészít még a „kiválóság", „kívülállóság" és „kiválasztottság" által kiváltott többlethasznosság. A hagyományos és szigorú közösségek esetében természetesen az elnyert haszon mértékének megítélése és összehasonlítása relatív (épp az egyének korábban leírt eltérő motivációja miatt), de jól tükrözi a szektatagok preferenciáit. Mindezek leírása azért volt fontos, mert a következő két szervezet (maffia és terrorizmus) ugyanezeken az elveken nyugszik és működik – csupán eltérő dimenziókban értelmezzük őket.

Fontos azonban, hogy a szervezett bűnözés területileg és létszámát tekintve jóval kiterjedtebb szervezet a szektánál (vagy legalábbis a bizonyítékok ezt támasztják alá). Mivel területi alapon felosztott szervezetről van szó, külön kihívást jelent az árnyékkormány szerepének összehangolása a tagok érdekeivel úgy, hogy a coscák (családok) területein átmenő csempészútvonalak működése is zavartalan maradjon. A szervezett bűnözés többet jelent bűnbandák egyszerű halmazánál – ez egy komplex jelenség, melyet egyedül az állam határozott fellépése képes drasztikusan meggyengíteni. Mindezt alátámasztják a hatvanas évek amerikai és a nyolcvanas-kilencvenes évek olasz „csúcsperei" is. (Gellért 1986; Dickie 2004)

A társadalmi-gazdasági problémák látszatmegoldása nem hozhat eredményt, miután a szervezett bűnözés az állam gyengeségéből fakad. Az egyén kiszolgáltatottságának veszélye pedig aláhúzza a szociális és redisztribúciós politikák létjogosultságát – a társadalmi integráció fenntartásának fontossága miatt.

„A nemzetközi terrorizmus fogalma társadalomtudományos értelemben nem definiálható, üres fogalom." Leküzdésére köz- és nemzetbiztonsági eszközök csak korlátozottan alkalmasak – a prevenció a hatalmi (kulturális, politikai és gazdasági jogosítványok és esélyek) tényezők egyenletesebb elosztásában rejlik. (Póczik 2005, 7. o.)

Először is, nem árt tisztázni az egyes terrorszervezetek – tevékenység és cél szerinti – besorolását. Ez alapján hat forma különíthető el: nacionalista; vallásos; állam által támogatott; baloldali; jobboldali és anarchista. Annak ténye, hogy tevékenységük vallási, jobb- vagy baloldali köntösben történik, lényegtelen, mivel csupán az identitás elemeiként jelennek meg, a marketing részeként. Sokkal fontosabb a szervezetek finanszírozottsága, annak ténye, hogy az adott szervezet miként szerzi be forrásait: szervezett bűnözés útján (kolumbiai „narkóterrorizmus"), esetleg állami

forrásokból (ez ugyanis igen hatékony külpolitikai eszköz, mivel alkalmas a burkolt hadviselésre – pl.: a Hezbollah iráni támogatottsága (Ferwagner – Komár - Szélinger 2003). Mások legális politikai pártot is létrehoztak (ETA, IRA), vagy akár államalkotó erővé is váltak, elvetve a korábbi erőszakos megoldásokat (Afrikai Nemzeti Kongresszus). A bukott államok területén működő terrorista szervezetek állami szolgáltatásokat nyújtanak az általuk ellenőrzött területeken – a költségvetésük 90%-a megy el közszükségleti célokra, és a maradék 10% kerül „hadászati" felhasználásra (Ferwagner – Komár - Szélinger 2003). Mindez rendkívül megnehezíti e szervezetek felderítését, mivel egyaránt tűnhetnek jótékony nonprofit szervezetnek, vagy politikai pártnak is – hasonlóan a maffiához, ahol vállalatok és politikusok mögött húzódik meg a bűnözés. Mindez azonban megmagyarázza, hogy e szervezetek miért válhatnak keréktörővé az egyes békülési folyamatoknak. Tehát, ha az állami feladatot állam hiányában több, egymással versengő szervezet próbálja ellátni, az a társadalom instabilitásához vezet – ez esetben tehát nyilvánvaló: a közjavak és közszolgáltatások esetében igen is szükség van az állami monopóliumra (különben az állampolgárok alapvető emberi jogai szenvednek csorbát). Az össztársadalmi bizalom mindhárom dimenzióban az államtól kell, hogy származzon.

2.2. A túl sok állam – totalitarizmus

A hírközlés első forradalmáig komoly problémát jelentett az, hogy miként koordinálják egy nagy birodalom működését minek folytán a perifériák irányításának problémáját ókori nagy birodalmaktól (Egyiptom, Kína, Róma) kezdve Nagy Károlyig, a nagy francia forradalmon át a Szovjetunió létrejöttéig, a központból kiküldött megbízottak útján igyekeztek megoldani (Anderle 1998). A totális állam létrehozásának leghosszabb kísérlete, a létezett szocializmus során alkalmazott tervgazdálkodás azonban csak abban az esetben volt lehetséges, ha az egyénekkel az állam, mint a termelés eszközeivel, nem pedig, mint alanyaival bánik. Ez – többek között – olyan elemi jogok megvonását (államra ruházását) jelentette, mint a munkavállalás szabadsága. Hiszen a tervgazdálkodás nélkülözhetetlen gazdaságpszichológiai feltétele a tervhatóság teljes monopóliuma, amelyet nem korlátoz a gazdasági ágensek valamelyikének versengése. (Garai 1998, 191-193. o.)

A bolsevista ideológia továbbmentette az állam gondoskodó és mindenható jellegébe vetett hitet, amit a századforduló technológiai színvonalán próbáltak megvalósítani. Mindamellett – az előző fejezethez kapcsolódóan – érdekes párhuzam található Garai László könyvében a mai terrorista szervezetek sejtszerű felépítése és a „létezett szocializmus" pártjának felépítése között – „illegális párt az állam élén". Az egyének pártállamon belüli hatalma ugyanis éppenséggel az egységhez való viszonytól függött – hatalmuk addig tartott, amíg ez az egység fennmaradt.

Az, hogy a bolsevista párt egy illegális mozgalomból vált egy szuperhatalom vezérlő elemévé, egy konspirációkon, a viszonyok rendszerén valamint az ezt kiszolgáló nómenklatúrán alapuló sejtszerű struktúrát emelt az állami (birodalmi) szintre, amelyet eredetileg éppen a c ári államszervezet kijátszására hozott létre. E szervezeti

felépítés munkámhoz való kapcsolatát az állami működésbe történő adoptálhatóság adja. Maga a sejtszerű modell kísértetiesen hasonlít a lineáris-funkcionális szervezetek felépítésére, amit a történelem során végbement sikeres adaptáció tökéletesen igazol (azaz: az illegális párt hatalomra kerülése után változatlan szervezeti felépítéssel volt képes működni majd hetven évig). Éppen ezért nem elhanyagolhatóak a sejtszerű modell tanulmányozása során nyert tapasztalatok, ha a lineáris-funkcionális modell tulajdonságait vizsgáljuk. Számomra a legfontosabb tanulság az információáramlás sajátos módjából eredő rugalmatlanság az egész szervezet szempontjából. A rugalmatlanság ugyan biztosítja a rendszer további működtethetőségét egyik kar elvesztése esetén is, azonban mindez roppant nehézzé teszi az egész reformját (azaz alkalmazkodását a megváltozott külső környezethez). A bürokratikus államszervezet emellett könnyen az egyéni alkuk fészkévé válhat – a demokratikus ellenőrzés éppen ennek a kontrollját szolgálja. E kontroll hiányában a korrupció leleplezési valószínűsége kicsi, hiszen a korrumpálható és a korrumpált érdeke messzemenően megegyezik. A korrupció elleni érdemi fellépés csak a megkerülhető szabályok számának csökkenése révén lehetséges. (Hámori 1998) Összegzésként tehát elmondható, hogy az állam társadalom és gazdaság fölé helyezése hosszú távon rugalmatlanná és kiszolgáltatottá teszi a rendszert a világgazdaság által keltett külső kihívásokkal szemben. (Kornai 1983) További „eredménye" a totális állam csődjének a bizalom visszaesése mindhárom dimenzióban, ami megnehezíti a társadalom és az állam egymásra találását, amely minden demokráciának alapja.

3. Megoldás?

A keynesi modell – mely a jóléti modell alapja – alapvetően a bizalomra épül: az állam, a társadalom és a gazdaság között. A világgazdaság változásai, különösen a hetvenes évek olaj- illetve dollárválsága alapjaiban mért csapást a gazdasági bizalomra. A gazdasági gyengeségek viszont jelentősen megterhelték az állam és társadalom között meglévő bizalmi viszonyt is, ami pénzügyileg a redisztribúciós politikák finanszírozhatatlanságával és a jóléti kiadások visszanyírásával járt. Az állami garancia ilyen látványos devalválódása viszont alámosta a politikába vetett bizalmat is. Fokozhatja a bizalmi válságot az ún. „bürokratikus verseny" a közigazgatás egyes szereplői között, így az erőforrásokért való harc magát a mindennapi működést, illetve a szervezeti reformot veszélyeztetheti. (Stiglitz 2000, Ivicz – Katona - Schlett 2004)

Az állam monopol-természete és bürokratikus felépítése nyomot hagy gazdálkodásában is, hiszen a monopóliumok velejárója a szabadpiacitól elmaradó termelékenység, ami egyszerre nyilvánul meg az állami szektorban meglévő túlfoglalkoztatottságban, és a pénzügyi veszteségességben.

Helytelen azonban csak a piacra, vagy csak az államra hárítani a gazdasági-társadalmi problémák megoldását. Erre az 1929-es válság és a „létezett szocializmus" egyaránt jó példát ad. Ezek alapján nyilvánvaló, hogy a megoldást nem az ál-

lam megkurtításával, hanem a társadalmi-gazdasági változásoknak megfelelő reformjával lehet megtalálni. Fontos, hogy az állami költségvetések dagadó hiánya összefüggésbe hozható az üzleti szektor „adó–optimalizációs" megoldásaival. Megjelenik tehát a potyázás (free riding) problémája. A közösség méretének növekedése ugyanis együtt jár azzal, hogy tagjai könnyebben kivonják magukat a tagok a közösség fennmaradásához szükséges teherviselés alól – úrrá lesz rajtuk a „fogjuk meg és vigyétek" mentalitás. (Hámori 1998)

Ha az optimális megoldást keressük a társadalom dilemmáival kapcsolatban, akkor elmondható, hogy egyszerre kell elkerülni a bizalomvesztést és az a finanszírozás csődjét. Mindez két lehetséges alternatívát vázol fel a jóléti modell reformjával kapcsolatban. Az első modell (elsősorban amerikai mintára) az állam kivonulását és az öngondoskodást helyezi előtérbe, sutba dobva a társadalmi szolidaritást és a redisztribúciót – ezzel viszont csökkenti a bizalmat, tehát eltér az optimumtól a finanszírozhatóság javára. A másik lehetséges továbblépés a jóléti állam szervezetének modernizálása irányába vezet, kimondván azt, hogy nem magával a modellel van probléma, hanem az állammal, mint menedzsmenttel.

Felhasznált irodalom

Anderle Á. 1998: *Latin-Amerika története*. Pannonica Kiadó, Budapest

Augusztinovics M. 1989: *The costs of Human Life*. Economic Systems Research

Bartal A. M. 2005: *Nonprofit elméletek, modellek, trendek*. Századvég kiadó, Budapest

Botos K. - Schlett A. 2005: *Államháztartástan*. PPKE JÁK

Csermely P. 2005: *A rejtett hálózatok ereje*. Vince kiadó, Budapest

Dickie, J. 2004: *Cosa Nostra – Az olasz maffia története*. Gabo Kiadó, Budapest

Dinya L. 2005: *Szervezetek sikere és válsága*. Akadémiai kiadó, Budapest

Ferwagner, Komár, Szélinger 2003: *Terrorista szervezetek lexikona*. Maxim kiadó, Szeged

Garai L. 1998: *Emberi potenciál, mint tőke*. Aula kiadó, Budapest

Gellért G. 1986: *A láthatatlan hatalom*. Kossuth Könyvkiadó, Budapest

Hámori B. 1998: *Érzelem-gazdaságtan*. Kossuth Kiadó, Budapest

Horváth F. 1999: *Államháztartástan*. SZTE GTK, Szeged

Ivicz M. – Katona K. – Schlett A. 2004: Vonzó-e Magyarország a külföldi működőtőke számára? In: Botos Katalin (szerk.): *Pénzügyek a globalizációban*, SZTE GTK, Szeged, 61. oldal

Kornai J. 1983: *Ellentmondások és dilemmák*. Magvető kiadó, Budapest

Plenter J. 2001: *Gazdaság és államhatalom: a közgazdaságtan halmazelmélete*. Magyar a magyarért Alapítvány, Budapest

Póczik Sz. 2005: Az iszlám forradalom. *Polgári Szemle* 2005. október, Budapest

Russel, B. 2004: *A hatalom: a társadalom újszerű elemzése*. Typotex kiadó, Budapest

Stark A. 2002: A nemzetgazdaság és az államháztartás. In: Szegő Szilvia (szerk.): *Az államháztartásról és humánpolitikai feladatairól*, Miniszterelnöki Hivatal stratégiai Elemző Központ, Budapest

Stiglitz, J. E. 2000: *A kormányzati szektor gazdaságtana*. KJK Kerszöv, Budapest

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 185-200. o.

A biztonság kockázata: tőkegarantált alapok komplex megközelítésben[1]

Kiss Gábor Dávid – Vajda Beáta

Dolgozatunk során széleskörűen vizsgáltuk annak kérdését, hogy vajon tényleg létezhet-e olyan eszköz, amibe fektetve kockázat nélkül részesedhetünk a hozamból – egy olyan piacon, amely gyakran, de nem mindig hatékony.

A befektetők szubjektív, észlelt kockázata nem áll maradéktalanul összhangban a szóráson alapuló pénzügyi kockázattal. Ezért megvizsgáltuk a kockázat pszichológiai dimenziójának több vetületét, amely úgy gondoljuk, hogy újdonságnak számít a pénzügyi témájú kutatások terén.

A tőkegarantált alapok legalapvetőbb típusának a zártvégű formát tekintjük – amely jelentős prémiumot hozhat a kibocsátó számára azáltal, hogy érvényesíti a teljes költség hányados és a valódi alacsony működési költség közötti különbséget. Emellett rávilágítottunk arra, hogy a nyílt végű, saját kibocsátású befektetési jegyek bázisán képzett alapok alapja jellegű konstrukció további járulékos előnyökkel jár az alapkezelő számára. További megfigyeléseket tettünk annak terén, hogy a nyíltvégű és hozamgarantált konstrukciók a tényleges hozamot termelő opciók alapon belüli részarányának rovására jönnek létre.

Mindezek fényében megfogalmaztuk, hogy a klasszikus „buy and forget" technika a hedge fundok közvetett jelenléte által jelentett magasabb kockázat miatt kevésbé ajánlott, ugyanakkor a magasabb eladási jutalékok és a zártvégűség komoly hozam-áldozatokkal járhat a befektetési jegyek értékesítésekor.

Kulcsszavak: tőkegarantált befektetési alapok, szubjektív kockázatészlelés

1. Bevezetés

Egy új, hazánkban még csekély irodalommal rendelkező befektetési formával kapcsolatban több kérdés is felmerül a kutatóban. Munkánk során mindenekelőtt modellezni szerettük volna ezen eszközök működését, illetve választ adni arra, hogy milyen kockázatok mellett milyen befektetési stratégia javasolható a befektetőknek a tőkegarantált alapok esetében.

[1] Jelen tanulmány a Pénzügyi közvetítők és termékeik tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Kosztopulosz Andreász.
A tanulmány bővebb változata megjelent a Hitelintézeti Szemlében (2008, VII/2: 121-150. o.).

Mindehhez azonban meg kellett vizsgálnunk, valójában mit is jellemzi a befektetők által alkotott keresleti oldalt? Azonos-e a kockázat értelmezése a keresleti és kínálati oldalon?

E kérdések sűrítése során jutottunk el az alábbi öt, legfőbb probléma kimondásához, melyekre az alábbi összesített válaszokat adtuk:

- Azonos-e a pénzügyi és a szubjektív észlelt kockázat? Úgy gondoljuk, hogy míg a pénzügyi kockázat a befektetési eszköz (racionális) tulajdonsága, addig az észlelt kockázat a befektető korlátozottan racionális ítélőképességéből fakad.
- Milyen tényezők befolyásolják a laikus kisbefektetőket döntéseik meghozatalakor? Milyen szerepet játszanak a pénzügyi szempontok és milyen szerepet játszik a kockázat szubjektív észlelése a tőkegarantált alapok választásában? Az emberek, mint befektetők döntéseik során nemcsak az objektív – ahogy az eddigiekben megfogalmaztuk: pénzügyi – kockázatokat veszik figyelembe; döntéseiket szubjektív érzéseik – kockázatészlelésük befolyásolja.
- Mi eredményezheti a tőkegarantált befektetési alapok felülreprezentáltságát hazánkban? Hazánkban az emberek többsége kockázatkerülőnek minősül; a tőkegarantált alapok választásának fő motivációja az, hogy ezen befektetési formánál kizárólag a nyereség megléte bizonytalan, ezzel szemben a tőke megléte garantált; azaz, ha a nyereség nem is biztosított, a veszteség korlátozott.
- Mennyire van kitéve a többi piaci szereplő működési kockázatának egy tőkegarantált befektetési alap? Melyek a különösen magas kockázatú piacok? A tőkegarantált befektetési alapok által kezelt eszközök terén kapcsolat mutatható ki a fedezeti alapok között. A fejlődő- és nyersanyagpiacokon utóbbiak jelenléte miatt fennáll a buborékok kialakulásának veszélye, ami rejtett kockázatként jelentkezik a befektetők számára.
- Léteznek-e olyan alapkezelési stratégiák, ahol a személyi jellegű és tranzakciós költségeken a leginkább spórolni lehet? A tőkegarantált befektetési alapok esetében alkalmazott passzív portfoliókezelési stratégia azt eredményezi, hogy csupán az alap indulásakor keletkeznek tranzakciós költségek.

Munkánkat ebből kifolyólag a fenti gondolatmenetre fűzzük fel, végigjárva és modellezve mind az eszköz, mind az azt választó befektető működését és környezetét.

2. A kínálati oldal

A bevezető fejezetekben felvázoltuk a kockázat és a piac eltérő értelmezésének lehetőségét. Mindez lehetőséget biztosít arra, hogy immáron közelebbről vizsgálhassuk a tőkegarantált alapokat – előbb kockázati szempontból, majd pedig rámutatva arra, hogy miért is éri meg egy alapkezelő számára egy ilyen terméket kibocsátani.

2.1. Mennyire van kitéve a többi piaci szereplő működési kockázatának egy tőkegarantált befektetési alap? Melyek a különösen magas kockázatú piacok?

A tőkegarancia létrehozásának technikája a legfontosabb momentum a tőkegarantált befektetési alapok esetében. Mindezt a 2001. évi CXX. Tőkepiacokról szóló törvény 241. § az alábbi módon szabályozza: a befektetési alapkezelő az alap hozamára vonatkozó ígéretet kizárólag a tőke megóvására vonatkozó ígérettel együtt tehet. Az ígéretet köteles bankgaranciával biztosítani, vagy a hozamot biztosító pénzügyi eszközökkel és befektetési politikával alátámasztani az ügyfél részletes tájékoztatása mellett. A tőkegarantált befektetési alapok (illetve más terminológia szerint „strukturált alapok" illetve „bull cv"-k) az alábbi felépítést követve jönnek létre: a tőke futamidő végén történő garantált visszafizetését valamilyen fix hozamú, alacsony kockázatú eszköz (állampapír, bankbetét) beiktatásával biztosítják, míg a tényleges hozamot opciók vásárlásával érik el. Ezáltal arra a következtetésre jutottunk, hogy az előállított portfolió voltaképpen kockázatmentes – a befektetett tőkénket nem kockáztatjuk, hiszen az állam és a bank rendes körülmények között fizetőképes, miközben az opció közbeiktatása nem jár a tőkénk kockáztatásával.

Nem árt tisztázni mindazonáltal a „kockázatmentes befektetés" fogalmát. Az állampapír esetében az állam jogi garanciája áll a befektetett tőke és a kamatok törlesztése mögött, míg az opciók esetében azért lehet alacsony kockázatról beszélni, mert az opciós díj kifizetése után a tőkét nem fenyegeti annak elvesztésének kockázata (pl.: ha csődbe megy az a társaság, amelynek részvényeire az opciót megvették). Azonban a tőke hozama továbbra is bizonytalannak tekinthető – amelyet át lehet hidalni azzal, hogy a tőkét az opció lehívásáig terjedő időben az alapkezelő befektetheti egyéb, alacsony kockázatú eszközökbe – lehetővé téve a „bull cv" jellegű működést. Az opciók logikájából kiindulva (az opciós díjat leszámítva) a negatív hozam kizárt, a kockázat tehát abban rejlik, hogy lesz-e hozamunk a lejáratkor.

Mindebből arra a következtetésre juthatunk, hogy a befektető kockázata a tőkegarantált befektetési alap választása esetén nem a befektetett tőke oldalán keletkezik (hiszen az védve van a garancia miatt), hanem a hozamoknál! Ezáltal értelmezhető a kockázat eltérő volta, valamint helyreáll a tőkepiacokat jellemző alapvető szabály is: magas hozammal nem járhat alacsony kockázat.

A tőkegarantált alapok megszületése 1976-re vezethető vissza, amikor felbukkant a hozamgarancia egyik megjelenési formájaként a bull betétjegy (bull cd), amikor Merton és Scholes CBOE (Chicagói Opciós Tőzsde) opciókba fektetett – kihasználandó az emelkedő árfolyamok nyereségét. Mindezt kamatot fizető számlákkal kombinálták, így védekezve az árfolyamcsökkenés ellen. Akkor ez a kísérlet a befektetők érdeklődésének hiánya miatt megbukott, azonban innentől számíthatjuk a tőkegarantált alapok megszületését (Dunbar 2000).

Amikor az Európai Monetáris Unió megvalósulásának közeledtével a kamatlábak Európa-szerte csökkenésnek indultak, illetve az ekkor lezajló privatizációs hullám friss részvényekkel látta el a piacokat, a befektetők a részvénypiacok felé fordultak. Ekkor Goldstein a strukturált termékek segítségével ajánlotta fel a kisbefekte-

tőknek a részvénypiacok hozamából történő részesedést – miközben nekik nem kell attól tartaniuk, hogy elvesztik a befektetett tőkéjüket. A legegyszerűbb strukturált termékben egy hosszú lejáratú részvényindex-vételi opció és államkötvény található. Az index esetleges zuhanása esetén az opció ugyan értéktelenné válik, de az államkötvény garantálja a befektetett tőke visszafizetését. Milyen módon érik el mindezt? Induláskor kiszámolják, hogy mekkora államkötvény-állomány esetén éri el az állampapírok jövőértéke a befektetések névértékét – ennyi pénz jön össze a kamatokból. A fennmaradó tőkét pedig index-vételi opcióba teszik be.

A klasszikusnak számító, zártvégű, egy opciót tartalmazó struktúrának napjainkra mind több alváltozata ismert. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeleténél 2007. február 20-án készített interjúból kitűnik, hogy hazánkban – épp azok rendkívüli népszerűsége miatt – a legújabb formák hamarabb jelennek meg, mint a nyugat-európai piacokon.

Fontos azonban kitérni három uralkodó tendenciára. A garantált alapok hazai elvárásoknak történő adaptálásának tekinthető újdonságok megjelenése mellett (ügyfelek számára likviditást biztosító nyíltvégű alapok) érezhető a nyugaton jellemző hosszú lejáratú típusok (nálunk unit-linked módon értékesített) elterjedése. Mindazonáltal valamennyi típus az eredeti, zárt végű változat módosulataként képzelhető el – azaz úgy módosítják az eredeti modellt, hogy az megfeleljen a kitűzött céloknak, de a klasszikus forma egy-egy tulajdonságának feláldozásával.

A klasszikus modell tulajdonságai tehát az alábbiak: zárt végű, emiatt nem igényel túl nagy készpénzállományt (zömében az esetleges alapkezelői, letétkezelői, felügyeleti, könyvvizsgálói díjak fedezésére). Portfoliója túlnyomó hányadát (induláskor többnyire 80-90%) állampapírok vagy bankbetétek képezik. A „maradék" (10-20%-os) részt fektetik opciókba. A jegyzék időszakát követően a befektetési jegyeket tőzsdére vezetik, ily módon biztosítva a befektetők számára a kiszállás lehetőségét. A futamidő átlagosan 2-3 év.

A hozamgarantált alapok ettől térnek el oly módon, hogy a fix hozamú eszköz arányát megemelik, amely így nem csupán kipótolja az opciós díj miatt kieső részből fakadó tőkehányadot, hanem még pozitív hozamot is biztosít. Áttekintve azonban a klasszikus modell működését, mindebből az következik, hogy opciók vásárlására kevesebb tőke jut, ami az elérhető hozam mértékét csökkenti.

A hozam- és tőkegarantált pénzpiaci, betét és kötvényalapok érdekes színfoltjai a garantált alapok nagy családjának. Közös jellemzőjük, hogy – akárcsak „hagyományos" társaik – teljes mértékben fix hozamú termékekből állnak (bankbetét, repo, jelzáloglevél, állampapír, egyéb kötvények). Tőkegaranciát jellemzően 90 napos tartást követően biztosítanak tulajdonosaik számára. Mindazonáltal felmerül a kérdés, miszerint a tőkegarancia ígérete nem több-e egy egyszerű marketingfogásnál – kiszolgálva a befektetők igényeit. Ezt a véleményünket mind a Felügyeletnél, mind az alapkezelőknél készített interjúk alátámasztották („divatmarketing", „A magyaroknak bármit el lehet adni garancia mellett"). E tendenciáért a válaszadók mindannyiszor az alulfejlett befektetői kultúrát okolják.

A „cliquet tree capitalization" elven működő alapok esetében a több opciót tartalmazó kosarat indít az alapkezelő, amelyet előre meghatározott referencia időpontokban értékelik, és a rosszul (küszöb alatt) teljesítő elemek kikerülnek a kosárból.

Maximált hozamú alapok esetében az opciós részalappal elérhető hozam mértéke limitált, ezt meghaladó hozam esetén a fennmaradó hányad az alapkezelőt illeti.

Az alapok alapja konstrukció meglehetősen sajátos értelmezését érhetjük tetten a CIB Alapkezelő esetében, ahol a saját alapjaik mozgását követő terméket hoztak létre. Ezáltal az ügyfelek részesülhetnek az ingatlan-, a kötvény-, a pénz- és részvénypiacok hozamaiból, miközben az alapkezelő voltaképpen saját magával szemben ír ki opciót. Mindez jelentős költségek megtakarítását jelenti az alapkezelő számára, ami javítja a termék jövedelmezőségét (CIB Alapkezelő 2006a).

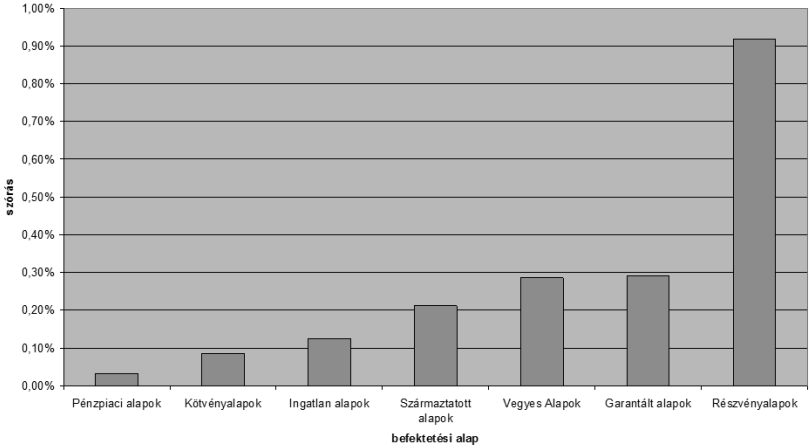
Nyíltvégű garantált alapok esetében az alapkezelő vállalja a befektetési jegyek visszaváltását, ami viszont többlet készpénzállomány tartását feltételezi. Az alapmodell működéséből következik, hogy a többlet likviditás biztosítása csak akkor lehetséges, ha csökkentik az opciók arányát. Néhány alapkezelő ezt a problémát úgy kezeli, hogy a fix hozamú eszközöket 3 hónaposnál rövidebb bankbetétekből állítja össze – ezáltal szabadabban képes biztosítani az alap likviditását.

A jelentkező kockázat mindig viszonylagos, azaz el kell tudni helyeznünk a tőkegarantált alapokat a befektetési alapok hozam-kockázat terében ahhoz, hogy valós képet kapjunk erről az instrumentumról. Az OTP (2006) alapkezelő tőkegarantált alapjainak kommunikációjában bár érzékelteti a kérdést, de nem állít fel sorrendet az alapok között – azonban azt a látszatot kelti, hogy azonos kockázat mellett magasabb hozamot ajánl a befektetők részére.

Egyszerűbb lesz a kép, ha a kockázati besorolásnál visszanyúlunk az alapok szórásnégyzetéhez, hiszen ez a statisztikai mutatató a papír árfolyamának instabil voltára mutat rá (Ulbert 2002). Ezáltal viszont leszögezhető, hogy a variancia és a kockázat együttes mozgást végez. A PSZÁF által megjelentetett „A nyilvános befektetési alapok költségei a 2006-os évben" című kiadványhoz kapcsolódó statisztikai adatbázisban fellelhető szórásadatok alapján készítettük átfogó értékelést (*1. ábra*). Ennek során 69 tőkegarantált és 197 „hagyományos" befektetési alap esetében mértük fel az átlagos szórást. A garantált alapok esetében az átlagolás a mögöttes termékek figyelembe vétele nélkül, a súlyozás során a súlyozott átlagos nettó eszközértéket vettük figyelembe, akárcsak a többi befektetési alap kategória esetében.

Mindez azt mutatja, hogy a tőkegarantált alapok szórásuk (és ezáltal kockázatuk) alapján a részvényalapok és a kötvényalapok között foglalnak helyet. Ez az ábra épp arra bizonyíték, hogy a tőke garantálása mellett a hozam létrejötte meglehetősen bizonytalan.

1. ábra A tőkegarantált alapok helye a hozamok szórása alapján



Forrás: PSZÁF (2007) alapján saját szerkesztés

A befektetési alapok világának meglehetősen egyedi szereplőit alkotják a hedge fundok. Mindezt teszik egyrészt azért, mert működési területük alapvetően az opciós piacra irányul, illetve azért, mert az ő működésük van a legkevesebb jogszabály által körülhatárolva. Ezen zártkörű alapok egyik fő jellemzője, hogy elsősorban nagy vagyonnal rendelkező befektetők számára nagyon magas kockázat és rövid időtáv mellett magas hozamot biztosítanak. Ennek érdekében korlátlan kereskedési jogokkal bírnak (a gyenge szabályozást és az alacsony adózást többnyire az adóparadicsomokban történő bejegyzés is elősegíti), felvehetnek rövid pozíciót, illetve nagyobb mértékben vehetnek fel hitelt, mint más alapok. Mindez megteremti a lehetőséget a magas tőkeáttételre és kockázatvállalásra – ami azt eredményezheti, hogy az alap önmaga is képes a piac működését jelentős mértékben befolyásolni (May (2003).

Komplex elemzésünkben igen fontos kitérni a nemzetgazdasági hatásokra is. A tőkegarantált alapok működése során a legfőbb intézményi érdekhordozóknak az alapkezelőn túl a bankrendszer, a magyar állam és az opció kibocsátója tekinthető (eltekintve a könyvvizsgálóktól, letétkezelőtől és egyéb szereplőktől).

A bankrendszer számára – bármilyen meglepő is legyen – a tőkegarantált befektetési alapok piacszerzési lehetőséget kínálnak, miközben stabilizálhatják betéti állományukat. Abban az esetben ugyanis, ha az alap fix eszközei bankbetétekből állnak, a teljes vagyon 70-90%-a a bankokhoz vándorol. Mindez azt is jelentheti, hogy ha az ügyfél a saját bankjának tulajdonában álló alapkezelőnél jegyez tőkegarantált alapot, akkor valójában a tőkéjének mindössze 10-20%-ával végez tényleges művele-

teket, hiszen a „maradék" visszavándorol a bankhoz – illetve az alapkezelő realizálja a relatíve magas alapkezelői díjakat.

Az államháztartás számára az adósság finanszírozását teszi könnyebbé az állampapírok irányában mutatkozó esetleges többlet kereslet. Ezáltal itt sem beszélhetünk a külső egyensúly romlásáról.

Az opciók esetében már nem teljesen egyértelmű a kép. Abban az esetben ugyanis, ha az alaptermék nem a hazai piacokon van jegyezve, illetve az OTC opció kiírója külföldi befektetési bankház, akkor a külső egyensúly romlásáról és tőkekivonásról beszélhetünk.

2.2. Léteznek-e olyan alapkezelési stratégiák, ahol a személyi jellegű és tranzakciós költségeken a leginkább spórolni lehet?

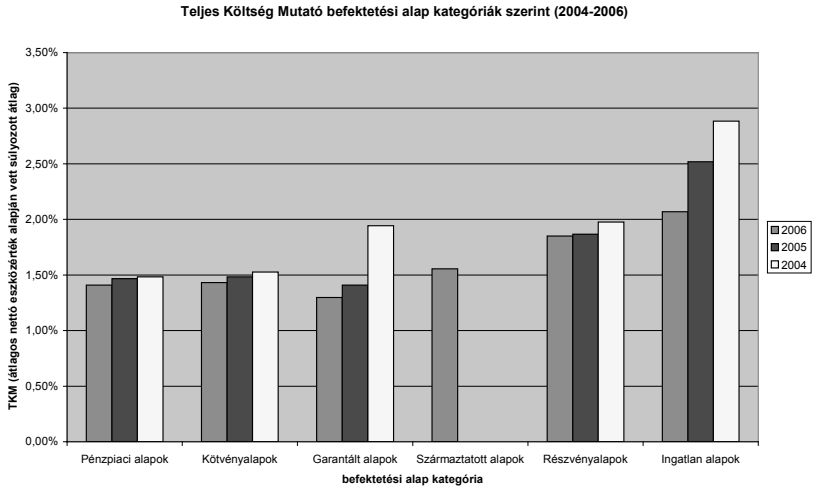
A pénzintézeteknél (melyek a magyar alapkezelők többségének anyavállalatai) a legmagasabb nem kamatjellegű ráfordítás magából a személyi jellegű ráfordításokból származik. Nem minden ok nélkül, hiszen ebben a szektorban az emberi tőke a legfontosabb tényező a siker szempontjából. Azonban ennek a drága erőforrásnak a minél hatékonyabb felhasználása ugyanúgy kulcsfontosságú tényező.

A zártvégű tőkegarantált befektetési alapok befektetési jegyei forgalomképesek – azonban a futamidő során kizárólag a tőzsdén keresztül értékesíthetőek illetve vásárolhatóak meg. A túlzott likviditás ugyanis már ellenkezne a működés logikájával – túl sokszor kellene hozzányúlni a már befektetett bankbetét/államkötvény állományhoz, ami a nyitó pozíció szétforgácsolódásához vezetne. További veszélyként jelentkezne az alapkezelő számára az időről időre bekövetkező nemzetközi nyereségrealizálás (és tőkekivonás) trendje, ami fokozná a tőkegaranciát biztosító elemeken a nyomást. Tehát a lejáratkori tőkegarancia intézménye kifejezetten igényli az alacsony likviditást, továbbá ily módon a befektető a jegyek eladása után csak nehezen lenne képes újabb zártvégű tőkegarantált alapot találni olyan piacon, ahol épp jegyzési időszak van. A tőkegarantált hozam „kimazsolázása" ellen hat az a tény is, hogy az alapkezelők az átlagosnál magasabb jutalékkal sújtják vételt és eladást e jegyek esetében. Ez a magatartás azért is érthető, mert így az alapkezelőnek kell az ügyfél nevében megjelennie a piacon, ami már élőmunka-terhet von maga után.

Az alapok költés alapján történő minősítésére biztosít lehetőséget a 2004/384/EK ajánlás, amelynek során a napi nettó eszközértékre vonatkozó adatszolgáltatások, és a befektetési alapok éves jelentései alapján a befektetési alapkezelő társaságok a PSZÁF rendelkezésére bocsátották a működési költségeiket. Ezek az alapok tájékoztatóiban és kezelési szabályzataiban kerülnek bemutatásra úgy, mint alapkezelési díj, letétkezelési díj, alapkezelő sikerdíja, könyvelési költségek, könyvvizsgálói díjak, marketing költségek, közzétételi díjak, felügyeleti díjak, stb. Mindebből került kiszámításra a teljes költséghányados, amely az alapot terhelő összes költség csökkentve az értékpapír alapok esetében az értékpapírok kereskedési költségeivel, illetve ingatlan alapok esetében az értékcsökkenéssel. Mindez osztásra kerül

az alap éves átlagos nettó eszközértékével. Ezáltal megkaphatjuk az egyes alapokra jellemző átlagos költségszintet (*2. ábra*) (idézi Portfolio 2006a).

2. ábra A teljes költséghányados változása 2004 és 2006 között a nyilvános befektetési alapok esetében



Forrás: PSZÁF (2007) alapján saját szerkesztés

A grafikon szemléletesen mutat rá a garantált alapok relatív olcsó voltára, hiszen azok költségei az ingatlan- és részvényalapok alatt maradtak. A garantált alapoknál egyedül a különböző állampapírokra épülő alapok voltak olcsóbbak. Emellett nem mehetünk el amellett a tény mellett, hogy a garantált alapok jelenleg az értékesítés felfutó ágában vannak, ami magasabb marketingköltségeket terhel rájuk. A TKM mutató évről évre mutatkozó csökkenését a garantált alapok esetében a szegmens gyors felfutása magyarázza – a 2004-ben (18 db-os bázis) és a 2005-ben (17 db új) indított alapok esetében már nem állnak fenn az indítás egyszeri magas költségei, így széles bázist alkotva képesek ellensúlyozni a 2006-os bővülést (34 db), miközben a forgalmazó alapkezelők bővülése miatt a verseny is megnőtt. Tapasztalataink alapján elmondhatjuk, hogy a tőkegarantált befektetési alapok esetében alkalmazott passzív portfoliókezelési stratégia azt eredményezi, hogy csupán az alap indulásakor keletkeznek tranzakciós költségek. Ezáltal az alap működése rendkívül gazdaságos lehet az Alapkezelő számára.

Az értékesítés szerepének kérdése először a Felügyeletnél készített interjú során merült fel. A bankrendszer fióknyitási boomját ugyanis nem mindig követte a humánerőforrás megfelelő képzése – az alapkezelők korlátozott kapacitásai miatt.

Másfelől az általunk készített 392 fős véletlen mintán felvett kérdőív azon kérdése, hogy mi alapján döntenek adott befektetés mellett a befektetők, azt az eredményt hozta, hogy az ügyintézők szerepe alacsony – lényegében a hirdetésekkel azonos súlyozást kapott, és megelőzték őket a tájékoztatók, az ismerősök, valamint a visszamenőleges adatok is, mint információforrások.

Annak eldöntésére, hogy a befektetők miért nem értékelik nagyra az ügyintézők által biztosított közvetlen információs csatornát, próbavásárlásokat végeztünk 12 fővárosi és 3 vidéki bankfiókban. A kapott eredmények meglehetősen szélsőségesek lettek, mivel az általunk felkeresett ügyintézők válaszainak szakmaisága függetlennek bizonyult mind a banktól, mind az ügyintéző nemétől, életkorától, mind a fiók elhelyezkedésétől. Gyakran előfordult, hogy ugyanazon bank egyik fiókjában kielégítő eredményt kaptunk, majd egy órán belül fél kilométerrel arrébb már lesújtó tapasztalatokról kellett beszámolnunk. A vidéki fiókok esetében szintén szóródik az eredmény. Mindez azt jelenti, hogy még egy átlagosan informált ügyfél sem lehet biztos benne, hogy szakmailag mennyire kompetens válaszokat fog kapni kérdéseire. Bár a vizsgált minta mérte alapján nem vonhatunk le messzemenő következtetéseket, azonban a kapott adatok mégis elgondolkoztatóak.

3. A keresleti oldal

A befektető személyisége jelentősen képes árnyalni a tőkegarantált alapokról alkotott képet. Felmerül a kérdés: mitől függ, hogy az emberek (mint a pénzügyi szférában laikusnak számító egyének) hogyan ítélik meg a kockázatokat, és ezen belül a pénzügyi döntések kockázatát? A válasz benne van a kérdésben, és eddig is utaltunk rá: emberek vagyunk, ezért szubjektíven ítéljük meg a kockázatokat. Ez a tény a kockázat pszichológiai megközelítéseiben játszik fontos szerepet, ezért ezekkel a megközelítésekkel foglalkozunk részletesebben.

3.1. A kockázatészlelés megközelítései, meghatározása és az észlelést befolyásoló tényezők

Nemcsak a kockázat fogalmának, hanem a kockázatészlelésnek is számos megközelítése, illetve definíciója létezik, tovább árnyalva a képet a befektetők viselkedésének vizsgálata kapcsán.

A pszichológiai megközelítések egyik irányzata a valószínűségi ítéletalkotást vizsgálja, azaz az információk hasznosítását bizonytalan helyzetekben, azt, hogy hogyan viszonyulnak az egyén által becsült valószínűségek az egyébként „racionálisan” kiszámíthatókhoz? Azaz: hogyan ítélik meg az emberek az olyan befektetési lehetőségeket, amelyeknek egyébként az általunk pénzügyinek nevezett kockázata pontosan kiszámítható? A laikusok kockázatészlelésének és értékelésének vizsgálatára irányuló kutatások alapján az egyik, talán legfigyelemreméltóbb kijelentés, hogy a laikusok értékelésében a statisztikai adatok nem játszanak döntő szerepet. Kahneman és

Tversky (idézi Slovic 2007) ide vonatkozó elmélete szerint az emberek úgynevezett heurisztikákat (feladatmegoldó módszereket/olyan folyamatokat, amelyekben bonyolult ítéleteket egyszerűbbekre vezetnek vissza) alkalmaznak döntéseik során, és nem követnek racionális számítási elveket, illetve statisztikai törvényszerűségeket. Általában ezek a heurisztikák hasznosak, néha azonban komoly és szisztematikus hibákhoz vezetnek. A következő heurisztikákat említhetjük meg, amelyek befolyásolják az ítéleteket a kockázatészlelésben.

- Hozzáférhetőségi heurisztika: alkalmazásakor egy esemény gyakoriságának megítélése attól függ, hogy milyen könnyű azt az emlékezetbe idézni.
- Reprezentativitás: az emberek annak valószínűségét például, hogy valaki orvos, aszerint becsülik meg, hogy milyen mértékben hasonlít egy orvos sztereotípiájához.
- Kiigazítás és lehorganyozás: amikor az emberek egy kezdeti értékből kiindulva készítenek becsléseket, amit úgy igazítanak ki, hogy a végső választ adja.
- Túlzott bizonyosság a saját ítélet helyességében: a saját tudás korlátainak fel nem ismerése.
- A bizonyosság kívánása: az arra készteti az embereket, hogy a bizonytalanság okozta szorongást túlzott, megalapozatlan bizonyossággal csökkentsék.

A szerzőpáros tehát „a pszichológiai kutatás felismeréseit a közgazdaságtudományba integrálta, különös tekintettel az emberi ítéletalkotásra és döntéshozatalra a bizonytalanság körülményei közepette (Hámori 2003, 780. o.).

A pszichológiai megközelítések egy másik irányzata a pszichometrikus irányzat. Az ide tartozó szakértők (pl. Slovic) a kognitív pszichológia módszereivel próbálták feltárni a kockázatészlelést meghatározó tényezőket, és egy társadalomban illetve kultúrában jelenlevő kockázatattitűdök és észlelések kognitív térképeinek megrajzolására tettek kísérletet. Weber (2003) kutatásaival igazolta, hogy a pszichometrikus modell a pénzügyi döntések kapcsán is alkalmazható. Slovic kutatta a laikusok kockázatészlelésének jellegzetességeit, és a laikusok kockázattal kapcsolatos tudását a kevesebb információ és esetleges tévedések ellenére is sokkal gazdagabbnak tartotta a szakértőkénél.

A kulturális antropológia megközelítései szintén a pszichológiai közelítésekhez tartoznak. Az alapgondolatok Douglas és Widavsky (1982) nevéhez fűződnek. Az embereket a közösen osztott értékek és hitek alapján meghatározott kulturális csoportokba osztották, és nem a kockázatot magát tartották a kockázatokkal kapcsolatos ítéletek és észlelések létrejöttében a legmeghatározóbb tényezőnek, hanem a kockázatészlelő jellemvonásait, felhívva a figyelmet arra, hogy a laikusok szubjektív kockázatészlelése mögött ott van a kultúra területe az általa meghatározott értékekkel, hiedelmekkel, előítéletekkel. Úgy gondoljuk, hogy a pénzügyi befektetések kockázatának megítélésénél is kiemelten fontos a kulturális faktor. A magyar befektetők alacsonynak mondható kockázatvállalási hajlandósága (lásd pl. Ulbert – Csanaky 2004) nagymértékben köszönhető kultúránknak. Ezt alátámasztja a Geert Hofstede

által meghatározott bizonytalanság – kerülési index, amely azt fejezi ki, hogy egy kultúrában az egyének milyen mértékben érzik magukat kellemetlenül egy strukturálatlan, nem szokásos szituációkban. Magyarország bizonytalanság – kerülési indexe (82 pont) jóval magasabb, mint a világátlag (62 pont), és az európai átlagot (79 pont) is meghaladja[2].

Magát az észlelt kockázatot többféleképpen határozhatjuk meg. Everitt (1996) a kockázatészlelést a következőképpen határozza meg: az egyén álláspontja egy bizonyos cselekedettel vagy életstílussal kapcsolatos kockázat valószínűségéről. Kolos (1998) szerint a fogyasztó szükséglet - kielégítésére irányuló magatartását feltételezve, a kockázat a fogyasztó azon szubjektív várakozása, hogy cselekedeteinek negatív következményei lehetnek, amelyek valamilyen veszteség formájában jelentkeznek. Adams (idézi Greene 2000) kijelenti, hogy mindannyian valódi kockázatszakértők vagyunk, és szakértelmünk mindennapi tapasztalatainkon és az ezekből való tanulás képességén alapszik.

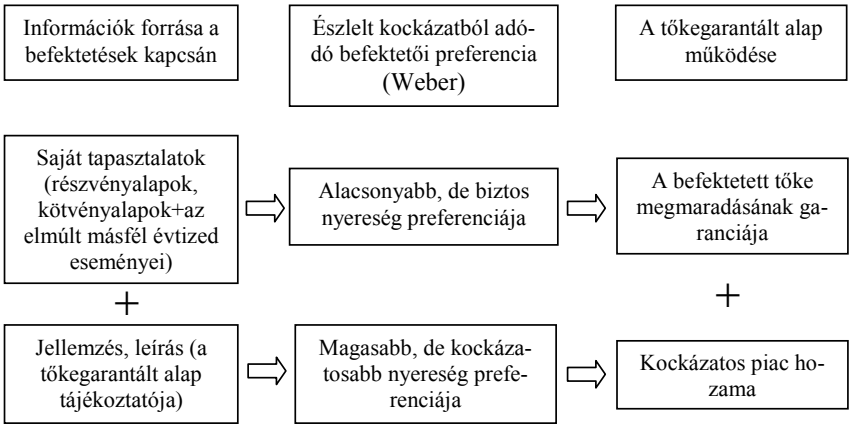
Weber (2003) szerint az emberek egy kettős feldolgozó rendszeren keresztül értékelik a megszerzett információkat. Egyrészt egy algoritmikus rendszeren keresztül, amely szabályokon alapul, és folyamatos tudatosságot igényel; másrészt olyan rendszeren keresztül, amely gyors, automatikus, és érzelmi reakciókkal, valamint asszociációkkal segíti az információk feldolgozását. Mindkét rendszer működik bennünk, ugyanakkor fontos jellemzője ennek a működésnek, hogy olyan kérdésekben, amelyekben laikusnak számítunk, a másodikként említett, érzelmek által működtetett rendszer a domináns. Egyetértve Weber feltevéseivel, úgy gondoljuk, hogy a kisbefektetők nagy része, akik laikusnak számítanak a pénzügyek világában, nagymértékben érzelmeik és asszociációik segítségével dolgozzák fel az egyes befektetési lehetőségekről, így a tőkegarantált alapokról kapott információkat.

Szintén Weber (2003) leírása alapján különböztethetünk meg kétféle szituációt az észlelt kockázat kapcsán: amikor jellemzések alapján ítélünk meg egy kockázatot, illetve amikor saját tapasztalataink alapján ítélkezünk. Több empirikus kutatás tapasztalatai alapján az a megállapítás született, hogy azon esetekben, amikor az egyéneknek csupán leírások, jellemzések alapján van információjuk az adott szituációról, a ritkább események gyakoriságát túlbecsülik, így kevésbé preferálják a kisebb, de biztos nyereséggel járó eseményt, míg jobban a nagyobb nyereséggel járó, de kockázatosat. Ugyanakkor, ha már tapasztalataik vannak egy adott szituációval kapcsolatban, ez a tendencia megfordul, és többen preferálják a biztos kimenetet. Úgy gondoljuk, hogy ezen gondolatsor remekül illeszthető a magyar lakosság tőkegarantált alapokkal kapcsolatos kockázatészlelésére. Tőkegarantált alapot egyrészt gyakran olyan befektetők választanak, akiknek már vannak tapasztalataik egyéb alapokkal – kötvényalapokkal, részvényalapokkal –, illetve az elmúlt másfél évtized pénzpiaci működéséről, bankcsődjeiről is vannak emlékeik; másrészt maga a tőkegarantált alap,

[2] Az adatok forrása: www.geert-hofstede.com.

ahogyan már említettük, meglehetősen újnak számít a magyar lakosság körében, így erről a konkrét formáról jellemzések, leírások alapján van információjuk. A tőkegarantált alapok működésének kettőssége (a befektetett tőke megmaradását garantálja, ugyanakkor az opciók révén lehetőség van nagyobb nyereségre, amely azonban már korántsem biztosított) eredményezheti tehát azt, hogy ezen befektetési forma kapcsán a fent említett, Weber által jellemzett mindkét típusú szituáció fennáll, és jól illeszkedik hozzá. Mindezt a 3. ábra szemlélteti.

3. ábra A weberi modell alkalmazása tőkegarantált alapokra



Forrás: Weber (2003) alapján saját szerkesztés

A tőkegarantált alapok kapcsán ezt a kettős szemléletmódot nagyon jól alátámasztja kérdőíves felmérésünk. Egyik kérdésünk azt vizsgálta, hogy a tőkegarantált alapokhoz köthető kockázat – hozam párost preferálók hogyan viszonyulnak a kockázatvállalás és biztonság kérdéséhez. Irreális viszonynak azt tekintettük, ha valaki úgy gondolta, magasabb hozam eléréséhez nem szükséges magasabb kockázat vállalása, míg reálisnak, ha valaki tisztában van azzal, hogy a magasabb hozam magasabb kockázattal jár. Ezek mellett megkülönböztettünk még kockázatkerülő (azaz biztonságot kedvelő), illetve kockázatkedvelő attitűdöket. Az eredmények szerint a tőkegarantált alapot preferálók szinte azonos mértékben kockázatkedvelők, illetve kockázatkerülők, és szinte ugyanennyien viszonyulnak mind reálisan, mind irreálisan a kockázatokhoz. Úgy gondoljuk, hogy ez alátámasztja azt, hogy a garantált alapokat választóknak mind a biztonságra, mind a kockázatra igényük van, és nincs egyértelműen kialakult attitűd. A többi befektetési lehetőség kapcsán ezzel szemben nagyon jól kirajzolódtak azok az attitűdök, amelyekre számítunk is, azaz a részvényeket és részvényalapokat preferálók közül jóval többen kockázatvállalók, mint akiknek a biztonság fontosabb, míg pénzpiaci alapoknál a biztonságra vágyók vannak többségben.

3.2. Mi eredményezheti a tőkegarantált alapok népszerűségét hazánkban?

A BAMOSZ (Ács, 2006) adatai alapján elmondhatjuk, hogy a tőkegarantált alapok bizonyultak a harmadik legnépszerűbb befektetési formának. Megemlítendő tendencia továbbá, hogy az adóhatás (kamatadó bevezetése) miatt a lakossági befektetők elmozdultak a szélsőséges befektetési formák irányba: a nagyon rövid, illetve a több éves lejáratú termékeket preferálták a közepes időtávra szóló befektetésekkel szemben.

Ulbert és Csanaky (2004) nem, kor és iskolai végzettség szerint reprezentatív kutatásukban kérdőíves interjúkkal vizsgálták a kockázatészlelést és kockázati magatartást a befektetői döntések kapcsán. Eredményeik alapján szoros kapcsolat van a befektethető összeg nagysága és a kockázati magatartás között. Magasabb befektethető összeg esetén megnő a kockázatkerülés intenzitása, azaz megnő azok aránya, akik nem önállóan vállalják a kockázatot, hanem szakemberre bíznák a döntést, így megosztva, - illetve áthárítva a kockázatot. Alátámasztották azt is, amelyet Hagstrom (1999) állít, nevezetesen, hogy a kockázatvállalási hajlam nemhez is köthető, és a nők jellemzően elővigyázatosabbak, mint a férfiak. További eredmények, hogy a kockázati magatartás és a befektetési formák választása között szoros kapcsolat van, és hogy a kockázatészlelés „fejlettsége" összhangban áll a befektetési preferenciákkal és kockázati magatartással. A kockázatészlelés fejlettségét a szerzőpáros szerint a jövedelemszint, az iskolai végzettség, valamint a nem befolyásolja, mint háttérváltozó. A szerzők azt is megállapítják, hogy a döntéselméleti megközelítésből a kockázati magatartásra nézve hasonló következtetésekre lehet jutni, mint a kockázatészlelésből. A kutatás igazolta az úgynevezett bizonyossághatást, illetve kiderült, hogy a döntéshozók nagy része a nyereségtartományban kockázatkerülő, és sok tekintetben megsérti a racionális magatartás axiómáit.

Ezen eredmények véleményünk szerint a alátámasztják állításainkat, nevezetesen, hogy az emberek nagy része hazánkban kockázatkerülő, illetve, hogy a pénzügyi döntések során nem a racionalitás, a statisztikai vagy számszerű információk az elsődleges befolyásoló tényezők, hanem egyéb, az egyéntől függő, illetve szubjektív, a kockázatészleléssel összefüggő tényezők. Úgy gondoljuk, hogy a magyar kisbefektetők kockázatkerülő tulajdonsága rendkívül fontos – sőt, a legfontosabbak között jelen levő – tényező a tőkegarantált alapok választását motiváló tényezők között, hiszen egy tőkegarantált alap jellegéből adódóan kedvelt befektetési forma lehet a kockázatkerülő rétegek számára, hiszen a tőke elveszítésének kockázata itt nem áll fenn.

Mindezt alátámasztja saját kérdőíves felmérésünk is; válaszaik alapján az általunk megkérdezettek közel nagyon nagy része mondható kockázatkerülőnek. Arra a kérdésre ugyanis, hogy „Ön hajlandó-e magasabb kockázatot vállalni magasabb hozam érdekében, a válaszadók 58%-a (N=396) azt válaszolta, hogy nem, mert számára a biztonság fontosabb, mint a magasabb hozam.

Ganzach (2000) kutatási eredményei szerint különböző módon történik a megszokott, ismerős, illetve a még nem ismert pénzügyi befektetések kockázatának és várható hozamának megítélése. Kutatásunk szempontjából ez a megközelítés azért

lehet lényeges, mert a tőkegarantált alapok, ahogyan említettük, meglehetően újnak, és így kevésbé ismertnek tekinthetők a hazai piacon. Ganzach szerint a nem ismert pénzügyi befektetések (és eszerint a tőkegarantált alapok hazánkbeli) kockázatának megítélése egy folytonos skálán, a „jó" és a „rossz" között helyezkedik el, és attitűdök alapján dől el. Ha a befektetési forma inkább a „jó" – hoz van közel, akkor az emberek alacsonyabb kockázatot, illetve magasabb hozam képzetét társítják hozzá. Emellett a nem ismert befektetések megítélésénél rendkívül fontosak a heurisztikák, illetve az előítéletek. Ez a kutatás így tükrözi a már eddig bemutatott megállapításokat, ugyanakkor újdonságot is tartalmaz, hiszen egy újabb dimenzió (újdonságérték) mentén tesz különbséget.

Egyetértve Ganzach megállapításaival, úgy gondoljuk, hogy a tőkegarantált alapok népszerűsége hazánkban annak a – már a marketing irányába vezető – tényneknek is köszönhető, hogy sikeresen pozícionálták ezen befektetési formát a kisbefektetők „jó" – „rossz" kontinuumán, így előidézve a rendkívül kedvező befektetési lehetőségre való asszociációkat. Azaz, egy jól sikerült marketingkampánynak nagy szerepe van a kisbefektetők döntésében. Az általunk készített mélyinterjúk alapján azt mondhatjuk, hogy a kínálati oldal szereplői szerint is messzemenőkig igaz ez a megállapítás.

4. Összegzés és kitekintések

Dolgozatunkban széleskörűen vizsgáltuk annak kérdését, hogy vajon tényleg létezhet-e olyan eszköz, amibe fektetve kockázat nélkül részesedhetek a hozamból – egy olyan piacon, amely gyakran, de nem mindig hatékony.

Amikor a befektetők tőkegarantált alap mellett döntenek, a kockázatot valamilyen számunkra kedvezőtlen esemény bekövetkeztének lehetőségeként értelmezik. Kérdés csupán az, hogy egy tőkegarantált alap esetében mi számíthat kedvezőtlen lehetőségnek? Mivel ezen eszköz jellegéből adódóan kizárólag a hozam a bizonytalan, ezért úgy gondoljuk, hogy a magyar befektetők kockázatkerülő jellemzőjének megfelel – szemben például az amerikaiakkal, ahol a konstrukció nem keltette fel a piac figyelmét sem.

A befektetők szubjektív, észlelt kockázata azonban nem áll maradéktalanul összhangban a szóráson alapuló pénzügyi kockázattal. Ezért megvizsgáltuk a kockázat pszichológiai dimenziójának több vetületét, számba véve azokat a tényezőket, amelyek befolyásolhatják az egyének kockázatészlelését a pénzügyi döntéseknél, amely úgy gondoljuk, hogy újdonságnak számít a pénzügyi témájú vizsgálódások terén.

A tőkegarantált alapok legalapvetőbb típusának a zártvégű formát tekintjük – amely jelentős prémiumot hozhat a kibocsátó számára azáltal, hogy érvényesíti a teljes költség hányados és a valódi alacsony működési költség közötti különbséget. Emellett rávilágítottunk arra, hogy a nyílt végű, saját kibocsátású befektetési jegyek

bázisán képzett alapok alapja jellegű konstrukció további járulékos előnyökkel jár az alapkezelő számára. További megfigyeléseket tettünk annak terén, hogy a nyíltvégű és hozamgarantált konstrukciók a tényleges hozamot termelő opciók alapon belüli részarányának rovására jönnek létre.

Érdekes lehet annak kérdése, hogy milyen stratégiát célszerű alkalmazni a tőkegarantált alapok esetében. Klasszikus „buy and forget" technika a hedge fundok által jelentett magasabb kockázat miatt kevésbé ajánlott, ugyanakkor a magasabb eladási jutalékok és a zártvégűség komoly hozam-áldozatokkal járhat a befektetési jegyek értékesítésekor.

Az konstrukció vitathatatlan előnye ellenben az, hogy megteremtette annak lehetőségét, hogy a befektetők tömegeit csábítsa ismét a korszerű befektetések piacára – ami remélhetőleg idővel a hazai pénzügyi kultúra javulását eredményezheti.

Felhasznált irodalom

Ács G. 2006: Garantált alapok boomja. *Figyelő,* 2006/16, Budapest

Ács G. 2006: Hangulatjavulás a tőzsdén. *Figyelő,* 2006/31, Budapest

BAMOSZ 2006: *Negyedéves jelentés a BAMOSZ tagok által kezelt befektetési alapok, pénztári vagyonok, biztosító vagyonok és egyéb portfoliók 2006. II. negyedéves alakulásáról*.

BAMOSZ 2006: *Befektetési alapkezelők és vagyonkezelők magyarországi szövetsége – Éves jelentés 2005*.

CIB 2006: Alapok Tőkegarantált Származtatott Alapja – Rövidített Tájékoztató

Douglas, M.–Wildavski, A. 1982: *Risk and Culture: An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*. Berkeley, CA: University of California Press.

Dunbar, N. 2000: *A talált pénz – a pénzpiacok természetr*ajza. Panem kiadó, Budapest

Everitt, B. 1996: *Risk Perception*. Institute of Psychiatry, King's College, London

Ganzach, Y. 2000: *Judging Risk and Return of Financial Assets*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2000/2, 353-370. old.

Greene, A. 2000: *A Process Approach to Project Risk Management*. Department of Civil and Building Engineering, Loughborough University.

Hagstrom, R. G. 2000: Warren Buffet portfolió. *Panem kiadó*, Budapest

Hámori B. 2003: Kísérletek és kilátások – Daniel Kahneman. *Közgazdasági Szemle*, 2003/9, 779 – 799. oldal

Kolos K. 1998: *Észlelt kockázat és kockázatkezelési stratégiák a fogyasztói szolgáltatásoknál*. PhD. Disszertáció, *BKE*

May R. (Szerk.) 2003: *Vagyon- alap- és portfoliókezelés*. Aula könyvkiadó, BAMOSZ, Nemzetközi Bankárképző Központ, Budapest

OTP 2006: *Az OTP Optima Nyíltvégű Értékpapír Alap Rövidített Tájékoztatója*

PSZÁF 2004/1: *Hosszútávú előrejelzés a nemzetközi és hazai makrogazdasági folyamatok, a globális pénz- és tőkepiaci fejlődés, a pénzügyi intézményrendszer és a pénzügyi felügyelettel szembeni követelmények várható alakulásáról*.

PSZÁF 2005/1: *Összefoglaló a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete által végzett 2005. évi befektetés-kezelési témavizsgálatról.*

PSZÁF 2007: *A nyilvános befektetési alapok költségei 2006-ban*. Mindezt kiegészítettük a 2005-ös és a 2004-es évet taglaló vizsgálatok adatbázisával – a szerzők

Slovic, P. – Finucane, M. L. – Peters, E. – MacGregor, D. G. 2007: The affect heuristic. *European journal of operational research* 2007/177; 1333 – 1352. old.

Slovic, P. – Ropeik, D. 2003: *Risk in Perspective*. Harvard Center for Risk Analysis 2003/11.

Ulbert J. – Csanaky A. 2004: Kockázatészlelés és kockázati magatartás. *Közgazdasági Szemle*, 2004/3; 235 – 258. old.

Ulbert J. 2002: *Értékpapírértékelés*. PTE, Pécs

Weber, E. U. 2003: *Origins and Functions of perception of risk*. NCI Workshop on „Conceptualizing and Measuring Risk Perceptions" http://dccps.nci.nih.gov/brp/presentations/weber.pdf. Letöltve: 2004.09.24.

XXIX. OTDK (Debrecen, 2009)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 202-221. o.

Területi Balanced Scorecard: Egy lehetséges válasz a területi tervezési folyamat hiányosságaira[1]

Hoczopán Orsolya

A for-profit szektoron belüli verseny mellett kevésbé ismert a területi egységek között zajló versenyhelyzet. A tapasztalatok azt mutatják, hogy bár a területi tervezés egyre inkább előtérbe kerül, a fejlesztés szempontjából ugyanolyan fontos végrehajtás és monitoring a szakirodalomban kevésbé részletesen kerül kifejtésre, gyakorlati szempontból háttérbe szorulnak. Fő célkitűzésem, hogy a Balanced Scorecard (BSC) nevezetű, vállalati kontrolling eszközt területi szinten alkalmazzam. Miután hasonlóságokat kerestem a területi és a vállalati tervezés között, és bemutattam a BSC rugalmas tulajdonságát, a vállalati analógia alapján megkíséreltem elkészíteni az első területi BSC-t.

A BSC jelentősége abban rejlik, hogy képes volt kitölteni a stratégia kialakítása és végrehajtása között tátongó űrt. Fő meglátása, hogy a stratégia minőségénél fontosabb annak megvalósítási képessége. A versenyképesség egyik modelljének, a Piramis-modellnek újszerű, stratégiai térkép koncepción alapuló megközelítésére is kitértem. Ezáltal két, igen különböző közgazdaságtani ágat, a kontrollingot és a területfejlesztést is összekapcsoltam.

Kulcsszavak: Balanced Scorecard, területi tervezés, versenyképesség

1. Bevezetés

Globális és helyi verseny nem csak a vállalatok között zajlik. A vállalatok közismert módon folytatnak versenyt a vevőkért, sokszor az inputért, a piaci részesedésért stb., a területi egységek pedig kevésbé közismert módon versenyeznek a befektetőkért, a kvalifikált munkaerőért, a fejlesztési forrásokért stb. A vállalatok és a térségek is stratégia mentén vázolják fel ebben a versenyhelyzetben való helytállásukat, jövőre vonatkozó célkitűzéseiket.

Ezek és egyéb azonosságok adták az alapötletet arra, hogy abba az irányba végezzek kutatásokat, hogy hogyan alkalmazhatóak a vállalati stratégia megvalósítását elősegítő eszközök területi szinten. A területi tervezés bár megfelelően le van szabá-

[1] Jelen tanulmány a Vállalatelemzés és tervezés tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lukovics Miklós.

lyozva, bizonyos gyakorlati szempontok szerint hiányosságokkal rendelkezik, melyek a hatékony megvalósítást és monitoringot, a beavatkozást is hátráltatják.

OTDK dolgozatom célja, hogy a Balanced Scorecardot (BSC), ezt a szervezetek körében elterjedt technikát, eszközt, a szervezetek keretein túllépve térségi szinten alkalmazzam. Dolgozatom sokáig két szálon fog futni, területi tervezés és kontrolling szálon, melyek a dolgozat közepe felé kezdenek majd összefonódni.

Munkám második fejezetében a területi és szervezeti tervezés folyamatát mutatom be, analógiákat és eltéréseket keresek. Ezt követi a Balanced Scorecard és stratégiai térkép nevezetű kontrolling eszköz tulajdonságainak kifejtése, majd a BSC érdekesebb, speciális alkalmazásainak áttekintése következik a harmadik fejezetben; ezek a specialitások vetették fel bennem annak lehetőségét, hogy a térségek szintjén is kidolgozható lehet a BSC rendszer. A negyedik fejezetben rávilágítok a területi tervezésben fellelhető résekre. A jelenlegi fejlesztési tervek célja, hogy végrehajtásukkal nőjön a versenyképesség és ezzel együtt a jólét is. Ebben a fejezetben kerül sor továbbá a versenyképesség egyik – a Szegedi Tudományegyetemen kidolgozott – modelljének, a Piramis-modellnek a bemutatása, és az eddigiektől gyökeresen eltérő értelmezésére: a modellt ugyanis stratégiai térképnek fogom fel, mely a későbbi munkám alapját is képezi. A dolgozatom ötödik fejezetének részét képezi a Gyulai kistérség stratégiája, és az ennek alapján, általam készített Scorecard-ok.

Remélem, hogy a tervezés ezen átlátható kerete a térségeket is hozzásegíti a stratégia hatékony megvalósításához.

2. Területi tervezés menete; hasonlósága, különbsége a vállalatihoz képest

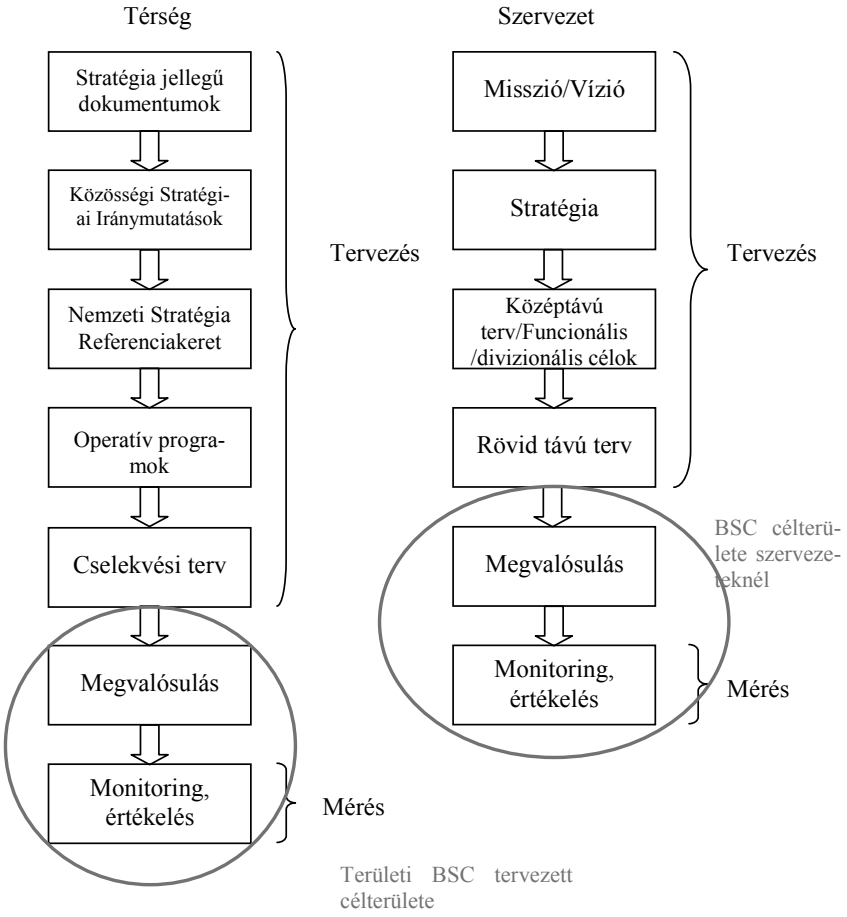
A harmadik fejezetben bemutatásra kerülő Balanced Scorecard – kiegyensúlyozott stratégiai mutatószámrendszer – alapját a megfelelően végrehajtott tervezési folyamat jelenti. Ha elegendő hasonlóságot találunk a vállalati és a területi tervezésben, akkor a vállalatokra kifejlesztett BSC helye feltevésem szerint a vállalati analógiai alapján a területi tervezésben is megállapítható, így *alkalmazhatóvá válik* e téren is.

Magyarország 1991-ben vált az Európai Unió társult tagjává, és a szakemberek ekkor szembesültek a stratégiai tervezés szükségességével (Lados n.é.), például, hogy az Európai Uniós támogatásokhoz csakis megfelelően kidolgozott stratégiai dokumentumok alapján lehet hozzájutni (Veres 2006).

Az 1. ábrán folyamatában hasonlítottam össze a szervezetek és a térségek stratégiai tervezését. Térségek esetén, közösségi szinten (Európai Unió) 15-20 éves időtávra határoznak meg stratégiai jellegű dokumentumokat, melyek alapján programozási időszakonként készítenek stratégiai iránymutatásokat. Ez utóbbi két dokumentum figyelembevételével a tagországoknak meg kell alkotniuk Nemzeti Stratégiai Referenciakereteiket. Az országok stratégiájukat részletesebb operatív programokban, még részletesebben, általában két évre vonatkozóan akció- vagy cselekvési ter-

vekben fejtik ki. A tervezési szakasz lezárulása után következhet a megvalósítás és monitoring. A felvázolt folyamat regionális, megyei és kistérségi szintig is nyúlik.

1. ábra Stratégiai szemléletű tervezési folyamat



Forrás: saját szerkesztés

Szervezeteknél szintén hosszútávra vonatkozó víziót/missziót készítenek, melyek általában nem haladják meg az egy mondatot. Ezt szem előtt tartva kidolgozzák

a már terjedelmesebb, de még szintén hosszú időszakra vonatkozó stratégiát. Az egyes szervezeti egységek, divíziók is megalkotják tervdokumentumaikat. A részletes tervezést megint a végrehajtás és monitoring követi. *Mindkét területen* megfigyelhető a tervezés – megvalósítás – terv-tény eltérés elemzés háromszöge.

A tervezés folyamat, mely során a múltbeli és jelenlegi helyzet feltárása alapján meghatározzák a haladás lehetséges irányait, ezek eléréséhez szükséges eszközöket (Tóth 2003). Térség és vállalat is a fennálló versenyhelyzetben való helytállás érdekében stratégiát fogalmaz meg, melyeket célokra bontanak szét. A tervdokumentumoknak optimális esetben ok-okozati összefüggéseket is fel kéne tárniuk; ezt a hiányt azonban a később bemutatásra kerülő stratégiai térkép pótolhatja.

Míg a vállalatoknál a top-down (felülről építkező) tervezés dominál, térségek esetén önmagában sem a bottom-up (alulról építkező), sem a top-down tervezés nem alkalmas a helyi tervezés, programozás eredményes megvalósítására (Bakos 2001). Egyidejűleg szükség van a központi szerepvállalásra és a helyi kezdeményezésekre.

3. A vállalati analógia kibontása: a BSC és stratégiai térkép

Ahhoz, hogy a Balanced Scorecard területi folyamatokban való alkalmazhatóságát átláthassuk, először is be kell, hogy mutassam a módszer logikáját eredeti alkalmazási területén, a nagyvállalatok körében.

Felmérések szerint, a bukott vállalatok 70%-a nem azért ment tönkre, mert gyenge volt a stratégiájuk, hanem mert nem voltak képesek azt megfelelő módon és ütemben implementálni (Norton–Kaplan 2002). Szakadék tátongott a stratégia és annak végrehajtása között, melynek következő okait látta Norton–Kaplan (2000):

- A stratégia nem alakítható akcióvá
- A stratégia nincs összekapcsolva az egységek, csoportok, egyének céljaival
- Csak rövid távú visszacsatolás létezik, stratégiai nem
- A felsorolt hiányosságokat Norton-nak és Kaplan-nak sikerült is pótolniuk a Balanced Scorecard kialakításával.

3.1. A Balanced Scorecard újdonságereje

Ezt az alfejezetet Norton és Kaplan (2000, 2002, 2007) több munkája alapján állítottam össze, és emeltem ki a BSC lényegesebb tulajdonságait.

Norton és Kaplan úgy fogalmazott, hogy ez egy eszköz, amivel a stratégia elnagyolt célkitűzéseit napi feladatokká fordítjuk le, a kialakított négy nézőpont szerint rendszerezve. A Balanced Scorecard mutatószámrendszer, mely a szerzők szerint segít irányítani és mérni a stratégia sikerességét, megvalósulását. Fontos tulajdonsága még szerintük, hogy összekapcsolja a múltbeli teljesítményt figyelemmel kísérő pénzügyi mutatókat és a nem pénzügyi mutatókat. Az eddig felsorolt ismérvek takarják a „kiegyensúlyozott" kifejezést, valamint az, hogy nem egy-kettő funkciót maximalizál a többi kárára (Voelker és szerzőtársai 2001).

A kiegyensúlyozott mutatószámrendszer stratégiai visszacsatolásra ad lehetőséget, arra, hogy felülvizsgáljuk a stratégiát, célokat, ha a környezeti változások szükségessé teszik. Segítségével megállapítható, hogy melyik területen, melyik egységben teljesítenek kiemelkedően, és hol a tervezett alatt, így a beavatkozás lehetőségei is hatékonyabbak. Mérhetőségre, számszerűsítésre azért van szükség, mivel egy vállalat piaci értékének jelentős hányadát teszik ki a nem anyagi javak.

Újdonságereje abban is rejlett a BSC-nek, hogy megmutatta, csak pénzügyi mutatókkal nem lehet megfogni a vállalat eredményességét (Norton–Kaplan 2001). Így a szerzők alapmodelljükben a pénzügyi nézőpont mellett bevezették a vevői, működési folyamatok, tanulás és fejlődés nézőpontokat. A tapasztalatok alapján az említett négy nézőpont, és azon belül 20-25 mutató optimális, hogy kommunikálják és segítsék a stratégia végrehajtását. *A négy alapnézőpont és elemei a következők:*

1. *Pénzügyi nézőpont*: Ebben a nézőpontban határozzák meg a stratégiát szolgáló pénzügyi mutatókat, és minden nem pénzügyi mutató végső célja ezek növelése a for-profit szektorban. Ide tartoznak mutatók, kezdve az egységköltség csökkentésétől a nettó jelenértékig (Norton–Kaplan 2000).
2. *Vevői nézőpont*: A perspektíva a vevőknek nyújtott értékek halmaza: minőség, ár, kapcsolat stb., melyekkel a pénzügyi eredményünk növelhető. A nézőpontba tartoznak például a piaci részesedés, elégedett és visszatérő vevők mutatók (Norton–Kaplan 2000).
3. *Működési folyamat nézőpont*: Értékteremtés szempontjából kritikus folyamatokra koncentrál, mindehhez idő- minőség- folyamatköltség- teljesítménymutatókat alkalmaznak (Norton–Kaplan 2000).
4. *Tanulás és fejlődés nézőpont* a hosszú távú fejlődéshez szükséges infrastruktúrát foglalja magába. A fejlődés forrásai: ember, rendszer, eljárások (Norton–Kaplan 2000), melyek folyamatos fejlesztésére van szükség.

A Norton és Kaplan a BSC-t a 2. ábrához hasonlóan ábrázolta. Láthatjuk a központban álló stratégiát, melyet 4, egymással összefüggő nézőpontban fejtenek ki. Ahhoz, hogy a BSC eredményes legyen, Norton és Kaplan megalkotta mellé a *strategic map*-t, mely grafikusan felvázolja a stratégia logikáját és ok-okozati összefüggéseit, bemutatva az értékteremtő folyamatok céljait. A BSC fordítja le a stratégiai térkép céljait mutatókká és azok célértékeivé (Norton–Kaplan 2005).

3.2. A Balanced Scorecard speciális alkalmazási területei

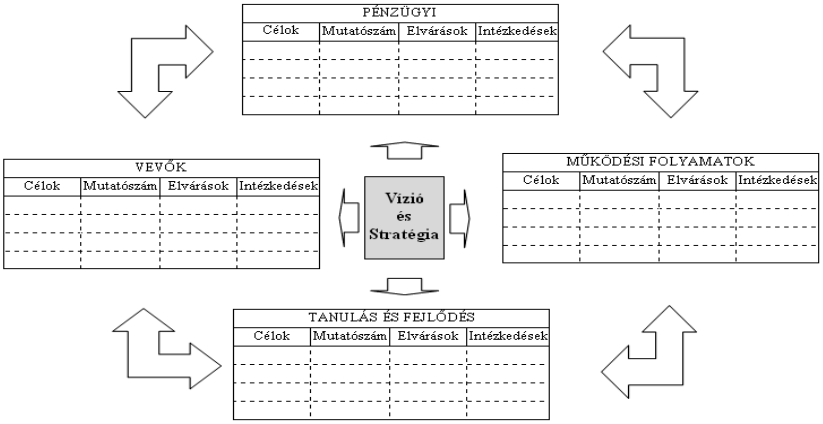
Mivel a dolgozat elsődleges célja egy alternatív BSC készítése, szükségesnek tartottam bemutatni, hogy milyen *adaptációk* születtek az eszköz 1992-es publikálása óta.

A BSC-t eredetileg nagyvállalatokra dolgozták ki. Bár Norton és Kaplan szerint módszerük kisebb vállalatoknál is alkalmazható, erre nem kínálnak gyakorlati megoldást (Fernandes és szerzőtársai 2006). A BSC kkv-k általi korlátozottabb felhasználási lehetőségeire a következő okokat tartom a legfontosabbnak:

- A vezető a fejében tervez, top-menedzsment hiánya

- Változtatások elleni blokkoló magatartás
- Alacsony alkupozíció miatt egy partnerrel szembeni cél nehezen érhető el
- Limitált források, költség-hatékonyság alapján lehet, hogy nem éri meg

2. ábra A Balanced Scorecard megjelenítése



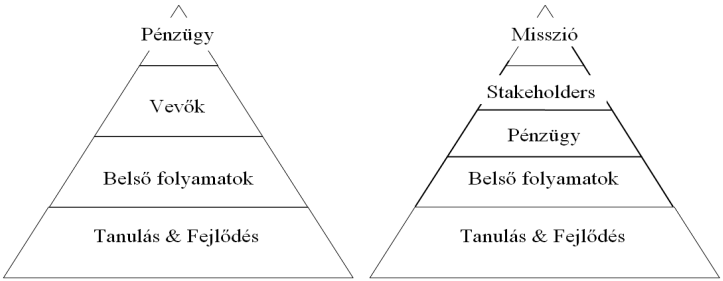
Forrás: Norton és Kaplan (2000)

Kkv-nak előnyösebb a BSC alkalmazása, mivel az alkalmazottak bevonásával megvalósulhat a bottom-up tervezés (Fernandes és szerzőtársai 2006), a laposabb szervezeti struktúra kedvez a stratégia kommunikálásának és az ellenőrzésnek.

Norton és Kaplan gazdasági társaságokra fejlesztették ki módszerüket, de rugalmasan adaptálható, és *non-profit szervezetek*, közintézmények is régóta sikeresen alkalmazzák változatos nézőpontok és hierarchikus szerkezet – bár maga a hierarchia ellentétes Norton és Kaplan „balanced" logikájával – kialakításával. A bal oldali piramison (*3. ábra*) egy for-profit, jobb oldalt egy non-profit szervezet – jelen esetben egy egészségügyi szervezetben – nézőpontjainak hierarchikus ábrázolását láthatjuk. Utóbbinál a piramis első két szintje megegyezik a profitorientált cégével. Harmadik szintre érve látható, hogy ezen szervezeteknek is szükségük van pénzügyi forrásokra, de a piramis csúcsán a stakeholder-ek érdekei és a misszió teljesítése áll.

2004-ben J.K. Phillips a tömegközlekedés területén vetette be a BSC-t, az önkormányzati költségvetési hiányok miatt az alapmodelltől merőben eltérő nézőpontokkal: „Hatékonyság", „Eredményesség", „Hatás" (Phillips 2004). A rendszer két kifejezése általánosságban a következőket takarja. Hatékonyság: adott outputmennyiséget a lehető legkevesebb inputtal előállítani. Eredményesség: elértük-e a kitűzött célokat. A „Hatás" nézőpont alatt itt a tömegközlekedés makro hatásait próbálták számba venni a társadalmi jólétre, gazdasági fejlődésre, környezetre.

3. ábra For-profit szervezet hierarchiája – Non-profit szervezet hierarchiája



Forrás: Voelker és szerzőtársai (2001)

Ezen példák bemutatásával még közelebb kerültünk a területi BSC megvalósításának lehetőségéhez. A következő fejezettől kezdődően az eddig bemutatott két közgazdasági szál érezhetően kezd majd összefonódni.

4. Területi BSC kialakításának háttere

Ezzel a ponttal kezdődően áttérnék dolgozatom fő mondanivalójára. Bemutatok egy lehetséges új alkalmazási területet a BSC-re, melyről a szakirodalomban igen kevés szó esik, annak ellenére, hogy látszani fog, hogy mennyire hasznos eszköz lehet.

Sok elméletről olvashatunk, hogy adott fejlettségi szinten hogyan ajánlott eljárnia a térségnek, rengeteg stratégiát készítenek, de hiányzik ezek megfelelő és összehangolt végrehajtása. Rendkívül lényeges, hogy az I. Nemzeti Fejlesztési Terv tapasztalatai között megfogalmazta a tervezés és a végrehajtás közötti szorosabb együttműködés szükségességét, valamint a teljesítménymérési eljárások bevezetését, jól definiált célokat és ezek kommunikálását, ok-okozati összefüggések feltárását (ÚMFT 2007). Ezekre mind a BSC és a stratégiai térkép lehetőséget adna.

Norton és Kaplan kutatásai között bukkantam rá Charlotte város (USA) Balanced Scorecard-jára (Norton–Kaplan 2002). Első olvasatra azonos alkalmazási területnek tűnik az én munkámmal, de találhatók különbségek, hiszen Charlotte-nál nem történt a város határán átnyúló kooperáció; fő szempontjuk az volt, hogy össze kell hangolni a közhivatalok, közszolgáltatók munkáját egymással és a város stratégiájával. Az én célom ezzel a dolgozattal viszont az volt, hogy elkészítsem az első példát egy térség BSC-jére, a korábban említett hiányosságok ellensúlyozására.

A BSC-t kis területi egységre próbáltam kidolgozni, így tényleges alkalmazása esetén kommunikálása és végrehajtása a rendszer kialakítása elején gördülékenyebb lenne. Választásom a *kistérségi szintre* esett.

4.1. „Területi stratégiáktól a monitoringig"

Országos és közösségi szinten születtek már törekvések a területi végrehajtási és monitoring rendszer létrehozására. Az alfejezet arra koncentrál, hogy bemutassa egy ilyen rendszerrel szemben támasztott követelményeket, és példát is bemutat rá.

„A monitoring nemcsak pénzügyi és adminisztratív ellenőrzés, hanem […] figyelemmel kísérése a programoknak, annak folyamatos értékelése, visszajelzés a célok megvalósítására, de egyben a fejlesztések területi hatásainak rendszerezése, értékelése (Rechnitzer–Lados 2004, 257. o.). Az eltérések okainak feltárása mellett azok jelentőségének megállapítása is fontos (Horváth & Partners 2003).

A hazai gyakorlatban a Nemzeti Stratégiai Referenciakeret (ÚMFT) eredményes megvalósításához a Végrehajtási Operatív Program (VOP) ad segítséget, mely célként tűzte ki a területi intézményrendszer működtetését, monitoring és értékelő rendszer biztosítását, tájékoztatást, és kommunikációt (VOP 2007). A tervezés és a monitoring nem tölthetik be szerepüket teljes mértékben egymás nélkül. Lehetséges módszerek, előírások a tervezés egész szakaszában megfigyelhetőek, a megalapozott tervezés és helyzetelemzés mellett a monitoring jelentősége viszont eltörpül.

Kevés olyan területi dokumentummal találkoztam, melyben célindikátorokhoz pontos célértéket határoztak volna meg, melyek viszont pályázatok benyújtásához elengedhetetlen lenne. Főleg területi egyenlőtlenségek mérésére alkalmaznak mutatószámrendszert. Úgy éreztem, hogy a Balanced Scorecard képes lenne betölteni a tervezési szakasz után *tátongó űrt*, mivel a megvalósítás során a teendőket átláthatóvá teszi, a mutatók és intézkedések részletes bemutatásával mindenki azonos módon értelmezheti a feladatokat.

Az alfejezet hátralévő részében az ESPON (European Spatial Planning Observation Network) „A Területi Fejlődés Monitoringjának Megvalósíthatósági Tanulmánya" (BBR 2007), 2007-ben bemutatott projektjének bemutatására kerül sor. Ez a projekt azért került be a dolgozatomba, mivel véleményem szerint ennek a tartalma áll legközelebb egy részletes monitoring rendszer követelményeihez, valamint egy közösségi szintű rendszert is szükségesnek láttam vizsgálni. Az ESPON projekt (BBR 2007) végeredménye egy területi monitoring jelentés. Feladata az volt, hogy fejlesszék és egyesítsék az ESPON akkori monitoring rendszerének elemeit, és hogy a gyakorlatban is teszteljék Európa 29 országának területi monitoringját.

A mutatók kiválasztása során 6 prioritást vettek figyelembe: területi kohézió, versenyképesség, infrastruktúra és elérhetőség, környezet, társadalmi és kulturális folyamatok, terület-orientált kormányzás (BBR 2007). A monitoring rendszer limitált számú (routing) indikátorból áll, melyek teljesítik a következőket (BBR 2007):

- Erős magyarázó erővel rendelkeznek
- Képesek a negatív folyamatokra hamar figyelmeztetni
- NUTS3 szint alatt is alkalmazható
- Elérhetőség

A jelentés második felében meghatározták az összes kiválasztott routing indicator mentén, mutatószámrendszert alkotva a következőket (BBR 2007):

- Elérhetőségi szintjét
- Adatforrást, adatok frissítésének gyakoriságát
- Prioritást, célt és alcélt, amelybe tartozik
- Számításának módját, magyarázatot
- Jelenlegi országos, közösségi átlagokat, minimum és maximum értékeket

Mindezek bemutatásával azt szerettem volna érzékeltetni, hogy létezik egy „rés" a területi tervezés visszacsatolásos rendszerében, és, hogy lenne igény a területfejlesztésben is egy olyan eszközre, mint a Balanced Scorecard.

4.2. A regionális versenyképesség Piramis-modellje, mint stratégiai térkép

Először is a *területi verseny* fogalmát kell tisztázni. Globális verseny nem csak a vállalatok között zajlik. Verseny folyik a területi egységek között a költségvetési forrásokért, a helyi gazdasági szereplők sikerességét támogató üzleti környezet létrehozásában, az életszínvonal javításáért (Lengyel 2003). Ha elfogadjuk a területi verseny fogalmát, beszélhetünk területi egység versenyképességéről is. Az EU által elfogadott definíció a versenyképességre a következő: a vállalatok, iparágak, régiók képessége magas jövedelem és foglalkoztatottság tartós létrehozására (Lengyel 2000).

Magára egy területi stratégiai térképre is szerettem volna példát találni a szakirodalomban, de ilyen megnevezés alatt a keresés sikertelen volt. Ezért felvetem, hogy a Lengyel-féle Piramis-modell (*4.ábra*) egy nem térség specifikus, *térségi stratégiai térképnek feleltethető meg*, ugyanis közvetlen illetve közvetett kapcsolatokat mutat be egy térség növekedését, fejlődést, meghatározó tényezők között, valamint grafikusan ábrázolja, hogyan érhető el az életminőség javítása, mint végcél.

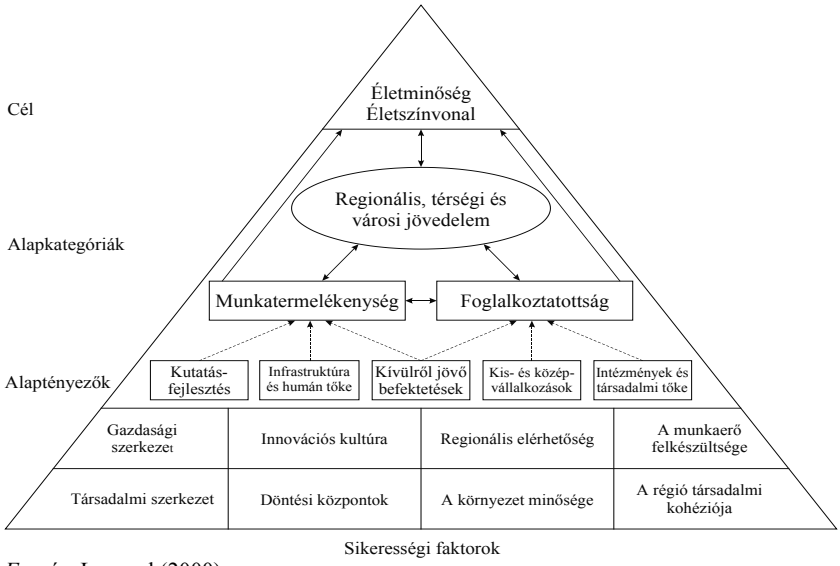
A modell végső célja a már központi fogalommá vált versenyképesség, így gondolatmenete illett a jelenlegi programozási időszakhoz. Elemei (Lengyel 2003):

- Sikerességi faktorok: a piramis talapzatát képezik, melyek közvetetten, hosszú távon hatnak az alaptényezőkre
- Alaptényezők: közvetlenül, rövid távon hatnak a versenyképesség alapmutatóira, az alapkategóriákra
- Alapkategóriák: A versenyképesség bemutatott definíciójában megjelenő mérhető mutatók: jövedelem, munkatermelékenység, foglalkoztatottság
- A csúcson a területi verseny végcélja, az életszínvonal javulása

A modell eredetileg NUTS2 térségre lett kidolgozva, de rugalmasan alkalmazható más szinten is. Kistérségnél nem minden tényező vehető bele a rendszerbe, viszont a helyi adottságok figyelembevételének kiemelt szerepe van.

Az eddigi három fejezet tapasztalatai alapján a következő fejezetben kísérletet teszek a gyulai kistérség BSC-jének elkészítésére. Munkám alapját a Piramis-modell, a területi verseny, a Kistérségi Fejlesztési Terv és a helyismeret adta.

4. ábra A régiók, térségek és városok versenyképességének Piramis-modellje



Forrás: Lengyel (2000)

5. Konkrét példa egy kistérségi stratégia implementálására: a Gyulai kistérség BSC-jének felépítése

Ahhoz, hogy térségi Balanced Scorecard-omat ezen a térségi szinten el tudjam készíteni, szükségességét láttam utánanézni a LAU4 szint történetének, feladatainak. Ezután következik majd választott kistérségem részletesebb bemutatása, stratégiájának elemzése, és BSC-vé való kibontása.

5.1. Kistérségek előtérbe kerülése

A 2004. évi LXXV.tv. a kistérséget a következőképpen határozza meg: „települések között létező funkcionális kapcsolatrendszerek összessége alapján behatárolható területfejlesztési-statisztikai egység.” Ez a definíció azonban csak a statisztikailag könnyű adatgyűjtésre koncentrál, se a rendszeres kooperáció, kulturális és gazdasági egyezőség nincs kiemelve. A kistérségek előtérbe kerülésének több okát látom:

- A régiók és megyék után ez a szint válik a bottom-up tervezés alapkövévé
- Korlátozott erőforrások egyesítésével hatékonyabb működésre van lehetőség
- Kistérségi szinten a versenyelőnyök könnyebben azonosíthatóak
- Önkormányzatok együttműködési hajlandósága

5.2. Gyulai kistérség

A kistérség Békés megye keleti, határ menti részén helyezkedik el. A kistérség 2007 után megmaradt négy társult települése: Gyula, Lökösháza, Elek, Kétegyháza. Maga a kistérség nem tartozik a kedvezményezett térségek közé a (67/2007. (VI.28)).

A kistérség honlapjáról (http://gyulaikisterseg.hu) kiderül, hogy a mezőgazdasági részesedésük az országos átlag feletti, de a termékek feldolgozottsági foka alacsony. Az ipar, idegenforgalom és szolgáltatás jelentős része a kistérségi központban, Gyulán koncentrálódik. Lökösházán halad át a Helsinki-folyosó villamosított vasútvonala, és itt található az ország második legfontosabb vasúti határátkelőhelye.

Lengyel (2003) a tudásalapú gazdaság régióit három típusba sorolta: tudásteremtő, tudásalkalmazó, neofordista. Ezen felosztás azonban nem csak a régiók szintjéhez kapcsolódhat. Lukovics (2007) munkájában kistérségemet – differenciálva az urbánus–rurális dimenzió mentén – urbánus neofordista térségbe sorolta. Urbánus jellegét Gyula kritikus tömegének (fizetőképes kereslet, közintézmények, turizmus, vállalkozások száma) köszönheti. A neofordista térség tulajdonságai (Lengyel 2003):

- Kései követőként vásárolják meg a technológiákat.
- Ide helyezik az alacsony munkabérű és jövedelmezőségű tevékenységeket
- Fejlesztését nem innovációra kell alapozni

A Gyulai kistérségnek a helyi adottságokat kihasználva a tudásalkalmazó térséggé válás lehet számára a reális cél, de a turizmusra, mint endogén forrásra épített fejlesztés is járható, ha nem tud bekapcsolódni a tudásalapú gazdaságba.

5.3. Kistérségi stratégia

A Kistérségi Fejlesztési Tanácstól a következő célpiramist (*5. ábra*) kaptam. Azzal a *kritikával élek*, hogy az egyes prioritásokon belül megfogalmazott beavatkozásokból nem derült ki egyértelműen, hogy mely cél megvalósulását segíti elő.

Neofordista térségre a következő fejlesztési szempontokat határozták meg a Piramis-modell alaptényezőin belül (Lengyel 2003):

- Alapkutatások helyett műszaki fejlesztések
- Közlekedési infrastruktúra fejlesztése, ipari parkok, szakképzések
- Kkv-k nagyvállalati beszállítóvá válása, számukra pénzügyi kedvezmények
- Gazdasági és műszaki ismeretek fejlesztése, kormányzat szerepe.

Összehasonlítva a kistérség stratégiáját a neofordista térségek fejlesztési irányával, nem emelik ki a HR fejlesztés, a kívülről jövő befektetések fontosságát; megjelenik viszont az infrastruktúra fejlesztése, a kormányzat szerepe. Azért, hogy a munkám ne képezzen szigetet a különböző rövid távú tervek halmazában, tanulmányoztam a kistérség cselekvési tervét, a megye képviselőtestületének közlönyeit, pályázati kiírásokat, és megtalálhatóak a stratégiába illő saját elképzeléseim is.

5. ábra Kistérségi stratégia célpiramisa

Forrás: GYKTKT (n.é.)

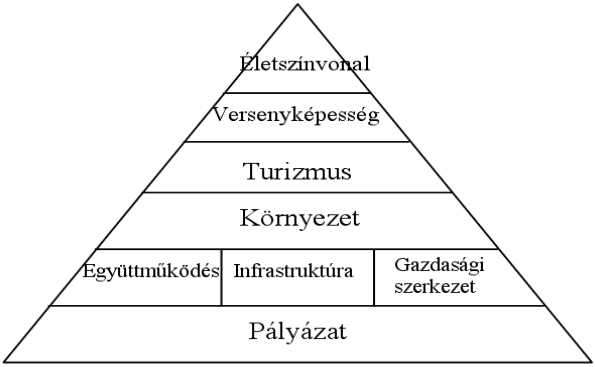
5.4. Kistérségi stratégiai térkép és Scorecard-ok

Bár a végleges *33 darab mutatóm* eltér az optimálisnak vélt 20-25 darabtól, mentségemre szól, hogy egy térség komplexebb egy szervezetnél, valamint Lukovics (2007) is 78 mutatóval írta le a versenyképességet; az ESPON projekt (BBR 2007) is minimum 34 darab mutatóról gondolta, hogy elegendő a területi fejlődés leírásához.

Munkám *nem prognosztikai jellegű*. Ez alatt azt értem, hogy munkálkodásom elején még számszerű célkitűzéseket szerettem volna meghatározni, de az ehhez szükséges trendelemezések meghaladták volna ezen dolgozat kereteit. A Scorecard-ok tartalmazzák az alapelemeket, a számokra viszont csak utalok.

A Balanced Scorecard-ban a stratégiában kiemelt mind a hat prioritás megjelenik, még ha módosított elnevezés alatt is. Teljesen eltérő nézőpontot a „Pályázat" perspektíva jelentette. A „Versenyképesség" mutatói pedig saját elképzelések és az alapkategóriák vegyítéséből kerültek ki. Szerettem volna a munkámat a BSC eredeti ábrájához (2. ábra) hasonlóan ábrázolni, de mivel ők nem határoztak meg hierarchiát nézőpontjaik között, számomra a piramisforma (*6. ábra*) maradt lehetőségként.

6. ábra Gyulai kistérség „piramisa”

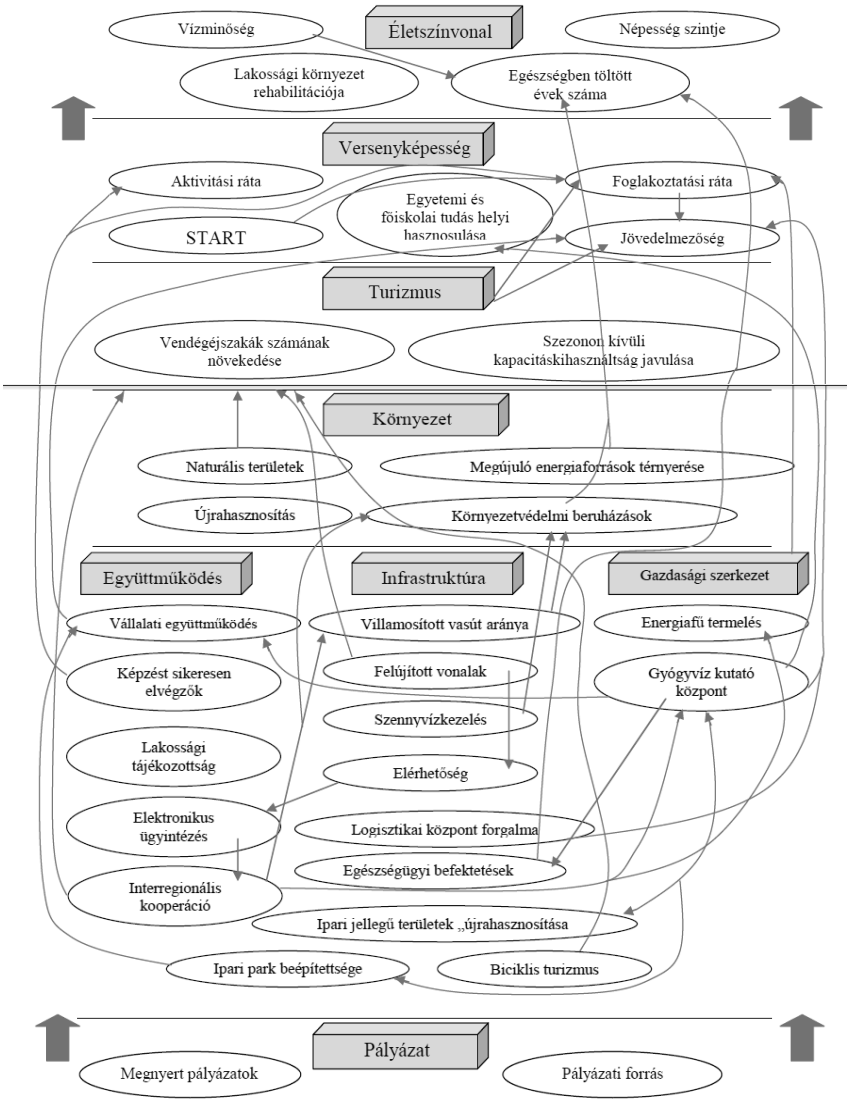


Forrás: saját szerkesztés

A következő ábra a 6. ábra perspektíváinak mutatónkénti kifejtése lesz. A képzeletbeli piramis (*6., 7. ábra*) talapzatát a „Pályázat” perspektíva adja, mivel ez jelenti a forrást az összes többi nézőpont céljaihoz. A versenyképességhez alapfeltételt jelentő három prioritást helyeztem a következő hierarchia szintre. Az „Együttműködés” az előállított hozzáadott érték, az „Infrastruktúra” a fejlesztés megalapozása, a „Gazdasági szerkezetváltás” pedig a mezőgazdaság problémái miatt kerültek be a Balanced Scorecard-ba. A „Környezet” a fenntarthatóság miatt került magasabb szintre az előzőeknél. Fontos kitörési pontnak tartottam a ”Turizmus”-t, így került közvetlenül a versenyképesség alá. A „Környezet”-nél azért került magasabb szintre, mivel a természeti területekre alapozott turizmus is a stratégia része.

Nézőpontonkénti minimum követelménynek két darab mutatót tekintettem. Az ok-okozati összefüggéseket a piros nyilak mutatják. A vastag nyilak jelzik, hogy adott nézőpont a magasabb szinten elhelyezkedő összes nézőponthoz hozzájárul. A kivonat korlátozott terjedelme miatt a nézőpontokat és a Scorecard-okat *példaszerűen* fogom bemutatni. A „Nem megfelelőségi határ” kifejezésével a Szegedi Tudományegyetem Balanced Scorecard-jánál találkoztam először, és az elérendő célok megértésének maximalizálása érdekében saját munkába is felvettem. A részben fiktív „Felelősök” feladata célok, intézkedések megvalósulásának nyomon követése.

7. ábra Gyulai kistérség stratégiai térképe



Forrás: saját szerkesztés

Pályázat

Magyarországi viszonylatban a Gyulai kistérség támogatott pályázatainak száma és a megítélt támogatási összeg is jóval a kistérségi átlag alatt mozog (www.gyula.hu). Ezen helyzet javítására készült a következő két Scorecard.

Mutató neve	Pályázati forrás aránya
Cél	Kistérségi tervezés továbbfejlesztése; felzárkóztatás
Mutató értelmezése	Pályázati forrás a végrehajtott összberuházáshoz képest
Felelős	Kistérségi Fejlesztési Ügynökség
Mutatóképzés gyakorisága	Évente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Pályázat nézőpont intézkedései:

- Pályázatírási készség javítása
- Pályázati figyelő rendszer
- A kedvezményezett települések pályázati lehetőségeinek kihasználása
- Pályázati szaktanácsadás

Együttműködés

Békés és Arad megye között a következő együttműködési területeket szorgalmazza az EU kohéziós politikája: közlekedés, környezetvédelem, K+F, infrastruktúra (www.nfgm.gov.hu).

Mutató neve	Interregionális kooperáció
Cél	Térség integrációja és felzárkóztatása
Mutató értelmezése	Kistérség határain átnyúló projektek aránya az összes induló vagy folyamatban lévőhöz képest
Felelős	Megyei Területfejlesztési Tanács
Mutatóképzés gyakorisága	Félévente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- Árvízvédelmi információs rendszer kiépítése határon innen és túl
- ŐKOVÍZ – Az Élővíz csatorna ökológiai, turisztikai állapotának javítása
- Magyar-román innovációs- és képző központ létrehozása
- Lökösházán közúti határátkelő létesítése

Infrastruktúra

Az infrastruktúra csökkenti a versenyhátrányt, de nem növeli automatikusan a versenyelőnyöket (Lengyel 2003), hiánya mindenképpen gátolja a fejlődést. Az elérhetőség javításának lehetséges megoldása a vonalak minőségének javítása.

Mutató neve	Felújított vonalak
Cél	A térség elérhetőségének javítása; EU-konform vállalkozói környezet
Mutató értelmezése	Felújított vasút és közút aránya az 5 évnél idősebb vonalakon
Felelős	Békés Megyei Állami Közútkezelő
Mutatóképzés gyakorisága	Évente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- Békéscsaba–Lökösháza vasútvonal karbantartása a sebességhatár növelésére
- Gyulai kikerülő út burkolatminőségének javítása
- Mezőgazdasági utak fejlesztése

Gazdasági szerkezet

Békés megyében hiányoznak a magasan képzett munkaerőt felszívó gazdasági területek (Lukovics 2004). A kutatást a legmagasabb kategóriájú minősítést elért Gyulai Várfürdőre alapozzák, mellyel az egészségügy is fel fog értékelődni.

Mutató neve	Gyógyvíz kutató központ
Cél	Termálvíz adottságunk kihasználása
Mutató értelmezése	A kutató központ bejegyzett, szabadalmak száma/alkalmazott
Felelős	Pogány Attila
Mutatóképzés gyakorisága	Évente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Db/fő	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- A Dél-Alföldi Termál Klaszterba integrálódás
- Aktív hídképző intézményként működése

Környezet

Mutató neve	Megújuló erőforrások térnyerése
Cél	Környezet tisztaságának védelme
Mutató értelmezése	Megújuló erőforrást használó cégek, háztartások aránya
Felelős	Önkormányzatok
Mutatóképzés gyakorisága	Félévente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- Biogázzal hajtott buszok
- Geotermikus hő és napkollektoros áram felhasználásának támogatása
- Gyulai vízerőmű kapacitásának növelése

Turizmus

A turisztikai potenciál fontos része a stratégiának. Turizmus nézőpont intézkedései:

- Kistérségi turisztikai kiadvány kiadása, internetes honlapok fejlesztése
- Gasztronómiai és sétautak a határ két oldalán
- További négy csillagos szálloda építése
- Konferenciaközpontok építése, kialakítása
- A Várfürdő és Pándy Kórház együttműködésével a gyógyturizmus fejlesztése
- Várfürdő wellness centrumának további fejlesztése
- Kastélyok, Tanyamúzeum állagmegóvása, turisztikai célú hasznosítása
- Ökovíz program keretében az Élővíz-csatorna turisztikai célú fejlesztése
- Békéscsabai regionális repülőtér és a kistérség közötti turisztikai kapcsolat.

Versenyképesség

Az egységes versenyképességi definíció két tényezőt emel ki: jövedelmezőség és foglalkoztatás. Én is erre a két mérhető kategóriára támaszkodok.

Mutató neve	Foglalkoztatási ráta
Cél	Foglalkoztatás javítása
Mutató értelmezése	Foglalkoztatottak száma / munkavállalási korú népesség
Felelős	ÁFSZ helyi kirendeltsége
Mutatóképzés gyakorisága	Évente

Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- START, START PLUSZ, START EXTRA
- Vállalkozóvá válás támogatása, szakképzések és nyelvi kurzusok
- Tartósan munkanélküliek foglalkoztatását ösztönző bértámogatás

Életszínvonal

Bár a kistérség a 67/2007. (VI.28) OGY határozat rangsorolása alapján az 53. helyen áll a kistérségek sorában, nem nyugodhatunk meg, hiszen ez a kistérségi központnak köszönhető, de a központban és a „periférián" is van még mit behozni.

A térség ivóvizében található arzén meghaladja az EU által előírt mennyiséget.

Mutató neve	Vízminőség			
Cél	Ivóvíz arzén-mentesítése			
Mutató értelmezése	Egy liter ivóvízben található arzén mennyisége			
Felelős	Vízügyi Hatóság			
Mutatóképzés gyakorisága	Félévente			
Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Mikrogramm/l	Minimalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- Komplex víztisztító technológiai berendezés felállítása
- A nem tisztított, ártézi kutak felszámolása
- Arzén monitoring rendszer kiépítése

Az életszínvonal növeléséhez tartozik a rendezettebb városkép kialakítása is.

Mutató neve	Lakossági környezet rehabilitációja			
Cél	Kistérség településrészeinek komplex rehabilitációja			
Mutató értelmezése	Rehabilitációra költött összeg a kistérségben végrehajtott összberuházáshoz viszonyítva			
Felelős	Önkormányzatok			
Mutatóképzés gyakorisága	Évente			
Mértékegység	Céljelleg	Célérték	Megfelelőségi határ	Nem megfelelőségi határ
Százalék	Maximalizálás	X	X-y	X-y-1

Intézkedések:

- Hajléktalanok nappali intézményének felújítása
- Piacterek, játszóterek felújítása
- Tanyagondnoki szolgálat
- Vasútállomások felújítása
- Paneltömbök külső szigetelése és festése

A területi BSC, mint új alkalmazási terület ezzel bemutatásra került. A 2006-ban, az ÚMFT végrehajtásának elősegítésére létrehozott (www.otm.gov.hu) Kistérségi Fejlesztési és Program Iroda feladata lesz a mutatószámrendszer monitoringja, információs rendszer működtetése, források megszerzésének segítése.

6. Összegzés, konklúzió

A második fejezetben azt a hipotézist fogalmaztam meg, hogy ha a szervezeti és területi tervezés elég hasonlóságot mutat, akkor a Balanced Scorecard térségek esetén is megállhatja a helyét. Az Uniós csatlakozásunk után kialakult stratégiai tervezési folyamat logikája sok ponton egyezett a vállalati stratégiai tervezési folyamattal. A dolgozat második felében sikerült egy 33 mutatószámból álló, (kis)térség specifikus BSC-t és stratégiai térképet készítsek. A két eszköz lényegi változtatások nélkül alkalmazható volt ebben a gyakorlati példában. *Tehát a hipotézist elfogadjuk*.

A BSC jelentősége a dolgozat szempontjából az volt, hogy a szervezetek körében az eszköznek sikerült áthidalnia a stratégia kialakítása és a monitoring közötti „szakadékot", amely a területi tervezésben is mutatkozik. A BSC-t kis területi egységre próbáltam adaptálni, így közelebb a végrehajtási szinthez, a térségi BSC-t a helybeliek magukévá tudnák tenni, valamint a végrehajtandó intézkedések is konkrétabbak lennének, rendszer kialakítása gördülékenyebb lenne.

Felhasznált irodalom

2004. évi LXXV. törvény

67/2007. (VI.28) OGY határozat

Bakos I. 2001: *Területfejlesztési stratégiák és programok tervezésének módszertana*. Bíbor Kiadó, Miskolc.

BBR 2007: *ESPON project 4.1.3*., Feasibility Study on monitoring territorial development based on ESPON Key Indicators. Busdesamt für Bildungwesen und Raumordnung, Germany.

Fernandes, K.J. – Raja, V. – Whalley, A. 2006: Lessons from implementing the balanced scorecard in a small and medium size manufacturing organization. *Technovation*, 26, 623-634. o.

GYKTKT (n.é.): *A Gyula és Környéke Kistérség Stratégiai Célkitűzése, 2007-2013*. Gyula és Környéke Többcélú Kistérségi Társulás (kikérve 2008.09.10.)

Horváth & Partners 2003: *Controlling: Út egy hatékony controlling-rendszerhez*. KJK-Kerszöv, Budapest.

Lados M. (n.é.): *Tervezés és programozás*. PADF

Lengyel I. 2000: A regionális versenyképességről. *Közgazdasági Szemle*, 12, 962–987. o.

Lengyel I. 2003: *Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon*. JATE Press, Szeged.

Lukovics M. 2004: Regionális gazdaságfejlesztés: Eltérő fejlettségű megyék versenyképességének összehasonlító elemzése. *Tér és Társadalom*, 4,149–168. o.

Lukovics M. 2007: *A lokális térségek versenyképességének elemzése.* Doktori értekezés. SZTE GTK, Szeged.

Norton, D. – Kaplan, R. 2000: *Balanced Scorecard, eszköz, ami mozgásba hozza a stratégiát*. Közgazdasági és Jogi Kiadó, Budapest.

Norton, D. – Kaplan, R. 2001: *On Balance*. *CFO*, 17, 73-78. o.

Norton, D. – Kaplan, R. 2002: *A stratégia-központú szervezet: hogy lesznek sikeresek a Balanced Scorecard vállalatok az üzleti környezetben*. Panem, Budapest.

Norton, D. – Kaplan, R. 2005: *Stratégiai térképek: hogyan alakulnak át az immateriális javak pénzügyi eredménnyé*. Panem, Budapest.

Norton, D. – Kaplan, R. 2007: A Balanced Scorecard, mint stratégiai menedzsmentrendszer. *Harvard Businessmanager*, Dec – Jan., 38-48. o.

Phillips, J. K. 2004: An application of the Balanced Scorecard to Public Transit System Performance Assesment. *Transportation Journal*, Winter, 26-55. o.

Rechnitzer J. – Lados M. 2004: *A területi stratégiáktól a monitoringig*. Dialóg Campus, Budapest-Pécs.

Tóth T. 2003: *Területi tervezés és programozás*. Szent István Egyetem, GTK, Gödöllő

ÚMFT 2007: *Új Magyarország Fejlesztési Terv: Magyarország Nemzeti Stratégiai Referenciakerete, 2007–2013*. Magyar Köztársaság Kormánya.

Veres L. 2006: *Stratégiaalkotás és programkészítés a területfejlesztésben*. Hazai Térségfejlesztő Zrt, Budapest.

Voelker, K.E. – Rakich, J.S. – French, G.R. 2001: The Balanced Scorecard in Healthcare Organizations: A Performance Measurement and Strategic Planning Methodology. *Hospital Topics*, 3, 13-24. o.

VOP 2007: *Végrehajtási Operatív Program*. Magyar Köztársaság Kormánya

www.gyula.hu/lapfile/3000/3988_II-3xkistxrsxgixpxlyxzatok.pdf (2008.11.09.)

http://gyulaikisterseg.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=51 (2008.08.11)

www.nfgm.gov.hu/feladataink/euintegracio/eu_ter.html (2008.08.22)

www.otm.gov.hu/web/portal.nsf/archiv_hir/934AE00CB0397F20C1257273002D161E (2008.08.26.)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 222-239. o.

Kreatív kistérségek Magyarországon[1]

Rittgasszer Imola

A gazdasági környezetet a globalizáció mellett napjainkban egyéb háttérfolyamatok is befolyásolják, átalakítják, amikre, mint térszervező erőkre érdemes és kell is odafigyelni. Manapság a globalizációs folyamatok alakulásából egyértelműen látszik, hogy az emberi tényezők és az arra épülő tudás válhat a fejlődés jövőbeli kulcstényezőjévé. Egy olyan világban élünk, ahol a tudás, az emberi kreativitás és a végeláthatatlan információk feldolgozásának képessége szintén a fejlődés egyik mozgatórugója.

Jelen tanulmány célja, annak vizsgálata, hogyan lehet a magyarországi kistérségeket a kreatív osztály elhelyezkedése szerint csoportosítani. Kiinduló kérdés, hogy a kistérségek, mint területi egységek alkalmasak-e a kreatív osztály térbeli elhelyezkedésének vizsgálatára? További alapkérdések, hogy a kreatív osztály elhelyezkedése milyen kapcsolatban van a jövedelemképződéssel, valamint az, hogy a kreatív osztály valóban az urbánus térségekben koncentrálódik-e?

Kulcsszavak: kreatív osztály, tudásalapú gazdaság, kistérségek, területi elemzés

1. Bevezetés

A globális versenyben *nem a tárgyi javak*, hanem egyre inkább a tudás vagy a kapcsolati tőke váltak kulcsfontosságú tényezővé, a gazdasági fejlődés legfontosabb mozgatórugóivá (Enyedi 2000). A regionális tudományban a tudást, mint a *regionális fejlődés meghatározó tényezőjét* azonosítják (Lengyel 2003; Rechnitzer – Smahó 2005; Varga 2005). A regionális növekedést, fejlődést meghatározó tényezők változását figyelembe véve Magyarországon is azt tapasztalhatjuk, hogy a rendszerváltást követő években azok a térségek emelkedtek ki, ahol a humán tényezők koncentráltan jelen vannak. Manapság a *humán tőke* minősége – több elismert tudományos irányzat szerint innovativitása, kreativitása – *és* a *gazdasági fejlődés szoros kapcsolatban áll egymással*, továbbá egy térség sikerességét többek között az határozza meg, hogy a rendelkezésre álló kreatív munkaerő mennyire képes innovatív gazdasági teljesítményre (Lengyel – Rechnitzer 2004; Varga 2009). A képzett munkaerőn kívül ter-

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezetők: Lengyel Imre, Kovács Péter.
A tanulmány megjelent 2010-ben: *Tér és Társadalom*, 4, 27-45. o.

mészetesen számos tényezőnek szerepe van egy térség gazdasági teljesítményében, de napjainkban a tudás, az emberi kreativitás és az információk feldolgozásának képessége a fejlődés egyik legfontosabb mozgatórugójává vált. Mindezekből következik, hogy tudásalapú gazdaságfejlesztési stratégiát azon térségekben lehet sikeresen alkalmazni, ahol rendelkezésre áll a megfelelő minőségű humán erőforrás (Lengyel 2007).

A regionális fejlődést a munkaerő minőségére visszavezető irányzatok közül kiemelkedik az amerikai közgazdász-geográfus Richard Florida által kidolgozott elmélet. Florida nem csak a kreatív osztály fogalmát vezette be, hanem az Amerikai Egyesült Államok nagyvárosi régióira a kreatív osztály vizsgálatára alkalmas módszert is kidolgozta (Florida 2000a).

2. A tudásalapú gazdaság és a kreatív osztály

A tudásalapú gazdaság legszélesebb körben elfogadott definícióiból kiderül, hogy a tudásalapú gazdaság egy igen komplex fogalom, széles körű tulajdonságokkal bír, amely számos aspektusból megközelíthető (OECD 1996, 7. o.; OECD 2005, 28. o.; ESRC 2005; Kok 2003; DTI Competitiveness White Paper 1998; Leadbeater 1999; Huggins–Izushi 2008; Leydesdorff 2006; WBI 2007; Lengyel B. – Leydesdorff, L. 2008). A definíciók között egyetlen egy közös metszet található, ami a tudás teremtésének kiemelkedő szerepét hangsúlyozza. Ebből is levonható az a következtetés, hogy a tudásalapú gazdaság indikátorokkal való leképezése nem történhet meg néhány kiragadott mutatóval, hanem komplex, többváltozós elemzést kell alkalmazni.

A globális gazdaság tudáshoz kötődő magyarázatai továbbá alapvetően kétféle logika szerint csoportosíthatóak:

1. A „tudásalapú gazdaság", mint hívószó, mint program inkább *gazdaságpolitikai jellegű* fogalom. A gazdaságpolitikai közgondolkodás alapvetően a K+F képességben látja a tudásalapú gazdaságban való érvényesülés zálogát (Bajmócy 2008; Lengyel B. 2008).
2. A tudásalapú gazdaság másik magyarázata a *humántőke* oldalhoz kapcsolódik, a tudás létrehozásában és terjesztésében játszik kiemelt szerepet (Varga 2009).

A tanulmány tárgyát ez utóbbi, *vagyis a tudásalapú gazdaság humántőke oldalának speciális szegmense, a kreatív osztály elhelyezkedésének vizsgálata képezi*, és nem foglalkozik a tudásalapú gazdaság gazdaságpolitikai oldalával. Rechnitzer János és Smahó Melinda (2005, 14. o.) kiemeli, hogy „*a hazai területi kutatások eddig elhanyagolták a tudásnak, mint a regionális fejlődés új elemének vizsgálatát*", így – bár ezen a területen az utóbbi időben jelentős előrelépések történtek – kutatásommal ebbe az irányba kívánok elmozdulni. Természetesen a globális gazdaság tudáshoz kötődő magyarázatainak kétféle logika szerint csoportosítása nem választható el egymástól, hiszen a humán tőke minősége, alapvetően befolyásolja,

hogy az adott térségben lehetséges-e tudásalapú gazdaságfejlesztési stratégiát alkalmazni. A tanulmány elemző részében erre majd még röviden visszatérek.

A tudásalapú gazdaság mibenlétének vizsgálatakor alapvető kérdés, hogy *mi mozgatja a tudásalapú gazdaságot*? A kérdésre adott egyik elfogadott válasz szerint, amely a tudásalapú gazdaság humántőke szegmense felől közelíthető, az egyes térségek fejlődési lehetőségeit nagyban meghatározza a térségben fellelhető humán erőforrás mennyisége és minősége (Rechnitzer – Csizmadia - Grosz 2004). Florida (2002a) szerint a XXI. században már *nem egyszerűen tudásalapú gazdaság,* hanem inkább *kreatív gazdaság jött létre,* amit *a humán erőforrás egy speciális részhalmaza, a kreatív osztály mozgat*.

3. Richard Florida alapmodellje

Florida a gazdasági fejlődést az ún. *3T modell*el, azaz a *Technológiával*, a *Tehetséggel* és a *Toleranciával* magyarázza. Ennek lényege, hogy a technológia, mint a gazdasági növekedés egyik – általánosan elfogadott – kulcsa mellett a tehetséget, és a toleranciát is a kreatív gazdaság növekedésének előmozdítójaként veszi számba. Florida szerint e három tényező a gazdasági fejlődés három szükséges, de önmagában nem elégséges feltétele. Florida azt állítja, ha egy régióban megvan ez a három tényező, és együtt is képesek jól működni, akkor a régió képes lehet fejlődést produkálni, ellenkező esetben azonban lemarad (Florida 2002a):

1. *Technológia, az első T*: A 3T első eleméről, a technológiáról a neoklasszikus Robert Solow Nobel-díjjal kitüntetett munkájában kimondta, hogy a gazdasági fejlődés fellendítése inkább függ a technológiai haladás mértékének növekedésétől, mint az addig vizsgált tőkefelhalmozástól vagy piacbővüléstől (Lengyel – Rechnitzer 2004). Technológia alatt Florida az adott terület gazdasági- technológiai fejlettségét érti, ami a *high-tech iparágak meglété*t jelenti. Szerinte szükséges, de nem elégséges feltétele a high-tech iparágak jelenléte egy térségben, hogy a térség kreatív központtá válhasson és újabb kreatív embereket, valamint vállalatokat tudjon odavonzani, amelyek dinamikus gazdasági növekedést és magasabb foglalkoztatottságot tudnak generálni.
2. *Tehetség, a második T*: A tehetség, mint második változó a szintén Nobel-díjas Robert Lucas humán tőke szerepét kihangsúlyozó téziseire vezethető vissza. Ezen kulcstényező a *rendelkezésre álló humán erőforrás minőségét jelenti*. A jól képzett emberek képesek új tudást létrehozni. A már meglévő és új tudásukat hatékonyan, kreatívan képesek alkalmazni, ezáltal értékeket előállítani. A kreatív munkavégzéshez nem feltétlenül szükséges felsőfokú végzettség, de azért a legtöbb kreatív munkavégző valamilyen felsőfokú diplomával rendelkezik. A kreatív osztály tagjai általában tudás-intenzív iparágakban dolgoznak, nagymértékű kreatív tőkével rendelkeznek, amelyet

felhasználnak a munkájuk során éppúgy, mint az élet egyéb területein is. A kreatív osztály előállításában fontos szerepe van az egyetemeknek, mint katalizátoroknak.

3. *Tolerancia, a harmadik T*: A Florida-féle 3T modell harmadik, újszerű tényezője a *modell talán legfontosabb, döntő változója.* Maga a tolerancia is többféle módon közelíthető meg, és ez az a tényező, mely a kreatív osztály életformájának egyik alapköve.

Florida a toleranciát a modellt alapvetően befolyásoló tényezőjének tartja, mert a technológia és a tehetség már eddig is ismert, kulcstényezőként emlegetett változó, amelyeket egy-egy térség gazdasági fejlődésének leírásához korábban is felhasználtak. Ezekhez képest a tolerancia elemének szerepeltetése újdonság a modellben. A kreatív osztály tagjainak ugyanis közös jellemzője az individualizmusra való törekvés. Szeretnek saját maguk urai lenni, és maguk definiálni identitásukat úgy, hogy az kifejezze kreativitásukat. Nyitottak a sokféleségre, mint valami olyan dologra, amely kreatív potenciáljuk kifejtéséhez és megtermékenyüléséhez szükséges (Florida 2004). *A kreatív gazdaságban a versenyképes térségek elismerik a kreatív munkaerőt*, elfogadják, hogy nem az öltözéke, hanem a szakértelme alapján kell megítélni. „*A városok és régiók is veszítenek versenyképességükből, ha nem reflektálják az új kultúrát*" (Florida 2002a, 120. o.). Az elmélet szerint a *gazdasági fejlődés a kreatív emberek letelepedési döntéseinek a függvénye*. Ezek az emberek pedig olyan helyeket keresnek, amelyek sokszínűek, toleránsak és nyitottak az új ötletekkel szemben. Ez a felismerés teszi szükségessé az új, kreatív gazdaság növekedésének 3T modelljében a tolerancia, mint változó szerepeltetését. A tolerancia ugyanis elősegíti a tehetség érvényesülését, az pedig előmozdítja a gazdasági fejlődést. Florida ezzel azt állítja, hogy a befogadó kulturális, nyitott környezet és a gazdasági fejlődés között szoros kapcsolat mutatható ki (Florida 2005).

Florida egyik munkájában sem ad pontos leírást módszeréről, azt az olvasónak kell kihámoznia és értelmeznie. A módszer mellett az indexek illetve az azokat leképező indikátorok bemutatásában is hiányosságokat tapasztaltam. Ennek azonban előnye és hátránya is van. A nem teljesen körülhatárolt módszer előnye, hogy azt tanulmányozva, abból kiindulva, a vizsgált országra, térségre specializálva el lehet készíteni a saját 3T modellt. Hátránya mindenféleképpen az, hogy a módszer és indikátorainak pontról-pontra történő lekövetése lehetetlen.

Florida 3T modelljében *egy-egy index meghatározásához* legtöbb helyen *egy vagy két indikátort használ fel*. A saját modell majd tartalmazza azokat az indikátorokat, amik relevánsak, azonban a vizsgált térségek specifikumának megfelelően további indikátorok vizsgálatba való bevonása szükséges.

4. A modell nemzetközi adaptációi

Florida módszere és indikátorkészlete az amerikai specialitások miatt nagyon nehezen adaptálható Magyarországra, másrészt Florida által elemzett aggregációs szint túl nagy az általam elemezni kívánt kistérségi szinthez képest. A benchmark példák áttekintésétől azt várom, hogy ezen felvetésekre adott válaszaimat megkönnyítik.

A kutatás során áttekintett 10 nemzetközi adaptáció rendkívül fontos tapasztalatokkal járt a módszer magyar kistérségekre történő alkalmazhatóságát illetően. Több szerző is megállapította, hogy az európai területi szintek elemzésénél nem lehetséges a módszer egy az egyben történő adaptációja, hiszen Florida 3T modellét alkotó indexekhez tartozó *indikátorok többsége elérhetetlen a különböző országok adatbázisaiból* (Andersen – Lorenzen 2005; Lengyel – Ságvári 2008; Hackler – Mayer 2008; Houston 2008; Zimmerman 2008). Számos áttekintett tanulmány Floridánál jóval több mutatót, komplett mutatószámrendszereket használt a valós eredmények elérése érdekében (Andersen–Lorenzen 2005; Clifton 2008; Hara 2008; Mellander – Florida 2007; Lengyel – Ságvári 2008) és többváltozós statisztikai elemzéseket alkalmazott a vizsgálat során (Lengyel – Ságvári 2008; Sharp – Joslyn 2008). A másik lényeges tapasztalat, hogy az elemzésnél először érdemes a kiválasztott területi szint teljes körű vizsgálatát elvégezni, majd a levont tanulságok, következtetések után lehetőség szerint *szűkíteni az elemzésbe vont területeket és azokra egy újabb vizsgálatot elkészíteni* (Lengyel – Ságvári 2008; Andersen–Lorenzen 2005). Ez a módszer az általam kiválasztott területi szintre maradéktalanul használható az egyes hazai kistérségek igen különböző fejlettsége és tulajdonságait alapul véve.

A vizsgált nemzetközi munkák mindegyike Richard Florida alapmódszertanára és alapmodellére épült, azonban megállapíthatjuk, hogy kivétel nélkül minden tanulmányban található valami újdonság, ami Florida módszertanának alapos átgondolása után az adott ország és az elemzésül választott területi szint sajátosságainak köszönhető. Mindezek után megállapíthatjuk azt, hogy a nemzetközi munkák majdnem *azonos fogalomkészlettel, azonos elemzési módszerekkel illetve hasonló indikátorkészlettel* közelítették meg a kreatív osztály térbeli elhelyezkedésének vizsgálatát.

Richard Florida módszertanára épülő nemzetközi adaptációk tapasztalatait csak közvetetten tudom alkalmazni az elemzésem során, hiszen nemzetközi viszonylatban *városokat, régiókat, városrégiókat vagy éppen munkaerő-vonzáskörzeteket* vizsgáltak a szerzők – kivéve Lengyel és Ságvári – amik az általam vizsgálni kívánt területi szintnek nem felelnek meg. A nemzetközi tanulmányokból egyedül Andersen és Lorenzen (2005) elemzésében használt területi egységhez, a városrégiókhoz hasonló az elemzésem alapegységéül választott kistérségi szint. Természetesen a tanulmányban bemutatni kívánt, általam kialakított módszer csak egy lehetséges változata, hogyan lehet a magyarországi kistérségekre a kreatív osztály térbeli elhelyezkedését és a térségi fejlődést értelmezni, elemezni.

5. A magyar kistérségek elemzése

Az áttekintett elemzések többsége városrégió, munkaerő-vonzáskörzet, illetve kistérség szinten vizsgálódott. Az első kettő a régió fogalmak közül a *csomóponti régiónak* feleltethető meg (Lengyel – Rechnitzer 2004), amely közgazdasági értelemben igen fontos és jól értelmezhető, azonban statisztikai adatokkal nagyon nehezen leképezhető kategória, mivel a határai nem adhatóak meg pontosan.

Az elemzés alapegységének a nemzetközi gyakorlatnak megfelelően magam is munkaerő-vonzáskörzeteket vagy városrégiókat alkalmaznék. A hazai statisztikai adatgyűjtésben a munkaerő-vonzáskörzetnek leginkább a kistérség feleltethető meg (Lukovics 2007).

6. A felhasznált adatállomány

Az adatállomány kialakításánál alapvetően Richard Florida 3T modelljét leképező indikátorokhoz tartozó adatokat gyűjtöttem össze, illetve nemzetközi és hazai tanulmányokra támaszkodtam. Fontos megemlítenem, hogy a végleges, az elemzés alapjául szolgáló adatállomány kialakítása *többszöri finomítás után nyerte el végső formáját.*

Munkámat a *kistérségi szinten elérhető adatok korlátolt száma* és az alapmodellben használt, *Magyarországon nem gyűjtött adatok* hiánya is nehezítette. A 174 kistérségre vonatkozó adatok túlnyomó többsége az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszerből, (továbbiakban TeIR) származik. Emellett a szabadalmak számát a Magyar Szabadalmi Hivatal „PIPACS" iparjogvédelmi adatbázisából, a köztestületi tagok számát az MTA Köztestületi adatbázisból gyűjtöttem, míg a K+F adatokat a Központi Statisztikai Hivataltól egyéni adatkérés után kaptam meg.

Az adatbázis elkészítésénél sok szempontot figyelembe vettem, de leginkább arra törekedtem, hogy a dolgozat elemző részénél a 2008-ban elérhető legfrissebb adatokat használjam fel. Az adatbázis *2006-os kistérségi adatokból* és a *2001-es népszámlálás adataiból* épül fel. Igaz, hogy a 2001-es népszámlálási adatok a 7 évvel ezelőtti állapotot mutatják, de ezeket tudtam csak felhasználni, hiszen ez a legfrissebb olyan teljes körű adatforrás, amely rendelkezésre áll.

Az ily módon kialakított adatbázis *93 alapadatot*[2] tartalmazott, amelyekből fajlagos illetve aránymutatókat képezve állt elő az elemzés alapjául szolgáló adatbázis. A következő lépésben ezeket az adatokat a *3T modell szerint rendeztem*, így a Florida-féle Technológia dimenziót 11, a Tehetség dimenziót 26, míg a Tolerancia dimenziót 16 mutató képezte le. Összesen *53 mutatóval kezdtem meg az elemzést*. Itt

[2] Beleértve a végső T index korreláció számításához használt adatokat is.

jegyezném meg, hogy különböző dimenziókhoz tartozó mutatószámok aránytalan eloszlása nem jelenti az elemzésben a több mutatóval leképezett dimenzió felülreprezentáltságát. Az egyes dimenziókon belül ugyanis külön-külön rangsorok készülnek, és a végső T index pedig ezek súlyozatlan számtani átlagából áll elő, vagyis az, hogy az egyes dimenziók hány indikátorból álltak, a végső T index kalkulációja során indifferenssé válik.

Az elemzés nem egy az egyben Florida módszertanának és modellének adaptációja, hanem az alapmodell és külföldi alkalmazásainak tanulságai alapján egy megfelelő adatbázissal alátámasztott elemzés, ami az alapmodellhez képest módszertani újdonságokkal is szolgál. Tulajdonképpen a *fő ötletet, a gondolati vázat és a módszertani mérföldköveket veszem át* és azokat az általam vizsgált területi egység sajátosságaihoz igazítom. A módszertani újdonságok alatt egyrészt azt értem, hogy *sokkal több változót használok fel* a modell kialakításához, mint Florida és a többi szerző és az elemzést továbbá a magyar sajátosságokhoz alakítom.

7. Az elemzés módszertana

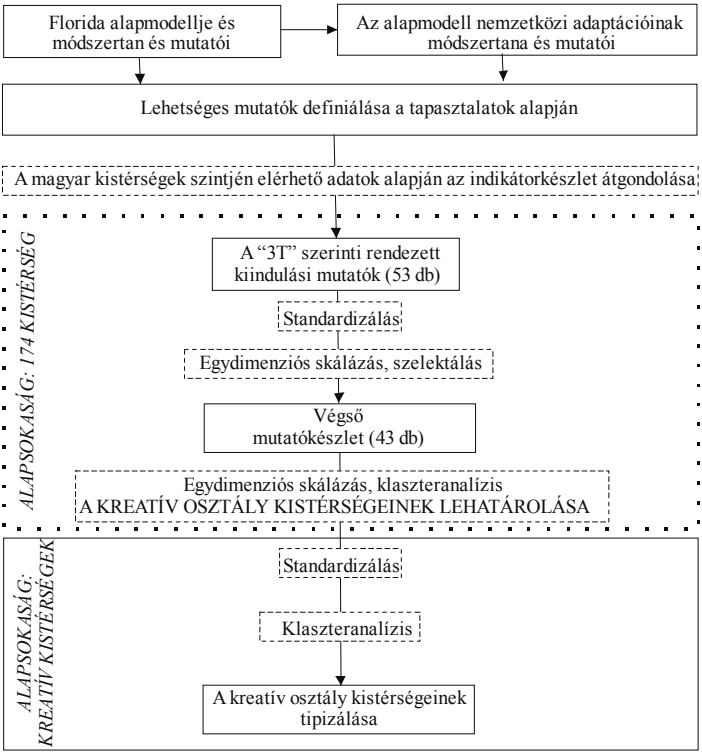
Az adatbázis 53 kiinduló mutatójának standardizálása után Florida alapján létre kívánjuk hozni minden egyes T alapján a kistérségek rangsorát, majd ezek alapján a végső rangsort. Az áttekintett elemzések alapján nyilvánvalóvá vált, hogy *a teljes térszerkezet minden egyes térsége nem tekinthető a kreatív osztály megjelenési helyének*, így többen az elemzés oly módon történő szofisztikálására vállalkoztak, hogy bizonyos kritériumok szerint *leválasztott térségekkel, mint alapsokasággal végezték tovább az elemzést*.

Azon előzetes elképzelés, miszerint az elemzés alapsokaságának számító 174 kistérséget, azok vizsgálata után leszűkítsem azokra a kistérségekre, ahol nagyobb valószínűséggel lelhető fel a kreatív osztály, Florida munkáiból is következik. Florida szerint elméletileg sincs értelme markánsan eltérő fejlettségű térségeket együtt vizsgálni, így *célszerű leválasztani és további elemzések alá vonni azon térségeket, amelyekben a kreatív osztály koncentráltabban jelen van*, mint a többi térségben (Florida 2002b). A leszűkítésre alkalmas módszer egy rangsor készítése egydimenziós skálázás segítségével, amely eredményeként a rangsor elején a legjobban, a rangsor végén pedig a gyengébben teljesítő kistérségek állnak. A kreatív osztály legfőbb előfordulási térségei az egydimenziós skálázás alapján azonban csak igen szubjektív módon választható ki. Annak érdekében, hogy a leválasztást minél objektívebb módon végezzük el, klaszteranalízist alkalmazok.

Ezt követően reményeim szerint *a 174 kistérségből kiválasztható azon kistérségek köre, amelyekben a kreatív osztály már nagy valószínűséggel előfordul*, így az elemzés további részében ezen *n* darab kistérséget fogom alapsokaságnak tekinteni. A kreatív osztály előfordulási helyeként definiált *n* darab kistérséget az elemzés so-

rán felhasznált 53 mutató alapján tovább differenciálom klaszteranalízis segítségével (*1. ábra*). Végül korrelációszámítás segítségével finomítom a kapott eredményeket.

1. ábra Az elemzés módszertanának logikai szerkezete



Forrás: saját szerkesztés

8. Végső mutatókészlet

Először egydimenziós skálázást futtattam le minden T dimenzióra, amelynek eredményeként minden egyes kistérség a Technológia, Tehetség és Tolerancia dimenzió mentén egy-egy koordinátát kapott, amelyek alapján rangsorolni lehetett a kistérségeket. Ezen vizsgálat során a Technológia és a Tehetség dimenziót leképező mutatóknál minden változó benne maradt megfelelő S-stress értékkel, azonban a Tolerancia dimenziónál szelektálást kellett végezni a mutatók között. Elemzéseimhez az SPSS 13.0 verzióját használtam.

1. táblázat A végső mutatókészlet

	Mutató megnevezése
TECHNOLÓGIA	1. A 10000 lakosra jutó szabadalmak száma a kistérségben 2000-2006 közötti időszakban (db)
	2. K+F helyek száma 10000 lakosra, 2006 (db)
	3. K+F helyek beruházásai 1000 lakosra, 2006 (eFt)
	4. K+F helyek költségei 1000 lakosra, 2006 (eFt)
	5. K+F helyek ráfordításai 1000 lakosra, 2006 (eFt)
	6. K+F helyek tényleges összlétszáma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	7. K+F helyek tudományos kutatóinak tényleges létszámadata 1000 lakosra, 2006 (fő)
	8. 10000 lakosra jutó MTA köztestületi tagok száma, 2006 (fő)
	9. Számítógépek száma a közoktatási intézményekben 1000 lakosra, 2006 (db)
	10. Internettel ellátott feladatellátási helyek száma a közoktatási intézményekben 10000 lakosra, 2006 (db)
	11. ISDN vonalak száma 1000 lakosra, 2006 (db)
TEHETSÉG	12. Rendszeres művelődési foglalkozások száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	13. Rendszeres művelődési formákban résztvevők száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	14. Felsőoktatásban résztvevő hallgatók száma minden tagozaton az intézmény székhelye szerint 1000 lakosra, 2006 (fő)
	15. Felsőoktatási intézményekben dolgozó oktatók száma az intézmény székhelye szerint 10000 lakosra, 2006 (fő)
	16. Állandó színházak látogatóinak száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	17. Regisztrált vállalkozások száma az egészségügyi, szociális ellátás nemzetgazdasági ágban 10000 lakosra, 2006 (db)
	18. Regisztrált vállalkozások száma az oktatás nemzetgazdasági ágban 10000 lakosra, 2006 (db)
	19. Regisztrált vállalkozások száma a pénzügyi közvetítés nemzetgazdasági ágban 10000 lakosra, 2006 (db)
	20. A munkahelyi, felsőoktatási és egyéb könyvtárak beiratkozott olvasóinak száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	21. Kulturális rendezvények száma 1000 lakosra, 2006 (db)
	22. Kulturális rendezvényeken részt vevők száma 1 lakosra, 2006 (fő)
	23. Múzeumi látogatók száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	24. Egyéb szellemi foglalkozásúak 1000 lakosra jutó száma, 2001 (fő)
	25. Szolgáltatási szektorban dolgozók száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	26. Szolgáltatási jellegű ágazatokban dolgozók száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	27. Vezető, értelmiségi foglalkozásúak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	28. Egyetemi, főiskolai végzettségűek száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	29. A pénzügyi tevékenységben foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	30. Az egészségügyi, szociális ellátásban foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	31. Az ingatlanügyek, gazdasági szolgáltatásban foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	32. Az oktatásban foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	33. A szolgáltatási foglalkozású foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	34. A vezető, értelmiségi foglalkozású foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	35. Az egyéb szellemi foglalkozású foglalkoztatottak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	36. Az 1 lakosra jutó szellemi alkotások jövedelme, 2006 (eFt)
	37. Szakorvosok száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
TOLERANCIA	38. Odavándorlások száma 1000 lakosra, 2006 (fő)
	39. Az eltartott férfiak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	40. A 15 éves és idősebb népességből a nőtlenek, hajadonok száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	41. A 15 éves és idősebb népességből az elváltak száma 1000 lakosra, 2001 (fő)
	42. 1000 lakosra jutó kisebbségiek száma, 2001 (fő)
	43. Élettársi kapcsolaton alapuló családok száma 1000 lakosra, 2001 (db)

Forrás: saját szerkesztés

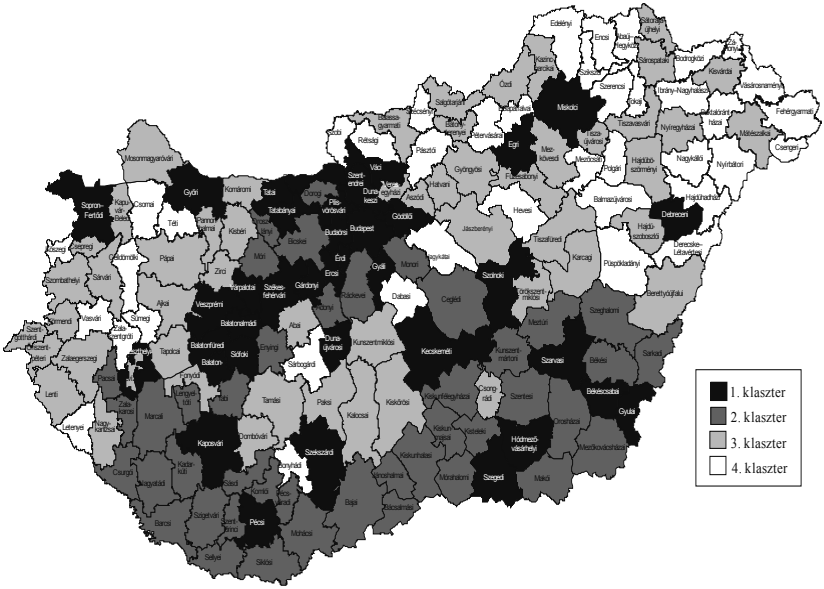
Ezen mutatók matematikai-statisztikai módszerekkel történő *szelektálása* után a *végső adatbázis 11 technológiát leképező, 25 tehetséget leképező, és 6 toleranciát leképező, vagyis összesen 43 mutatóból áll* (*1. táblázat*). A 3 dimenzió együttese alapján kialakított végső rangszám a három egydimenziós skálázás rangszámainak átlagolásával állt elő.

9. A kreatív kistérségek lehatárolása

Az egydimenziós skálázás segítségével, amint erre már kitértünk nem tudjuk egyértelműen meghatározni a kreatív osztály legvalószínűbb előfordulási helyének tekintett kistérségeket. Nem lehet ugyanis önkényesen meghúzni a rangsor valamelyik kistérsége után a határvonalat. Annak érdekében, hogy el tudjuk határolni egymástól a kreatív és a gyengébben prosperáló kistérségeket, klaszteranalízist érdemes alkalmazni.

Az elemzésnél a *hierarchikus klaszterezést* választottam, mert nem volt semmiféle előzetes iránymutatás a létrehozandó klaszterek számára vonatkozóan. A hierarchikus klaszterezési eljárás felépítési táblázata alapján négy klasztert sikerült azonosítani (*2. ábra*).

2. ábra A 174 kistérség tipizálása



Forrás: saját szerkesztés

Az első klaszterbe azok a kistérségek kerültek, amelyek mind a technológia, mind a tehetség, mind a tolerancia szempontjából a legkiemelkedőbbek. A második, a harmadik, és a negyedik klaszter olyan kistérségekből épül fel, amelyek legalább az egyik T dimenzió szerint az átlagnál alacsonyabb értéket vesznek fel, így ezen kistérségeket – mint nem kreatív kistérségeket – az elemzés további részéből elhagyjuk. A továbbiakban tehát kizárólag azon kistérségeket elemzem tovább, amelyek az első klasztert alkotják.

10. A kreatív kistérségek tipizálása

Az *új, vizsgálandó alapsokaság az 1. klaszterbe tartozó 38 kistérség*. Az új alapsokaság elemzésére felhasznált mutatók köre megegyezik a 174 kistérség elemzésére használt mutatókéval, így a 38 kistérséget 43 mutató segítségével vizsgálom.

A 38 kistérséghez tartozó mutatók újbóli standardizálása után klaszteranalízis segítségével további csoportokat hozok létre, amelyek elemzéséből remélhetően tovább tudunk differenciálni, illetve pontosítani tudjuk a kreatív osztály elhelyezkedését Magyarországon. Mivel a létrehozandó klaszterek száma – a 174 kistérségre lefolytatott elemzéshez hasonlóan – ezúttal sem volt előre meghatározható, így ismét *hierarchikus klaszterezési eljárást* futtattam. A klaszterek összevonási táblázatából kiolvasható, hogy ezúttal is 4 klaszter lehatárolása indokolt. Az 1. klaszter 5 kistérséget, a 2. klaszter 5 kistérséget, a 3. klaszter 23 kistérséget, míg a 4. klaszter 5 kistérséget foglal magába (*2. táblázat*).

2. táblázat A kreatív kistérségek típusai

Szuper kreatív térség	Budapest, Debreceni, Pécsi, Szegedi, Veszprémi
„Spill-over" vezérelt térség	Budaörsi, Dunakeszi, Érdi, Pilisvörösvári, Szentendrei
Potenciálisan kreatív térség	Békéscsabai, Dunaújvárosi, Egri, Ercsi, Esztergomi, Gárdonyi, Gödöllői, Gyáli, Győri, Gyulai, Hódmezővásárhelyi, Kaposvári, Kecskeméti, Miskolci, Sopron-Fertődi, Szarvasi, Székesfehérvári, Szekszárdi, Szolnoki, Tatabányai, Tatai, Váci, Várpalotai
Mérsékelten kreatív térség	Balatonalmádi Balatonföldvári Balatonfüredi Keszthelyi Siófoki

Forrás: saját szerkesztés

Nagy hangsúlyt fektettem arra, hogy az egyes klaszterek legfőbb tulajdonságait megtaláljam, ezért a klaszteranalízis outputjában levő táblázatok minden egyes klaszterhez tartozó értékeinek alapos, egyenkénti vizsgálata után megkísérlem *elnevezni* a négy klasztert úgy, hogy az elnevezés *tükrözze az egyes klaszterbe tartozó kistérségek viszonyát a 3T dimenzióhoz* (*3. táblázat*).

3. táblázat A változók klaszterenként felvett értékeinek átlagos nagysága a 3T szerint rendezve

Klaszter	**Technológia (T1)**	**Tehetség (T2)**	**Tolerancia (T3)**
Szuper kreatív térség	magas	magas	magas
„Spill-over" vezérelt térség	relatíve alacsony	relatíve magas	relatíve magas
Potenciálisan kreatív térség	relatíve magas	közepes	közepes
Mérsékelten kreatív térség	közepes	relatíve alacsony	relatíve alacsony

Forrás: saját szerkesztés

A klaszteranalízis lefuttatása után kiemelten fontos a kapott eredmények értelmezéséhez, hogy *meghatározzuk az egyes klaszterek legfontosabb tulajdonságait* aszerint, hogy az egyes kistérségek klaszterekbe rendezése mely ismérvek alapján történt. Technikailag mindez úgy valósítható meg, hogy az SPSS egyik outputjában listázza minden egyes változónak az adott klaszterben felvett átlagos értékét. Ezen értékek elemzése után egyértelműen meghatározható, hogy az egyes klaszterekbe milyen tulajdonságokkal rendelkező kistérségek kerültek, így kialakíthatóvá vált a kreatív magyar kistérségek négy alaptípusa (*3. táblázat*):

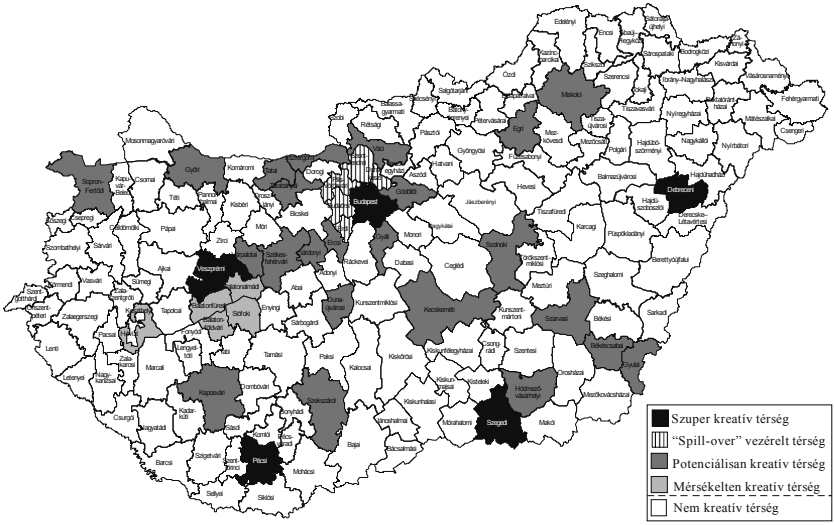
1. *Szuper kreatív térség*[3]: az 5 kistérség, ahol mindhárom T dimenzió szerinti változók a legmagasabb értéket veszik fel. A Budapesti, Debreceni, Pécsi, Szegedi és Veszprémi kistérség a Technológia, a Tehetség és a Tolerancia szempontjából kiemelkednek. Ezen kistérségek állnak az egydimenziós skálázás eredményeként megkapott végső rangsor előkelő első 5 helyén is. Mindhárom T változói átlagosan magasabb értéket mutatnak ebben a klaszterben, mint a többi háromban.
2. *„Spill-over" vezérelt térség:* a 3T szerint csoportosított változók közül azok mutatnak relatíve magas értéket, amelyek a Tolerancia és a Tehetség körébe tartoznak, míg a Technológia változói relatíve alacsony értékkel bírnak. Ebbe a klaszterbe Budapest agglomerációs gyűrűjébe tartozó kistérségek tartoznak, amelyek Északról, Észak-Nyugatról, Nyugatról és Dél-Nyugatról határolják. Napjaink társadalmi-gazdasági folyamatait vizsgálva, azt találjuk, hogy a Budapesten jelentkező urbanizációs hátrányokra adott válaszként egyrészt a Budapesten koncentrálódó gazdasági és politikai elit egyre inkább az agglomerációba költözik ki, onnan jár be Budapestre dolgozni, másrészt pedig a vállala-

[3] A szuper kreatív szóösszetétel Florida munkáiból következik. Továbbá itt jegyzem meg, hogy ebbe a klaszterbe tartozó kistérségek csoportját fejlett országokkal való összehasonlításnál nem lehetne szuper kreatív térségnek nevezni.

tok egyre nagyobb része választ telephelyet Budapest helyett az ahhoz nagyon közel levő, de jóval élhetőbb agglomerációban levő településeken. Ezen klaszter kistérségeinek kreativitása nagyban tulajdonítható a Budapesten képződő tudás túlcsordulásának (spill-over).

3. *Potenciálisan kreatív térség:* ezen kistérségeknek a Technológia dimenzióhoz tartozó változói relatíve magas értéket képviselnek, továbbá a Tehetség változói közepesen magas, illetve a Tolerancia dimenzió szerint is a változók közepesen magas értéket mutatnak. A Technológia változóinak magas értéke annak köszönhető, hogy ebbe a klaszterbe tartozó kistérségek 90%-ában jelen van valamilyen felsőoktatási intézmény székhelye vagy kihelyezett tagozata. Ha az egydimenziós skálázás végső rangsorát nézzük, akkor a Potenciális kreatív klaszterbe tartozó kistérségek a rangszámaik alapján a rangsor első harmadába taroznak.
4. *Mérsékelten kreatív térség:* olyan kistérségeket reprezentál, amelyek a 3T dimenzió szerint csoportosított változók közül közepes értéket ért el a Technológia dimenzióban, míg a Tolerancia és a Tehetség dimenziókhoz tartozó változók relatíve alacsony értéket mutatnak. A Mérsékelten kreatív térség klaszterébe csupán 5 kistérség tartozik, azonban ezek földrajzilag közel helyezkednek el egymáshoz a Balaton közelében.

3. ábra A kreatív térségek tipizálása



Forrás: saját szerkesztés

11. Az elemzés néhány további következtetése

A kapott eredmények alapján néhány további statisztikai vizsgálatot végeztem el, amelyeket a következő két vezérfonal mentén lehet elkülöníteni:

1. A *kreatív osztály* és a *jövedelemképződés közötti kapcsolat vizsgálatával* az a cél, hogy megvizsgáljuk, vajon a kreatív osztály, illetve a kreatív osztály számára fontos feltételek esetleges fejlesztése várhatóan együtt jár-e az adott térségek jövedelmi szintjének várható növekedésével, ceteris paribus.
2. A *kreatív osztály* és az *urbanizáltság kapcsolatának vizsgálatával* az a célom, hogy megvizsgáljam, vajon a tudásalapú (vagy Florida szerint kreatív) gazdaság motorjaként definiált kreatív osztály fellelhető-e egyáltalán a rurális térségekben. Másképpen fogalmazva: rurális térségekben érdemes-e ezen vizsgálati szempont szerint a kreatív osztály, illetve a kreatív osztály számára fontos feltételek fejlesztésére stratégiákat kidolgozni.

Fontos kérdés, hogy a kreatív osztály milyen kapcsolatban van a jövedelemképződéssel. A GDP helyett, mivel kistérségre nem áll rendelkezésre, sokan alkalmazzák *kistérségi szintű jövedelem mérésére az egy főre jutó bruttó hozzáadott érték (GVA) mutatót***.** Ez azonban *félrevezető lehet*, hiszen a TeIR-ben elérhető bruttó hozzáadott érték néven szereplő mutató a társaságiadó-statisztikából nyerhető székhely szerinti adat, vagyis kizárólag azon adóalanyok bruttó hozzáadott értékét jelenti, amelyek az adott évben társasági adóbevallást készítettek. Ez pedig nem azonos a teljes bruttó hozzáadott értékkel. Mindebből az következik, hogy ezen mutató alkalmazását elvetettem, helyette a könnyen elérhető és jól definiált *egy főre jutó személyi jövedelemadó alapját képező jövedelem mutatóval fejeztem ki a kistérségi jövedelmet.*

A vizsgált két mennyiség között pozitív irányú erős kapcsolat mutatkozik (r=0,76) ami azt jelenti, hogy a *kreatív osztály Magyarországon* is kimutathatóan a *jövedelemtermelésben élen járó térségekben koncentrálódik*. Ebből az következik, hogy a kreatív osztály bővülése, illetve a számukra fontos feltételek esetleges fejlesztése várhatóan együtt jár az adott térségek jövedelmi szintjének növekedésével.

Ezen megállapítást tovább lehet finomítani akkor, ha azt is meg tudjuk mondani, hogy a 3T közül mely tényező egységnyi változása eredményezi a legnagyobb mértékű változást a térségi jövedelemben. Erre a kérdésre *többváltozós regressziószámítás* elvégzésével lehet választ kapni. Ebben a modellben eredményváltozó az egy lakosra jutó személyi jövedelemadó alapját képező jövedelem, a három magyarázó változó pedig a technológia, a tehetség, és a tolerancia dimenzió.
A kapott regressziós egyenlet:

$$\hat{y}_i = 350256{,}8 + 184{,}04T_1 + 2131{,}06T_2 + 66{,}13T_3$$

ahol:
T_1: technológia dimenzió koordinátái az egydimenziós skálázás alapján

T_2: tehetség dimenzió koordinátái az egydimenziós skálázás alapján
T_3: tolerancia dimenzió koordinátái az egydimenziós skálázás alapján

A paraméterek értelmezéséből látható, hogy a *jövedelem a tehetség mutatóinak változására a legérzékenyebb* és a tolerancia mutatók változására a legkevésbé érzékeny. Ez azt jelentheti, hogy ezen modell szerint egy térségben a tehetség dimenzióhoz tartozó mutatók befolyásolásával az adott térség jövedelmi szintje várhatóan megnő.

A kreatív osztály és az urbanizáltság kapcsolatának számszerűsítéséhez Lukovics Miklós módszertanát alkalmaztam, amely négy mutató alapján hoz létre *urbánus-rurális index*et (Lukovics 2008):

1. A kistérségközpont lakosságának száma a vizsgált év végén érje el az 50 000 főt.
2. A 120 feletti népsűrűségű településeken lakók aránya a vizsgált kistérségben legyen legalább 75%.
3. A térségközpont lakosságának aránya a kistérség lakosságában ne legyen kisebb, mint 75%.
4. A kistérségben felsőoktatási intézmény működik.

Ezen módszer alkalmazásának eredményeként megállapítható, hogy az urbanizáltság és a 174 kistérségre kiszámított végső rangszámok között erős a korrelációs kapcsolat (r=0,75), ami azt jelenti, hogy a kreatív osztály Magyarországon is az *urbánus térségekben koncentrálódik*. Ebből következik, hogy a modell szerint a rurális térségekben nem lehet reálisan tudásalapú gazdaságfejlesztést végezni, mert ezen térségek nem rendelkeznek megfelelő feltételekkel. Továbbá azt a következtetést is levonhatjuk, hogy a rurális térségekben a kreatív osztály számára fontos feltételek esetleges fejlesztése várhatóan nem jár együtt az adott térségek jövedelmi szintjének várható növekedésével.

12. Összegzés

A tanulmány arra az alapkérdésre kereste a választ, hogyan lehet a magyarországi kistérségeket a kreatív osztály elhelyezkedése szerint csoportosítani. Olyan további kérdéseket boncolgatott, hogy a kreatív osztály elhelyezkedése milyen kapcsolatban van a jövedelemképződéssel, illetve, a kreatív osztály valóban az urbánus térségekben koncentrálódik-e.

A vizsgálat alapján az első megállapítás, hogy a *kreatív osztály nem térképezhető fel egy-két kiragadott mutatóval, az elemzéshez komplex mutatószámrendszert kell alkalmazni.* A tudásalapú gazdaság fogalma annyira bonyolult és komplex, hogy az ezen alapuló, ebből kiinduló elemzések mutatókészleteinek is komplexnek kell lenni, annak érdekében, hogy az elemzésből levonható eredmények korrektek lehessenek.

A nemzetközi tanulmányok és saját vizsgálatom alapján megállapítható, hogy a 174 kistérségben nincs meg mindenhol a kreatív osztály „kritikus tömege", emiatt, szükséges az úgynevezett kreatív kistérségek elkülönített vizsgálata, tipizálása. A technológia, a tehetség, a tolerancia változóinak egydimenziós skálázással történő vizsgálata és a klaszteranalízis elvégzése után létrejött négy csoport alapján egyértelműen leválaszthatóvá váltak azon kistérségek, amelyeket kreatív kistérségként definiálhatunk. Ezen leválasztott, 38 kreatív kistérség mind a három dimenzióban a legkiemelkedőbbek.

Az elemzés eredményeként *a 38 kreatív kistérség* a technológia, a tehetség és a tolerancia klaszterenként felvett értékeinek átlagos nagysága szerint, illetve ezen tulajdonságok értékelése után négy csoportot alkotnak, Szuper kreatív térség, „Spillover" vezérelt térség, Potenciálisan kreatív térség és Mérsékelten kreatív térség elnevezést kapták. A megyei jogú várost is magában foglaló kistérségek öt kivételével (a Nagykanizsai, a Nyíregyházai, a Salgótarjáni, a Szombathelyi és a Zalaegerszegi) kreatív kistérségek. Ezen öt kistérséget a technológia, tehetség és tolerancia dimenziók együttese alapján a nem kreatív térségek közé lehet sorolni.

Továbbá megállapíthatjuk, hogy *a kreatív osztály jelenléte jelentős hatást gyakorol a térség jövedelemtermelésére.* A korrelációszámítás a két vizsgált változó között pozitív irányú és szoros kapcsolatot mutatott ki, vagyis a kreatív osztály Magyarországon is a jövedelemtermelésben élen járó térségekben koncentrálódik. Továbbá ebből az következik, hogy a kreatív osztály bővülése, és a számukra fontos feltételek esetleges fejlesztése várhatóan együtt jár az adott térségek jövedelmi szintjének növekedésével. A regressziószámítás elvégzésével lehet választ kapni arra, hogy mely tényező egységnyi változása eredményezi a legnagyobb mértékű változást a térségi jövedelemben. Az elemzés paramétereinek vizsgálata után megállapítható, hogy a Tehetség dimenzióhoz tartozó mutatókat befolyásoló tényezők fejlesztésével lehetne az adott térség jövedelmi szintjét leginkább növelni.

Annak vizsgálata, hogy a kreatív osztály valóban az urbánus térségekben koncentrálódik-e, korrelációszámítással, valamint az urbánus-rurális index kiszámításával történt. Az urbanizáltság és a 174 kistérségre kiszámított végső rangszámok közötti erős korrelációs kapcsolat (r=0,75) azt jelenti, hogy a kreatív osztály Magyarországon is az urbánus térségekben koncentrálódik, vagyis *a kritikus tömeg megléte szükséges, de nem elégséges feltétele a kreatív osztály jelenlétének.* A kreatív osztály elhelyezkedése, és a térség jövedelemtermelésére gyakorolt hatásának együttes eredményeként megállapítható, hogy a rurális térségekben a kreatív osztály számára fontos feltételek esetleges fejlesztése várhatóan nem jár együtt az adott térségek jövedelmi szintjének várható növekedésével.

Felhasznált irodalom

2007. évi CVII. törvény a települési önkormányzatok többcélú kistérségi társulásáról szóló 2004. évi CVII. törvény módosításáról.

Andersen, K. V. – Lorenzen, M. 2005: *The geography of the Danish Creative Class. A Mapping and Analysis*. Copenhagen Business School, Frederiksberg.

Bajmócy Z. 2008: A regionális innovációs képesség értelmezése és számbavétele a tanulás-alapú gazdaságban. In Lengyel I. – Lukovics M. szerk.) *Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében*. JATEPress, Szeged, 26-46. o.

Clifton, N. 2008: The „creative class" in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler Series B: Human Geography*, 1, 63-82. o.

DTI 1998: *Competitiveness White Paper*. Department of Trade and Industry, London.

Enyedi Gy. 2000: Globalizáció és magyar területi fejlődés. *Tér és Társadalom*, 1. 1-10. o.

ESRC 2005: *ESRC Strategic Plan 2005-2010*, Swindon.

Florida, R. 2002a: *The rise of the creative class*. Basic Books, New York.

Florida, R. 2002b: The economic geography of talent. *Annals of the Association of American Geographers,* 92, 743–755. o.

Florida, R. 2004: *Cities and the creative class*. Routledge, New York.

Florida, R. 2005: *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. HarperCollins, New York.

Hackler, D. – Mayer, H. 2008: Diversity, entrepreneurship, and the urban environment**.** *Journal of Urban Affairs*, 3, 273-307. o.

Hara, I. 2008: *A Study of Regional Creative Development and Policy*. Paper presented at the "Culture, Cohesion and Competitiveness: Regional Perspectives" 48th Congress of the European Regional Science Association, Liverpool.

Houston, D. 2008: Will attracting the „creative class" boost economic growth in old industrial regions? A case study of Scotland. *Human Geography*, 2, 133-149. o.

Huggins, R. – Izushi, H. 2008: Benchmarking the knowledge competitiveness of the globe's high-performing regions. A review of the World Knowledge Competitiveness Index. *International Business Journal,*1-2, 70-86. o.

Kok, W. 2003: *Enlarging the European Union. Achievements and Challenges.* Report of Wim Kok to the European Commission, European University Institute Robert Schuman Centre for Advanced Studies, Florence.

KSH 2007: *Területi Statisztikai Évkönyv 2006*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

Leadbeater, C. 1999: *New measures for the New Economy Report*. Demos, London.

Lengyel B. 2008: Tudásteremtés és ko-evolúció: az egyetem–gazdaság–kormányzat kapcsolatok globális és lokális vetületei. In Lengyel I. – Lukovics M. (szerk.): *Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében*. JATEPress, Szeged, 47-61. o.

Lengyel B. – Ságvári B. 2008: A kreatív munkaerő feltérképezése Magyarországon. A „Tehetség, Technológia, Tolerancia, a kreatív gazdaság lehetőségei Magyarországon" *Kézirat.* Demos, Budapest.

Lengyel I. 2003: *Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon.* JATEPress, Szeged.

Lengyel I. – Rechnitzer J. 2004: *Regionális gazdaságtan*. Dialóg Campus, Budapest-Pécs.

Lengyel I. 2007: Fejlesztési pólusok, mint a tudásalapú gazdaság kapuvárosai, *Magyar Tudomány*, 6, 749-758. o.

Leydesdorff, L. 2006: *The Knowledge-Based Economy: Modeled, Measured, Simulated*. Universal Publishers, Boca Rota, Florida.

Lukovics M. 2007: A lokális térségek versenyképességének elemzése. *Doktori értekezés,* Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged.

Lukovics M. 2008: *Térségek versenyképességének mérése*. JATEPress, Szeged.

Mellander, C. – Florida, R. 2007: *The Creative Class or Human Capital? Explaining regional development in Sweden*. CESIS, Stockholm.

OECD 1996: *The Knowledge-Based Economy. Science, Technology and Industry* Outlook 1996. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.

OECD 2005: *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data.* Third edition. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.

Rechnitzer J. – Csizmadia Z. – Grosz A. 2004: A magyar városhálózat tudásalapú megújítóképessége az ezredfordulón. *Tér és Társadalom*, 2, 117-156. o.

Rechnitzer J. – Smahó M. 2005: *A humán erőforrások sajátosságai az átmenetben*. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest.

Sharp, E. – Joslyn, M. 2008: Culture, Segregation, and Tolerance in Urban America. *Social Science Quarterly*, 3, 573-591. o.

TeIR 2008: Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer. VÁTI, Budapest.

Varga A. 2005: *Agglomeráció, technológiai haladás és gazdasági növekedés: A K+F térszerkezet makrogazdasági hatásainak vizsgálata*. MTA Doktori Értekezés, Pécs.

Varga A. 2009: *Térszerkezet és gazdasági növekedés*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

WBI 2007: *Building knowledge economies: advanced strategies for development*. World Bank, Washington, D.C.

Zimmerman, J. 2008: From brew town to cool town: Neoliberalism and the creative city development strategy in Milwaukee. *Cities*, 4, 230-242. o.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 240-256. o.

Fogyasztás és fenntarthatóság - az ökológiai lábnyomot befolyásoló tényezők vizsgálata a Szegedi Tudományegyetem hallgatóinak körében[1]

Imreh-Tóth Mónika

Dolgozatomban kísérletet teszek a fogyasztás és fenntarthatóság kapcsolatának vizsgálatára. Ehhez szükséges először is a fogalmak tisztázása, illetve a releváns szakirodalom mélyebb vizsgálata. Napjainkban egyre nagyobb figyelem irányul a fenntartható fejlődére, valamint a környezettudatos fogyasztó magatartásra, azonban ezen fogalmak meghatározása meglehetősen eltérő az egyes szerzők esetében.

A fogalmak tisztázása után bemutatom a szegedi hallgatók körében folytatott kutatásaimat. A hipotéziseimet a szakirodalomra alapozva fogalmaztam meg. Az eredmények közül kiemelném, hogy összességében a vizsgálatokból kiderült, hogy a közgazdászhallgatók rendelkeznek a legnagyobb ökológiai lábnyommal, illetve ők tartják leginkább fontosnak az anyagias értékeket. akik a modern technológia fejlődésében látják a megoldást a környezeti problémákra nagyobb ökológiai lábnyomot produkálnak, tehát a technooptimista szemlélet az ökológiai lábnyom méretének csökkenése ellen hat.

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, erős fenntarthatóság, ökológiai lábnyom, környezettudatos fogyasztói magatartás

1. Bevezetés

Dolgozatomban azt vizsgálom mérhető-e valamilyen módon és eszközzel a fenntarthatóság. Különböző indikátorok megismerése után eljutottam az ökológiai lábnyomhoz és arra a kérdésre keresem a választ, hogy alkalmas-e egyáltalán ez a módszer a fenntarthatóság mérésére. Emellett megvizsgálom, hogy hogyan alakul az ökológiai lábnyom az egyes hallgatók esetében, illetve mely tényezők befolyásolják és milyen mértékben az alakulását.

A fenti kérdések megválaszolásához 4 fő témát kell részletesen elemeznem. Először is a fenntartható fejlődés és fenntarthatóság fogalmát, illetve a köztük fellelhető különbséget vizsgálom. Elsősorban a környezeti fenntarthatóságot helyezem előtérbe, mindezt a természeti tőke jelentőségének bemutatásán keresztül. A környe-

[1] Jelen tanulmány a Fogyasztói magatartás tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Málovics György.

zeti fenntarthatóság meghatározásának legjobb mércéje az ökológiai lábnyom, így a második részben kitérek az ökológiai lábnyom bemutatására, amely egy olyan számítási eszköz, amely lehetővé teszi, hogy felbecsüljük egy meghatározott népesség vagy gazdaság erőforrás-fogyasztási és hulladékfeldolgozási szükségleteit termékeny földterületben. Számos kritikát fogalmaztak meg az ökológiai lábnyommal kapcsolatban, viszont a kutatásaim során azt tapasztaltam, hogy ez az egyetlen, széles körben elfogadott eszköz. Bár az ökológiai lábnyomnak vannak hiányosságai, mégis segítheti a fenntarthatóság átültetését a tervezésbe.

A továbbiakban kifejtem a környezettudatos magatartás, ezen belül a környezettudatos fogyasztói magatartás előtérbe kerülésének fontosságát. Az ökológiai lábnyom rámutat arra, hogy a jelenlegi fogyasztói magatartás nem fenntartható, illetve az ökológiai lábnyom csökkentéséhez elsősorban a fogyasztási szokásokon kellene változtatni. A környezettudatos fogyasztói magatartás kialakulására számos tényező hatással lehet, mint például a demográfiai változók (életkor, nem, jövedelem, iskolai végzettség), személyes értékek, természeti környezet állapotával kapcsolatos tudás.

Végül a hallgatók körében végzett kérdőíves kutatásom eredményeit mutatom be. Vizsgálataim során a hallgatók ökológiai lábnyomát, az általuk fontosnak tartott értékeket, ismereteiket, ezek egymásra hatását, köztük lévő kapcsolatot veszem számba. A kérdőív eredményeinek bemutatása során ismertetem a minta összetételét, főbb jellegzetességeket, a vizsgálat módszertanát. Ezt követően kitérek a szakirodalom alapján felállított hipotézisek és a vizsgálat eredményeire, valamint a feltárt összefüggésekre.

2. Fenntartható fejlődés, fenntarthatóság

Ebben a fejezetben a fenntartható fejlődés egyre sűrűbben hangoztatott fogalmát mutatom be. Ezt követően a fenntartható fejlődéssel szorosan összefüggő gyenge és erős fenntarthatóságot ismertetem, illetve kitérek a köztük lévő jelentős különbségekre.

A fenntartható fejlődés fogalma mára talán az egyik leggyakrabban használt kifejezéssé vált, szinte nincs olyan terület, ahol ne jelenne meg, mint elsőrendű cél. Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottsága (Brundtland Bizottság) által 1987-ben kiadott „Közös Jövőnk” című jelentésében meghatározza a fenntartható fejlődés fogalmát: olyan fejlődés, amely biztosítani tudja a jelen szükségleteinek kielégítését anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk lehetőségeit saját szükségleteik kielégítésére (Szlávik 2005).

Megkülönböztethetjük a fenntarthatóságot és fenntartható fejlődést. Az előbbi maga a cél, az utóbbi pedig a folyamat, melynek során elérjük azt (Kerekes 2006). A dolgozatomban a fenntarthatóságot elsősorban környezeti aspektusból vizsgálom, amelynek célja az emberi jólét jelenlegi szintjének megőrzése a szükségletek kielégítését szolgáló nyersanyag-források megóvásával és annak biztosításával, hogy

a hulladékelnyelés mértéke nem haladja meg a természet által biztosított határértéket. Tehát a környezeti fenntarthatóság magába foglalja a természeti tőke megőrzését, miközben az megtartja input-szolgáltató és hulladékelnyelő funkcióját (Goodland 1995). Azaz tartalmazza a termelés és fogyasztás fenntarthatóságát.

A környezeti fenntarthatóság elmélete kihangsúlyozza azon rendszerek megóvásának szükségességét, amelyek az emberiség létfenntartásához feltétlenül szükségesek. A bioszféra különböző nyersanyagokat szolgáltat az emberiség számára, mint például étel, víz, levegő, illetve befogadóképessége révén elnyeli az emberi hulladékot. Az előbbi két képesség meglehetősen hosszú ideig fennmarad, viszont véges és a fenntarthatóság megkívánja mindkettő megőrzését.

A természeti tőke többféleképpen értelmezhető és az elmúlt években több definíció is született ezzel kapcsolatban. Az általánosan elfogadott definíció (Costanza–Daly 1992, Goodland 1995) szerint a természeti tőke a környezet által nyújtott vagyon, amely különböző termékek és szolgáltatások áramlását biztosítja. Ezen szolgáltatások lehetnek megújulók és nem megújulók, illetve piacra termeltek és nem piacra termeltek.

Amennyiben a környezeti fenntarthatóságot olyan értelemben használjuk, mint a természeti tőke fenntartása, akkor a fogalom magába foglalja az input/output szabályokat. Az output szabály lényege, hogy valamely tevékenység esetén figyelembe kell venni azt a tényezőt, hogy a kibocsátott hulladékot képes-e elnyelni a helyi környezet, anélkül, hogy kárt szenvedne a jövőbeli hulladék-felvevő képessége. A megújuló erőforrások esetén az input szabály azt jelenti, hogy a megújuló erőforrás inputok felhasználási üteme nem haladja meg a természet regeneráló képességét. A nem megújuló erőforrások esetén pedig az input szabály azt jelenti, hogy ezen, nem megújuló erőforrás inputok felhasználási üteme nem haladja meg azt az ütemet, amelyben megújuló erőforrásokkal helyettesíthetőek.

A természeti tőke különböző szolgáltatásokat nyújt, mint például hulladékfeldolgozás, erózió, ibolyántúli sugárzás elleni védelem, légkör tisztítása. Costanza–Daly (1992) a természeti tőke két alaptípusát határozza meg, mégpedig a megújuló (vagy aktív) tőke és a nem megújuló (vagy inaktív) tőke. A megújuló természeti tőke, mint például az ökológiai rendszerek, napenergiát használva önfenntartók. Ezzel szemben a nem megújuló természeti tőke, mint például a fosszilis üzemanyagok esetén a használat a készlet egy részének felszámolását jelenti.

3. Ökológia lábnyom

„*Az ökológiai lábnyom (ÖL) egy olyan számítási eszköz, mely lehetővé teszi, hogy felbecsüljük egy meghatározott népesség vagy gazdaság erőforrás-fogyasztási és hulladékfeldolgozási szükségleteit termékeny földterületben (globális hektár - gha) mérve.*" (Wackernagel–Rees 2001, 21-22. o.) Az ökológiai lábnyom igyekszik integrálni az input és output oldali környezeti hatásokat. Emellett a kiszámításához szükséges

adatok jól hozzáférhetőek standardizált adatbázisokból (FAO évkönyv, Human Development Report, Világbank adatai, országos statisztikák, stb.), segéd- és kézikönyvekből (háztartási ökológiai útmutatók, évkönyvek, stb.), kutatási beszámolókból. Az ökológiai lábnyom megadható egy emberre, embercsoportra, országra vagy az egész emberiségre vonatkozóan.

Az ökológiai lábnyom megállapításához először éves statisztikákat állítanak fel öt fő fogyasztási osztályt hozva létre: élelmiszer, lakás, közlekedés, fogyasztási javak, szolgáltatások. Természetesen a pontosabb, részletesebb elemzésekhez a fentebbi osztályok további csoportokra oszthatóak (például: az élelmiszer esetén a zöldségek és állati eredetű táplálékok szétválasztása). A szolgáltatások esetén is meg kell vizsgálni, hogy mekkora energia-, illetve anyagáram szükséges, hiszen az információ közvetítéséhez is szükség van papírra, huzalokra, illetve az információk hozzáférhetőségét elősegítő eszközökre, mint például monitorok, televíziók, rádiókészülékek (Wackernagel–Rees 2001).

Wackernagel és Rees (2001) az ökológiai lábnyom becslésének alapjául nyolc nagy földhasználati osztályt határozott meg, azonban a számítások ezek közül elsősorban az első hat kategóriára koncentrálnak (*1. táblázat*).

1. táblázat A lábnyombecslés nyolc legfontosabb föld- és földhasználati osztálya

Föld	**Földhasználati osztály**
I. Energiaföld	1. A fosszilis energiahasználat által „kisajátított” föld
II. Fogyasztott föld	2. Épített környezet
III. Jelenleg használt föld	3. Kert 4. Termőföld 5. Legelő 6. Kezelt erdő
IV. Korlátozottan használható föld	7. Érintetlen erdők 8. Improduktív területek

Forrás: Wackernagel–Rees (2001) alapján saját szerkesztés

Az ökológiai lábnyom meghatározása egy többlépcsős folyamat (Wackernagel–Rees 2001). *Első lépésben* regionális vagy országos adatokat felhasználva fel kell becsülni egy átlagember éves fogyasztását bizonyos cikkekből (összfogyasztás osztva a népességgel). Az országos statisztikák termelési és kereskedelmi adatait felhasználva kiszámítható a kereskedelemmel kiigazított fogyasztás: *a kereskedelemmel kiigazított fogyasztás = termelés + import – export,*
Második lépésben meg kell határozni a fejenként kisajátított földterületet (kf) minden fontosabb fogyasztási cikk (i) esetében:

$$kf_i = f_i / p_i, \text{ ahol}$$

f_i az egy főre jutó mennyiség *i* termékből (kg/fő), p_i egy hektáron termelt mennyiséget jelenti (kg/ha). *Harmadik lépésben* az egy főre eső ÖL meghatározása történik:

$$öl = \sum kf_i, \text{ ahol}$$

i = 1-n , *n* az összes, évente megvásárolt fogyasztási cikk és szolgáltatás.
Végezetül a régió/népesség ökológiai lábnyoma ($ÖL_n$) az alábbi képlet segítségével számolható ki:

$$ÖL_n = N(öl), \text{ ahol}$$

N a régió/ország népességének számát jelöli.

Egyszerűbben az ökológiai lábnyom kiszámítása, az alábbi egyszerű formula segítségével elvégezhető:

$$ÖL = népesség \bullet fogyasztás \bullet hatékonyság$$

Az ÖL analóg az emberiség környezetére gyakorlat hatását szemléltető képlettel (I = P • C • T), amelynek értelmében az ember bioszféra-átalakító tevékenységének mértéke (I) *közvetlenül* három, egymással szoros kapcsolatban lévő tényező függvénye, melyek: *a népességszám* (P), *az egy főre eső fogyasztás mértéke* (C), ill. *egységnyi fogyasztás környezeti hatása* – utóbbi az ökológiai lábnyomban technológiai (T) komponensként jelenik meg, hiszen – ceteris paribus – a termelési technológia nagyban meghatározza azt, hogy adott fogyasztási szint milyen környezetterheléssel jár.

A WWF (2006) jelentése szerint az emberiség természeti erőforrásokkal szemben támasztott igényei már 25 %-kal lépik túl a Föld biokapacitását és ez a szám a jövőben vélhetőleg növekedni fog. A világ népességének növekedésével folyamatosan nő az energia- és anyagfogyasztás. Becslések szerint 2050-re 200%-os túllövés (túlpörgés) is bekövetkezhet, amennyiben az emberiség nem változtat a fogyasztási szokásain és nem vezet be környezetkímélő technológiákat úgy, mint a napenergián alapuló gazdaság. A túllövés oka elsősorban a növekedés, exponenciálisan növekszik a népesség, ezáltal az élelmiszer-termelés, ipari termelés, erőforrás-felhasználás, illetve a szennyezés (Meadows et al. 2005).

A jelentésben megtalálhatóak egyes országok ökológiai lábnyomai, illetve kiderül, hogy az egy főre jutó átlagos ökológiai lábnyom 1,8 hektár. A legnagyobb ökológiai lábnyommal az Egyesült Arab Emírségek rendelkeznek 11,8 hektárral, a második helyen az Amerikai Egyesült Államok szerepel (9,6 hektár), a harmadik helyen pedig Finnország (7,7 hektár) áll. Azonban érdemes megvizsgálni az eredményeket a konkrét országok körülményeinek figyelembevételével és így olyan következtetésre juthatunk, hogy a kis ökológiai lábnyom nem feltétlenül jelenti a környezettudatosság elterjedését, integrálódását, sokkal inkább a szegénységet. Például Afganisztán ökológiai lábnyoma 0,1 gha, Bangladesé 0,5 gha. Így a „nagy lábon élők" felelőssége az ÖL csökkentésére különböző megoldások kidolgozása (hatékonyságnövelés, környezetterhelés csökkentése a javak megtermelésében, fogyasztás csök-

kentése), a fogyasztói szokások változtatása, illetve a változás szükségességének hangsúlyozása. Az adatok is arra utalnak, hogy a gazdagok fogyasztása korlátozza a szegények lehetőségeit, hiszen a gazdag országok már most túlhasználják az erőforrásokat. A GDP növekedése, illetve a jelenlegi technológiák használata a mostani tendenciák alapján a természeti tőke fenntarthatatlan kimerítéséhez és a hulladékelnyelők túlcsordulásához vezethet.

Magyarországon az egy főre jutó átlagos ökológiai lábnyom 2006-ban 3,7 globális hektár volt, azaz a magyarok dupla akkora földterületet „használnak el", mint amekkora átlagosan, globálisan az egy főre eső ÖL alapján megilletné őket. A WWF és az Global Footprint Network (2007) által készített Europe 2007 című jelentés szerint Magyarország ökológiai lábnyoma 1961 és 1991 között 2,4 gha-ról 4,2 gha-ra növekedett, később 3,5 gha-ra esett vissza. Az 1990-es évektől bekövetkező gazdasági változás, ipari üzemek bezárása is hozzájárult az ÖL mérséklődéséhez. Ez a szám közel kétszer akkora, mint ami a fenntarthatóság eléréséhez átlagosan (1,8 gha) szükséges. Azaz, ha mindenki úgy élne, mint a magyar lakosság, akkor két Földre lenne szükség. Hazánkban 1975 és 2003 között az ökológiai lábnyom 5%-kal csökkent, emellett az ország biológiai kapacitása 22%-kal esett vissza. Az adatokból kiolvasható, hogy csökkent a terhelésünk, azonban lényegesen nagyobb arányban csökkent az ország eltartóképessége. A fentiekből jól látszik, hogy hazánk ökológiai deficittel rendelkezik, ami azt jelenti, hogy a jelenlegi fogyasztás szintje *nem fenntartható*. Magyarországon elsősorban a fogyasztás csökkentése a környezetbarát technológiák bevezetése segítene az ökológiai lábnyom csökkentésében.

Számos kritika érte az ÖL módszert azért, mert nem biztosít előrejelzést a jövőre nézve, illetve, az ÖL-elemzés csupán egyetlen, összesített mutatóra épülő statikus pillanatfeltételt nyújt, miközben az ökoszféra és a gazdaság dinamikus rendszerek. Costanza [2000] szerint egy aggregált mutatónak, mint az ÖL, ISEW (Index of Sustainable Economic Welfare) egyaránt lehetnek előnyei és hátrányai. A legnyilvánvalóbb előnye egy aggregált indikátornak, hogy kiválóan használható a döntéshozatal során. Ha például az ISEW mutató értéke növekedést jelez, akkor az egyértelműen kedvező, ha viszont csökkenést, akkor kedvezőtlen, ugyanígy az ökológiai lábnyom esetében, ha egy ország egyre több gha-ban kifejezett területet „igényel", akkor egyre inkább csökkenti a bolygó teherbírását. Emellett az aggregált mutatók hátránya abban rejlik, hogy torzított információt közölhet, amennyiben az adatgyűjtés során nem elég körültekintőek és az indikátorhoz szükséges adatok nem megfelelő adatbázisból származnak, illetve az összesítés során bizonytalan, nagymértékben becsült adatokat használnak fel.

Ayres (2000) az ÖL hibájának tekinti, hogy a fosszilis energia-fogyasztásból indul ki. Abban az esetben, ha az energiát nem szénalapú források szerint határoznák meg az ÖL értéke automatikusan és nagymértékben csökkenne. Továbbá a széndioxid túlzott hangsúlyozása mellett nem fordít figyelmet az üvegházhatásért felelős második legfontosabb gázra, a metánra. Emellett kiemeli, hogy az ÖL kereskedelem-ellenesnek tűnik, hiszen a kereskedelmet ökológiailag károsnak feltételezi. Ezzel

szemben Ayres (2000) a kereskedelmet hasznosnak tartja, hiszen az ökológiai hiánnyal küszködő területek növelhetik az eltartóképességüket azáltal, hogy bizonyos szolgáltatásaikat, amelyekből többletünk van olyan szolgáltatásra cserélik, amelyből hiány van.

Moffatt (2000) szerint abban az esetben, ha sikerül megvalósítani a fenntartható fejlődést, akkor meg kell vizsgálni, hogy miként valósul meg a jelen és jövő generációk közötti igazságos elosztás, erre az ÖL nem ad választ, ahogyan arra sem, hogy milyen intézkedésekkel lehet csökkenteni az ÖL-t, leszámítva a népességcsökkenést, illetve az egy főre jutó fogyasztás mérséklését. Az ÖL más, részletesebb módszerekkel összekapcsolva, mint például input-output elemzés[2] jobban alkalmazhatóvá válna a döntéshozatal során.

Az ÖL egyik legjelentősebb előnye, hogy egy tiszta, világos üzenetet nyújt könnyen emészthető formában. A döntéshozatal során prioritást élvezhet egy olyan indikátor, amely könnyen értelmezhető. Az ökológiai lábnyom másik nagy előnye, hogy a szükséges adatokhoz egyszerűen hozzá lehet jutni különböző adatbázisokból.

Az ökológiai lábnyom a fogyasztásból indul ki, ezzel kiküszöbölhető a földrajzi helyettesítés problémája. Az ÖL számol azzal, hogy a gazdagabb országok kihelyezhetik a környezetszennyező tevékenységeiket más országokba.

4. Környezettudatos fogyasztói magatartás

A környezettudatos magatartás meghatározására nem létezik egységes definíció, emellett a szakirodalomban több elnevezés is megjelenik erre vonatkozóan (pro-environmental behaviour, environment–conscious behaviour, environmentally significant behaviour)**.**

Kaiser (2003) szerint a környezettudatos magatartás azon cselekedetek összessége, amelyek hozzájárulnak a természeti környezet megőrzéséhez és/vagy és fenntartásához. Mindez, többek között, magába foglalja az újrahasznosítást, az energia és víz takarékos használatát és a környezetvédelmi szervezetek tevékenysége melletti elkötelezettséget.

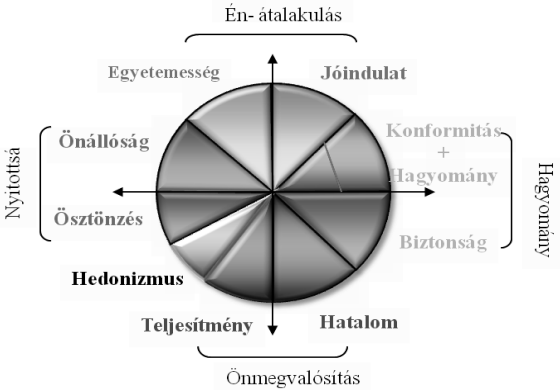
A környezetileg szignifikáns magatartásnak számos változata létezik, azonban Stern (1999) három területet különít el, amelyek az egyén magatartásának környezetre gyakorolt hatását mutatják be, nevezetesen a személyes, magatartási/viselkedési és kontextuális terület. A személyes terület tartalmazza az egyén alapértékeit, olyan elméletek sorolhatóak ide, mint Schwartz (1992) norma-aktiváció elmélete, az érték–meggyőződés–norma elmélete (Stern et al. 1999), az átgondolt cselekvés elméle-

[2] Az input-output anyagáram–elemzés (Material flow accounting and analysis - MFA) nyomon követi a társadalmi-gazdasági rendszer és a környezete közötti anyagcserét, a gazdaság és környezet közötti kapcsolatot modellezi, ahol a gazdaság a környezetbe beágyazódott alrendszerként szerepel és függ az anyag– és energia állandó teljesítményétől (Giljum 2003).

te (Fishbein 1979, idézi Stern 1999), illetve a tervezett magatartás modellje (Ajzen 1991, idézi Stern 1999).

Számos kutatás az altruizmus elméletére építette a feltételezéseit, miszerint az altruizmus szükséges a környezettudatos magatartás kialakulásához. A legismertebb modellek Schwartz „norma-aktiváció modellje", valamint Stern és szerzőtársai „érték–meggyőződés–norma elmélete". Schwartz több országra vonatkozóan vizsgálta az értékek általános struktúráját. A Schwartz-féle értékstruktúra általánosan elfogadottá vált a szakirodalomban, így Stern és szerzőtársai (1999) vizsgálatának alapját is ez a rendszer alkotja. Schwartz munkássága során feltérképezte az emberi értékeket a pszichológia területén, majd ezeket tíz értéktípusba (hatalom-orientált, teljesítményre orientált, hedonista (örömszerző), ösztönzést kereső, önálló, egyetemesség/univerzalizmus, jóindulat, hagyomány, alkalmazkodás/konformitás, biztonság), továbbá négy értékkategóriába osztotta (én-átalakulás (self–transcendence), önmegvalósítás (self–enhancement), változás iránti nyitottság, hagyomány) (*1. ábra*).

1. ábra A Schwartz-féle értékek felosztása



Forrás: Schwartz (1992) alapján saját szerkesztés

Schwartz (1994) abból a feltevésből indult ki, hogy az emberek egyszerre több érték megvalósítására törekedhetnek, ebben az esetben az értékprioritások között ellentmondás, illetve összhang alakulhat ki. A teljesítménnyel kapcsolatos értékek előtérbe helyezése például összeütközhet a jóindulat értékeire való törekvéssel, hiszen ha valakinek a saját, személyes sikere a fontos, az akadályozhatja az olyan cselekedeteket, amelyek más jólétének a növelésére irányulnak. Ugyanakkor az egymás mellett szereplő jóindulat és hagyomány értékei összeegyeztethetőek. A 7. ábrán jól látszik,

hogy az egymással versengő értékek egymással szemben helyezkednek el, az összhangban álló értékek pedig egymáshoz közel találhatóak.

Stern és szerzőtársai (1999) folyamatmodellje Schwartz modelljéből indul ki és rávilágít arra, hogy a környezettudatos magatartás kialakulásához egy hosszú folyamat vezet. A kérdőívem alapját is ez a modell és a benne bemutatott tényezők szolgáltatták. Stern és szerzőtársai (1999) azt feltételezték, hogy a sikeres, környezetvédelem érdekében tett cselekvések kapcsolatban vannak az egyes értékekkel, egyéni meggyőződéssel, személyes normákkal, amelyek arra ösztönzik az embereket, hogy tegyenek valamit céljaik eléréséért, a környezet megóvása érdekében.

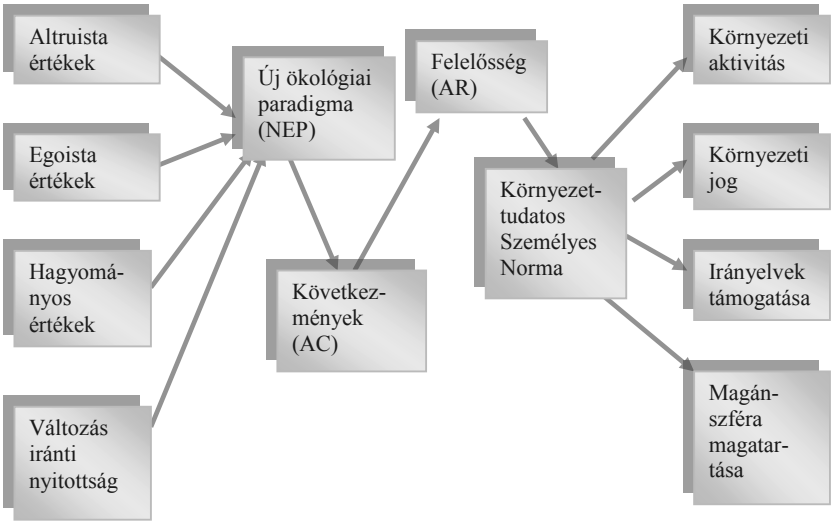
A szerzők az érték-meggyőződés-norma elmélete (Value-Belief-Norm Theory-VBN Theory) megalkotása során abból indultak ki, hogy a norma-alapú cselekvések három tényezőből erednek: bizonyos személyes értékek elfogadása; hit, amely arra vonatkozik, hogy ezen értékek megvalósulá-sát bizonyos tényezők akadályozhatják, és hit, hogy az egyén által kezdeményezett cselekvések enyhíteni tudják ezt az akadályt, illetve helyre tudják állítani az értékeket.

Stern és szerzőtársai (1999) az alábbi öt változót, illetve a köztük lévő kapcsolatot vizsgálta: *értékek* (főként környezeti-altruista értékek), *új ökológiai paradigma* (New Ecological Paradigm – NEP), *következmények felismerése* (Awareness of consequences – AC), *felelősség* (Ascription of Responsability – AR), illetve a *környezettudatos személyes normák* (*2. ábra*).

Az elemek szoros kapcsolatban vannak egymással, illetve az egyes elemek hatnak az utánuk következő változókra. A modell abból a feltételezésből indul ki, hogy a környezettudatos magatartás szoros kapcsolatban van bizonyos alapértékekkel. Stern *négy értékkategóriát* különböztetett meg Schwartz munkássága alapján: altruista, egoista, tradicionális értékek, illetve az változás iránti nyitottság. Stern modelljében lévő egoista és altruista értékkategória megfelel Schwartz én-átalakulás, illetve önmegvalósítás kategóriájának.

Az *új ökológiai paradigma* (New Ecological Paradigm – NEP) szerint az emberiség jelentős mértékű hatással van az egyre sérülékenyebb bioszférára. A NEP skála az egyik legelterjedtebb szociál–pszichológiai mérőeszköz, amely az emberiség bioszférára mért hatását vizsgálja, amelyekre visszavezethetőek az ökológiai változások káros következményei. 1978-ban Dunlap és Van Liere dolgozta ki az új környezeti paradigmát (New Environmental Paradigm – NEP), majd 2000-ben ezt átfogalmazták és így jött létre az új ökológiai paradigma. A szerzők azért tartották szükségesnek a korábbi NEP-skála felújítását, mert úgy látták, hogy a környezeti problémák bizonyos szempontból megváltoztak: egyre inkább globálissá váltak. Habár egyes elemek, mint például a háztartási hulladék által okozott szennyezés továbbra is lokális problémát jelent, addig az ózonréteg elvékonyodása, az erdők kiirtása, a biodiverzitás csökkenése, a klímaváltozás következményeinek globális hatásai vannak (Dunlap et al. 2000).

2. ábra Érték-meggyőződés-norma elmélet sematikus ábrája



Forrás: Stern et al. (1999) alapján saját szerkesztés

Az eredeti elmélet azt hangsúlyozza, hogy tudatában kell lenni annak, hogy egyes eseményeknek milyen *ártalmas következményei* (AC) lehetnek más emberekre nézve (mint altruisták értékszemléletének fő jellemzője). A Schwartz-féle általános elmélet a fenyegetettséget hangsúlyozza, bármilyen szándék is áll a normát megalapozó értékek központjában. A környezetvédelem esetében a nem emberi fajok, illetve a bioszféra fenyegetettsége lehet fontos.

Végül, Schwartz elméletében, a norma aktiválódása függ a *felelősségtől* (AR), amely alatt azt érti, hogy az ember önmagának tulajdonítja a másoknak nem kívánatos következmények okozását, azaz hite vagy tagadása annak, hogy egyes emberek tettei hozzájárultak a következményekhez, vagy enyhíteni tudták azokat. Az általánosított elmélet bármely értéknek tartott dologgal kapcsolatos felelősségvállalásról vagy a fenyegetettség enyhítésének képességéről való hitet hangsúlyozza

A szerzők abból indultak, hogy a *személyes normák* közvetlen hatással vannak környezettudatos cselekedetek három megjelenési formájára. A cselekedetek támogatásának minden típusa hatással lehet az egyének képességeire arra vonatkozóan, hogy megtegyék a szükséges lépéseket annak érdekében, hogy a támogatás megfelelő típusát nyújtsák. Így a cselekedetek támogatásának egyes típusai alapjául a személyes értékek, illetve a hit, meggyőződés szolgál.

Stern és szerzőtársai (1999) a *kulturális elkötelezettség* elméletét is vizsgálták, kutatásaik során négy csoportot különböztettek meg: hierarchikus, egyenlőség, fata-

lista, individualista. Az előbb említett négy kategóriát az általam készített kérdőívben szerepeltetem, illetve a kutatásaim eredményeit a későbbiekben részletezem.

5. Kérdőíves megkérdezés eredményei

A kutatás módszere kérdőíves megkérdezés volt. A kérdőív 3 fő részre tagolódik, nevezetesen:

- általános demográfiai adatok,
- ökológiai lábnyom elemzés (életvitel címszó alatt),
- általános környezetfilozófiai kérdések, illetve következményekre, értékekre és ismeretekre vonatkozó kérdések.

Az *általános demográfiai adatokon* belül elsősorban a felsőfokú intézmény nevére, hallgatók jövedelmi helyzetére, szüleik iskolai végzettségére kérdeztem rá. Az ökológiai lábnyom meghatározására számos számítási eljárás létezik. Ezek közül az Earth Day és a Global Foorprint Network közös módszerét választottam ki első körben, azonban a próbakérdezés folyamán sorban olyan problémák kerültek felszínre, amelyek nehézséget okoztak a hallgatóknak a kérdőív kitöltése során, mint például nehezen értelmezhetőség, hosszú kérdések. Ezért Eric Krause, torontói szakember számítási módszerét választottam, amelyet a Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesület (KÖVET) magyar nyelven az interneten is elérhetővé tett. Ez utóbbi eljárás érthető, hallgatóbarát, így nem okozott gondot a kitöltés során. Azonban a módszer hátránya, hogy csak megközelítőleg határozza meg az ÖL értékét. Összességében megállapítható, hogy a rendelkezésre álló, számtalan számítási módszer közül egyik sem felelt meg kifogástalanul egyszerre az érthetőség és a pontosság kritériumának. Az értékek összeállítása során Stern (1999) vizsgálatait vettem alapul és az általa meghatározott négy értékkategórián belül 14 értéket vontam be a kérdőívbe, ezt kiegészítve három, nepotizmusra vonatkozó értékkel. A kérdéseknél többségében ötfokozatú skálát (Likert-skálát) alkalmaztam.

A próbakérdezés során a gyakorlatban is bebizonyosodott az a feltételezésem, hogy a kérdőív 20-25 perc alatt kitölthető, attól függően, hogy az egyes hallgatók mennyi figyelmet, energiát fordítanak a válaszadásra. Emellett előjött néhány probléma a kérdések értelmezését illetően, illetve az ökológiai lábnyommal kapcsolatos kérdések rendkívül hosszú időt igényeltek és több helyen problémát okozott a válaszadás. Ezért, ahogy fentebb is említettem, a későbbiekben egy másik kérdéssorra cseréltem az ökológiai lábnyomra vonatkozó részt, illetve a nehezen értelmezhető kérdéseket átalakítottam, kicseréltem. Végül egy 45 kérdésből álló, 7 oldalas kérdőívet kaptam, amely eredményeit a továbbiakban részletesen ismertetem.

Stern munkássága, illetve a tudás fontosságának vizsgálata alapján az alábbi *hipotéziseket* fogalmaztam meg, amelyekre a válaszokat a kérőívezés útján szeretném megkeresni:

- *H1*: A demográfiai tényezők (a jövedelem hatásait leszámítva) nincsenek hatással a hallgatók ökológiai lábnyomának alakulására.
- *H2*: A magas jövedelemmel rendelkező hallgatók nagy ökológiai lábnyommal rendelkeznek.
- *H3*: Azon hallgatók ökológiai lábnyoma vélhetőleg alacsony értéket vesz fel, akik az altruista értékeket helyezik a középpontba.
- *H4*: Azon hallgatók, akik tisztában vannak az ártalmas következményekkel és elsősorban a szűkebb családjuk, illetve jövő generáció jövőjéért aggódnak, alacsony ökológiai lábnyommal rendelkeznek.
- *H5*: Azon hallgatók, akik egyetértenek a NEP ama állításával, miszerint a modern tudomány megoldást jelent a környezeti problémákra, anélkül, hogy bármi másban változtatnunk kellene, magasabb ökológiai lábnyommal rendelkeznek.
- *H6*: Azon hallgatók, akik a környezettudatos felelősség kategóriáján belül az egyes emberek szerepét tartják fontosnak várhatóan kisebb ökológiai lábnyommal rendelkeznek.
- *H7*: A kulturális elkötelezettség kategóriáján belül annak a hallgatónak, aki az egyenlőségelvű kategóriát tartja fontosnak, kisebb az ökológiai lábnyoma.
- *H8*: Azon hallgatók ökológiai lábnyoma várhatóan alacsony értéket mutat, akik megfelelő (deklaratív) tudással rendelkeznek a környezeti problémákkal kapcsolatban

5.1. Eredmények

A *demográfiai tényezők* közül a kérdőívben arra kérdeztem rá, hogy a hallgatók mely karra, illetve szakra járnak, a diploma megszerzése után milyen terveik vannak, a szüleik milyen iskolai végzettséggel rendelkeznek, a lakóhelyük mely településtípusba sorolható és végül mekkora a családjuk egy főre jutó havi nettó jövedelme, illetve a hallgatók mennyit költenek havonta, átlagosan. Összességében 394 hallgatót kerestem meg a Szegedi Tudományegyetemen belül az alábbi karokról: Bölcsészettudományi Kar, Gazdaságtudományi Kar, Természettudományi és Informatikai Kar, a következő megoszlásban (*2. táblázat*).

2. táblázat A mintában szereplő hallgatók megoszlása karonként

Kar	Gyakoriság (fő)	%
BTK	101	25,6
GTK	190	48,2
TTIK	103	26,1
Összesen	394	100

Forrás: saját szerkesztés

Az *új ökológiai paradigma* meghatározásához három kijelentést kellett a hallgatóknak az ötfokú skálán elhelyezniük. A hallgatók 36%-a „egyáltalán nem ért egyet", illetve 35,3 %-a „inkább nem ért egyet" azzal az állítással, miszerint az emberiség alapvetően jó irányba halad. A megkérdezettek nagy többsége, 80,7%-a úgy véli, hogy a természeti környezet pusztulása korunk súlyos problémája. A leíró statisztika rámutat arra, hogy alapjában véve a válaszadók nem értenek egyet azzal az állítással, miszerint a modern tudomány meg fogja oldani a természeti-környezeti problémákat anélkül, hogy életmódunkon sokat kellene változtatni.

A *felelősség* vonatkozó kérdéscsoport segítségével felmértem, hogy a válaszadók szerint mely szereplőknek van elsőrendű szerepe a környezeti problémák megoldása területén. A megkérdezettek szerint elsősorban az országoknak, nemzetközi környezetvédő szervezeteknek, multinacionális cégeknek lehet nagy szerepük a környezeti problémák megoldásában. Az egyes emberek felelősségét tekintve szinte egyenlő arányban (kb. 20%) oszlanak meg a vélemények az elenyésző, illetve a nagyon nagy felelősség között.

A következmények (AC) kategóriáján belül a hallgatóknak meg kellett határozniuk, hogy szerintük a környezeti problémák milyen mértékű gondot fognak jelenteni számukra és családjuk számára, a jövő generációnak, az országnak, harmadik világbeli országoknak és a növény és állatvilágnak. Az elemzés során arra az eredményre jutottam, hogy a hallgatók elsősorban a következő generációk, illetve a növény és állatvilág jövőjét látják fenyegetettnek.

A *demográfiai tényezők* és az ökológiai lábnyom vizsgálata során arra voltam kíváncsi, hogyan alakul a lábnyom a különböző karok hallgatói esetében. A GTK hallgatóinak kiemelkedően magas (a megkérdezettek 85%-ának 6-7,8 ha közötti) az ökológiai lábnyoma. A BTK és a TTIK hallgatóinak ökológiai lábnyoma közel azonos módon oszlik meg a kategóriákon belül, a megkérdezettek 74%, illetve 63%-a rendelkezik 6-7,8 ha közötti lábnyommal, ami szintén magas aránynak tekinthető. A közgazdászhallgatók esetében tapasztalható magas értékek talán annak tudhatóak be, hogy ezen hallgatók jobban törődnek a látszattal, külsőségekkel, és öltözködéssel, amely következtében esetlegesen többet fogyasztanak. A demográfiai tényezők vizsgálata alapján megdőlt az *első hipotézisem*, miszerint a emográfiai tényezők (a jövedelem hatásait leszámítva) nincsenek hatással a hallgatók ökológiai lábnyomának alakulására, hiszen az, hogy a válaszadók mely karra járnak befolyásolja az ÖL méretét.

Továbbá a demográfiai tényezők elemzésén belül a jövedelem és az ökológiai lábnyom kapcsolatának vizsgálatakor arra az eredményre jutottam, hogy a hallgatók családjának egy főre jutó havi nettó jövedelme 99%-os szignifikancia–szint mellett pozitívan korrelál az ökológiai lábnyommal. Emellett a hallgatók havi kiadásainak összege szintén pozitív korrelációt mutat 95%-os szignifikancia–szint mellett

Mindemellett a közgazdászhallgatók magasabb jövedelemmel rendelkeznek a másik két kar hallgatóihoz képest.

Tehát az eredmények igazolták a *második* hipotézisemet, miszerint a magas jövedelemmel rendelkező hallgatók nagyobb ökológiai lábnyommal rendelkeznek. Mindez, véleményem szerint, azzal magyarázható, hogy a magas jövedelemmel rendelkező fiatal hallgatók elsősorban nem a környezetbarát termékek megvásárlására költik a többletjövedelmüket, hanem olyan fogyasztási cikkekre (mobiltelefon, ruházat), amelyek megfelelnek az aktuális divathullámnak.

Az *értékek* vizsgálata során az általam használt modell alapján öt értékkategória megléte mutatható ki. Az elemzések során a faktoranalízis nem hozott eredményt, ezért a továbbiakban főkomponens-analízist használtam. A tradicionális kategórián belül négy érték szerepel, kutatásom folyamán főkomponens-analízissel e négy értéket vizsgáltam. Az elemzés során arra az eredményre jutottam, hogy a vizsgált négy érték közül az „önfegyelem, önuralom, ellenállás a kísértésnek" érték nem tartozik a tradicionális értékek komponensébe (a komponensen belüli korrelációs együtthatója csupán 0,49). Azonban az előbbi tényező kivételével a maradék három érték egy komponenst alkot, hiszen a korrelációs együtthatók mindhárom esetben 0,7-nél magasabb értéket vesznek fel. Ebben az esetben a főkomponensekkel való helyettesítés az információtartalom 61 %-át őrzi meg, amely megfelel a társadalomtudományi elemzésekben elvárt minimum 60%-nak. Tehát a kutatásom esetében arra a következtetésre jutottam, hogy a negyedik érték nem illett bele a tradicionális főkomponensbe.

A főkomponens-analízis során kialakított öt főkomponens és az ökológiai lábnyom közötti kapcsolatról elmondható, hogy az ÖL és az egoista értékkategória 99%-os szignifikancia-szint mellett pozitívan korrelál egymással. Ezzel szemben az ÖL és az altruista kategória között 95%-os szignifikancia–szint mellett negatív korreláció áll fenn. A vizsgálatokból levonható következtetések megerősítették a *harmadik hipotézisemet*, miszerint azon hallgatók ökológiai lábnyoma vélhetőleg alacsony értéket vesz fel, akik az altruista értékeket helyezik a középpontba. Mindez egybevág Stern és szerzőtársai (1999) eredményeivel, amelyben arra következtetésre jutottak, hogy az altruista értékeket képviselők nagyobb figyelmet szentelnek a környezet megóvására.

A *következmények* és az ökológiai lábnyom között fellelhető kapcsolat elemzése során arra a következtetésre jutottam, hogy azok, akik szerint a környezeti problémák elsősorban a jövő generációnak jelentenek nehézségeket, 95%-os szignifikancia–szint mellett alacsonyabb ökológiai lábnyommal rendelkeznek. Mindez talán azzal is magyarázható, hogy a válaszadók egy része már hallott a fenntartható fejlődés fogalmáról. A többi négy esetben is megfigyelhető ez a fajta együttmozgás, azonban a kapcsolat nem szignifikáns. Így a *negyedik hipotézisemet,* miszerint azon hallgatók, akik tisztában vannak az ártalmas következményekkel és elsősorban a szűkebb családjuk, illetve jövő generáció jövőjéért aggódnak, alacsony ökológiai lábnyommal rendelkeznek, nem tudom egyértelműen sem elvetni, sem megerősíteni.

Az *új ökológiai paradigma* és az ökológia lábnyom együttmozgásának vizsgálata során egy esetben mutatható ki szignifikáns kapcsolat. Azon hallgatók, akik egyetértenek azzal az állítással, miszerint „a modern tudomány meg fogja oldani a természeti-környezeti problémákat anélkül, hogy életmódunkon sokat kellene változtatni" nagyobb ökológiai lábnyommal rendelkeznek 95%-os szignifikancia–szint mellett. Tehát az *ötödik hipotézisem* megerősítést nyert, azaz, akik egyetértenek a NEP ama állításával, miszerint a modern tudomány megoldást jelent a környezeti problémákra, anélkül, hogy bármi másban változtatnunk kellene, magasabb ökológiai lábnyommal rendelkeznek. Hiszen akik a technológia fejlődésétől várják a megoldást vélhetőleg nem tesznek lépéseket a környezetük megóvása érdekében.

A környezeti ismeretek, *tudás* és az ökológiai lábnyom kapcsolatának vizsgálata során arra az eredményre jutottam, hogy a két tényező között negatív korreláció áll fenn. Eszerint bizonyítást nyert a *nyolcadik hipotézisem*, amely azt állította, hogy azon hallgató ökológiai lábnyoma várhatóan alacsony értéket mutat, aki megfelelő (deklaratív) tudással rendelkeznek a környezeti problémákkal kapcsolatban. Ez az eredmény azonban nem jelenti azt, hogy a megfelelő információk birtoklása feltétlenül környezettudatos magatartáshoz vezet, hiszen e magatartás kialakulását számos tényező befolyásolja.

6. Összegzés

Dolgozatomban megvizsgáltam, hogy az ökológiai lábnyom alkalmas-e arra, hogy fenntarthatósági indikátorként szerepeljen. A nemzetközi szakirodalom feldolgozása után arra a következtetésre jutottam, hogy az ökológia lábnyom megfelelő eszköz a fenntarthatóság mérésére, mindezt az is alátámasztja, hogy már számos tanulmányban és egyre szélesebb körben ezt az eszközt használják, valamint egyre inkább előtérbe kerül a közgazdászok vizsgálódásai során. Kutatásaim során bebizonyosodott, hogy az ökológiai lábnyom átláthatóbbá teszi a fenntarthatóság problémáját. Tehát az ökológiai lábnyom segítségével számszerűsíteni tudjuk egyrészt a rendelkezésre álló természeti tőkét, másrészt egy ember illetve közösség ökológiai fogyasztását, s így mérni tudjuk az adott közösség fenntarthatóságát vagy fenntarthatatlanságát. Bár ez a módszer sem tökéletes, hiszen számos kritika jelent meg az eszközzel kapcsolatosan, azonban belátható, hogy nem létezik olyan eszköz, amely mindenki számára elfogadható, továbbá rendkívül nehéz feladat az ökológiai rendszerek és az ember azokra gyakorolt hatásának mérése. Az ökológiai lábnyom tulajdonképpen azt mutatja meg, hogy mennyire kell csökkenteni a fogyasztást, javítani a technológiát és megváltoztatni a magatartást a fenntarthatóság megvalósításához.

Az ökológiai lábnyom rámutat arra, hogy a jelenlegi fogyasztási tendenciák változatlansága túlfogyasztáshoz vezethet, ezért (főként az egyén szintjén) elsősorban a fogyasztás csökkentése segíthet hozzá az ökológiai lábnyom mérsékléséhez, tehát szükséges feltétel a fogyasztási szokások átalakítása. Ehhez megoldást jelenthet

a környezettudatos magatartás kialakulása és elterjedése. E magatartást számos tényező befolyásolhatja, mint például demográfiai változók (jövedelem, nem, iskolai végzettség), értékek, tudás, ismeretek hatása. Dolgozatomban először a környezettudatos magatartást elemeztem, majd ezen belül megismertettem a környezettudatos fogyasztói magatartást, amely az előbbinél egy szűkebb kategória.

Végül bemutattam a kérdőíves megkérdezésem eredményeit. A kutatás célja a hallgatók ökológiai lábnyomának vizsgálata volt, illetve olyan összefüggések elemzése, mint például a hallgatók által fontosnak tartott értékek, ismereteik és az ÖL–alakulásának viszonya kapcsolata. A mintába végső soron 394 hallgató került be a Szegedi Tudományegyetem három karáról, mégpedig a Bölcsészettudományi Karról, a Gazdaságtudományi Karról és a Természettudományi és Informatikai Karról.

Összességében a vizsgálatokból kiderült, hogy a közgazdászhallgatók rendelkeznek a legnagyobb ökológiai lábnyommal, illetve ők tartják leginkább fontosnak az anyagias értékeket. A TTIK és BTK hallgatóinak értékrendszere és preferenciarendszere közel azonos képet mutat és a közgazdászokkal ellentétben inkább előnyben részesítik az altruista értékeket. a tradicionális értékek mindhárom kar válaszadói között előkelő helyet foglal el, ami annak is köszönhető, hogy a hallgatók hozzávetőlegesen egy korosztályba tartoznak, illetve ezen értékeket nem befolyásolja nagymértékben az érdeklődési kör. A vizsgálatok eredményei rámutatnak arra, hogy az ökológiai lábnyom méretét befolyásolja az, hogy a hallgatók mely karra járnak, illetve a családjuk mekkora jövedelemmel rendelkezik. Itt kiemelném, hogy a vizsgált tényezők közül a jövedelem mértéke határozza meg legnagyobb mértékben az ökológiai lábnyom méretét. Továbbá kimutatható, hogy az altruista értékek hatással van az ÖL-ra, vagyis ezen értékeket előtérbe helyező hallgatók kisebb ökológiai lábnyommal rendelkeznek. Emellett akik a modern technológia fejlődésében látják a megoldást a környezeti problémákra nagyobb ökológiai lábnyomot produkálnak, tehát a technooptimista szemlélet az ökológiai lábnyom méretének csökkenése ellen hat, amely további érdekes kérdéseket vet fel. Végül azon hallgatók esetében, akik megfelelő tudással rendelkeznek kisebb ÖL figyelhető meg, tehát mindenféleképpen szükséges lépéseket tenni a környezet állapotával kapcsolatos információk széles körben való elterjesztése érdekében.

A hallgatók megkérdezésének eredményeiből származó tapasztalatok alapján természetesen nem fogalmazhatunk meg egyetemes állításokat, hiszen a megkérdezettek a Szegedi Tudományegyetem szempontjából sem tekinthető reprezentatív csoportnak. Azonban az eredmények mindenképpen arra utalnak, hogy szükséges ezzel a témakörrel mélyebben foglalkozni.

Felhasznált irodalom

Ayres, R. U. 2000: Commentary on the utility of the ecological footprint concept, *Ecological Economics*, 32, 347–349 o.

Costanza, R. – Daly, H. E. 1992: Natural Capital and sustainable development, *Conservation Biology*, 1, 37–46. o.

Dunlap, R. E. – van Liere, K. D. – Mertig, A. G. – Jones, R. E. 2000: Measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale, *Journal of Social Issues*, 56 (3), 425–442. o.

Global Footprint Network 2006: *Annual Report 2006*

Goodland, R. 1995: The concept of environmental sustainability, *Annual Review of*

Kaiser, F.G. – Fuhrer, U. 2003: Ecological Behavior's Dependency on Different Forms of Knowledge, *Applied Psychology: an International Review*, 52 (4), 598–613. o.

Kerekes S. 2006: A fenntarthatóság közgazdasági értelmezése, In: Ágh Attila – Tamás Pál – Vértes András (szerk.): *Stratégiai kutatások – Magyarország 2015, Fenntartható fejlődés Magyarországon*, Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 196–211. o.

Moffatt, I. 2000: Ecological footprints and sustainable development, *Ecological Economics*, 32, 359–362. o.

Schwartz, S. H. 1992: Univerzáliák az értékek tartalmában és struktúrájában – Elméleti előrelépések és empirikus próbák húsz országban, In: Váriné Szilágyi Ibolya (szerk.): *Pszichológiai tanulmányok - Értékek az életben és a retorikában*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 105–154. o.

Schwartz, S. H. 1994: Vannak-e egyetemes aspektusai az emberi értékek tartalmának és szerkezetének?, In: Nguyen, L. L. A. – Fülöp Márta (szerk.): *Kultúra és pszichológia*, Osiris Kiadó, Budapest, 97–119. o.

Stern, P. C. – Dietz, T. – Abel, T. – Guagnano G. A. – Kalof, L. 1999: A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism, *Human Ecology Review*, 6, 81–97. o.

Stern, P. C. 1999: Information, incentives, and proenvironmental consumer behavior, *Journal of Consumer Policy*, 22, 461–478. o.

Szlávik J. 2005: Fenntartható fejlődés vagy növekedés? In: Dombi Ákos (szerk.): *Gazdasági növekedés Magyarországon*, Műegyetem Kiadó, Budapest

Wackernagel, M. – Rees, W. E. (2001): *Ökológiai lábnyomunk*, Föld Napja Alapítvány, Budapest

WWF International 2006: *Living Planet Report 2006*, Gland, Switzerland

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 257-274. o.

„Látványos eredménytelenség”: a Loméi Egyezmények hatásainak statisztikai vizsgálata[1]

Udvari Beáta

Az Európai Unió és jogelődjei kiemelt figyelmet szenteltek a fejlődő országokkal való kapcsolat fenntartására, gazdasági fejlődésük elérésére. Az elmaradott országok közül az afrikai, karibi és csendes-óceáni (ACP) országok állnak a figyelem középpontjában, elsősorban a gyarmati múltjuk miatt. A Közösség fejlesztési politikájában a pénzügyi támogatások mellett kiemelt szerepet játszanak a kereskedelempolitikai eszközök, köztük a viszonosság nélküli kedvezmények. Ez utóbbiak alapját az EU és az ACP-országok által aláírt Loméi Egyezmények jelentik: az 1975 és 2000 között érvényben lévő egyezmények a kereskedelmi preferenciákon túl érintették az ipari fejlesztést és a szabad tőkeáramlás területét is. A hosszú távú, szerződéses formában biztosított kedvezmények alapján az ACP-országokban látványos gazdasági fejlődést kellene tapasztalni. A tanulmányban ezt statisztikai úton vizsgáltam.

A Loméi Egyezmények előtti és követő időszak trendvonalait összevetve elemeztem a Loméi Egyezmények lehetséges (általános) gazdasági hatásait. Az eredmények szerint a Loméi Egyezményeknek voltak kisebb, kevésbé látványos eredményei, viszont nem érték el azt, ami a beavatkozási területei és időtávja alapján elvárható lett volna.

Kulcsszavak: Loméi Egyezmények, fejlesztési politika, ACP-országok, Európai Unió

1. Bevezetés

A 21. század számos megoldásra váró világgazdasági problémát „örökölt” a 20. századból. Ezek közül talán az egyik legsúlyosabb és a leggyorsabban megoldásra váró kérdés a fejlődő országok rendkívül rossz helyzete. Egyrészt erkölcsileg elfogadhatatlan az, hogy a fejlődő országok népességének nagy részét érinti a – szélsőségesnek is nevezhető – szegénység (a napi 1-2 dollárnál kevesebből élők), a mindennapos éhezés, s jelentősek a társadalmi különbségek. Másrészt a nemzetközi közösséget is érintő problémáról van szó: a globalizáció, a felgyorsult liberalizáció, a nemzeti határok fokozatos eltűnése, az egyre fenyegetőbb nemzetközi terrorizmus, a járványveszély, a környezetszennyezés és a kimerülő erőforrások nem hatékony felhasználása

[1] Jelen tanulmány a Világgazdaság tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lukovics Miklós. Udvari Beátának az Országos Tudományos Diákköri Tanács (OTDT) a GTK történetében először Pro Scientia Aranyérmet adományozott.

miatt ma már kiemelten fontos a fejlődő országokkal való körültekintő foglalkozás, azok megsegítése, kiemelése a szinte kilátástalannak tűnő helyzetükből.

A fejlődő országok problémájának jelentőségét a múlt század harmadik negyede (a hidegháború) után felismerték, és *egyre több nemzetközi szervezet jött létre, melyek a fejlődő országok hátrányos helyzetének felszámolását tűzték ki célul*. Az ENSZ és az OECD mellett az *Európai Unió* is felismerte, hogy az elmaradottabb térségek megsegítése – ha az hatékonyan valósul meg – nemcsak magának a támogatott országnak lesz hasznos, hanem talán az egész világgazdaság (egyben az EU) is profitálhat belőle. Ebből következően (és saját gazdasági-politikai érdekei miatt) az Európai Unióban *egy külön közösségi politika, a fejlesztési politika foglalkozik e témakörrel.*

A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy az Európai Unió a fejlesztési (segélyezési) tevékenységével fél évszázad alatt a fekete-afrikai fejlődő országok gazdasági elmaradottságának megoldása terén milyen eredményeket tudott elérni. Mindez azért fontos, mert egyrészt az Európai Unió a világ legnagyobb segélynyújtója, másrészt pedig számos, korábban jelentős gyarmatbirodalommal rendelkező, s az afrikai fejlődő országokhoz kötődő ország regionális (gazdasági) integrációjáról van szó. Továbbá az afrikai országok az EU által kiemelten kezelt ACP- (azaz afrikai, karibi, csendes-óceáni) országok csoportjába tartoznak. A dolgozat célját statisztikai adatelemzéssel kívánom elérni, abból a feltételezésből kiindulva, hogy a 25 évet átölelő, az EU és a fejlődő országok egy csoportja által aláírt Loméi Egyezmények hatásai empirikusan is vizsgálhatók.

A tanulmány első részében a Loméi Egyezményeket helyezem el az EU fejlesztési politikájában: általános jellemzői mellett kitérek gazdasági jelentőségére is. Ezután az empirikus vizsgálat módszertani hátterét, majd eredményeit ismertetem. A tanulmány végén az eredmények mögött meghúzódó legnyilvánvalóbb okokra térek ki.

2. A Loméi Egyezmények helye és szerepe az EU fejlesztési politikájában

A közösségi fejlesztési politika az elsődleges közösségi joganyag része csak a Maastrichti Szerződéssel lett, viszont a Közösség már évtizedek óta mély kapcsolatot ápol több fejlődő országgal: kereskedelmi kedvezményeket és pénzügyi támogatást biztosít számukra. Viszont nem mindegyik ország kapja meg ugyanazt a kedvezményt, támogatást, így a közösségi fejlesztési politika kedvezményezettjeit – a kapcsolat szorossága, a biztosított preferenciák alapján – *három, földrajzilag viszonylag jól lehatárolható csoportba* sorolhatjuk (Balázs 2002, Marján-Csáki 2005): tengerentúli országok és területek, latin-amerikai és ázsiai országok, afrikai, karibi és csendes-óceáni (ACP) országok. A legkiemelkedőbb a 79 országot tartalmazó *ACP-csoport,* így a következőkben kizárólag a velük kialakult kapcsolat sarokköveit részletezem.

2.1. A Loméi Egyezmények általános jellemzői

Az Európai Unió és az ACP-országok között 1975 és 2000 között négy Loméi Egyezményt kötöttek, öt-öt éves időtartamra (kivéve a negyediket, amely 10 évig volt érvényben). A négy egyezmény alapvetően ugyanazokra a területekre koncentrált (Babarinde 1994), melyek az empirikus vizsgálathoz szükséges mutatók kiválasztásának alapját jelentik. A Loméi Egyezmények által érintett területek az alábbiak szerint foglalhatók össze (Babarinde 1994):

- Az EU *viszonosság nélküli kereskedelmi preferenciákat* nyújtott az aláíró ACP-országok számára, szabad (vám- és kvótamentes) piacra lépést biztosítva az európai piacokra.
- Az *exportbevételek* stabilizálására hozták létre a Stabex[2] valamint a Sysmin[3] stabilizációs rendszereket, az egy vagy néhány mezőgazdasági és bányászati termék exportjától függő országok – a világpiaci árak változása következtében – csökkenő exportbevételeinek kezelése érdekében.
- *Ipari együttműködés* keretében az EU célja az ipari és technikai fejlesztés volt, valamint az országok közötti technológia-transzfer elősegítése, ezzel is megteremtve a lehetőséget a gazdasági diverzifikációra az ACP-országokban.
- *Technikai együttműködés* során a gazdaságfejlesztés, valamint a modernizáció elősegítése volt az alapvető cél.
- A szerződő felek megegyeztek a *szabad külföldi működő-tőke* áramlás biztosításában.
- *Pénzügyi együttműködés* keretében az aláíró országok pénzügyi támogatásban is részesülhettek az Európai Fejlesztési Alapból, az Európai Beruházási Banktól, illetve a közös költségvetés idevonatkozó tételeiből.

Ha csak a Loméi Egyezményeket általánosságban, azok szerkezetét, valamint magát az egyezményekben részt vevő országokat, cikkelyeket, a rendelkezésre álló forrásokat vizsgáljuk, a négy Loméi Egyezmény sikeresnek és kedveltnek tekinthető (*1. táblázat*). Az egyezményekben *részt vevő ACP-országok száma folyamatosan nőtt*, a negyedik Loméi Egyezményt már 22-vel több ország írta alá, mint a 15 évvel korábbi Lomé I-et – és az Egyezményekből *„kilépés" nem történt:* az az ország, amely egyszer már aláírta az egyik egyezményt, a későbbi egyezményt is aláírta. Az egyezmények által lefedett területek is egyre szabályozottabbak lettek: a cikkelyek száma a 25 év során megnégyszereződött. A pénzügyi források – mind a közösségi hozzájárulás, mind az Európai Fejlesztési Alapból rendelkezésre álló pénz – nagysága is folyamatosan nőtt: a Lomé IV-ben az elérhető források összege a hétszeresére emelkedett a Lomé I-hez képest (megjegyzendő, hogy az összegek az inflációt is tartalmazzák). Az egy országra jutó átlagos keretösszeget tekintve a helyzet már más-

[2] System for the Stabilization of Export Earnings
[3] System for Safeguarding and Developing Mineral Production

képp fest: míg a Lomé I esetén öt évre egy országra átlagosan 75,26 millió ECU jutott, a Lomé IV esetében 10 évre 391,54 millió ECU – mindössze ötször több pénz jut egy országra kétszer hosszabb időszakra az első egyezmény után 15 évvel.

1. táblázat A négy Loméi Egyezmény jellemzői

Egyezmény	EK országok száma	ACP-országok száma	Cikkelyek száma	Közösségi hozzájárulás (millió ECU)	Ebből EDF (millió ECU)
Lomé I (1975-1980)	9	46	94	3462 (75,26)	3072
Lomé II (1980-1985)	9	58	191	5409 (93,26)	4724
Lomé III (1985-1990)	10	65	294	8500 (130,77)	7400
Lomé IV (1990-2000)	12	68	369	26625 (391,54)	23767

Megjegyzés: Lomé IV összegei Bilal-te Velde (2003) alapján. A zárójelben lévő összegek az egy országra jutó átlagos összeget mutatják.
Forrás: saját szerkesztés EC (1976, 1980, 1986, 1991) alapján

2.2. A Loméi Egyezmények jelentősége

A Loméi Egyezményeknek köszönhetően az ACP-országok 25 éven keresztül folyamatosan élvezhették az EK/EU segítő szándékát: 1975 és 2000 között megszakítás nélkül a kedvezményezettjei voltak az Európai Közösség részéről érkező kereskedelmi és fejlesztési támogatásoknak. A Loméi Egyezmények középpontjában egyértelműen a kereskedelem áll. A nemzetközi kereskedelemből adódó, a fejlődő országok számára kevésbé előnyös helyzetén próbálnak segíteni úgy, hogy az Európai Közösség az egyezményt aláíróknak (a kölcsönösség elvének figyelmen kívül hagyásával) hosszú távon szabad (vámmentes) piacra lépést biztosít az EK piacaira – az EK/EU egyoldalú, öncélú változtatási lehetőségét kizáró – szerződéses formában (Abass 2004, Babarinde-Faber 2004, Cosgrove 1994, EC 1996, Farrell 2005, Whiteman 1998).

A kereskedelem fejlesztésétől, növekedésétől azt várták, hogy az exportnövekedés és a gazdasági diverzifikáció hozzájárul a gazdasági növekedéshez és a gazdasági fejlődéshez az érintett ACP-országokban (Babarinde 1994, Babarinde-Faber 2004, Kebonang 2007, Spaventa 1999). Ez érthető, hiszen a kedvezményes (és biztosnak tűnő) piacra jutás következtében megélénkül az export, az exportból származó bevételek nőnek, pótlólagos jövedelem áramlik az adott országba, térségbe, amelyet modernizációra, technológiai fejlesztésre, termelésbővítésre lehet fordítani. Az ilyen irányú fejlesztés következtében hatékonyabbá válik a termelés, javulhat a foglalkoztatás is, mely végső soron gazdasági növekedéshez vezet.

A kereskedelmi kedvezmények a fent vázolt gazdasági következmények mellett továbbá azért is jelentősek, mert a vámmentesség az ACP-országok exporttermé-

keinek több mint 90%-át érintette (Babarinde-Faber 2004). Ezen kívül már az első Loméi Egyezményt aláíró 46 ACP-ország több mint fele – összesen 29 ország – a kereskedelmi akadályok lebontását célul kitűző GATT-nak is a tagja. Bár a szabad kereskedelemnek számos előnye van, az 1950-es évek óta (a kisebb-nagyobb mértékben) folyamatosan csökkenő vámok a fejlődő országokat hátrányosan érintették, hiszen a kedvezőbb feltételek ekkoriban az ipari termékeket érintették (Somai 1997, Stiglitz 2003). Emellett több – a fejlődő országok által is exportált – termék (például cipők, kézműves áruk, porcelánok, mezőgazdasági termékek) esetében jelentős, nem vámjellegű korlátozást alkalmaztak (Somai 1997, Stiglitz 2003). Mindebből következően ezek az országok hátrányba kerültek az általuk exportálni képes (mezőgazdasági és félkész-) termékeket érintő protekcionizmus miatt, és számukra kedvezőnek tűnt a szabad piacra lépés lehetősége az EK piacaira.

Bár szakirodalom többsége elsősorban a kereskedelmet taglalja a Loméi Egyezmények vonatkozásában, az EK elsősorban nem az egy termékre szakosodást támogatja, hiszen a beruházásokat, beruházókat vonzó ipari fejlesztés, együttműködés is az egyezmények területei között szerepel. Az iparosodás elősegítésének következtében elvileg az ACP-országok elmaradott áruszerkezete fejlődhetne, és több, versenyképesebbnek számító áruval tudnának a nemzetközi piacra lépni. Az iparfejlesztés során kialakult diverzifikált áruszerkezet miatt az időjárás kiszámíthatatlansága, a gazdasági válságok és a mezőgazdasági termékek világpiaci árának csökkenése, jelentős ingadozása ezeket az országokat nem érintené olyan mélyen.

A Loméi Egyezmények további pozitív elemének tekinthető a Stabex és Sysmin gazdaságstabilizációs rendszerek felállítása: ezekre a fejlett országok válaszreakciójának tekinthetünk a fejlődő országok kedvezőtlen kereskedelmi helyzetének vonatkozásában (Babarinde 1994, Spaventa 1999). Az EK felismerte, hogy a kedvezményezett országok kiszolgáltatottak a világpiaci árak változásának, mely végső soron exportbevételeik csökkenését eredményezhetik, és ez a gazdasági fejlődésük útjába áll. Ugyanakkor Oyewumi (1991) több hátulütőjét is kiemeli a Stabex-nek: hangsúlyozza, hogy amellett, hogy ez a rendszer csak egy szűk termékréteget érint, egyben gátolja is a gazdasági diverzifikációt, hiszen a Stabex a korábbi termék csökkenő exportja miatti bevételkiesést hivatott kompenzálni, így – a bevételkiesés megtérítése miatt – nem szükséges erőltetni a minél szélesebb spektrumon mozogó exportstruktúra kialakítását. Ez az érvelés logikusnak tűnik, viszont véleményem szerint egy ponton logikai hiba található: a szerző azt állítja (jogosan), hogy a Stabex csak nagyon kevés olyan terméket érint, ami az ACP-országok számára kiemelkedő jelentőséggel bír. Ebből következően a releváns országok viszonylag kevés termék esetén támaszkodhatnak az exportbevételek csökkenésének kompenzálására. Következésképp csak kevés olyan termék van, melyek termelését továbbra is érdemes „erőltetni", mert a bevételcsökkenést kompenzálni fogják. Azaz az országok rákényszerülnek, hogy más lehetőségeket is figyelembe vegyenek, így elkezdődhet egy „diverzifikációs folyamat" (aminek mélysége és hatékonysága természetesen nagyban

múlik az adott ország hozzáállásán) – ami ellentétben áll azzal, amit Oyewumi (1991) állít.

Összességében a Loméi Egyezmények kiemelkedő szerződés volt az Európai Unió és az ACP-országok között, és olyan lehetőségeket biztosított, melyek révén az ACP-országok gazdasági fejlődése megalapozottnak tűnik. A következőkben e hatások kimutatására teszünk kísérletet.[4]

3. A Loméi Egyezmények hatásainak empirikus vizsgálata

Ugyan 2000 óta a Cotonou-i Partnerségi Egyezmény vette át a Loméi Egyezmények szerepét, viszont mivel még meglehetősen „fiatal" ezen egyezmény, így ennek hatásait statisztikailag nehéz kimutatni; és a Loméi Egyezményektől eltérően már országcsoportokkal kötnek megállapodásokat. Ezeket figyelembe véve a Cotonou-i Egyezmény hatásainak elemzésével nem foglalkoztam, kizárólag a 25 évig kedvezményeket biztosító Loméi Egyezmények hatásainak empirikus vizsgálatára tettem kísérletet.

3.1. Az empirikus vizsgálatot nehezítő alapproblémák és kezelésük

Az empirikus vizsgálat elvégzése előtt számos dolgot kellett átgondolni a lehetséges torzító tényezőket kiküszöbölése érdekében. A legfőbb gondot az jelentette, hogy az ACP-blokkon belül heterogén országok találhatók: gazdasági fejlettségük mellett különböznek az EK/EU-tól való függőségük mértékét tekintve is. Feltevésünk szerint a Loméi Egyezményeknek azokban az országokban lehetett érdemi hatásuk, melyek a legnagyobb mértékben függnek az Európai Uniótól, az onnan érkező segélyektől, kereskedelmi preferenciáktól, és gazdasági tevékenységüket nem, vagy csak kisebb mértékben befolyásolják más gazdasági-politika hatalmak. Ennek következtében szükségesnek tartottuk azt, hogy a vizsgálatot azokra az országokra szűkítsük le, melyek az EU tevékenységére leginkább ráutaltak. Ehhez egyrészt figyelembe vettük azt, hogy Afrika az egyedüli kontinens, ahol az EU még politikai-gazdasági befolyást szerezhet magának. Másrészt a kereskedelmi kapcsolatok alapján az afrikai, karibi, csendes-óceáni „hármasból" az afrikai országok legjelentősebb kereskedelmi partnere az Európai Unió. Ezek ismeretében feltételezhető, hogy Fekete-Afrika országai függnek leginkább az EU által biztosított kedvezményektől és segélyektől. Így az empirikus vizsgálat alapsokaságát a Loméi Egyezményeket aláíró fekete-afrikai országok (mint az ACP-blokkon belüli viszonylag homogén csoport) adják. A minél pontosabb eredmény érdekében az alapsokaságból kiszűrtük azokat az országokat, melyek esetében hiányosak voltak a kereskedelmi adatok, így a 45, valamelyik Loméi

[4] A negyedik Loméi Egyezmény lejárta után, 2000 óta a Cotonou-i Partnerségi Egyezmény van érvényben. Az egyezmény a dolgozat központi témájától távol esik, így jelen tanulmányban nem térünk ki rá.

Egyezményt aláíró fekete-afrikai országból 35 állam került a mintába, ami statisztikailag elfogadható arány (közel 78%).

Az előzőekben leírtak generálták a következő problémát: a négy egyezmény kedvezményezettje eltérő számú fekete-afrikai ország volt, így a vizsgálni kívánt 1970-2005 közötti időszakra Fekete-Afrikára vonatkozóan nem lehet egyetlen idősort meghatározni. Ennek a problémának a kiküszöbölése érdekében úgy határoztunk, hogy a négy egyezményt és annak hatásait egyezményenként külön-külön vizsgáljuk: minden egyes egyezmény esetén megnéztük, mely országok írták azt alá, és a fekete-afrikai országok kiválasztása után ezekre az országokra mint országcsoportra határoztunk meg összevont adatot, és azt tekintettük az adott egyezmény afrikai ACP-országok teljesítményének. Ennek alapján a Lomé I esetén 30 ország, míg a Lomé IV esetén 35 ország képezte a vizsgálat tárgyát.

Az országok számának változása miatti probléma további nehézséghez vezetett: nem rendelkeztünk az adott évekre közvetlen, azaz az adott egyezményt aláíró fekete-afrikai országokra vonatkozó összevont adatokkal. Ezt a problémát úgy kezeltük, hogy mindegyik mutató esetén a megfelelő (matematikai-statisztikai) módszerekkel magunk számoltunk ki egy értéket erre az országcsoportra vonatkozóan, mely azonban magában foglalhatja a hiba lehetőségét is. Annak érdekében, hogy ezt a minimálisra csökkentsük, a kereskedelem elemzéséhez kontrollként felhasználtuk az Eurostat (az EU statisztikai szervezete) egyes kiadványaiban szereplő adatokat az ACP-országokra vonatkozóan. Ez megfelelő kiindulási pontot adott arra vonatkozóan, hogy hozzávetőlegesen milyen eredményre kellene jutnunk az ACP-blokknál szűkebb csoportunk esetében. Az adatok kiszámítása során nem lépett fel ellentmondás a kontrollváltozókkal, így a kapott eredményt elfogadhatónak tartjuk.

Az afrikai ACP-országok számának egyezményenkénti változása mellett dilemmát okozott az is, hogy az Európai Közösség (Európai Unió) taglétszáma is folyamatosan nőtt. Ebből következően el kellett döntenünk azt, milyen bázist válaszszunk a vizsgálatunkhoz. Részben az időbeli összehasonlíthatóság érdekében, részben pedig az adatbázisunkban fellelhető közvetlen adatok miatt a releváns mutatók esetén az EU-25-öt vettük bázisnak.

3.2. A vizsgált mutatók és az adatok

A vizsgálandó indikátorok meghatározásához a négy Loméi Egyezmény területeit, céljait (kereskedelmi együttműködés, ipari együttműködés, külföldi működőtőke), valamint a releváns szakirodalomban vizsgált mutatókat gondoltuk át. Az elemző tanulmányok többsége elsődlegesen az EU és az ACP-országok közötti kereskedelem alakulására és a gazdasági növekedés vizsgálatára helyezte a hangsúlyt, viszont értelmezésünk szerint a Loméi Egyezmények nem csupán a kereskedelmi kedvezményekből álltak, hanem azokon túl az ipar és a (külföldi) befektetések területén is igyekeztek valamilyen eredményt elérni. Ezek figyelembevétele után hat, kizárólag gazdasági jellegű mutatót határoztunk meg az egyezmények által biztosított kedvez-

mények hatásainak elemzésére az ACP-blokkon belüli afrikai országok vonatkozásában.

1. Az *egy főre jutó GDP* az afrikai ACP-országokban. Az egyezményekben szereplő kereskedelmi kedvezmények élénkítik az exportot, ami gazdasági növekedést generál. Emellett, a Loméi Egyezmények a közösségi fejlesztési politika megvalósításának kereskedelempolitikai eszközei, így a közösségi fejlesztési politika céljainak megvalósulását (gazdasági-társadalmi fejlődés előmozdítása) kell szolgálniuk, és a szűk értelemben vett gazdasági fejlettség mérésének gyakran alkalmazott statikus mutatója az egy főre jutó GDP nagysága. Az árváltozások okozta torzító tényezőket kiküszöbölése érdekében 1990-es árakon számított GDP adatokat vettünk figyelembe.
2. Az *egy főre jutó GDP növekedése* az afrikai ACP-országokban. Fontos az egy főre jutó GDP dinamikájának elemzése is.
3. Az *ipar részesedése a GDP-ből* az afrikai ACP-országokban. A Loméi Egyezményekben az ipari együttműködés céljaként szerepelt az ACP-országok iparitermék-exportjának növekedése. Így kimutathatónak kellene lennie az ipar egyre nagyobb mértékű GDP-aránya.
4. Az *afrikai ACP-országok részesedése az EU összimportjából*. Az, hogy kedvező feltételekkel (vámmentesség) tudnak az ACP-országok az európai piacokra lépni (azaz az Európai Unió országaiba exportálni), magával vonzaná azt, hogy ezen (így az afrikai) országok részesedése nőtt az EU összimportjából (kizárólag az EU harmadik országokkal folytatott kereskedelmét tekintve).
5. Az *afrikai ACP-országok részesedése az EU összexportjából*. A mutató megmutatja, az afrikai ACP-országok arányaiban nézve mennyit importálnak az Európai Unióból, s ez a szorosabb kereskedelmi kapcsolatok kimutatására alkalmas (kizárólag az EU harmadik országokkal folytatott kereskedelmét vizsgálva).
6. Az *afrikai ACP-országokba érkező közvetlen külföldi tőkebefektetés*. Az egyezményekben szabad tőkeáramlást határoztak meg, ezáltal az afrikai ACP-országokba irányuló tőkebefektetés alakulását is érdemes megvizsgálni.

Az egyes mutatók elemzéséhez felhasználni kívánt adatok meghatározása két lépésben történt a közvetlen adatok hiánya miatt. Mivel a négy egyezményt és annak hatásait külön-külön (egyezményenként) vizsgáljuk, először az adott egyezményt aláíró országokat határoztuk meg, s ezekhez rendeltük hozzá a megfelelő adatokat minden mutató esetében a vizsgálandó évekre vonatkozóan. Második lépésben a megfelelő (matematikai-statisztikai) módszerrel meghatároztuk minden egyezmény afrikai ACP-országaira mint országcsoportra vonatkozó – a mutató tartalmának megfelelően hol átlagos, hol pedig összevont – értéket. Megjegyezendő, hogy a külföldi tőke esetében egyrészt csak folyó áras adatok voltak elérhetőek, másrészt nem állt rendelkezésünkre a befektető országok szerinti bontás sem (azaz nem tudjuk, hogy

kizárólag az EU országaiból mennyi befektetetés érkezett az afrikai ACP-országokba) – ezeket a hatások elemzésekor figyelembe kell vennünk.

Mivel az Eurostat kiadványaiban hiányosak a számunkra releváns országokra vonatkozó statisztikák, így a számításainkhoz és az elemzésünkhöz felhasznált országonkénti adatok az UNCTAD Handbook of Statistics, az UNCTAD FDI, valamint az ENSZ statisztikai rendszerének (UN Statistics Division) on-line elérhető verziójából származnak (UNCTAD 2007a, UNCTAD 2007b, UN 2008).

3.3. A vizsgálat módszertana

A Loméi Egyezmények hatásainak elemzéséhez egy *saját módszertant dolgoztunk ki***,** ami az általános tendenciák bemutatására alkalmas, de nem kapunk teljes képet a Loméi Egyezmények gazdasági hatásáról. A módszertan kidolgozásának első lépéseként a vizsgálandó időszakot határoztuk meg. Az egyezmények mint külső beavatkozás hatásának kimutatásához szükséges az adott egyezmény előtti időszak vizsgálata is, így a kiválasztott mutatók esetében az 1970-2005 közötti időszakot vizsgáljuk meg évenkénti adatokra építve. Az elemezni kívánt 1970-2005-ös időszakot minden egyezmény esetén két részre bontottuk: az egyezmény aláírását megelőző, valamint az egyezmény aláírását követő időszakra[5] (2. táblázat). Ennek alapján mind a négy egyezmény esetén mind az öt mutatóra vonatkozóan két-két függvényt rajzoltunk fel az afrikai ACP-országokra kiszámolt, évenkénti adatokra illesztve.

2. táblázat A két vizsgált időszak egyezményenként

Egyezmény	**Afrikai ACP-országok száma**	**Egyezmény előtti időszak**	**Egyezmény utáni időszak**
Lomé I	30	1970-1975	1975-2005
Lomé II	34	1970-1980	1980-2005
Lomé III	35	1970-1985	1985-2005
Lomé IV	35	1970-1990	1990-2005

Forrás: saját szerkesztés

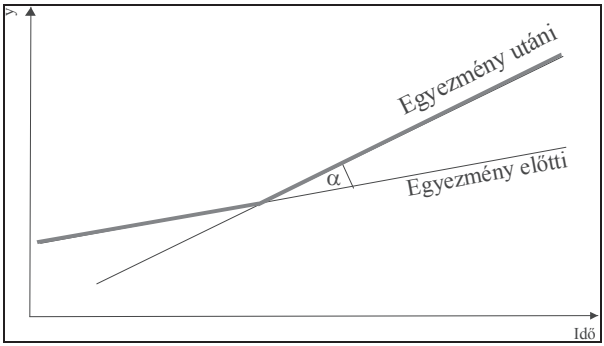
Az idősorok elemzéséhez a *trendszámítást* alkalmaztuk, hiszen annak elsődleges „*feladata az idősor fő komponensének, az alapirányzatnak a kimutatása*" (Korpásné 1997, 246. o.), az alapirányzat alatt pedig a trendet értjük, azaz „*az idősorban tartósan érvényesülő tendencia, a fejlődés legfontosabb komponense*" (Köves-Párniczky 1975, 497. o.). Az idősorok adatpontjaira trendegyeneseket illesztettünk, s annak érdekében, hogy az így kapott trendvonalak elemzése a célunknak leginkább megfelelő módon történjen, többféle módszert teszteltünk. *A kiindulási pon-*

[5] Tudtuk azt, hogy az egyezményeknek hosszú távon lesznek érezhető gazdasági hatásai, azonban ennek első évét nem lehet meghatározni. Ezért döntöttünk úgy, hogy az egyezmények kezdő éveit vesszük az egyes időszakok fordulópontjának.

tunk minden esetben egyértelműen az volt, hogy a két időszak (egyezmény aláírása előtti és egyezmény aláírása utáni) *trendvonalait vessük össze*, hiszen az *„alapvető társadalmi, gazdasági törvényszerűségek által meghatározott fejlődési tendenciák természetesen csak addig érvényesülnek, amíg a meghatározó törvényszerűségekben lényeges változások nem következnek be. Ilyenkor a régi fejlődési tendenciák újaknak adják át a helyüket"* (Köves-Párniczky 1975, 497. o.). Feltételezésünk szerint ilyen *lényeges változás*nak tekinthető a Loméi Egyezmények aláírása, így indokolt, hogy az elemezni kívánt időszakok trendvonalait vessük össze. Következésképp az egyezmény előtti időszak trendje mutatja azt a fejlődési tendenciát, amit a külső beavatkozás nélkül, a kialakult gazdaságpolitikák alapján lehetett várni. Ezzel szemben az egyezmény utáni időszak adataira illesztett trendegyenes már a beavatkozást is tartalmazó fejlődési tendenciákat mutatja, így feltevésünk szerint ez már magában foglalja az egyezmények lehetséges pozitív hatásait.

Az elemzésre legalkalmasabb módszer kidolgozása során a lineáris trendegyenesek[6] mellett *teszteltünk nemlineáris grafikonokat is*. Ezek esetében azonban problémát okozott a megfelelő elemzés: az egyes grafikonok alatti területet szerettük volna meghatározni egyszerű területszámítás, illetve integrálszámítás segítségével, azonban a két időszak a négy egyezmény esetében nem ugyanolyan hosszú. Így várható volt, hogy a hosszabb időszak adataira illesztett trendegyenes alatti terület nagyobb lesz. Felmerült, hogy ezt a problémát átlagolással küszöböljük ki, azonban a túl sok származtatott adatok következtében fellépő adatvesztés veszélye miatt ezt a lehetőséget elvetettük.

1. ábra A trendvonalak helyzete optimális esetben



Forrás: saját szerkesztés

[6] A lineáris trendfüggvény olyan idősorok elemzésére alkalmas, ahol *„az időegységenként bekövetkezett változás, növekedés vagy csökkenés abszolút értelemben közel állandó"* (Korpásné 1997, 252.o.).

Végül az idősorokra illesztett lineáris trendegyenesek vizsgálatához egy leegyszerűsített módszert alkalmazása mellett döntöttünk. Az elemzés során azt vizsgáltuk, hogy az egyezmény utáni időszak függvényére berajzolt *trendvonal meredeksége hogyan változott az egyezmény előtti időszak trendvonalának meredekségéhez képest*, azaz hogyan alakult „*az időegységenkénti átlagos abszolút változás mértéke*” (Korpásné 1997, 254. o.). *Feltételezésünk szerint az egyezmény akkor ért el érdemi hatást, ha az egyezmény utáni időszak trendvonala meredekebb, mint az adott egyezmény előtti* (1. ábra).

3.4. Az empirikus vizsgálat eredményei

A fent vázolt vizsgálatot mind a négy egyezményre vonatkozóan elvégeztük, a következőkben kizárólag a négy egyezmény összesített eredményeit ismertetjük (3. táblázat). Az empirikus vizsgálat során tapasztalt tendenciák szerint az egy főre jutó GDP esetén pozitív változás kizárólag a negyedik egyezmény esetén észlelhető. Azonban a többi egyezmény esetében bár a tendenciák szerint az egy főre jutó GDP kisebb mértékben nő, mint amit az egyezmény előtti időszak trendjei jeleztek, mégis növekvő tendenciájú maradt. Ennek ellenére ez az eredmény negatív, hiszen az egyezmények és az általa támogatott területek ismerete alapján azt vártuk, hogy az egy főre jutó GDP és annak növekedése jelentősen meg fogja haladni az egyezmény előtti időszakok trendjét. Nem szabad arról sem elfeledkezni, hogy bár jelentős változást jelentett a Loméi Egyezmények az azokat aláíró országok gazdasági törvényszerűségeit nézve, azonban az egy főre jutó GDP és annak növekedése több tényezőtől függ (például munkaerő, tőke, intézményi háttér, makrogazdasági politikák), így nem lehet kizárólag a Loméi Egyezményeknek tulajdonítani a kimutatott változásokat.

3. táblázat A négy Loméi Egyezmény értékelése

Egyezmény területe, célkitűzése	**Gazdasági növekedés**		**Kereskedelmi együttműködés**		**Ipari együttműködés**	
Indikátor	GDP/fő	GDP/fő növekedése	Részesedés az EU25 összexportjából	Részesedés az EU25 összimportjából	Ipar részesedése a GDP-ből	Külföldi befektetés (FDI)
Lomé I	-	-	-	-	-	+
Lomé II	-	+	+*	-	-	+
Lomé III	-	+	+*	+*	-	+
Lomé IV	+	+	+*	+*	+	+

Jelmagyarázat: +: pozitív változás; -: negatív változás; +*: az egyezmény előtti időszakhoz képest pozitív a változás, de a trendvonal negatív meredekségű maradt
Forrás: saját szerkesztés

Az ipari együttműködés terén az empirikus vizsgálat során használt mutató alapján (ipar részesedése a GDP-ből) felemás eredmények tapasztalhatók: az első két

egyezmény esetén az egyezmény előtti időszak növekvő tendenciával rendelkezett, azonban az egyezmény utániak rendre negatív meredekségűek voltak, a Lomé III esetén pedig nem haladta meg az egyezmény előtti időszak által tapasztalt trendet az egyezmény utáni időszak trendje. A gazdasági növekedés mutatóihoz hasonlóan a Lomé IV esetén láthatunk egyértelmű pozitív tendenciát: az egyezmény előtti negatív tendenciájú trendfüggvény az egyezmény után pozitív meredekségű lett. Továbbá a Lomé III és Lomé IV esetén az egyezmény utáni növekvő tendencia ellenére az 1970-es és 2005-ös adatok között csekély különbség látható: az első és az utolsó vizsgált évben is az országcsoport esetében átlagosan a 21-23%-os ipari részesedés figyelhető meg. Ebből következően az empirikus vizsgálatunk szerint az egyezményeknek nincs kimutatható hatása ezen a téren, így valószínűleg a célként meghatározott gazdasági diverzifikációval is problémák vannak a vizsgált országokban.

A kereskedelem területén a vizsgálatunk alapján az egyezményeknek csupán annyi hatása volt, hogy az egyezmények előtti időszak trendvonala szerinti részesedéscsökkenés kisebb mértékűvé vált (kivéve Lomé II esetén az EU-összimportból való részesedést). Ezt az egyezmények pozitív hatásának is tekinthető, viszont az egyezményekben az EU részéről vállalt kötelezettségek, az ACP-országok számára biztosított viszonosság nélküli kedvezmények alapján feltételeztük, hogy az afrikai ACP-országok részesedése növekedni fog, nem pedig visszaesni – ráadásul nem az ismertetett mértékben. Mindegyik egyezmény országcsoportjában a 2005-ös részesedés – az export és az import tekintetében is – az 1970-es részesedésnek körülbelül csak a harmada. Mivel a részesedés számításakor a 25 tagú Európai Unió adatait vettük bázisnak, így a részesedéscsökkenés nem tudható be annak, hogy a folyamatos bővülés következtében nőtt volna az EU összkereskedelme (azaz a bázis), azaz a nagyobb bázisból csak kisebb részt tudott volna vállalni az adott országcsoport. Ennek alapján a négy egyezmény esetén tapasztalt folyamatos részesedéscsökkenés elsősorban a külső, világgazdasági változásoknak, az EU stratégai fókuszának változásának tudható be.

Az empirikus vizsgálat során továbbá azt tapasztaltuk, hogy az egyezmény előtti időszakhoz képest az egyezmények után pozitív változás következetett be az afrikai ACP-országokba irányuló külföldi befektetések terén – az egyezmények előtti trendvonalak kivétel nélkül közel vízszintesek voltak, az utániak viszont rendre pozitív meredekségűek. Azonban újra hangsúlyoznunk kell, hogy az elemzés egyrészt (az árváltozást tartalmazó) folyó áras adatokra épült, másrészt nem csak az EU-ból érkező tőkét vette számításba, így a külföldi befektetések növekedését véleményünk szerint nem tekinthetjük kizárólag a Loméi Egyezmények pozitív hatásának.

Mindezek alapján az egyezményekben vállalt kötelezettségek, a biztosított kedvezmények nem voltak elég „erősek" és hatékonyak ahhoz, hogy ellensúlyozzanak más, térségen belüli és térségen kívüli kedvezőtlen folyamatokat, melyek hatással lehettek az egyezmények kimenetelére, így az aláíró országok gazdaságára nézve. Ennek következtében érdemes megvizsgálni azokat a tényezőket, melyek befolyásolhatták a Loméi Egyezmények kimenetelét.

4. A „látványos eredménytelenség” lehetséges okai

A Loméi Egyezmények empirikus vizsgálata során bebizonyosodott, hogy az egyezményekben meghatározott kedvezmények érdemi fejlődést nem tudtak generálni az afrikai ACP-országokban. Ez a sikertelenség különösen annak fényében még inkább „figyelemre méltó” és elgondolkodtató, hogy *az afrikai országok számítanak az EU fejlesztési politikájának fő támogatottjainak*, több segélyt és kedvezményt kaptak, mint bármely más fejlődő ország (Abass 2004, Farrell 2005, Kebonang 2007).

Az Európai Unió fejlesztés területén végzett tevékenységét a világgazdasági tendenciákkal együtt kell vizsgálni (Hurt 2003), így nemcsak azokat az országon belüli tényezőket fejtjük ki, melyek a fejlődés akadályai lehettek, hanem kitérünk arra is, hogy milyen változások következtek be a világgazdaságban, melyek hatással lehettek a fejlesztések kimenetelére. Mivel egy igen összetett folyamatról van szó, nem lehet minden okot pontosan meghatározni, így csak kísérlet történik azoknak a – talán legszembetűnőbb – folyamatoknak a feltárására, melyek a Loméi Egyezmények sikertelenségéhez vezethettek az afrikai országokban.

4.1. A sikertelenség lehetséges külső okai

A világgazdasági változások, azaz a külső tényezők elsősorban a két fél közötti kereskedelem alakulására lehetett hatással, hiszen az iparfejlesztés és a diverzifikáció inkább belügynek számít (kevésbé kiszolgáltatott a világgazdasági eseményeknek), meg (nem) valósulása elsősorban országon belüli tényezőkkel magyarázható. A kereskedelem alakulására az alábbi faktorok lehettek hatással.

Az *Európai Unió tagországaiban a fajlagos nyersanyag-szükséglet jelentősen visszaesett* a gazdasági szerkezet jelentős átalakulása következtében: a szolgáltatások, a kevésbé nyersanyag-igényes iparágak kerültek előtérbe (Balázs 2002, Babarinde-Faber 2004) – ezáltal tulajdonképpen hiába volt szabad a piacra lépés az ACP-, így a fekete-afrikai országoknak, ha nem volt kereslet az általuk exportálni képes termékek iránt.

A kereskedelmet tekintve egyértelműen kimutatható, hogy *az Európai Unió figyelme, stratégiai fókusza más országok, térségek felé irányult* (Farrell 2005) – a két nagy „sikerterület” Kelet-Közép-Európa és az ázsiai újonnan iparosodott országok. Az 1980-as évekre több *dinamikusan fejlődő ázsiai ország* (például Hongkong, Szingapúr, Tajvan, Thaiföld – „tigrisek”) korábbi években megtörtént *világgazdasági nyitásának* és a nemzetközi kereskedelembe való bekapcsolódásának hatása érezhetővé vált, és részesedésük az EU-importból és annak exportjából 20 év alatt megduplázódott. Ezek az országok olcsó, egyidejűleg minőségi termékekkel tudtak megjelenni az európai piacokon, és képesek voltak a versenyben (hatékonyan) részt venni.

A szovjet blokk szétesése és a kelet-közép-európai országok rendszerváltása után (az 1990-es évektől kezdve) az Európai Unió gazdasági (így kereskedelmi) lehetőségei megnőttek ezen államok irányában, és úgy tűnik, ezt ki is használta, hiszen ezen országcsoport részesedése az EU export és import oldalán is megduplázódott

1990-ről 2000-re. Nemcsak a kereskedelem tekintetében kerültek előtérbe, hanem a segélyeket és a beruházásokat tekintve is, hiszen az EU az ACP-országok helyett ezekbe az országokba csoportosította át (a felzárkózást segítő) segélyeit és beruházásait (Cosgrove 1994). Másrészt a biztonság megőrzése érdekében is fontos volt, hogy ezeket az országokat „szemmel tartsa", és Közép-Európa az európai külpolitika fontos célpontjává vált (Santos 1999).

A *GATT Uruguay Fordulója* (1986-1994) során elfogadott néhány egyezmény hátrányosan érintette a fejlődő, köztük az ACP-országokat – ezek közül két példát emelnénk ki.[7] Az ipari államok *általános vámkedvezményeket* irányoztak elő *a fejlődő országok számára*, így az ezen országok számára megnyílt kedvezőbb környezet következtében megnőtt a világpiacon a verseny (Santos 1997), azaz az ACP-országok mellett más országok is kedvező piacra jutási feltételekhez jutottak, s a nagyobb versenyben az ACP-országok háttérbe szorultak. Emellett az 1990-es évek elején elfogadott *szellemi tulajdonjogra vonatkozó szabályozás* (TRIPS[8]) nemcsak a közegészségügyben és a gyógyszerekhez való hozzáférésben okoz gondot a fejlődő országokban (Udvari 2005), hanem gátolja azokat abban, hogy a technológiát a fejlett országoktól lemásolják (ahogy ezt korábban megtehették), és a saját színvonalukon használják (Farrell 2005, Somai 1997).

A WTO egyre több területre kiterjedő szabályozásával egy időben indult meg az a folyamat, mely az EK-ban *a belső piac kialakulását* irányozta elő. Az így kialakult, közösségi szinten érvényes szabályozás és a különböző, meglehetősen szigorú (fogyasztóvédelmi, csomagolási, környezetvédelmi, minőségi stb.) előírások „elriaszthatták" az ACP-országokat (Cosgrove 1994), hiszen nem, vagy csak nagy költségek árán tudtak (volna) megfelelni ezeknek a szabályoknak.

A Loméi Egyezményeknek és preferenciáinak egy nagy hátulütője is volt: a kedvezmények következtében erős *aszimmetrikus függőség alakult ki* az ACP-országok és az Európai Unió között (Balázs 2002, Farrell 2005, Whiteman 1998). Az ACP-országok nagymértékben függtek az EU részéről érkező támogatásoktól, kereskedelmi kedvezményektől, ennek következtében az 1990-es évek elején bekövetkezett világgazdasági változások (szovjet blokk szétesése, ázsiai országok megerősödése, az európai belső piac kialakulása) után olyan problémákkal találták szembe magukat, melyekre nem tudtak megfelelő módon reagálni. Az ACP-országok nem tudták felvenni a versenyt az új versenytársakkal, nem tudtak tömegesen megfelelni a belső piacon érvénybe lépő szigorúbb szabályozással szemben. Azonban mindennek a másik oldalát is figyelembe kell venni: a Loméi Egyezmények 25 év alatt tulajdonképpen érdemi változást nem eredményeztek az abban részt vevő, legtöbb fejlődő országban: a diverzifikáció hiánya még ma is több országot jellemez (Babarinde-Faber 2004), és ezen országok összexportjának 60%-át mindössze tíz termék teszi ki (Moreau 2000).

[7] Az Uruguay Forduló eredményeit, egyezményeit ld. részletesen Somai (1997).
[8] Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights

4.2. A sikertelenség lehetséges belső okai

A Loméi Egyezmények kétségbevonható hatékonyságának vizsgálatakor nem szabad kizárólag a külső tényezőket, a világgazdaságban végbement változásokat, a különböző térségek stratégiai érdekeinek eltolódását okolni, hiszen maguk a fejlődő országok is gátjaik lehetnek saját fejlődésüknek – azaz a fejlődési lehetőségeiket akadályozó belső (gazdasági–társadalmi–politikai) tényezőket nem tudták megfelelően kezelni.

Az Európai Bizottság 1996-os, az EU és az ACP-országok kapcsolatát taglaló Zöld Könyve elsősorban ezekre a tényezőkre (nem pedig a külgazdasági változásokra) vezeti vissza a Loméi Egyezmények sikertelenségét a részt vevő országok fejlődésének területén. A Zöld Könyv kiemeli, hogy számos, a fejlődés tekintetében nélkülözhetetlen tényező hiánya volt az akadálya annak, hogy a Loméi Egyezmények kedvezményeit élvező ACP-országok hasznot tudjanak húzni a kereskedelmi kedvezményekből adódó előnyökből, a különböző területeken történő együttműködésekből (EC 1996). E kritikus tényezők között az említett dokumentum többek között az infrastruktúrát, a vállalkozókészség, a fizikai és humán tőke alacsony színvonalát, a beruházások és megtakarítások alacsony szintjét, valamint a fejletlen pénzügyi szektort említi meg; valamint kiemeli, hogy a legtöbb részt vevő ország olyan termékek kereskedelmétől, exportjától függ, amelyek világpiaci ára jelentősen ingadozik.

Oyewumi (1991) cikkében ezek mellett a Loméi Egyezmények vizsgálatakor kiemeli azt is: komoly problémát jelentett az is, hogy a Stabex és Sysmin gazdaságstabilizációs rendszerből származó kompenzációt a kormányok kapták meg, nem pedig közvetlenül a termelőknek juttatták el – a korrupcióra gondolva ez a pénz könnyen elveszhetett.

Ezek a tényezők is hozzájárulhattak ahhoz, hogy csak néhány ország teljesített sikeresen, azonban összességében (magát az ACP-országok csoportját tekintve) elég rossz az eredmény (Moreau 2000). Mindez azt jelenti, hogy fejlődés csak azokban az országokban volt tapasztalható, amelyek a kedvezmények hatékony kihasználása érdekében belső ügyeikben is változtattak valamit.

5. Összegzés

A dolgozat célját, azaz az Európai Unió fejlesztési tevékenységének eredményességének vizsgálatát a fő kedvezményezettnek számító fekete-afrikai fejlődő országokra vonatkozóan, sikerült elérni. Statisztikai adatokra és a vizsgálathoz kidolgozott saját módszertanunkra támaszkodva sikerült kimutatni, hogy az EU fejlesztési tevékenysége és az általa nyújtott kedvezmények a fő kedvezményezettnek számító fejlődő országokban nem értek el érdemi hatást.

Jelen dolgozat az Európai Unió fejlesztési politikáját ismertette részletesen. Három, földrajzilag viszonylag jól lehatárolható csoportba sorolhatjuk az Európai Unió fejlesztési politikájának kedvezményezettjeit aszerint, hogy az EU milyen mér-

tékű preferenciákat biztosít számukra. A tengerentúli területek, a latin-amerikai és ázsiai, valamint *az afrikai, karibi és csendes-óceáni (ACP-) országok* közül az EU ez utóbbiak számára nyújtja *a legnagyobb kedvezményt.* Az Európai Unió 25 éven keresztül (1975 és 2000 között) *a négy Loméi Egyezmény keretében jelentős, viszonosság nélküli, a szerződéses forma miatt stabilitást biztosító kereskedelmi kedvezményeket nyújtott* az ACP-országoknak. Emellett az ipari együttműködésre, fejlesztésre, a külföldi befektetések ösztönzésére is hangsúlyt fektettek. Továbbá két, ún. gazdaságstabilizációs rendszeren (Stabex, Sysmin) keresztül igyekeztek ezen országok kieső exportbevételét kompenzálni.

A hosszú távú kedvezmények ismeretében úgy gondoltuk, hogy a Loméi Egyezményeknek kimutatható hatással kell bírniuk az ACP-csoport gazdaságára nézve. Feltételezésünk szerint azokban az országokban tapasztalható látványos eredmény, melyek a legnagyobb mértékben függnek az Európai Uniótól. Így empirikus vizsgálatunkat kizárólag a fekete-afrikai országokra végeztük el. Az egyezmények beavatkozási területeit figyelembe véve hat, kizárólag gazdasági jellegű mutatót (az egy főre jutó GDP-t, annak növekedését, az ipar arányát a GDP-ben, az afrikai ACP-országok részesedését az EU összimportjából és összexportjából, a külföldi befektetések alakulását) elemeztünk empirikusan, a trendszámítás módszerét alkalmazva. *A saját módszertanunk alapján elvégzett empirikus vizsgálat során kiderült, hogy az egyezményeknek érdemi hatását nem lehet kimutatni az érintett országcsoportban:* a kereskedelmi kedvezmények ellenére a 25 év alatt a harmadára esett vissza az afrikai ACP-országok részesedése az EU összkereskedelméből (az export és az import oldalon egyaránt), az ipar még 25 év eltelte után is közel ugyanolyan mértékben járul hozzá a GDP-hez, mintha az egyezmények nem is lettek volna. Emellett a termékdiverzifikáció még ma sem jellemző a legtöbb országban. Ugyan az empirikus vizsgálathoz kidolgozott módszer csak tendenciák bemutatására alkalmas, mégis megerősítheti vizsgálatunk eredményét az a tény, hogy a vizsgálatunkba bevont afrikai ACP-országok nagy része a legkevésbé fejlett országok közé tartozik (illetve az ötven legkevésbé fejlett ország többsége afrikai ACP-ország), és ezeknek az államoknak a többsége már az első Loméi Egyezményt is aláírta.

Az alacsony hatékonyság okai között említettük a világgazdaságban végbement változásokhoz való nehézkes alkalmazkodást és a Loméi Egyezmények miatt kialakult aszimmetrikus függést is: feltehetőleg az ACP-csoport a négy (egymást megszakítás nélkül követő) egyezmény következtében „elkényelmesedett", erősen függött az EU-ból érkező kedvezményektől, és a világ más térségei elől elzárkózott. Viszont sikertörténetek is vannak, azonban ezek ritkák.

Felhasznált irodalom

Abass, A. 2004: The Cotonou Trade Régime and WTO Law. *European Law Journal*, 4, 439-462. o.

Babarinde, O. A. 1994: *The Lomé Conventions and Development. An Empirical Assessment.* Aveburg Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England.

Babarinde, O. – Faber, G. 2004: From Lomé to Cotonou: Business as Usual? *European Foreign Affairs Review*, 9, 27-47. o.

Balázs P. 2002: *Az Európai Unió külpolitikája és a magyar-EU kapcsolatok fejlődése.* KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest.

Bilal, S.– te Velde, D. W. 2003: Foreign Direct Investment and Home Country Measures in the Lomé Conventions and Cotonou Agreement. *Tanulmány*, UNCTAD, New York.

Cosgrove, C. 1994: Has the Lomé Convention failed ACP trade? *Journal of International Affairs*, 1, 223-250. o.

EC 1976: ACP-EEC Convention of Lomé. *Official Journal*, L 25, Luxembourg, 1-177. o.

EC 1980: Second ACP-EEC Convention signed at Lomé on 31 October 1979 (Lomé 2). *Official Journal*, L 347, Luxembourg, 1-181. o.

EC 1986: Third ACP-EEC Convention signed at Lomé on 8 December 1984. *Official Journal*, L 086, Luxembourg, 1-208. o.

EC 1991: Fourth ACP-EEC Convention signed at Lomé on 15 December 1989. *Official Journal*, L 229, Luxembourg, 1-220. o.

EC 1996: *Green Paper on relations between the European Union and the ACP countries on the eve of the 21st century. Challenges and options for a new partnership.* European Commission, Brussels.

Farrell, M. 2005: A Triumph of Realism over Idealism? Cooperation between the European Union and Africa. *European Integration*, 3, 263-283. o.

Hurt, S. R. 2003: Co-operation and coercion? The Cotonou Agreement between the European Union and ACP states and the end of the Lomé Convention. *Third World Quaterly*, 1, 161-176. o.

Kebonang, Z. 2007: Generosity undermined: the Cotonou Agreement and the African Growth and Opportunity Act. *Development in Practice*, 1, 98-103. o.

Korpásné (szerk.) 1997: *Általános statisztika II*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

Köves P. – Párniczky G. 1975: *Általános statisztika.* Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Marján A. – Csáki M. 2005: Az Európai Unió fejlesztési politikája. In Marján A. (szerk.): *Az Európai Unió gazdasága. Minden, amit az EU gazdasági és pénzügyi politikáiról tudni kell*. HVG-Kiadó, Budapest, 56-66. o.

Moreau, F. 2000: The Cotonou Agreement – new orientations. *The ACP-EU Courier* (Special Issue), 9, 6-10. o.

Oyewumi, A. 1991: The Lome Convention. *Round Table*, 1, 129-138. o.

Santos, S. 1997: *Lomé Convention*. Government Institute for Economic Research, Helsinki.

Somai M. 1997: A GATT-ból a WTO-ba: az Uruguayi forduló előzményei és eredményei. *Külgazdaság*, 10, 4-20. o.

Spaventa, A. 1999: The Lomé Convention. Objectives, Instrument, Results. *Federico Caffé Centre Research Reports*, 2, Roskilde University, Denmark.
Stiglitz, J. E. 2003: *A globalizáció és visszásságai*. Napvilág Kiadó, Budapest.
Udvari B. 2005: A 21. század világgazdasági kihívása: a gyógyszerhiány okainak megszüntetése a fejlődő országokban. *Szakdolgozat*, Szolnoki Főiskola.
UN 2008: *United Nations Statistics Division.* http://unstats.un.org/unsd/snaama/selectionbasicFast.asp Letöltve: 2008. március 12.
UNCTAD 2007a: *Handbook of Statistics 2006.* http://stats.unctad.org/handbook/ Letöltve: 2008. február 15.
UNCTAD 2007b: *FDI on-line.* http://stats.unctad.org/fdi/ReportFolders/ReportFolders.aspx Letöltve: 2008. február 20.
Whiteman, K. 1998: Africa, the ACP and Europe: the lessons of 25 years. D*evelopment Policy Review*, 16, 29-37. o.

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 275-288. o.

IT klaszterek kialakulásában a közelség szerepe (Szegeden és vonzáskörzetében)[1]

Vas Zsófia

A földrajzi és kapcsolati közelség kulcsszerepet tölt be az innovatív vállalatok fejlődésében. Előnyeire épülve tudásintenzív klaszterek jönnek létre a kevésbé fejlett régiókban, így Szegeden és vonzáskörzetében is, ahol a meglévő vállalati kör és a város adottságai, az egyetem, a tudásbázis, az évente megújuló szakképzett munkaerő és az informatikai képzés kimagasló feltételeket biztosítanak egy szoftveripari klaszter kialakulásához.

Külföldi IT klaszterek tanulmányozásával alátámasztást nyer a földrajzi közelség fontossága és a kapcsolati közelség jelentősége. A szegedi szoftveripari vállalatok közötti földrajzi és kapcsolati közelség jellemzőinek vizsgálatára statisztikai adatok és a közelség összetett vizsgálatát szolgáló vállalati kérdőíves felmérés eredményei szolgálnak. A vizsgálatból egyértelműen kiderült, hogy Szegeden és vonzáskörzetében indokolt egy szoftveripari klaszter kialakítása. A potenciális klaszter további megerősödését szolgáló feltételek részletes elemzésével egy tudatos fejlesztési stratégia kiépítésének szükségességére is rávilágítás nyerünk.

Kulcsszavak: földrajzi és kapcsolati közelség, szoftveripari klaszter, Szeged és vonzáskörzete

1. Bevezetés

Napjainkra egyértelmű vált, hogy a tudásalapú gazdaság fejlődésének motorját jelentő klaszterek létrejötte nem csak egy „gyorsan múló divat". A klaszter egy sikeres válasz a globális verseny kihívásaira, mely biztosítja a vállalatok tartós versenyelőnyeinek megerősítését. A klaszter egy adott iparág földrajzilag közel elhelyezkedő szervezeteinek innovatív cél érdekében létrejött szerveződési formája, amely hozzájárul a térség versenyképességének növekedéséhez és az innovációs képesség és készség javulásához. A klaszter azonban egy olyan összetett üzleti és nem üzleti elemekből álló kapcsolatrendszer, ahol a vállalati előnyök nem kizárólag a földrajzi közelségből erednek. Az utóbbi években a tudásalapú tevékenységeknél a közelség más típusai is előtérbe kerültek, melynek szükségességét - a közelség

[1] Jelen tanulmány a Regionális gazdaságtan tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Lengyel Imre.
Az OTDK dolgozat jelen rövidített verziója megjelent publikáció formájában: Vas Zs. (2009): Közelség és regionális klaszterek: a szoftveripar Szegeden. *Tér és Társadalom*, 3, 127-145. o.

szerepének átértékelődését - az 1990-es években megjelenő modern infokommunikációs eszközök is felerősítették. Ez mérföldkövet jelentett a közelség közgazdasági szakirodalmában is. Az internet, a mobil telefon stb. használatával lehetővé vált a távoli helyek szervezetei közötti tudásalapú kapcsolatok kialakulása, és sikeresen valósulnak meg a tudásalapú kiszervezések is pl. Indiában (Bangalore) amerikai cégek megbízásából fejlesztenek ki szoftvereket. Az információ és a tudás terjedésének új csatornái jelentek meg. Ez a klaszterek elemzésében és tudatos fejlesztésében újfajta megközelítést jelentett: nem csak a vállalatok térbeli koncentrációjából, földrajzi közelségéből eredő előnyök vizsgálatát tette szükségessé, hanem azok „kapcsolati" térben való elemzését is.

Az információs technológia (IT) a tudásalapú gazdaság egyik kulcsfontosságú pillére. Az IT és így a szoftveripar olyan nemzetközi húzóágazattá alakult, mely hozzájárul az információs társadalom gyors fejlődéséhez, elengedhetetlenné válva az üzleti és nem üzleti tevékenységek folytatásában is. A szoftveripari klaszterek vizsgálata is a közelség jellemzőinek megváltozásával új értelmet kapott, amelyek sikeres gazdaságfejlesztési eszközként jelennek meg a fejlett országokat követően a fejlődő országokban is.

Magyarországon az IT területén működő klaszterek jelentősége még kevésbé kutatott. Célunk a közelség szerepének újfajta megközelítésével a kevésbé fejlett országokban megjelenő szoftveripari klaszterek kialakulására ható tényezők megfigyelése. Mindezt az elmaradott dél-alföldi régió „tudászigetében", Szegeden is fejlődési lehetőségeket rejtő szoftveripar példáján keresztül tesszük meg. Arra keressük a választ, hogy, milyen hatások érvényesülnek a tudásintenzív szoftveripari klaszterek működésében a közelség megfigyelhető tényezőinek hatására Szegeden és vonzáskörzetében.

2. Közelség fogalma és közgazdasági értelmezése

A gazdasági összefüggésekben vizsgált közelség fogalmát a hagyományos értelemben vett fizikai, földrajzi közelségként értelmezték egészen az 1990-es évekig. Ezt követően az evolúciós közgazdaságtan követői mutattak rá arra, hogy a közelség fogalma ennél sokkal összetettebb, és a tudásteremtés és terjedés folyamatában más megközelítésben is elemezhető. A „francia iskola" (French School of Proximity Dynamics) kutatói a közelség két alapvető típusát különböztettek meg (Kirat – Lung 1999, Torre – Rallet 2005, Torre – Gilly 2000): a földrajzi (geographical) és a kapcsolati (relational) ún. szervezett közelséget (organized proximity).

A közelség fogalmát a hagyományos fizikai, *földrajzi* szemléletben a távolság fogalmából vezethetjük le, kis távolságot, közvetlen szomszédságot értve alatta (Lengyel 2008). A földrajzi közelség két egység (személyek, szervezetek, városok stb.) nem egy helyes levőségét (Nemes Nagy 1998), a földrajzi térben mért távolsá-

gát jelenti, amelynek mértékét számszerűsített módon (km-ben, időegységben, költségben stb.) adhatjuk meg, ezzel pontosan kifejezve két egység közötti közelséget, távolságot.

A *kapcsolati közelség* alatt azt a képességet értjük, amely a szervezetek tagjai közötti interakciót segíti elő elsősorban a szervezeten belül, de a szervezeten kívül is. A kapcsolati közelség fogalmát két logikára építhetjük fel. Abban az esetben, ha egy szervezet két tagja együttműködik, a köztük lévő interakció hatékonyabbá válik azáltal, hogy mindketten ugyanazokat a szervezetre jellemző magatartásformát, rutinokat, szakmai nyelvezetet, explicit és implicit szabályokat követik. Ez nevezzük az *odatartozás logikájának*. Egy szervezet tagjai, szakemberei között így könnyebben kialakul a kapcsolat. A kapcsolati közelség másrészt a *hasonlóság logikájára* vezethető vissza, amikor a szervezet tagjai hasonló ismeretekkel, tudáselemekkel, szemlélettel, nyelvezettel, szokásokkal, meggyőződéssel rendelkeznek, ami ugyancsak megkönnyíti a tagok közötti együttműködés kialakulását (könnyebben, mint egy szervezeten kívülivel).

Több tanulmány is rámutat arra, hogy a földrajzi közelségre nincs mindig szükség az innovációs, tudásteremtő és K+F folyamatokban. Ezt a jelenséget az is megerősíti, hogy az elmúlt időkben az infokommunikációs technológiák révén a személyek, információk, termékek mobilitása és szabadabb áramlásának lehetősége megnőtt. Ennek következtében a földrajzi közelség eltérő mértékének szükségessége egyre nehezebben határozható meg objektív módon, mivel azt a szervezetek közötti együttműködés intenzitása, kapcsolati közelségük is befolyásolja.

A tudásalapú gazdaságban a közelség gazdasági interakciókban betöltött szerepének vizsgálata során a közelség számtalan dimenziója kerül előtérbe (Knoben – Oerlemans 2006). Az elemzések során a közelség több típusa kerül előtérbe különkülön és együttesen is. Így a földrajzi értelemben vett közelség mellett találkozhatunk még intézményi, szervezeti, kulturális, társadalmi, technológiai, kognitív, magatartásbeli (viselkedési) közelség fogalmával. Ezek eltérő jelentéssel bírnak, de közös tulajdonságokkal is jellemezhetőek. A közelség dimenziói:

- Bár különböző mechanizmusok révén, de valamihez való közelséget mérnek. Ez felléphet egyének, közösségek, vállalatok, települések stb. között (Knoben – Oerlemans 2006).
- Hatással vannak a tudásfolyamatokra, a tudásátadás és -adaptálás hatékonyságára. Ezt a hatást mindegyik esetben egy fordított „U" alakú görbével ábrázolhatjuk, a közelség mértékének változását, a nagy távolságtól a kis távolság felé haladva, és a közelség innovációs teljesítményre, tudásfolyamatok sikerességére gyakorolt hatását kimutatva.
- Elősegítik az együttműködések kialakulását, a hálózatosodást, a klaszteresedést stb. (Albino – Carbonara – Petruzzelli 2007).

Fontos megjegyezni, hogy a közelség vizsgálatának nincs pontos, letisztult fogalomrendszere. A fent megnevezett közelség felfogások jelentése között sok átfedés van, egyiket a másik alesetéként tekintik, vagy kisebb eltérésektől eltekintve

hasonlóan értelmezik, de előfordulhatnak különböző név alatt, de azonos módon definiált közelség típusok is.

A földrajzi közelség mellett, leggyakrabban négy közelség típus elkülönítésével találkozhatunk, amelyek együttesen a partnerek közötti kapcsolati közelséget írják le. A közelség dimenziói külön-külön és együttesen is, egymás hatását erősítve segítik elő az innovációt, a tudás terjedését és átadását, a szervezetek együttműködését. Jellemzőit döntően Boschma (2005) tanulmányaira építve ismerjük meg.

A *kognitív közelségben* (cognitive proximity) lévő vállalatok hasonló tudásbázisuknak, közös szakmai nyelvezetüknek köszönhetően új tudás, tapasztalatok, információk szerzésére és azok megosztására képesek.

A *szervezeti közelség* (organizational proximity) a kapcsolatoknak egy térben való jelenlétére, a szervezeten belüli (intra-organizational), ill. szervezetek közötti (inter-organizational) kapcsolatok szorosságát utal (Kirat – Lung 1999). Az erős szervezeti közelség teszi lehetővé a vállalatok kollektív tanulását, az új tudás létrehozásakor a bizonytalanság csökkentését.

A *társadalmi közelség* (social proximity) az egyének, szervezetek közötti kapcsolat társadalmi közegbe való beágyazódására utal mikro szinten, amely a bizalmi alapon működő személyes ismeretségen, baráti, rokoni és egyéb személy kötelékén alapszik.

Az *intézményi közelség* (institutional proximity) az azonos vagy hasonló, a szervezetek által megosztott és elfogadott formális (törvények, jogszabályok stb.) és informális (kulturális normák, értékek, szokások stb.) intézményi környezetben létrejött kapcsolatokat határozza meg.

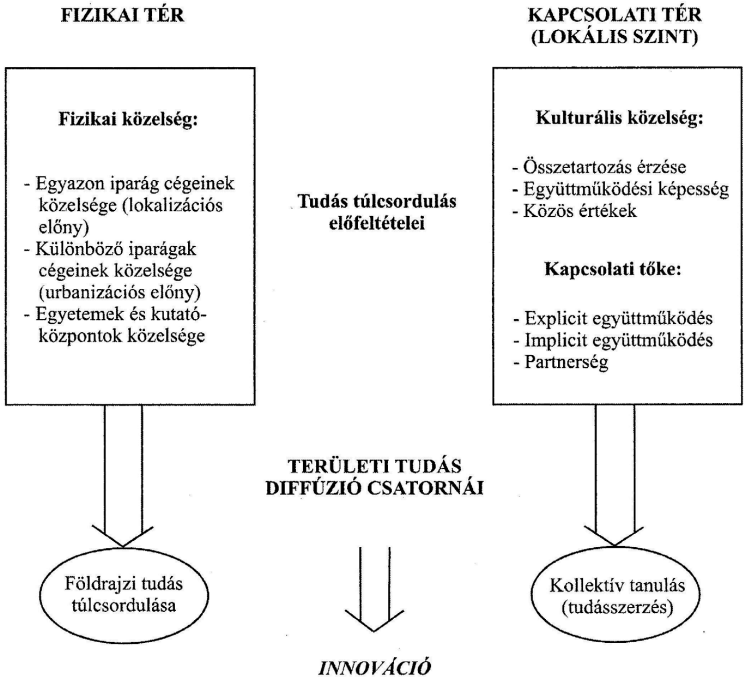
A tudásalapú gazdaság fejlődését meghatározó tényezők között, kiemelt jelentőséggel bír a földrajzi és a kapcsolati közelség révén megvalósuló tudás terjedés innovációra gyakorolt hatásának elemzése is. Itt azonban nem elég a tudás térbeli kiterjedettségének, és egy adott terület innovációs kapacitásának feltárása, hanem szükség van azon csatornák meghatározására is, amelyeken keresztül az innováció a térben létrejön és terjed. Ennek vizsgálatára különböztette meg Capello és Faggian (2005) a földrajzi, *fizikai közelséget* a kapcsolati közelségtől és az általuk definiált *kapcsolati tértől* (relational space) (*1. ábra*).

Fizikai tér alatt az egyazon vagy különböző gazdasági szektorba tartozó vállalatok és a tudásteremtő egyetemek és kutatóintézetek térbeli tömörülését értjük. A *fizikai közelség* lehetővé teszi a gazdasági szereplők közötti kapcsolatok kialakulását és növeli a tudás, az információ és a legjobb gyakorlatok cseréjének valószínűségét. A földrajzi közelség alapvetően a tudástúlcsordulásához szükséges agglomerációs (lokalizációs és urbanizációs) előnyöket, valamint a tudásteremtő szervezetek közelségét jelenti.

A *kapcsolati tér* evvel szemben minden olyan gazdasági, intézményi szereplők közötti kapcsolati formát magába, amely a partnerek kapcsolati közelsége, közös értékei, együttműködési készsége, összetartozás érzése révén jött létre. Ez pedig hatás-

sal van a kapcsolati tőke megerősödésére, az explicit és implicit együttműködések kialakulására, így a tudás terjedésére is.

1.ábra Fizikai és kapcsolati tér szerepe a tudás terjedésében



Forrás: Capello–Faggian (2005)

A földrajzi és a kapcsolati tér megközelítések hasonló módon és egy időben járulnak hozzá a tudás terjedéséhez és átadásához, az innováció megvalósulásához. Tény, hogy a földrajzi közelség pozitív befolyással van a vállalatok, kutatóintézetek kapcsolatára, innovációs teljesítményére, de a kapcsolati tér vizsgálata nélkül nem határozható meg, hogy ez a befolyás hogyan keletkezik és milyen mértékben. A kapcsolati tér meghatározó az interaktív, kollektív tanulás folyamatában, a tapasztalat és a tudás cseréjében és így olyan tudásintenzív szerveződések fejlődésében, mint a klaszterek.

3. Tudásalapú klaszterek és a közelség szerepe

A közelség a vállalatok számára fontos versenyelőnyök forrását jelenti. A földrajzi közelség és a kapcsolati közelség együttes megvalósulása különböző szerveződési, együttműködési formák kialakulását határozza meg, a közelség típusok eltérő mértékben való megvalósulásától függően. Torre és Rallet (2005) tipizálását alapul véve Lagendijk és Lorentzen (2007) meghatározta a földrajzi és a kapcsolati közelség együttes előfordulásának eseteit.

Az erős fizikai közelség, a földrajzi koncentráció és a szoros kapcsolati közelség együttes jelenlétének esetei a klasztereket. Napjainkban a klaszterek létrejöttében szerepet játszó tényezők alapján a szakirodalom több klasztertípust különít el. A regionális klaszterek fogalmának megalkotása Michael E. Porter (1990) nevéhez fűződik, aki vizsgálatai során a vállalati szintű versenyelőnyökre és azok forrásaira fektette hangsúlyt. Megfogalmazta, hogy *„a klaszter egy adott iparág földrajzilag közel elhelyezkedő vállalatainak, intézményeinek, támogató és kapcsolódó (kiegészítő) iparágainak csoportja”* (Porter 2000, 254. o.). Kiemeli, hogy a klaszter nem csak a földrajzilag közel elhelyezkedő vállalatok szerveződése, hanem ezek technológiai, tudáscsere érdekében létrejött szoros, innovatív kapcsolatrendszere is, amelynek alapját egyértelműen a szoros kapcsolati közelség határozza meg.

A felmérések alapján a földrajzi és kapcsolati közelség között ok-okozati viszony áll fenn, legalább átmeneti, ideiglenes földrajzi közelségre szükség van ahhoz, hogy a kapcsolati közelség bármilyen mértékben megvalósuljon (Torre – Gilly 2000).

A vállalatok számára a térbeli sűrűsödésük révén lehetővé válnak a pozitív *externáliákból* eredő költségelőnyök is (Lengyel – Mozsár 2002). Ilyen előny a vállalatok speciális oktatási intézményekhez, szolgáltatásokhoz, infrastruktúrához való hozzáférése és az alvállalkozókhoz, tanácsadókhoz való közelsége (Lengyel 2003) és annak lehetősége, hogy alacsonyabb egységköltségen, alacsonyabb szállítási és tranzakciós költségek mellett szerezzék be inputjaikat. Mindezen előnyök nem jelentkeznének ilyen mértékben az egymástól függetlenül megvalósuló piaci tranzakciók esetében.

A kis földrajzi távolság elősegíti a szervezetek (egyének, vállalatok) közötti információáramlást, és megkönnyíti a tacit, rejtett tudás átadását. Ezzel szemben minél nagyobb a földrajzi távolság, annál kisebb a hatása ezeknek a pozitív externáliáknak, és sokkal nehezebben jön létre a tacit tudás átadásának folyamata is. Érvényesülnek olyan tiszta tudás externáliák is, amelyek megvalósulásához a földrajzi közelségen kívül a közelség egyéb fajtáinak jelenléte nem szükséges. Ebben az esetben a tudástranszfer anélkül megy végbe, hogy bármilyen explicit kapcsolat vagy kooperáció lenne a gazdasági szereplők között. Következménye pedig az lehet, hogy a hasonló tevékenységek térbeli közelsége révén az egyes gyakorlatok, tapasztalatok eredményei más vállalatok számára (akár a versenytársaknak is) elérhetővé válnak, anélkül, hogy ennek bármilyen költsége lenne (Boschma 2005).

Egyértelművé válik, hogy a földrajzi közelség a közelség több dimenziója mellett– ahogyan az a későbbiekben láthatóvá válik – szükséges a tudásátadásban, de nem alapfeltétel.

4. Közelség a szoftveripar klaszteresedésében Szegeden és vonzáskörzetében

A kutatás középpontjában Szeged és vonzáskörzetének szoftveriparában érintett vállalatainak kapcsolatrendszere áll, feltárva a közelségtípusok jelenlétét és szükségességét, továbbá a klaszteresedés lehetőségét. Szegeden és vonzáskörzetében a szoftveripar húzóágazatként való jelenlétének jogos vizsgálatát a város adottságai támasztják alá.

Fejlesztési pólusként a város, olyan tudásbázissal rendelkezik, amely egyetemi hátterének, oktatói és kutatói tevékenységének, az egyetemi hallgatók magas számának és színvonalas képzési rendszerének, többek között a kiépült informatikai képzésnek és az évente diplomát szerző közel 500 informatikusnak köszönheti. Ez biztosítja a munkaerőbázis folyamatos újratermelődését, és a szakképzett fiatal munkaerő vállalkozói hajlamának növelésével az új vállalkozások létrejöttét. Szegeden a szoftveripari vállalatok köre kiépült, és az első lépések is megszülettek egy hatékonyabb együttműködési forma, egy klaszter kialakulásának érdekében. Ennek hatásai ellenben még kevésbé érzékelhetők. A kilátások elemzésének kiindulópontját az iparág országon és régión belüli súlyának feltérképezése és igazolása, a földrajzi koncentrációjából eredő előnyök vizsgálata jelentheti, és annak feltárása, hogy a vállalati kapcsolatok milyen a közelség más tényezőire vezethetők vissza, megalapozva egy szoftveripari klaszter kialakulását. Az ipar kitörési lehetőségeit támasztják alá a hasonló feltételekből kiinduló külföldi klaszterek is.

Cél a szoftveripar földrajzi koncentrációjának és húzóágazatként való jelenlétének igazolása a hozzáadott érték, vállalatok és a foglalkoztatottak számának felmérésével Szegeden és vonzáskörzetében. Mindezt a lokációs hányados (LQ) értékek kiszámításával tesszük meg (Patik – Deák 2005) (*1. táblázat*).

Beigazolódott a szoftveripari vállalkozások koncentrációjának tekintetében, hogy Szegedet a nagyobb vidéki városok közül csak Pécs és Székesfehérvár előzi meg, igaz alacsony LQ értékek mellett. Ennél kiemelkedőbbek az értékek a foglalkoztatottak száma alapján. Az adatokból kiderül, hogy országos szinten Szegedet (több mint 550 fős foglalkoztatottal) nem lehetne (közel 19 ezer fővel) Budapesthez viszonyítani a szoftveripari foglalkoztatottak számában elért túlsúlya miatt, de a vidéki nagyvárosokhoz képest a dominanciája bizonyítható. Magyarországon a szoftveripari vállalatok és foglalkoztatottak száma nem összehasonlítható a hagyományos húzóágazatokban működő szervezeti egységek arányával, de az LQ kiszámított értékei alapján azonban kijelenthetjük önmagában a szoftveripari vállalkozások szegedi koncentrációja még ha kritikus tömeget nem is ér el, kiemelkedő az országos átlaghoz, más vidéki városok értékeihez képest.

1. táblázat Foglalkoztatási és vállalkozási LQ értékek

	Vállalkozási LQ		Foglalkoztatási LQ	
	Magyarország	Vidéki Magyarország	Magyarország	Vidéki Magyarország
Budapest	1,390		2,171	
Szeged	**0,944**	**1,256**	**1,119**	**2,867**
Győr	0,829	1,104	0,431	1,105
Pécs	1,016	1,352	0,557	1,429
Debrecen	0,858	1,142	0,681	1,744
Székesfehérvár	1,173	1,561	0,898	2,300

Forrás: Opter Cégtár és a KSH Cégkódtár adatai alapján[2] saját számítás, szerkesztés

A klaszter definíciójából is ered, hogy szükséges a vállalatok koncentrációja, amely bebizonyosodott Szeged és vonzáskörzetének szoftveriparában is. Ugyanakkor vizsgálni kell azt is, hogy a földrajzi közelség szükséges-e vállalatok számára, és hogy ennek igénye változik-e a partnerek közötti kapcsolati közelségtől függően.

További adatok megszerzésére és a közelségdimenziók érvényesülésével kapcsolatos következtetések levonására a kutatás érdekében végzett kérdőívezés ad lehetőséget, amelyet a szegedi kistérségben lévő vállalatok pontosan meghatározott tevékenység és cégtípus szerint kiválasztott körében végeztünk. Kutatásunk tárgyát az általunk legszűkebb értelemben vett szoftveripari tevékenységek képezik, magukba foglalva főtevékenység szerint a szoftvertermékek kifejlesztését, megtervezését, előállítását, kiadását (TEÁOR 2008 szerinti 72.21 szakágazat - szoftverkiadás) és az ehhez szorosan kapcsolódó tanácsadói tevékenységet (TEÁOR 72.22 - egyéb szoftver-szaktanácsadás, ellátás).

A kérdőív összeállításában a klaszterek és a közelség szakirodalma, valamint több tanulmány és kérdőíves felmérés jelentett kiinduló pontot. A klaszterben való részvétel igényének megkérdezése mellett, a klaszter kiépítéséhez szükséges feltételek feltárására számos kérdésben tértünk ki. A kérdőív megszerkesztésében figyelembe vettük a European Cluster Observatory klaszterfeltérképezési tanulmányait és felhasználásra került több kérdőív is, egyrészt a Harvard Business School által, Michael Porter vezetésével 2001-ben az Amerikai Egyesült Államok regionális innovációs klaszter felmérésében alkalmazott, másrészt 2007-ben a Szegedi

[2] Az LQ-t két megközelítésben nézzük meg: egyrészt a Magyarországon található összes IT cég számát, másrészt csak a 'vidéki Magyarország' szoftveripari vállalatainak számát vesszük figyelembe, kizárva a Budapesten található több mint 5000 vállalatot (Forrás: Opten Cégtár).

Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kara által végzett Dél-Alföldi gép- és műanyagipari technológiai-fejlesztési innovációs hálózat helyzetfelmérésére összeállított, mely kutatást Lengyel Imre intézetvezető egyetemi tanár irányította. A kérdőív közelség dimenzióinak meglétére és erősségére vonatkozó kérdések megfogalmazása a közelség szakirodalmának tanulmányozása során merültek fel és kerültek összegyűjtésre.

Az empirikus vizsgálat igazolta, hogy a szoftveripari tevékenységek folytatásához szükség van (legalább ideiglenes) földrajzi közelségre Szegeden és vonzáskörzetében is, - kiemelten az oktató és továbbképző intézetek, az innovatív emberek, ötletek, technológiák elérésében, és a szoftveripar sajátosságaitól eltekintve a költségek csökkentésében is -, de ennek mértéke függ a vállalatok kapcsolati közelségétől.

A szegedi szoftveripari vállalatok partnerkapcsolatai meghatározók a régión belül, és kulcsfontosságú a földrajzi közelség a vállalatok fejlődésében, a tacit tudás átadásában, de nem kezelhető elkülönülten a kapcsolati közelségtől, mely az alábbiakkal indokolható:

- a kevésbé fejlett területeken szükség van a külső megrendelésekre és a régión kívüli partnerektől származó külső tudásforrásokra, melyekkel a kapcsolatok kiépülésének alapját a kapcsolati közelség jelenti,
- az informatika egy speciális eset, ahol a fejlesztések földrajzilag távol levő egységeken belül is folyhatnak,
- a vállalati együttműködésekhez szükséges személyes, face-to-face megbeszélések eseti jellegűek, informatikai eszközök által elősegítettek.

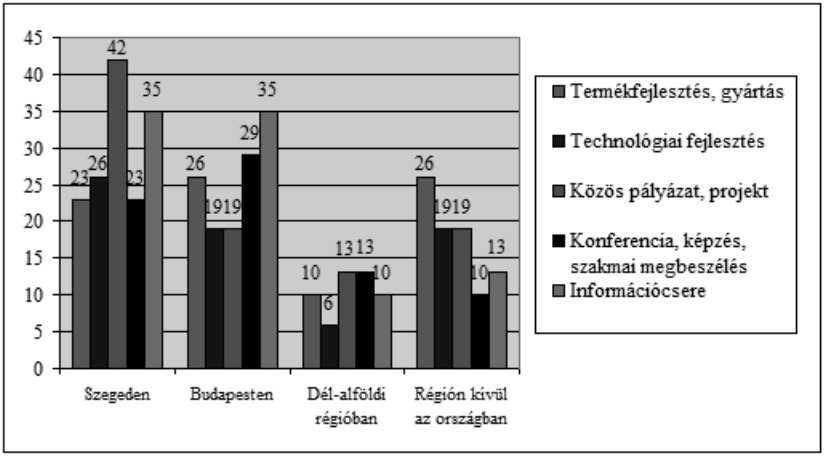
A felmérés igazolja, hogy mindkét közelségtípusra szükség van a sikeres vállalati szerveződések, így egy klaszter kialakulásában. A vállalatok számára a földrajzi közelség fontossága leginkább olyan tényezők esetében érvényesül, mint a innovatív emberekhez, ötletekhez, technológiákhoz való hozzájutás személyes kapcsolatok révén, innovatív emberekhez, ötletekhez, technológiákhoz való hozzájutás üzleti kapcsolatok révén, oktatási, továbbképző intézmények közelsége.

Arra is fény derült, a földrajzi közelségtől függetlenül kialakulnak a partneri kapcsolatok, és az együttműködés leginkább a kapcsolati közelség révén jön létre. A kapcsolati közelség innovációs kapcsolatok kialakításában betöltött szerepe és jelenléte alátámasztást nyert azáltal, hogy a vállalatok közel azonos tudásbázissal rendelkeznek, kognitív közelségben vannak. A cégvezetők többsége, az alkalmazottak több mint fele ugyanazon egyetemen és szakon végeztek, szakmai képzéseken és közös K+F projektekben vesznek részt – még ha eseti jelleggel is - , amelyek nem jöhetnének létre bizonyos tudás azonosságok nélkül (*2. ábra*).

Bár a szegedi egyetem meghatározó szerepének köszönhetően a szegedi IT szektorban dolgozók között a kognitív közelség szoros, az adatok azt is mutatják, hogy fontos fejlesztési célú kapcsolatok léteznek a régión kívül is. Ezáltal nyílik lehetőség olyan

tudáselemek megjelenésére is, amelyek nem a helyi, esetleg megkövesedett rutinok eredményei.

2. ábra A szegedi szoftveripari vállalatok leggyakoribb együttműködési módjai



Forrás: saját szerkesztés

A vállalatok többsége nemcsak nyomon követi és alkalmazza az IT területén megjelenő új és aktuális tudáselemeket, hanem 65%-uk maga is folytat kutatás-fejlesztési tevékenységet. Még nagyobb (87%) azon vállalatok aránya, amelyek az elmúlt 3 évben innovációt, fejlesztést hajtottak végre. Ez alapvetően új termék, technológia fejlesztésével, bevezetésével, új piacon való megjelenéssel és a szakmai tudás fejlesztésével, képzésekkel történt. Ezek az adatok természetesen nem meglepőek, hiszen az IT szektorban működők számára elengedhetetlen a gyorsan változó és fejlődő tudás nyomon követése. Az innováció és a fejlesztések mellőzése a piacon jelentős hátrányt jelent.

Szeged kapcsolati terében a szegedi vállalatok közötti személyes, informális kapcsolatok központi jelentőségűek, szervezeti közelség révén létrejöttek, amelyek kialakulása és sikeressége köszönhető annak is, hogy azonos társadalmi és kulturális háttérbe ágyazottan jönnek létre, közös szemlélet és nyelvezet mellett, és amelyek sokszor a korábbi munkakapcsolatokra, közös egyetemi évekre vezethetők vissza.

A vállalatok közötti kapcsolati közelség erősségét a makroszintű, nemzeti intézményi háttér is meghatározza. E tekintetben is a vállalatok azonos befolyásoló tényezőkkel találkozhatnak. A kapcsolati közelség egyes elemeinek részletes vizsgálatát követően bebizonyosodott, hogy a szoftveriparban Szegeden és vonzáskörzetében megvalósul az innováció és a tudásfolyamatok magas színvonalon tartása, mely a kapcsolati közelség megléte nélkül nem valósulna meg. Meg kell

jegyezni azonban, hogy mégha a szereplők intézményi közelségben is vannak, a vizsgált térségben a vállalatok elégedetlenek az intézményi háttérrel, a város gazdaság és vállalkozásfejlesztési gyakorlatával (gondolva itt az együttműködések elősegítésére, piaci és üzletfejlesztési tanácsadás nyújtására, szakmai fórumok, rendezvények szervezésére stb.).

A kutatásból kiderült, hogy Szegeden és vonzáskörzetében a szoftveripari vállalatok mind földrajzi, mind kapcsolati közelségben vannak, amely egyértelműen alátámasztja, hogy lehetőség lenne egy működő szoftveripari klaszter kialakulására. Ehhez azonban elengedhetetlen olyan további feltételek megteremtése, mint a:

- támogató, de nem domináló kormányzati szerep érvényesülése,
- kölcsönös előnyöket nyújtó innovatív kapcsolatrendszer és partnerség kiépülése a vállalatok, egyetemek és kutatóintézetek között,
- olyan szoftveripari részterületek létrehozása, ahol a vállalatok nem csak eseti jelleggel, hanem folyamatosan együtt tudnak működni.

A kevésbé fejlett régiókban az iparág fejlődésének forrását jelentheti a más helyi iparágaktól (pl. a térségben biotechnológia, orvostudomány) kapott megrendelések, a számukra kifejlesztett háttéralkalmazások.

A szoftveripari vállalatok legfontosabb feladata az együttműködés kereteinek megteremtése. Ezt támasztja alá az Európai Unióban létrejött kevésbé fejlett régiókban található klaszterek és kezdeményezések is, amelyek vizsgálata azért célszerű, mert Szegedhez hasonló földrajzi, társadalmi, gazdasági feltételekkel rendelkeznek és mintául szolgálhatnak.

Így például, az írországi Cork sikerének kiinduló feltételeit kedvező infrastrukturális helyzete, alacsony költségfeltételei adták, amelyek nagyban hozzájárultak a fejlődés kulcsához, a külföldi tőkebefektetések odavonzásához (OECD 2000). A helyi vállalati szféra fejlődésében fontos szerepe volt a kormányzati szervezeteknek és állami fejlesztési ügynökségeknek, amelyek tudatosan irányították Cork városát afelé, hogy innovatív tevékenységek jövőbeni központjává váljon (CCC 2005). A városban létrehozott „tudás zóna" megfelelő környezetet teremt a partnerviszonyok kiépülésére, hiszen itt még nagyobb valószínűséggel alakulnak ki a vállalatok, egyetemek, kutatóintézetek közötti közvetlen fejlesztési célú kapcsolatok a közelségnek köszönhetően. A szoftveriparban érintett szereplők számára az információhoz, kapcsolatokhoz való hozzájutást biztosítják a konferenciák, rendezvények, üzleti ebédek megszervezése.

Oulu (Finnország) a világ olyan vezető innovatív klasztereinek egyike, melynek kialakulása és fejlődése számtalan egymásra épülő tényező sorozatának (az 1960-as évek óta meglévő egyetemi háttérnek, a széles munkaerőbázisnak stb.) az eredménye (Morris et al. 2005). Az oulu-i szoftveripar hagyományos ipari tevékenységekkel szembeni gyors fejlődése azonban nem ment volna végbe a Nokia letelepülése nélkül. Oulu és vonzáskörzetének fejlődésében a regionális fejlesztési ügynök-

ségek aktív szerepvállalása, továbbá az információs és tudásközvetítőként szolgáló szakértői központ kiépítése és közelsége is meghatározóvá vált.

Ouluban és Corkban az IT-ban érintett vállalatok klaszterekben való együttműködései működőképesek és nagyobb múltra tekintenek vissza, de látható további külföldi példákon keresztül, pl. Ostravaban, Csehországban, Tartuban és Gabrovoban, Bulgáriában a kezdeményezések formális jelleget kevésbé öltenek, de potenciálisan fejlődőképesek, és lehetőségük van a meglévő szoftveripari bázisból való továbbfejlődésre. Mindegyik esetnél a szoftveripari vállalatok és szerveződéseik eltérő példájával találkozhatunk, amelyekben a fejlődést meghatározó kulcstényezők különböző típusai láthatók. A fejlődés kulcsát Corkban a külföldi befektetési tőke vonzása, Ouluban egy vezető nagyvállalat letelepedése, Bulgáriában (GoalEurope 2003) a nagyvállalati tevékenységek kihelyezése, Tartuban a kiterjedt külföldi beszállítói és fejlesztési célú kapcsolatok (Tartu Region 2007), Ostravaban a központi földrajzi elhelyezkedés és a külföldi befektetési tőke vonzása jelenti (CSKI 2002). A klaszterek és kezdeményezések mindegyikének előnye, hogy egy már meglévő egyetemi háttérre és szakképzett munkaerőbázisra tud építkezni.

A külföldi esetek mindegyikében láthattuk, hogy a fejlődés egyik kulcsa a megfelelő tudásbázis és munkaerőbázis elérhetősége, amelyek megléte Szegeden is biztosított az egyetem által, annak több, mint 30 ezer hallgatója, oktatói és kutatói bázisa révén. Ez lehetővé teszi a közvetlen egyetemi-vállalati kapcsolatok kiépülését, és egymáshoz való közelségüket kihasználva az üzleti tevékenységek és fejlesztések végrehajtását. Ennek megvalósulására olyan ipari területeken, kezdeményezéseken belül is sor kerülhet, mint amilyeneket a külföldi esettanulmányoknál ismertettünk: példa lehet a cork-i „tudás zóna", a gabrovo-i „falak nélküli inkubátorház", vagy az Ouluban látott szakértői központ, amely elősegíti a térségben lévő összes vállalat információhoz, tudáshoz való hozzájutását, a technológiák adaptálását. Az Ostravaban létrejött innovációs központ mintájára lehetővé kellene tenni a konferenciák, szakmai előadások megszervezését és annak megvalósítását, hogy ezek tájékoztatói, meghívói ne csak a piacon lévő domináns, hanem a kisebb vállalatokhoz is eljussanak.

5. Összegzés

Szeged és vonzáskörzetében egy szoftveripari klaszter kialakulási esélyeinek vizsgálatát indokolttá tette, hogy a kevésbé fejlett, Dél-alföldi régió „tudásszigetét" alkotó város szoftveriparban országos szinten is kiemelkedő. Kiderült, hogy a vállalatok fizikai közelsége előnyt biztosít a tudás áramlásában, a közös K+F tevékenységek megvalósításában. Adatokkal támasztottuk alá, hogy az együttműködések létrejötte nem csak a földrajzi közelségre, hanem a kapcsolatok informális jellegére, a vállalatok kapcsolati közelségére is visszavezethető. Kiderült, hogy a vállalatok szubjektív értékelése alapján a földrajzi közelség szerepe a szoftveriparban viszonylagos, és

nem állandó feltétele a közös kutatási projektek megvalósulásának. A földrajzi közelségre szükség van a szoftveripari tevékenységek folytatásához, de ennek igénye nem független a kapcsolati közelségtől, a vállalatok közös szakmai nyelvezetétől, ismereteitől, rutinjaiktól, kulturális hátterüktől. A vállalatok ennek köszönhetően a régión kívüli partneri kapcsolatok széles bázisát építik ki, sokoldalú fejlesztési együttműködést hoznak létre egyetemekkel és kutatóintézetekkel. Innovációs tevékenységüket szakképzett munkaerőbázisuk, kiépített üzleti és személyes kapcsolatrendszerük befolyásolja. Az információk és a tudás terjedésében szerepet játszó személyes kapcsolatok társadalmi beágyazottságának, a közös értékekkel és tudásbázissal való rendelkezésnek kiemelt szerepük van. A vállalatok innovativitását és tudásintenzitását a kapcsolati közelség egyes dimenzióinak erőssége együtt és külön-külön is meghatározzák. A vállalatok közötti kapcsolatok, az együttműködési hajlandóság, a közös munkaerő- és tudásbázis annak lehetőségét biztosítja, hogy Szegeden és vonzáskörzetében szoftveripari klaszter alakuljon ki. A klaszterépítéshez szükséges feltételek részben már kiépültek a térségben, részben pedig a kapcsolati közelség dimenzióinak további megerősítése révén és tudatos fejlesztési stratégia kialakíthatók.

Felhasznált irodalom

Albino, V. – Carbonara, N. – Petruzzelli, A. M. 2007: Proximity as a communication resource for competitiveness: a rationale for a technology cluster. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 4. 430-452. o.

Boschma, R. A. 2005: Proximity and Innovation: A Critical Assesment, *Regional Studies,*1, 61-74. o.

Capello, R. – Faggian, A. 2005: Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes, *Regional Studies,* 1, 75-87. o.

CCC 2005: Strategic Cork. Guide to the city's investment opportunities, quality of life, plans for the future. Cork City Council, Cork. Elérhető: http://www.corkcity.ie/strategiccorkguide/pdf/download/Eng_CRKGUIDE.pdf (Letöltve: 2007. december 07.)

CSKI 2002: *ICT in the Czech Republic: Institutions, Regulations, Challenges and Apllications in Academia, Industry and the Public Sector*. Czech Society of Cybernetics and Informatics Elérhető: http://www.ifip.or.at/it_star/report_czech_republic.pdf. (Letöltve: 2008. március 09.)

GoalEurope 2003: Bulgarian ICT Sector Profile. Goeleurope: Advisory Services in Eastern Europe. Elérhető: http://www.goaleurope.com/reportsfiles/Bulgarian_ICT_Sector_Profile.doc (Letöltve: 2008. március 10.)

Kirat, T. – Lung, Y. 1999: Innovation and proximity. Territories as loci of collective learning processes, *European Urban and Regional Studies*, 6, 27-38. o.

Knoben, J. – Oerlemans, L.A.G. 2006: Proximity and inter-organization: A literature review, *International Journal of Management Reviews*, 8, 71-89. o.

Lagendijk, A. – Lorentzen, A. 2007: Proximity, Knowledge and Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity. *European Planning Studies*, 4, 457-466. o.

Lengyel I. – Mozsár F. 2002: A külső gazdasági hatások (externáliák) térbelisége. *Tér és Társadalom*, 1-20. o.

Lengyel I. 2003: *Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon.* JATEPress, Szeged.

Lengyel I. 2008: A közelség alakváltozásai a tudásalapú helyi gazdaságfejlesztésben. In: Lengyel I. – Lukovics M. (szerk.): *Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében.* JATEPress, Szeged, 109.129. o.

Morris, D. – Donnelly, T. – Hyry, M. 2005: The Oulu Phenomenon. Regional Association International Conference, Aalborg, Denmark.

Nemes Nagy J. 1998: *A tér a társadalomkutatásban*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest.

OECD 2000: Irish ICT Cluster. OECD Cluster Focus Group Workshop, Utrecht, Netherlands.

Patik R. – Deák Sz. 2005: Regionális klaszterek feltérképezése a gyakorlatban, *Tér és Társadalom*, 139-170. o.

Porter, M.E. 1990: *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York.

Porter, M. E. 2000: Locations, Clusters, and Company Strategy. In: *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford University Press.

Regional Growth Agendas 2005: Sectoral Change and Regional Economic Development in the Oulu Region of Northern Finland: the role of the High-Tech Industrial Cluster by the Arctic Circle. Regional Studies Association International Conference, Aalborg, Denmark.

Tartu Region 2007: *IT Sector overview*. Information Technology: Smartware from Tartu, Estonia. Tartu City Goverment, Tartu. Elérhető: http://www.tartu.ee/data/ITsector%20Tartu.pdf (Letöltve: 2007. december 14.)

Torre, A. – Gilly, J-P. 2000: On the Analytical Dimension of Proximity Dynamic,. *Regional Studies*, 2, 169-180. o.

Torre, A. – Rallet, A. 2005: Proximity and localization, *Regional Studies*, 1, 47-60. o.

XXX. OTDK (Gödöllő, 2011)

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 290-304. o.

Ha kicsi, akkor személyes? A kapcsolati marketing alkalmazásának vizsgálata a kis- és középvállalkozások körében[1]

Berki Viktor

A dolgozat a kapcsolati marketing egy a hazánkban még újnak számító modelljének segítségével igyekezett feltérképezni a kapcsolatok marketingcélú felhasználásának szintjét és tudatosságának fokát a hazai KKV-k marketing gyakorlatában. Az alkalmazott modell a Contemporary Marketing Practice (CMP), vagyis Napjaink Marketing Gyakorlata, melynek a vállalati tevékenységben történő felhasználását többek között azok a tendenciák szorgalmazzák, mint hogy a kapcsolatok felértékelődnek, az információs technológiák (ITs) rohamos ütemben fejlődnek és a vevők pedig egyre tudatosabbá válnak, és melyekhez minden gazdasági szereplőnek alkalmazkodnia kell bizonyos mértékben.

Kulcsszavak: kapcsolati marketing, CMP, kis- és középvállalkozás

1. Bevezetés

Az elmúlt időszakban, miután napról napra jobban beleástam magam a marketing rejtelmeibe egyre inkább tudatosult bennem, hogy az üzlet világában, illetve a gazdasági szereplők életében komoly változásokat hoztak az elmúlt évek, évtizedek. Mikor azt mondjuk *kapcsolat*, már nem azt értjük rajta, mint mondjuk tíz vagy esetleg húsz évvel ezelőtt. Hiszen ma már nem feltétlenül kell szemben állnunk azzal, akivel „beszélgetünk" és napokat sem kell várni arra, hogy egy levelünk célba érjen. De ez nem csak a hétköznapi életben, hanem az üzlet világában is érezteti jótékony hatását. Ugyanis manapság mindenhol azt látni, hogy a *kapcsolatok felértékelődnek*, mind a vállalatok és vásárlóik, mind pedig az egyes vállalatok között is. Sőt, szerintem a kapcsolatok létrehozása és fenntartása is egyre könnyebb a modern kommunikációs eszközöknek köszönhetően, melyek segítségével manapság akár a világ két távoli pontján lévő ember is valósidejű kommunikációt folytathat. Ezek és még számos más tényező együtt járult hozzá ahhoz, hogy az addig kialakult véleményemet megváltoztatva kutatásomat a kapcsolati marketingre, illetve a kis- és középvállalkozások üzleti kapcsolataira fókuszálva végezzem.

[1] Jelen tanulmány a Marketing a szervezeti piacokon tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Révész Balázs.

2. Marketing a KKV-k életében

A marketing a kis- és középvállalkozások életében is jelentős szerepet játszik, annak ellenére, hogy az egyik legnagyobb különbség a nagyvállalatok által alkalmazott marketinggyakorlatok és a *kisvállalati marketing* között az a finanszírozási források nagysága, esetlegesen azok hiánya. Ebből adódóan a KKV-k marketingeseinek (akik gyakran maguk a tulajdonosok) más célok elérése érdekében és más eszközök segítségével kell tudni alkalmazni a marketing által kínált lehetőségeket. Ez nem azt jelenti, hogy nem képesek legalább olyan sikeres marketingaktivitást elérni mint a „nagyok", csak épp ezt gyakran olcsóbb, egyszerűbb, mégis hatékony eszközökkel érik el (Fülöp 2004, Kállay 2002, Kotler-Keller 2006, Rekettye 2007).

A kisvállalati marketing alkalmazása során az egyik legfontosabb feltétel, hogy olyan terméket és/vagy szolgáltatást állítson elő, amely alkalmas arra, hogy a *fogyasztói igényeket* a lehető legnagyobb mértékben kielégítse, azaz értéket teremtsen az adott KKV vevőinek számára. Tehát azt láthatjuk, hogy a vevők, illetve a vevőkkel való kapcsolattartás, ami a kapcsolati marketing egyik alappillérét jelenti, a kisvállalat piaci sikerének egyértelmű feltétele. A kisvállalati marketing feladata, hogy a vállalkozás rendelkezésére álló korlátozott kapacitásokkal és erőforrásokkal is hatékonyan legyen képes támogatni termékeinek és/vagy szolgáltatásainak értékesítését. Ehhez azonban mindenekelőtt tisztában kell lennie azzal, hogy (Bauer – Berács 2004, Fülöp 2004, Rekettye 2007):

- kik lesznek a vevői,
- ezek a vevők milyen tulajdonságok miatt veszik meg a cég termékeit/szolgáltatásait,
- milyen áron lehet ezeket a termékeket/szolgáltatásokat eladni,
- hogyan lehet a potenciális vevőket tájékoztatni
- milyen úton lesz képes a vállalkozás eljuttatni az általa kínált termékeket a vevőihez…stb.

Itt is látjuk tehát, hogy nem csak a marketing, de a kisvállalati marketing gyakorlatában is a vevő áll a középpontban és a siker elérése érdekében az ő igényeit kell *maximálisan kielégíteni*. Továbbá az is a KKV marketing feladata, hogy megfelelő mennyiségű és mélységű információkat szolgáltasson a vevők fogyasztási szokásairól és a döntéshozásban való szerepvállalásukról (Rekettye 2007].

Számomra tehát egyértelművé vált, hogy a kis- és középvállalkozások esetén különösen nagy fontosságú a kapcsolatok kialakítása és azok megfelelő szakértelemmel történő menedzselése. Mindehhez kiváló segítséget nyújthat a *kapcsolati marketing*, melynek alkalmazása során a KKV-k nyugodtan komolyan vehetik a marketingre és azon belül a kapcsolati marketingre is vonatkozó vicces mondást mely szerint:

1. szabály: A VEVŐNEK MINDIG IGAZA VAN!
2. szabály: HA NINCS IGAZA, AKKOR AZ 1. SZABÁLY LÉP ÉLETBE!

3. Contemporary Marketing Practices modell

Mint már említettem a kapcsolati marketing az elmúlt évtizedek során rohamos fejlődésen ment keresztül és a napjainkban is erőteljesen befolyásolja a gyakorlatban is alkalmazott marketing irányzatokat. Korábbi kutatások bizonyítják, hogy manapság egyre nagyobb hangsúly helyeződik a marketing folyamatokra, azon belül is a vevőkkel, szállítókkal és a további *stakeholderekkel* folytatott kapcsolatokra. Tehát egyértelműen a közvetítő csatornák átalakulásáról és a piaci kapcsolatok felértékelődéséről beszélhetünk (Vargo and Lusch 2004, Wilkie - Moore 2003). Mindez számos tényező együttes, bár nem feltétlen egyidejű, változásának eredménye, melyek jelentős átalakulásokat indítottak el a marketing különböző területein, megnövelve és gyakran kiterjesztve a marketing vállalati stratégiában elfoglalt szerepét. Továbbá azt is megállapíthatjuk, hogy a kapcsolati marketing még mindig gyakran háttérbe szorul és nem annyira vizsgált terület mint a tranzakciós marketing. Annak ellenére, hogy a kapcsolatok régóta az érdeklődés középpontjában állnak a B2B (business to business) *ügyletekkel és a szolgáltatásokkal* foglalkozó irodalomban (Coviello 2002).

3.1. Napjaink marketinggyakorlata (CMP)

A Contemporary Marketing Practices („Napjaink Marketinggyakorlata"), vagy röviden CMP modell megalkotása eredetileg Coviello-hoz és szerzőtársaihoz köthető, mely a kilencvenes évek végén jelentős változást hozott az addigi marketinggyakorlatban, legfőbbképpen a kapcsolati marketing terén (Coviello et al. 1997). Az alkotók eredeti célja az volt, hogy segítségével megalkothassák a „bevettnek" mondható marketinggyakorlatok profilját modern környezetben és, hogy megvizsgálják a kapcsolati marketing fontosságát és alkalmazhatóságát különböző szervezeti, gazdasági és persze kulturális tényezők mentén. Az új modell alapja, hogy Coviello és társai a *tranzakciós marketinget és a kapcsolati marketinget* egy egyensúly ellentétes végpontjainak tekintik, és ezen belül szerintük maga a marketing négy különböző gyakorlatból épül fel, vagy kellene, hogy felépüljön (Coviello et al. 1997, 2000, Brodie et al. 2008).

1. tranzakciós marketing (transaction marketing - TM)
2. adatbázis marketing (database marketing - DM)
3. interakció marketing (interaction marketing - IM)
4. hálózati marketing (network marketing - NM)

A *tranzakciós marketing* gyakorlatát alkalmazó vállalatok a hagyományos marketing mix eszközökre támaszkodva, azokat menedzselve vonzzák és elégítik ki az ügyfeleiket a gazdasági ügyletek különálló lefolytatása révén (Coviello 1997, 2000).

Adatbázis marketinget azok a vállalatok alkalmazzák, akik már tudatosan törekednek a kapcsolatok menedzselésére, vagyis a marketingnek ez a fajtája már a kapcsolati marketing egy típusának tekinthető. Éppen ezért az adatbázis marketing gyak-

ran hozzájárul a vállalati versenyképesség javításához, azáltal, hogy eltér és már meghaladja a tömegkommunikációt alkalmazó tranzakciós marketinget, és megkönnyíti a kapcsolatok személyre szabását (Brodie et al. 2008).

Az *interakció marketing* már egy olyan marketinggyakorlat melynek során a vállalatok stratégiájának középpontjába az úgynevezett személyek közötti/személyes vagy idegen szóval „interperszonális" kapcsolatok fejlesztése áll. A legfontosabb, hogy egy kölcsönösen előnyös kapcsolatot hozzanak létre a vállalat és a vevők között. Itt már az egyének közötti interakciók a legfontosabbak a kapcsolatok szempontjából, szemben például az adatbázis marketinggel, ahol még a kapcsolat távoli, noha személyes adatokra alapozódik is (Coviello 1997, 2000).

A *hálózati marketing* alkalmazása során a vállalatok tudatosan fejlesztik *kapcsolati-/üzleti hálójukat*, melyek a egymással összefüggésben álló kapcsolataik egészeként definiálható, és törekednek a minden fél számára kielégítő, hosszú távú együttműködés lehetőségének kiépítésére. Mindez azt a célt szolgálja, hogy cégen belül és cégek között is minél előnyösebben legyenek képesek tevékenységüket koordinálni vagy épp az erőforrásokat „kicserélni". Tehát a középpontban nem csupán a kapcsolatok hálózat, de ezek egymáshoz való viszonyítása is fontos.

3.2. A továbbfejlesztett CMP modell

Az előbbiekben ismertetett CMP modell csakúgy, mint a marketing számos más eszköze a kezdeti elgondolásokhoz képest az idők során megváltozott, kiegészült, méghozzá úgy, hogy a már korábban említett négy marketing típus mellé egy ötödik került be a modellbe. Az ötödik elem az úgynevezett *e-marketing*, melynek a modellbe történő felvételét számos tényező indokolta. Először is nem mehetünk el amellett, hogy a modell megalkotása és napjainkban történő alkalmazása között közel két évtized eltelt, emiatt a program kidolgozói nem is vehették figyelembe, hogy a technika ilyen nagymértékben fog fejlődni, új lehetőségeket megnyitva a marketig számára. Tehát az egyik ok, ami indokolttá teszi a modell kiegészítését az a technológiai eszköztár jelentős kibővülése.

A másik ok, pedig, hogy az elmúlt években nem csak a technológiánk fejlődött, alakult át, hanem maguk a kapcsolatok is. Ma már az *információs és kommunikációs technológiáknak* (ICTs) köszönhetően a világ bármely pontjával a nap bármely órájában képesek vagyunk azonnali élő kapcsolatot létrehozni bárkivel. Vagyis a kapcsolattartás jelentős része elektronikus formában történik, így már nem csak a technológiai, hanem a társadalmi megszokás is szükségessé teszi az „update" végrehajtását.

Az *e-marketing* (eM) ugyanis nem más mint mikor a vállalat(ok) az internet és más *interaktív technológiák* alkalmazásával törekszik a párbeszédek kialakítására, támogatására és persze közvetítésére a cég és az azonosított ügyfelek (akik nem feltétlenül magánszemélyek, hanem lehetnek más vállalatok is) között (Brodie et al. 2008, Brooks et al. 2004, Coviello 2001). Magában foglalja ugyan a tömegkommunikációt is, de tartalmazza az úgynevezett „one to one marketinget" (Peppers et al.

1999) is, aminek a lényege, hogy a már korábban említett módszerek segítségével még inkább egyedivé tegyék a vevők és a vállalt közti kapcsolatot. Bár ezek után azt várnánk, hogy az e-marketing a korábbi marketinggyakorlat teljes átalakulását és elektronizálását hozta, a kutatások mégis azt bizonyítják, hogy a legtöbb vállalat csupán *kiegészítő, támogató jelleggel* alkalmazza a már megszokott módszerek mellett. Sőt az is megfigyelhető tendencia, hogy az infokommunikációs technológiák nem kezdtek el rohamosan terjedni a vállalatok marketinggyakorlatában, annak ellenére, hogy egyre könnyebb ezekhez hozzájutni (Brodie et al. 2007, 2008).

A fentiekből tehát kiderül, hogy igen is szükség van a modell kiegészítésére, és bár az e-marketing alkalmazásának rohamos terjedésére még várni kell, de az már valószínűsíthető, hogy az online, internet, vagy *interaktív marketingnek* is nevezett gyakorlat jelentős szerepet fog betölteni a következő években a vállalatok marketinggyakorlatában (Barwise - Farley 2005).

3.3. Kérdőíves kutatás

A *kvantitatív kutatásom* alapjául szolgáló kérdőív, megegyezik az eredeti Coviellojék által alkalmazottal (CMP modellre épülő), melyet több, a korábbi években Révész Balázs docens úr által lefolytatott megelőző kutatás alapján kissé átalakítottunk. A cél az volt, hogy ezen kérdőív segítségével minél szélesebb körben szerezhessünk hiteles információkat a kitöltést vállaló cégek alkalmazottaitól. A minél pontosabb adatok és az esetleges torzítások elkerülése érdekében a kérdőív kitöltését nem feltétlenül egyetlen személy végezte, hanem amennyiben valamelyik kérdés, kérdéskör nem tartozott a válaszadó tevékenységi körébe, úgy lehetősége volt az érintett területeken járatos kollégá(ka)t belevonni a kérdőív megválaszolásakor.

Az adatfelvétel során *online kérdőíves lekérdezést* (http://www.surveymonkey.com/s/MX78BMP) alkalmaztam, melynek során a kérdőívet korábban a Szegedi Tudományegyetemen közgazdasági tanulmányokat folytatott hallgatók számára küldtem ki és az úgynevezett *hólabda mintavételi technikát* alkalmaztuk a minta kiválasztásához (Veres et al. 2006). Ennek keretében a lekérdezettek továbbküldték a kérdőív internetes linkjét további, általuk ismert marketingeseknek, akik szintén kitöltötték és továbbküldték más személyeknek kitöltés céljából. Ez a mintavételi technika bár nem véletlenszerű mintavétel, de szükségszerű volt, ugyanis a szervezeti piacokon egyébként is nagyon nehéz véletlenszerű mintát venni. Hiszen tudjuk, hogy ehhez az kellene, hogy a teljes sokaságnak, vagyis a magyarországi vállalatok teljes körének minden tagja azonos eséllyel kellene indulnia, hogy bekerüljön a mintába. Azonban ennek a kivitelezése egy TDK dolgozat keretében nem valósítható meg, így ezért választottam az ehhez a legközelebb álló és a legnagyobb sikerrel kecsegtető *nem valószínűségi mintavételt*. Az adatfelvétel során a minta kiválasztásának nehézségei mellett sajnos az adatgyűjtésben is gyakran problémák léptek fel az által, hogy sok vállalat az üzleti titokra hivatkozva nem töltötte ki a kutatási kérdőívet. Tíz vállalatból átlagosan csupán egy-kettő cégtől kaptam választ kérdéseimre. Azonban ez nem meglepő, hiszen ha az eredeti kutatást vesszük alapul, ott is csupán

149 cég bevonásával készítették a felmérést. Coviello-jék kutatásától eltérően azért választottuk a már végzett hallgatókat célcsoportunknak, mert úgy gondoltuk, hogy ezek az emberek a végzésük óta eltelt idő alatt tapasztalatot szereztek az üzlet világában és a marketing különböző területein is, így reálisabban lesznek majd képesek válaszolni a feltett kérdésekre. A kitöltési felhívást eredetileg 849 vállalatnak küldtem ki, akik közül a kitöltési határidőig 131-en töltötték ki a mintegy 15-20 percet igénybe vevő kérdőívet.

A kutatás során, Coviello-jék eredményeiből kiindulva, az alábbi hipotézisekkel dolgoztam:

- *H1:* Azon kis- és középvállalkozások, melyek közepes vagy annál magasabb szintre értékelik technológia orientáltságukat, jellemzően arra használják az információs technológiákat, hogy fokozzák az üzleti teljesítményüket. (Coviello et al. 2002, 2003.)

A Coviello és szerzőtársai által korábban végzett kutatások már foglalkoztak ennek az összefüggésnek a vizsgálatával. Ezekre a kutatásokra és a szakirodalmi forrásokra alapozva feltételezem azt, hogy a hazai vállalkozások még mindig nem használják ki az IT által nyújtott összes lehetőséget és a gyökeres átalakítás helyett a már megszokott gyakorlatok támogatását tűzik ki célul.

- *H2:* Az eM magas szerepet tölt be a legtöbb KKV marketinggyakorlatában. (Brodie et al. 2008)

Brodie többek között ezt az állítást is megfogalmazta 2008-as írásában, melyben általánosításokat kívánt megfogalmazni az új, kiegészült CMP modellel kapcsolatban.

- *H3*: Leggyakrabban interakció marketing, azaz a személyes marketinget alkalmazzák magas szinten a kis-és középvállalkozások. (Coviello et al. 2003.)

Ezt alátámasztja a már korábban említett 2003-as kutatás, melynek során a válaszadó vállalkozások leggyakrabban az IM gyakorlatot alkalmazzák magas szinten. Az kétségtelen, hogy a kapcsolati marketing hatékony alkalmazása elengedhetetlen a KKV-k sikeres működéséhez, de egyes szerzők szerint (Rekettye 2007, Bauer – Berács 2004) ennek a kapcsolattartásnak személyesnek kell lennie. De feltétlenül így vagy ez? Vagy előfordulhat, hogy az IT által kínált új, valamint a tranzakciós marketing által már régóta alkalmazott és megszokottnak mondható módszerek is hozzájárulnak a kapcsolatok hosszú távú és sikeres fenntartásához?

- *H4:* Azok a vállalatok esetén, melyek alkalmazzák a hálózati marketing (NM) megközelítést, az eM és IM orientáció is magas. (Coviello et al. 2002, 2003.)

A korábbi kutatási eredmények azt mutatták, hogy ezen marketinggyakorlatok között szignifikánsan erős kapcsolat figyelhető meg, ami feltételezhetően a magyar KKV-k vállalatok tekintetében is fenn áll.

- *H5:* Azon kis- és közepes méretű cégek marketinggyakorlatában, melyek a tranzakciós marketinget alkalmazzák, nincs jelen a hálózati marketingorientáció (NM) és nem törekednek hálózatok kiépítésére partnereikkel. (Coviello et al 2003.)

A TM és az NM megközelítés között nem csak, hogy erős, de szignifikáns kapcsolat sem állt fenn a korábbi kutatások során kapott eredményekben. Így feltételezem, hogy a hazai vállalatok is hasonlóan viszonyulnak az ezen gyakorlatok által kínált eszközökhöz és nem figyelhető majd meg átfedés.

- *H6*: A magasan technológia orientált KKV-k az e-marketing orientációt magas szinten alkalmazzák. (lásd információs technológiák és Coviello et al. 2003.)

Ugyanis a high tech vállalatok marketinggyakorlatában volt igazán megfigyelhető az e-marketing dominanciája a vállalati stratégia során. Coviello és szerzőtársai tehát arra a megállapításra jutottak, hogy ezek a tényezők kapcsolatban állnak egymással.

3.4. Elemzés és eredmények

A kapott adatokat a rögzítést követően adattisztításnak vetettem alá, melynek során kiszűrtem azokat, akik esetleg nem megfelelően töltötték ki a kérdőívet, vagy logikai ellentmondásokba keveredtek az egyes kérdések megválaszolása során. A tisztítás után a kapott adattáblát a *Microsoft Office Exel* programban rögzítettem, majd az *SPSS 15.0* statisztikai elemző program segítségével dolgoztam fel. A alábbi eredményeket a további bekezdésekben részletezem.

A kapott adatok elemzése során a kérdőívhez hasonlóan a Coviello és szerzőtársai által alkalmazott (Coviello et al. 2002, 2003) módszertant vettük alapul a különböző marketingorientációk vizsgálata során. Ennek értelmében először a válaszadók, vagyis a minta összetételét vizsgáltam meg. A vállalati méret tekintetében elmondhatjuk, hogy a megkérdezett cégek 78,6% kis- és középvállalkozásnak (103 vállalat, melyből 40 mikrovállalkozás, 30 kisvállalat és 33 közepes méretű vállalat) tekinthető a már korábban említett törvényi szabályozás alapján és ezek közül átlagosan csupán 1-2 fő a marketinges kolléga, sőt a megkérdezett vállalkozások 27,2%-nál (28 vállalat) nincs is külön marketingszakember. A mintának csupán az 21,4%-a (28) mondható nagyvállalatnak, hiszen ezen társaságok 250 és 5000 fő között foglalkoztatnak embereket, és mindegyiknek van legalább 10 marketinges munkatársa. Továbbá a kitöltést vállaló KKV-k 67,96%-a (70 vállalkozás) elsődlegesen szolgáltató vállalkozás, ebből 60,0% (42 cég) üzleti és 40,0% (28 vállalat) fogyasztói szolgáltatásokat nyújt, a maradék 32,04% (33 vállalkozás) pedig elsősorban termelő vállalko-

zás. A válaszadó kis- és középvállalkozások 47,57%-a (49 cég) alapvetően az üzleti (B2B) piacon van jelen, míg a maradék 52,43% (54 vállalat) pedig a fogyasztói (B2C) piacokat tekinti elsődleges célpontjának. Az árbevétel növekedésének tekintetében azt mondhatjuk el, hogy a megkérdezettek csupán 54,9%-nál növekedett az értékesítés az elmúlt évhez képest. A sok helyen ugyanis épp az ellenkezőjével, vagyis az árbevétel csökkenésével kell szembenézniük a kitöltőknek (45,1%-nak). Ez is azt bizonyítja, hogy a hazai vállalatok jelentős része is erőteljesen megszenvedte a gazdasági válságot. Azt is meg kell említeni, hogy a kitöltést végző személyek átlagosan 35 évesek voltak és a legidősebb 56, a legfiatalabb pedig 20 éves volt. A válaszadók 58,9%-a 25 és 35 év közötti, míg a maradék 41,1%-a a 40-es, 50-es korosztályba esik. A korcsoportok megoszlása mellett az is megfigyelhető, hogy ezen személyek csupán kétharmada rendelkezik marketinges végzettséggel, annak ellenére, hogy a megkérdezettek több mint 81,1%-a marketinghez kötődőnek tartja saját munkáját.

Miután megismertük a válaszadók részletes összetételét, rátérhetünk az eredmények érdemi kifejtésére, melyeket a kitöltést vállaló, kis- és középvállalkozások válaszai alapján, vagyis egy 103 darabos mintán állapítottam meg. Mielőtt azonban rátérnék a kapott adatok marketingorientációs vizsgálatára, illetve arra, hogy milyen szerepet tölt be a kapcsolati marketing a KKV-k életében, részletesen megvizsgáltam azt, hogy a kitöltő vállalatok hogyan értékelik saját hozzáállásukat az információs technológiákhoz (IT), illetve mennyire tartják saját cégüket technológia orientáltnak. A kapott adatok alapján azt mondhatjuk el, hogy a megkérdezett hazai KKV-k 20,39%-a gondolja úgy, hogy technológia orientáltsága közepes szinten áll és csupán 13,59%-a véli úgy, hogy az övé magasan technológiaorientált high tech vállalat. Annak ellenére, hogy már régóta átléptük a XXI. század küszöbét még mindig akadnak olyan kis- és középvállalkozások, akik nem képesek, vagy nem hajlandók, vagy esetleg nincs szükségük arra, hogy a modern technológia által kínált lehetőségeket alkalmazzák.

Az eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a kitöltést vállaló KKV-knak csupán 12,62%-a gondolja úgy, hogy az IT bevezetése és üzleti célú alkalmazása megváltoztatta az addig alkalmazott üzleti modellt. Ehhez képest az IT üzleti teljesítményt támogató, valamint fokozó hatása a vállalatok döntő többségénél (87,38%) megfigyelhető. A legnagyobb arányban még mindig az üzleti teljesítmény fokozása játszik szerepet a hazai kis- és középvállalkozások információs technológia alkalmazásában és az aktuális üzleti gyakorlat és helyzet fenntartásában. Tehát összességében elmondhatjuk, hogy a kitöltő cégek saját technológia orientáltságukat átlagosan egy 3-as, vagyis közepes szintre teszik és jellemzően ezt arra használják fel, hogy tovább fokozzák a már megszokott és bejártatott üzleti teljesítményüket és stratégiájukat. Továbbá a Chi-Square Test is azt az eredményt hozta, hogy ezen két tényező között 5%-os szignifikancia szint esetén szignifikáns kapcsolat van, mivel a Asymp. Sig. (2-sided) értéke kisebb mint 0,05. Vagyis az erre az összefüggésre vonatkozó hipotézisünk a kutatás során beigazolódott. A korábbi kutatási eredmények is azt bizonyítják, hogy azok a vállalatok (beleértve a KKV-kat is), akik kevésbé technológia

orientált vállalatok azok jellemzően támogató céllal alkalmaznak IT eszközöket üzleti tevékenységük során, míg a high tech vállalatok már át is alakítják segítségükkel a korábban alkalmazott üzleti modelljüket (Coviello et al. 2003).

A marketingorientáció vizsgálata során elsődlegesen a kérdőív kettes számú kérdéscsoportjára adott válaszokat vizsgáltuk. Ez a kérdéscsoport kilenc darab kérdést foglalt magába, mely tulajdonképpen az a korábban már említett kilenc dimenzió volt, melyre az egész kutatást alapoztam, és melyet Coviello-jék is alkalmaztak megelőző kutatásaik során. Mind a kilenc kérdésre öt válaszlehetőséget adtam meg, melyek közül mindegyik egy-egy vizsgálni kívánt marketinggyakorlatot foglalt magába. Az első lehetőség mindig a tranzakciós marketinget (TM), a második az adatbázis marketinget (DM), a harmadik az e-marketinget (eM), a negyedik az interakció marketinget (IM) és az ötödik pedig a hálózati marketinget (NM) jelentette. Minden egyes válaszlehetőséget egy ötfokozatú Likert-skálán kellett értékelni, ahol az 1-es jelentette a „Soha", az 5-ös pedig a „Mindig" választ. Emellett lehetőséget biztosítottunk arra is, hogy a válaszadás során a válaszadó bizonytalanság esetén a „Nem tudom" választ adhassa. Mielőtt azonban nekiláttam volna az adatok összesítésének az alkalmazott skáláimat skálatesztelésnek vettettem alá, hogy megbizonyosodjak arról, hogy nem lesznek torzítások a kapott adatok alapján az eredményekben. A Cronbach alfa szint mind az öt skála esetén meghaladta a szakirodalomban általánosan elfogadott 0,7-es értéket (Coviello et al. [2002]) és az alábbiak szerint alakult az ötféle marketingorientációra vonatkozó skáláknál, így azt mondhatjuk, hogy a kutatás során alkalmazott skálák megfelelőek:

- Tranzakciós marketing: 0,728
- Adatbázis marketing: 0,752
- e-marketing: 0,822
- Interakció marketing: 0,791
- Hálózati marketing: 0,785

A skálatesztelést követően a kapott válaszokat az eredeti kutatásból már ismert módszertan alapján öt kategóriába soroltam az öt különböző orientációnak megfelelően és megvizsgáltam, hogy ezeknek a szintje hogyan alakul az egyes, KKV-nak minősülő vállalatok vonatkozásában. Ez úgy történt, hogy minden válaszadónál külön-külön átlagoltam az egyes kérdések esetén az a.) válaszlehetőségre (tranzakciós marketing - TM) adott pontszámokat, ami maximálisan 45 lehetett, ha mind a kilenc kérdés esetén 5-ösre értékelte a TM szintjét. Az így kapott értékeket azután három kategóriába soroltam be, mellyel meghatároztam, hogy az adott válaszadó gyakorlatában a tranzakció orientáltság szintje alacsony, közepes, vagy magas. Ezeket a szinteket az eredeti módszertanból vettem át ami alapján, ha az átlag értéke 2,5-nél alacsonyabb akkor az adott orientáció szintje „Alacsony", ha 2,5 és 3,8 közé esik akkor „Közepes" és ha nagyobb mint 3,8 akkor pedig „Magas" (Coviello et al [2003]). Ugyanezt a módszert alkalmazva kiszámoltam a maradék négy kapcsolati orientáció esetén is az egyes vállalatok hozzáállását ezekhez a gyakorlatokhoz. Így a számolás

végére az eredmények, melyeket az 1. táblázat foglal magába, megmutatták, hogy az említett marketingorientációk milyen szinten állnak az egyes vállalatok marketingtevékenységében.

1. táblázat A vállalatok marketingorientációjának megoszlása (%, N=103)

	Tranzakciós marketing	**Adatbázis marketing**	**e-marketing**	**Interakció marketing**	**Hálózati marketing**
Alacsony	23,3	26,2	54,4	16,5	31,1
Közepes	65	63,1	40,8	55,3	56,3
Magas	11,7	10,7	4,9	28,2	12,6
Összesen	100	100	100	100	100

Forrás: saját szerkesztés

A kapott eredmények alapján először is elmondható, hogy megkérdezett kis- és középvállalkozások több mint fele (54,4%) esetén alacsony az eM alkalmazása a marketing tevékenységük során, sőt a közepes szintnél is ez kaptak a legkevesebb pontot a megkérdezett vállalatoktól (40,8%). Az is látszik, hogy a magas értékek esetén már jóval differenciált a helyzet, hiszen a válaszadók csupán 11,7%-a alkalmazza magas szinten a tranzakciós marketinget, és az e-marketinget még ennél is kevesebben, a kitöltő KKV-k 4,9%-a. Továbbá a vállalatok mintegy harmada (28,2%) tekinti kiemelkedő fontosságúnak az interakció marketinget és csupán 10,7%-uk az adatbázis marketinget. Ez majdnem megegyezik a hálózati marketing értékével, melyet körülbelül minden nyolcadik válaszadó (12,6%) KKV alkalmaz magas szinten. Az IM marketing alkalmazásának szintje tehát bebizonyította, hogy eredeti elképzelésünk helyes volt és tényleg ezt alkalmazzák a leggyakrabban magas szinten. Így hipotézisünk bizonyítást nyert. Sajnos az is kiderül, hogy a megkérdezett hazai vállalatoknak mintegy fele (54,4%) alacsony szinten áll az e-marketing alkalmazásának tekintetében, ami még mindig azt igazolja, hogy nehezen képesek alkalmazkodni a cégek a modern, interaktív technológia által kínált lehetőségekhez. Ez egybecseng azzal az eredménnyel, melyet Coviello-jék kaptak saját kutatásuk során (Coviello et al. 2003), hiszen az új-zélandi és az angliai vállalatok is hasonló helyzetben vannak az e-marketing alkalmazásának területén. Vagyis az erre vonatkozó hipotézisünk szintén beigazolódott.

Ezek után, hogy már tisztában voltam vele, hogy milyen szinten alkalmazzák az egyes vállalatok a különböző marketinggyakorlatokat, azt is megvizsgáltam, hogy vannak-e ezek között olyan párok, melyek tipikusan együtt fordulnak elő az egyes cégek üzleti tevékenysége során. Hiszen azt már korábban említettem és az eddigi eredményekből is egyértelműen látszik, hogy ezek a gyakorlatok jellemzően különböző kombinációkban fordulnak elő a gyakorlati életben és nem önálló irányzatként

alkalmazzák őket. Ennek vizsgálatához korrelációt számoltam az egyes orientációk között. A kapott eredményekről még azt kell tudni, hogy a számolás során a változók jellege miatt nem az SPSS-ben alapbeállításként szereplő Pearson-, hanem a Spearman együtthatót alkalmaztam. Azért esett a Spearman-re a választásom, mert a Pearson együttható előfeltétele az adatok normális eloszlása.

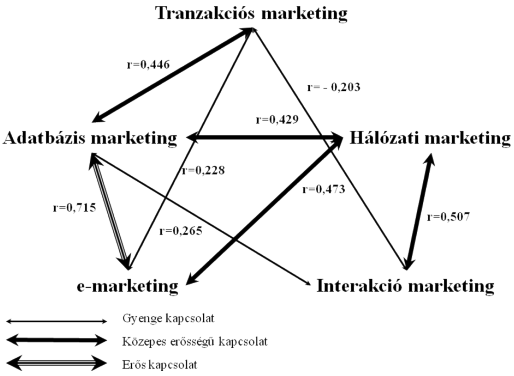
A táblázatból egyértelműen kiderül, hogy mely orientációk között figyelhető meg szignifikáns kapcsolat (5%-os és 1%-os szignifikancia szint esetén is), illetve ezen kapcsolat milyen erős. A tranzakciós marketing (TM) esetén az adatbázis marketinggel (DM), az e-marketinggel (eM) és az interakció marketinggel (IM) áll fenn szignifikáns kapcsolat 5%-os szignifikancia szint mellett. És ezek közül az első közepes, míg az e-marketinggel szembeni gyenge erősségűnek tekinthető (r=0,446 és r=0,228), sőt az IM-el szemben szignifikánsan gyenge, negatív kapcsolata áll fenn (r= - 0,203). Vagyis a TM és az NM között nincs szignifikáns kapcsolat, tehát azok a cégek melyek alapvetően tranzakció orientáltak nem törekszenek hálózatok kiépítésére partnereikkel, tehát ez a hipotézisünk beigazolódott. A TM és DM közötti kapcsolat is korábbi kutatások eredményeit támasztja alá, mely szerint a DM a TM gyakorlat „meghosszabbításának" tekinthető (Pels et al. 2000, Coviello et al. 2002). Valamint az előző vizsgálatok eredményeihez hasonlóan az én eredményeim is azt mutatják, hogy azon vállalatok esetén, melyek magas szinten alkalmazzák a tranzakciós megközelítést ott nincs, vagy nagyon alacsony szinten áll az IM és az NM orientáció a gyakorlatban (Coviello et al. 2002).

Az adatbázis marketing (DM) a tranzakciós marketing (TM) mellett a maradék három marketingorientációval is szignifikáns kapcsolatban áll, sőt ezek közül (eM, IM, NM) 5%-os szignifikancia szint mellett szignifikánsan erős kapcsolata áll fenn az e-marketinggel (r=0,715) a vizsgált kis- és középvállalkozások gyakorlatában. Az interakció marketinggel szemben azonban csupán szignifikánsan gyenge kapcsolata (r=0,265), míg a hálózati marketinggel szignifikánsan közepes erősségű (r=4,29) a kapcsolata figyelhető meg. Az e-marketing (eM) a már korábban említett kapcsolatok mellett a hálózati marketinggel (NM) szemben áll fenn 5%-os szignifikancia szint mellett szignifikáns, pozitív, közepes erősségű kapcsolat (r=0,473), míg az interakció marketinggel (IM) 5%-os szignifikancia szint mellett nem áll szignifikáns kapcsolatban (r=0,176) az eM. Az interakció marketing (IM) kapcsolatainak elemzésénél már csak azt kell megemlíteni, hogy a hálózati marketinggel (NM) szemben is szignifikáns, közepes erősségű, pozitív kapcsolat (5%-os szignifikancia szint esetén) áll fenn (r=0,507). Tehát az a hipotézisünk mi szerint azon vállalatok, akik az NM megközelítést alkalmazzák azok eM és IM orientáltak is, a kapott adatok alapján megdőlt, hiszen bár szignifikáns kapcsolat van ezen orientációk között, de nem figyelhető meg mindkét esetben az erős kötődés.

Azt is elmondhatjuk, hogy az IM marketing alkalmazásának szintje bebizonyította, hogy a megkérdezett kis- és középvállalkozások tényleg ezt a fajta marketingorientációt használják a leginkább magas szinten. Azonban az a feltételezésük, miszerint a kapcsolattartásnak feltétlenül személyesnek kell lennie és éppen ezért a

kapcsolati marketing hatékony gyakorlása csak a partnerek közötti személyes interakciók megteremtésével és fenntartásával érhető el a KKV-k marketing aktivitásában, megdőlt. Hiszen az eredményekből egyértelműen látszik, hogy bár a cégek dominánsan az IM-et alkalmazzák, azonban nem kizárólagosan, vagyis bár a személyes interakciók szerepe kiemelkedő fontosságú a kisvállalati kapcsolati marketing sikeres működéséhez, emellett a többi marketingorientáció is megjelenik az alkalmazott gyakorlatban. Vagyis a sikeres működéshez és a kapcsolatok fenntartásához nem csupán az interakció marketingre, hanem az ötféle orientáció adott cégre vonatkozó megfelelő kombinációjára van szükség. A legerősebb kapcsolat tehát az adatbázis marketing és az e-marketing között (r=0,715) figyelhető meg az orientációk tekintetében. A könnyebb megértés és az átláthatóság érdekében a korábban említett kapcsolatok az 1. ábrán is szerepelnek. Ebből is látszik, hogy mely orientációk között, milyen erősségű összeköttetés áll fenn.

1. ábra Korreláció az egyes marketingorientációk között



Forrás: saját szerkesztés

Végül arra is kíváncsi voltam, hogy az eM alkalmazásának szintje hogyan viszonyul az IT egyes KKV-k üzleti tevékenységében elfoglalt szerepéhez. Hiszen abból a feltételezésből indultam ki, hogy azok a vállalatok, akik magas szinten alkalmazzák az eM-et azok esetén az IT az üzleti modell átalakítását eredményezi.

A kapott eredményeket látva azt mondhatjuk el, hogy a megkérdezett kis- és középvállalkozások közül azon cégeknek, melyeknek az addig alkalmazott üzleti modell átalakításával kellett szembenézniük (n=13, a válaszadók 12,6%) az információs technológiák alkalmazásának hatására, 1,0%-a alkalmazza magas szinten az e-marketinget. Vagyis az eM-et magas szinten alkalmazó vállalatok között is többségben vannak, akik az üzleti tevékenységük fokozására (2,9%) vagy támogatására (1,0%) használják az IT-t. A további 95,1%-pedig csupán közepes szinten, vagy egyáltalán nem használja az eM orientációt a marketinggyakorlata során, esetleg

használja, csak nem az üzleti modell megváltoztatására. Vagyis azt mondhatjuk, hogy azon kutatási hipotézisünk, melyben ezen két tényező közti kapcsolatot feltételeztük az megdőlt a hazai KKV-k vonatkozásában. A korábbi kutatási eredmények tükrében ez nem meglepő, hiszen már Coviello-jék is bebizonyították, hogy azok a vállalatok, melyek alacsony szinten alkalmazzák az eM gyakorlatot jellemzően támogató jelleggel alkalmazzák az IT által kínált eszközöket. Ezzel szemben, akik magas szintű eM orientációval rendelkeznek, már leginkább a korábbi üzleti modelljük átalakítására használják fel ezeket a lehetőségeket (Coviello et al. 2003, Fletcher 2002).

4. Összegzés

Munkám célja az volt, hogy megismertethessem az olvasót a marketing egyik feltörekvőben lévő irányzatával, vagyis a *kapcsolati marketinggel*. Ugyanis ebben a rohanó világban szükség van arra, hogy a marketing új dimenzióival ismerkedjünk meg és ismertessük meg a vállalatokat.

A kutatás során arra fókuszáltam, hogy bemutassam a marketing modernizációjának körülményeit és fejlődésének folyamatát azzal a céllal, hogy megismertethessem az olvasót a kapcsolati marketing jelentőségével, illetve annak szerepével az egyes vállalatok marketing tevékenységében. Amellett, hogy a hazai vállalatok marketingtevékenységén belül is elkezdődött egyfajta fejlődési folyamat, mely a kapcsolatok fontosságának figyelembevétele, illetve hosszú távú és mindegyik fél szemszögéből sikeres partnerhálózatok kiépítésének irányába hat, egyre gyakrabban alkalmazzák az információs technológiákat az üzlet világában is. Bár ez a folyamat hazánkban még csak az elején tart, azért az megfigyelhető, hogy már most sokan élnek a *modern technológiák* által kínált lehetőségekkel és alkalmazzák az IT-t az üzleti teljesítményük támogatására, vagy épp fokozására.

Végezetül véleményem szerint a kapcsolati marketing egy igen fontos és jelentős állomása a *marketing fejlődésének*, noha ezzel a kijelentéssel nem mindenki értene egyet. Remélem, hogy ez hamarosan a magyar kis- és középvállalkozások többségében is tudatosulni fog és ezzel elkezdődhet egy új, modern fejezete a hazai marketinggyakorlat történetének.

Felhasznált irodalom

Barwise, P. – Farley, J. U. 2005: The state of interactive marketing in seven countries: Interactive marketing comes of age. *Journal of Interactive Marketing*, 19. évf., 3. sz., 67-80. o.

Bauer, A. – Berács, J. (szerk.) 2004: *Marketingelmélet a gyakorlatban*. KJK Könyvkiadó, Budapest

Bauer, A. – Berács, J. – Kenesei, Zs. 2007: *Marketing alapismeretek*. AULA, Budapest

Berács, J. 2002 : Alkalmazkodó marketing, új trendek és lehetőségek. *Marketing&Management*, 36. évf., 3. sz. 7-13. o.

Brodie, R. J. – Coviello, N. E. – Brookes, R. W. – Little, V. 1997: Towards a Paradigm Shift in Marketing? An Examination of Current Marketing Practices. *Journal of Marketing Management*, 13. évf., 5. sz., 383-406. o.

Brodie, R.J., - Brookes, R.W. - Coviello, N.E. 2000: Relationship marketing for consumer products. In Blois, K. (ed.): *The Oxford Textbook of Marketing*. Oxford University Press, Oxford, 517-33. o.

Brodie, R.J., Grönroos, C. and Helenius, T. 2001: Contemporary marketing: a comparison of the practices in New Zealand, Scandinavia and Thailand, *Asian Journal of Marketing*, 8. évf., 2. sz., 72-81. o.

Brodie, R. J. – Winklhofer, H. – Coviello, N. E. – Johnston, W. J. 2007: Is e-marketing coming fo age? An examination of the penetration of e-marketing and firm performance. *Journal of Interactive Marketing*, 21. évf., 1. sz., 2-21. o.

Brodie, R. J. – Coviello, N. E. – Winklhofer, H. 2008: Contemporary Marketing Practices research program: a review of the first decade. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23. évf., 2. sz., 84-94. o.

Brookes, R. W. – Brodie, R. J. – Coviello, N. E. – Palmer, R. A. 2004: How Managers Perceive the Impacts of Information Technologies on Contemporary Marketing Practices: Reinforcing, Enhancing or Transforming? *Journal of Relationship Marketing*, 3. évf., 4. sz., 7-26. o.

Coviello, N. E. - Brodie, R. J. – Munro, H. J. 1997: Understanding Contemporary Marketing: Development of a Classification Scheme. *Journal of Marketing Management,* 13. évf., 501-522. o.

Coviello, N. E. - Brodie, R. J. 1998: From transaction to relationship marketing: an investigation of managerial perceptions and practices. *Journal of Strategic Marketing,* 6. évf., 171-186. o.

Coviello, N. E. 1999: Conducting cross-national research in relational marketing: a discussion of methodological challenges. *Australasian Marketing Journal*, 7. évf., 1. sz., 22-34. o.

Coviello, N. E. - Brodie, R. J. – Munro, H. J. 2000: An investigation of marketing practice by firm size. *Journal of Business Venturing,* 15. évf., 5-6. sz., 523-545. o.

Coviello, N. E. - Brodie, R. J. 2001: Contemporary marketing practices of consumer and business-to-business firms: how different are they? *Journal of Business & Industrial Marketing,* 16. évf., 5. sz., 382-400. o.

Coviello, N. E. - Brodie, R. J. – Danaher, P. J. – Johnston, W. J. 2002: How Firms Relate to Their Markets: An Empirical Examination of Contemporary Marketing Practices. *Journal of Marketing,* 66. évf., 3. sz., 33-46. o.

Coviello, N. E. – Brodie, R. J. – Brookes, R. W. – Palmer, R. A. 2003: Assessing the Role of e-Marketing in Contemporary Marketing Practice. *Journal of Marketing,* 19. évf., 7. sz., 857-881

Fletcher, Keith 2002: The Role of CRM in Changing and Facilitating Competitive Advantage. *Journal of Database Marketing,* 9. évf., 3. sz., 203-206. o.

Fülöp, Gy. 2004: *Kisvállalati gazdálkodás*. Aula Kiadó, Budapest

Hetesi, E. - Révész, B. 2004: A kapcsolati marketing és a kommunikáció szerepe a közüzemi szolgáltatóknál a piaci liberalizáció folyamatában. *Vezetéstudomány*, 35. évf., 6. sz., 30-37. o.

Kotler, P. 1992: *Marketingmenedzsment*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Kotler, P. – Keller, K. L. 2006: *Marketingmenedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest

Pels, J. 1999: Exchange relationships in consumer markets? *European Journal of Marketing*, 33. évf., 1-2. sz., 19-37. o.

Pels, J. – Coviello, N. E. – Brodie, R. J. 2000: Integrating transactional and relational marketing exchange: a pluralistic perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8. évf., 3. sz., 11-20. o.

Pels, J. – Brodie, R. J. 2003: Profiling marketing practice in an emerging economy: the Argentine case. *Journal of Global Marketing*, 17. évf., 1. sz., 67-91. o.

Peppers, D. – Rogers, M. – Dorf, B. 1999: Is Your Company Ready For One-To-One Marketing? *Harvard Business Review,* 77. évf., 1. sz., 151-160. o.

Rekettye, G. 2007: *Kisvállalati marketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest

Révész, B. 2009: *A kapcsolatorientáció marketing jelentősége – Az információs technológia hatása napjaink marketinggyakorlatára.* Kézirat.

Vargo, S. L. – Lusch, R. F. 2004: Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68. évf., 1. sz., 1-17. o.

Veres, Z. 2003: *Szolgáltatásmarketing*. KJK Könyvkiadó, Budapest.

Veres, Z. – Szilágyi, Z. 2007: *A marketing alapjai*. Perfekt Kiadó, Budapest

Veres, Z. 2009: *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest

Veres, Z. – Hoffman, M. – Kozák, Á. 2009: *Bevezetés a piackutatásba*. Akadémiai Kiadó, Budapest

Lukovics M. - Udvari B. (szerk.) 2012: A TDK világa. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 305-322. o.

Kína Afrika-politikája: minden mindegy?[1]

Mező Júlia Veronika

A tanulmány célja, hogy statisztikai eszközök segítségével meghatározza: milyen motivációk állnak Kína Fekete-Afrikához való közeledésének hátterében a kereskedelem szempontjából? A kutatási cél eléréséhez hipotézisvizsgálatokat (független mintás t-próbákat és páros t-próbákat) és korrelációszámítást végeztünk, összesen 11 mutató felhasználásával. A vizsgálatok alapmutatói a Kína és a fekete-afrikai országok közötti bilaterális kereskedelmi adatok az 1995-1998, illetve a 2005-2008 közötti időszakokban. Ezek mellett további, az elemzésbe bevont 38 fekete-afrikai országot jellemző olyan kereskedelmi, makrogazdasági, politikai és egyéb indikátorokat alkalmaztunk, melyek befolyásolhatják a két régió közötti kereskedelem alakulását.

A vizsgálatok alátámasztották, hogy Fekete-Afrika számára Kína valóban egyre jelentősebb kereskedelmi partner. Továbbá bebizonyosodott, hogy Kína szignifikánsan nagyobb értékben importál azokból a fekete-afrikai államokból, amelyek „olajországnak" tekinthetők, azaz nettó olajexportőrök. Kína Fekete-Afrikába irányuló kivitele pedig csak a partnerországok népességével és GDP-jével mutatott pozitív kapcsolatot, vagyis a piac nagyságán és az olaj meglétén kívül semmilyen más politikai vagy gazdasági tényező nem befolyásolta a kereskedelem alakulását a két fél között.

Kulcsszavak: Kína, Fekete-Afrika, fejlődő országok, kereskedelem

1. Bevezetés

A XXI. században a gazdasági világrendben bekövetkező változások – a globalizáció,[2] a transznacionalizálódás – következtében nemcsak az egyes országok helyzetében, de az egész világgazdaságban nagy változások mennek végbe. A fejlett világ népességének egyre növekvő energiaszükséglete miatt a figyelem az eddig feltáratlan nyersanyaglelőhelyek felé fordul, melyek jórészt a fejlődő világban keresendők, ennek köszönhetően felértékelődik a sokáig elhanyagolt elmaradottabb régiók szerepe.

E folyamat révén a fejlődő régiók problémáinak megoldása valamelyest közös – közkeletű kifejezéssel élve: „globális" – üggyé vált, amiben az államok egymással

[1] Jelen tanulmány a Világgazdaság és globalizáció tagozaton I. díjat nyert azonos című pályamű rövidített verziója. Témavezető: Udvari Beáta, Lukovics Miklós.

[2] A globalizációt sokféleképpen definiálják, fogalmát jelen esetben értelmezzük a „nemzeti gazdaságok összekapcsolódásának és kölcsönös függősége elmélyülésének folyamataként, amelyik a gazdasági áramlások liberalizálásával párosul" (Simai 2008, 47. o.).

összefogva igyekeznek eredményeket elérni, elsősorban nemzetközi szervezeteken (pl. ENSZ, IMF, Világbank) keresztül. Így nagyobb figyelem irányul a korábbi gyarmatoknak helyet adó Afrikára, Dél-Amerikára és Délkelet-Ázsiára, hiszen a fejlődő országok ezekben a térségekben helyezkednek el. Sok szempontból azt mondhatjuk, hogy közülük a legsikeresebbek az ázsiaiak, a legnehezebb helyzetben pedig az afrikai, ezen belül is a fekete-afrikai országok vannak. Ráadásul Afrika az a kontinens, amely a legtöbb fejlődő országnak otthont ad.

A dolgozattal e két térség kapcsolatainak elemzését tűztük ki célul. *Kína és Afrika* politikai és gazdasági *kapcsolatainak* kezdetét az 1960-as évekre szokás tenni, de valójában már a X. század óta kereskedelmi partnerek. Napjainkra e kötelékek intenzívebbé váltak, főként a kínai fél igyekezetének eredményeképpen. Az ország hatalmas lélekszáma miatt a markáns gazdasági növekedés további fenntartásához már nem elegendőek a Kínában fellelhető nyersanyagok, ezért – az általánosan elfogadott elméletek szerint – az afrikai terjeszkedés legfőbb motorja az ásványkincs- és olajéhség lett. Emellett Kína fontosnak tartja a fejlődő országok közötti általános kapcsolatok szorosabbra fűzését, sőt, diplomáciai tekintetben stratégiai partnerekként tekinthet az afrikai államokra Tajvan el nem ismerését illetően, valamint az emberi jogokkal kapcsolatos kérdésekben. Afrika számára szintén új lehetőségeket hordoz magában a kínai közeledés, így megnyílhatnak a még feltáratlan nyersanyaglelőhelyek, lehetőség nyílik az infrastruktúra fejlesztésére, valamint a nemzetközi kereskedelemnek is aktívabb szereplőjévé válhat. Arról nem is beszélve, hogy Kína egyre intenzívebbé váló afrikai jelenlétére a nyugati nagyhatalmak – különösen az Amerikai Egyesült Államok – „felkapták a fejüket", és ezáltal a fekete kontinens az utóbbi években valamivel több figyelmet kap a fejlett országok részéről is.

A témaválasztást az indokolja, hogy Kína – lenyűgöző gazdasági növekedésének köszönhetően – régóta a kutatások középpontjában van, azonban afrikai szerepvállalásának vizsgálata csak nemrég kezdődött meg, így Magyarországon még nincs *kiterjedt* szakirodalma. Ennek megfelelően *a dolgozat célja az, hogy statisztikailag igazolja – vagy éppen megcáfolja – azt az elméletet, miszerint a kínai megjelenés Fekete-Afrikában, pontosabban a két régió közötti kereskedelem fokozódása elsősorban az afrikai olajtartalékok és más ásványkincsek meglétének köszönhető.* Ezután adódik a következő lényeges kérdés: *milyen más motivációk állhatnak Kína Afrika-politikájának hátterében?* És vajon ezek az okok vannak-e olyannyira sokrétűek, hogy Kína számára *tulajdonképpen „minden mindegy"* legyen; vagyis válogatás nélkül lépjen gazdasági és politikai kapcsolatba minden fekete-afrikai országgal?

A következőkben bemutatjuk a fekete kontinensen való kínai terjeszkedés elképzelhető motivációit, majd az együttműködés kereteit. Ezt követi a kínai jelenlét formáinak ismertetése. A fejezet végén kitérünk a két fél közötti kapcsolatok minőségéből adódó negatív hatásokra mindkét oldal számára. Ezután pedig bemutatjuk az empirikus elemzést, melynek során a hipotézisvizsgálat és a korrelációszámítás eszközeivel próbáljuk megállapítani, hogy mely gazdasági és politikai tényezők lehetnek

leginkább befolyással a Kína és Fekete-Afrika közötti kereskedelem volumenének alakulására.

2. Kína gazdasági szerepvállalása Afrikában

Jelen fejezet célja az, hogy számba vegyük azokat a tényezőket, melyek Peking figyelmét a fekete kontinens felé fordítják, valamint a kínai közeledés intézményi hátterét (hiszen a kínai-afrikai együttműködés kiépítésére számos szervezet jött létre az elmúlt évtizedben), illetve módozatait.

Kína (részben) nyitott gazdaságpolitikát folytat. Ennek megjelenési formáit többféleképpen csoportosíthatjuk. Jelen dolgozatban *a külkereskedelem, a nemzetközi tőkeáramlás, a segélyek nyújtása és a migráció* – különös tekintettel a munkaerő áramlására – lesznek vizsgálat tárgyai.

Az Afrika felé való nyitás nem csak üzleti érdekek mentén valósul meg. Az utóbbi évtizedekben a fejlett országok vezetői és a különböző nemzetközi szervezetek igyekeznek olyan programokat megvalósítani a kontinensen, amelyek segítenek az általános egészségügyi és oktatási helyzeten, növelik az életszínvonalat és a gazdasági versenybe való bekapcsolódás lehetőségét az afrikai országok számára. A közkeletű „hiedelemmel" ellentétben Kína sem csupán a nyersanyagok megszerzése végett érdeklődik Afrika iránt. Ezt igazolja, hogy az ázsiai óriás és a fekete kontinens kapcsolata több mint 50 éves múltra tekint vissza, mialatt *baráti viszony* alakult ki közöttük (Gill-Reilly 2007). A következőkben Kína Afrika felé történő nyitásának, közeledésének lehetséges motivációit tekintjük át.

2.1. Az afrikai terjeszkedés motivációi

A szakirodalomban többféle okot fellelhetünk, amely magyarázza, hogy Peking miért helyez az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb hangsúlyt a Fekete-Afrikához fűződő viszonya elmélyítésére. A motivációkat legegyszerűbben aszerint rendszerezhetjük, hogy politikai vagy gazdasági tényezők húzódnak-e meg mögöttük. Egy ilyen lehetséges csoportosítást mutat az 1. táblázat. E tényezők súlya időben változott, hiszen az 1950-es és '60-as években még sokkal inkább az ideológiai szempontok élveztek prioritást, azonban ma már a gazdasági kapcsolatok a lényegesebbek (Ofodile 2008). A lehetséges motivációk közül ezért elsőként a gazdasági, majd a politikai okokat tekintjük át.

A témában vizsgálódó kutatók mindegyike (Biggeri–Sanfilippo 2009, Gill–Reilly 2007, Keenan 2009, Kiss–Tétényi 2008, Lagerkvist 2009, Szentesi 2009, Taylor 2006, Zhao 2008, Zweig–Jianhai 2005, stb.) rámutat arra, hogy Kína Afrika felé fordulásának elsődleges – de nem az egyetlen – célja a *kőolaj- és egyéb nyersanyagok biztosítása* saját túlfűtött gazdaságának táplálására. Hiszen Kínát – hatalmas ipari termelési volumene miatt – szokás a „világ műhelyeként" is emlegetni (Biggeri–Sanfilippo 2009). Ennek eredményeként ma már ez az ország a világ második legna-

gyobb olajimportőre az Egyesült Államok után, 2020-ra pedig valószínűleg átveszi az első helyet (Ofodile 2009, Pehnelt 2007). Emellett az utóbbi évtizedekben az alumínium, a vörösréz, a nikkel és a vas iránti kereslete is rendkívüli mértékben megnövekedett, így míg ezekből a fémekből 1990-ben a világ összes fogyasztásának 7 százaléka volt Kínának tulajdonítható, az ezredfordulóra ez az arány már 15 százalékra emelkedett (Zweig–Jianhai 2005). Ennek a nyersanyagéhségnek természetesen az ország külpolitikájának alakítására is hatása van, ezért is váltak intenzívebbé a kapcsolatai egyes fejlődő országokkal, így az afrikaiakkal is.

1. táblázat Kína afrikai megjelenésének motivációi

Gazdasági okok	Politikai okok
olajéhség	emberi jogok
befektetési lehetőség	szövetségesek Tajvan el nem ismerésében
piacszerzés	globális szerep
nem állami cégek terjeszkedése	fejlődő országok képviselője

Forrás: saját szerkesztés

Kína az 1990-es évek közepén jelent meg olajbefektetőként az afrikai kontinensen, méghozzá Szudánban, és egészen az ezredfordulóig kizárólag ebben az országban volt jelen az afrikai energiaszektorban, de ma már az észak-afrikai Algéria és Líbia, valamint a szub-szaharai Nigéria és Angola mellett más fekete-afrikai államokban is jelentős befektetéseket realizál (Zhao 2008). Ennek megfelelően 2005-ben a kínai olajimportnak közel 30 százaléka az afrikai kontinensről érkezett (Ofodile 2009). 2009-ben pedig Kína teljes olajbehozatalának már több mint 20 százaléka Fekete-Afrikából származott, a Szaúd-Arábia utáni második legfontosabb olajexportáló partnere pedig Angola lett (UN Comtrade 2010). Miután Kína jelentősége a világ olajpiacán óriási, ezért egyértelmű, hogy olyan államokkal keresi a kapcsolatot, amelyek képesek és hajlandóak is tartósan ellátni a kulcsfontosságú energiahordozóval.

A fentiekből is érzékelhető és Taylor (2006) is kiemeli, hogy Kína olajdiplomáciájának *célja* valójában *kettős*: egyrészt ott van a már nevesített *rövid távú* belső érdek, vagyis, hogy a *hazai keresletet* képes legyen biztonsággal kielégíteni; másrészt pedig *hosszú távon* a nemzetközi *olajpiac meghatározó globális szereplőjévé* kíván válni – és ez tulajdonképpen már be is következett. Ofodile (2008) megjegyzi, hogy a nyugati hatalmak aggasztónak találják Kína előrenyomulását Afrikában, mivel úgy látják, hogy Pekingnek a fekete kontinens erőforrásaiért folyó küzdelme nagyban hasonlítható a XIX. századi gyarmatosítók akkori törekvéseihez, ami Afrika számára sem sok jót sejtet, de a világ biztonsági és energiaviszonyaira is hatással lehet. Azonban a szerző arra is rámutat, hogy miután Kína globális gazdasági szerepe egyre meghatározóbb, az afrikai vezetőknek sem állhat érdekében elzárkózni tőle – sem rövid, sem hosszú távon. Viszont az is fontos, hogy olyan megállapodások

szülessenek a kínai és afrikai felek között, melyek nem veszélyeztetik a fenntartható fejlődést és az emberi jogokat sem csorbítják. Ezzel összefüggésben Zhao (2008), valamint Zweig és Jianhai (2005) is úgy látják, hogy az olajkereskedelem előnyei nem teljesen egyoldalúan oszlanak meg, így az afrikai országok szempontjából is megvan a haszna a kínai energiadiverzifikációnak, hiszen így nemcsak az eddig feltáratlan lelőhelyek ásványkincseit értékesíthetik és tehetnek ezáltal szert több bevételre, hanem más olajvásárlóikkal szemben is kedvezőbb alkupozícióba kerülnek.

Azonban nem az olajéhség az egyetlen gazdasági indok, amely miatt Peking érdeklődést mutat a földrész iránt (Gill–Reilly 2007). Brautigam (2009) kifejezetten hangsúlyozza, hogy bár az afrikai nyersanyagok valóban fontosak Kína számára, mégis sokkal nagyobb jelentősége van magának az *„üzletnek"* a kereskedelemnek és a befektetéseknek, amelyeknek természetesen az ásványkincsek is részét képezik. Kínában rendkívül magas a megtakarítási ráta, ezért óriási devizatartalékokkal rendelkezik[3], aminek *befektetési helyet keres* szerte a világban (Gábor 2009). Logikus lépés, hogy olyan területek után kutat, ahol viszonylag kis versenyt támasztanak a nyugati országok, még azon az áron is, hogy ezek meglehetősen kockázatosnak minősülnek (Pehnelt 2007). Fekete-Afrika pedig éppen egy ilyen hely, hiszen a bizonytalan társadalmi-gazdasági környezet mellett azért sem jelent vonzó terepet a külföldi befektetők számára, mert bár a népessége az 1960-as évekhez képest háromszorosára növekedett, a lakosság vásárlóereje még mindig alacsony (Engelberth 2009). A befektetés egyik kézenfekvő módja az *infrastruktúra fejlesztése*, ami vonzóbbá teszi a célországokat és így további befektetésekre ad lehetőséget. Az egyik legnagyobb ilyen kínai beruházás az afrikai földrészen az 1970-es években megépült Tazara vasútvonal, amely Zambia fővárosát (Lusakát) és Tanzánia gazdasági központját és egyben legnagyobb kikötővárosát (Dar es Salaamot) köti össze (Keenan 2009, Tarrósy 2008). Azóta pedig utak, iskolák és kórházak sora épült fel kínai segítséggel, nem is beszélve az Afrikai Unió új központjáról, mely az etióp fővárosban épül, és amely „Kína ajándéka" lesz az afrikai népnek (Engelberth 2009). Az infrastrukturális fejlesztések, az útépítések emellett azzal a kellemes tulajdonsággal is bírnak, hogy általuk könnyebbé válik a kitermelt olaj kikötőkbe szállítása, így az hamarabb juthat el Kínába (Tarrósy 2008).

További gazdasági célként említhetjük meg, hogy Kína hatalmas termelési potenciálja miatt igyekszik újabb piacokat keresni termékeinek. Az Afrikára jellemző általános szegénység ellenére a Szaharától délre eső országok az olcsóbb kínai áruknak már most *felvevőpiacot* jelentenek, hosszabb távon pedig bizonyára nagyobb jelentőségük lesz Kína számára ezen a területen is.

A gazdasági motivációkon túllépve *politikai, diplomáciai tényezőként* foghatjuk fel az *emberi jogok* kérdésében a két fél által képviselt álláspontok harmonizálását. Kommunista berendezkedéséből adódóan Kína az emberi jogok védelmét nem

[3] Jelenleg Kína devizatartalékainak összege a legnagyobb a világon (Biggeri–Sanfilippo 2009).

tekinti elsőrendű feladatának sem hazai, sem nemzetközi szinten. Kiss és Tétényi (2008) rámutatnak, hogy Peking ezért kénytelen tudatosan keresni a hasonlóan gondolkodó szövetséges államokat, így még olyan országokkal is szoros baráti kapcsolatokat ápol, amelyekre a kritikus nyugati hatalmak rossz szemmel néznek[4]. Persze Kína nem buzdítja nyíltan az erőszakos és elnyomó kormányokat, csak annyit mond, hogy nem avatkozik bele más országok belügyeibe – ahogy azt sem engedi, hogy az ő belügyeibe valaki más beleszóljon (Lagerkvist 2009).

Szintén itt kell megemlítenünk a kínaiak *„Tajvan-problematikáját"*, hiszen a Kínai Népköztársaság a mai napig sem ismeri el Tajvant önálló államként, szemben a többi nagyhatalommal. Ebben a kérdésben Afrika tökéletes partnere Kínának, aki a segélyek nyújtását ahhoz az egyetlen feltételhez köti számukra, hogy ne ismerjék el Tajvant (Keenan 2009, Large 2008, Tull 2006, stb.).

Hosszabb távon Kína Afrika-politikája egyfajta *tesztként* is felfogható az ország számára, hogy a nemzetközi kapcsolatok rendszerének aktívabb résztvevője legyen (Tull 2006). Hiszen gazdasági és demográfiai jellemzői arra determinálják az országot, hogy a közeljövőben – világhatalmi súlyának növekedésével – komoly *globális szerepet* vállaljon (Gill–Reilly 2007). Így – mint már láttuk – az afrikai nyersanyag- és energiaszektorba történő befektetéseinek célja sem csupán a saját belső ellátásának biztosítása, de az is, hogy ezáltal meghatározó szerepe legyen a világ energiahelyzetének alakításában (Kiss–Tétényi 2008). Emellett az afrikai politikai és gazdasági kapcsolatok erősítése egybevág azzal a kínai elképzeléssel, hogy magát tekinti a *fejlődő országok érdekképviselőjének*, ezért is pártolja a Dél-Dél együttműködéseket a fejlett északi régiókhoz való közeledés helyett. Peking víziója, hogy a fejlődő országok egymás példájából tanulva közösen alakíthatják a felemelkedésükhöz vezető utat és változtathatják meg a globális erőviszonyokat, a fennálló nemzetközi rendet (Ofodile 2009). Ez figyelhető meg a G-77-ek[5] és a G-20-ak[6] csoportjában, illetve a WTO-ban kifejtett tevékenységében is (Kiss–Tétényi 2008). Emellett az ENSZ Biztonsági Tanácsában betöltött állandó pozícióját szintén felhasználja az afrikai országok támogatására (Tull 2006). Mindezek mögött az áll, hogy a XXI. század elején egy *új globális világrend* van kialakulóban, melyben *Kínának főszerep jut*, és amelynek a *Harmadik Világ* szintén szerves része (Tarrósy 2006). Erre a pozícióra

[4] Kiss és Tétényi (2008) példaként hozzák fel az 1989-es Tienanmen téri mészárlást, amit az egész nyugati világ elítélt, az afrikai országok azonban nem.

[5] A *G-77* fejlődő országok egy szervezete az ENSZ keretein belül. 1964-ben 77 taggal jött létre, azóta a létszám 130-ra bővült. Célja, hogy a déli államok egymás közötti kooperációját erősítse, valamint, hogy a fejlődő országok hatékonyan képviselhessék közös gazdasági érdekeiket az ENSZ nemzetközi tárgyalásain (Association of Corporate Treasurers 2010).

[6] A *G-20* csoport egy 1999-ben életre hívott nemzetközi fórum, mely 19 ország (köztük Kína is) és az EU jegybankelnökeinek és pénzügyminisztereinek, valamint az IMF és a Világbank képviselőinek rendszeres találkozóit írja elő gazdasági és pénzügyi témákban (Association of Corporate Treasurers 2010).

készülve ismerte fel Peking a Dél-Dél kapcsolatok egyre nagyobb jelentőségét úgy az afrikai, latin-amerikai és ázsiai fejlődő országok, mint a saját maga szempontjából.

2.2. Kína Afrika-politikája

Kína modern Afrika-politikáját 2006 januárjában fogalmazták meg, és ez az év lett Kínában „Afrika éve" (Large 2008, Ofodile 2009). Az elfogadott dokumentum (Chinese Government 2006) hangsúlyozza, hogy Kína szeretné a sino-afrikai együttműködést minél több színtérre (a politika, gazdaság, oktatás, tudomány, technológia, kultúra és egészségügy, valamint a béke és a biztonság területére) kiterjeszteni, valamint, hogy ennek keretében a kölcsönösen előnyös, *„nyer-nyer" típusú kooperációt* tartja kívánatosnak. Ennek elemei az őszinteség, az egyenlőség és a kölcsönös előnyök szem előtt tartása, a szolidaritás és a közös fejlesztési projektek. A kínai stratégia kiemeli azt is, hogy a gazdasági közeledést és segítségnyújtást nem köti gazdaságpolitikai feltételekhez Afrika számára, nem kötelezi őket ilyen jellegű belső reformok végrehajtására. Az egyetlen politikai kikötése az, hogy elvárja Tajvan elismerésének megtagadását. (Ily módon mégiscsak beavatkozik az országok ügyeibe, korlátozza szuverenitásukat.)

Hozzátartozik az Afrika-politikához, hogy a kínai kormány különféle támogatásokkal ösztönzi a nem állami tulajdonú vállalatok afrikai terjeszkedését is. Gill és Reilly (2007) e támogatásoknak több formáját emelik ki: információs hálózatok, hazai adókedvezmények, alacsony kamatú hitelek az állami tulajdonú bankoktól, stb. A szerzők leírják, hogy a kínai vezetők elsősorban az állami nagyvállalatok, a „nemzeti bajnokok" számára dolgozták ki e segítő intézkedéseket, de azt is hangsúlyozzák, hogy sok kis- és középvállalkozásnak is lehetősége nyílik élni ezekkel, így több mint 700 kínai cég vesz részt kooperatív projektekben az afrikai kontinensen.

Mballa (2009) azt a fő különbséget állapítja meg Kína és a nyugati versenytársainak Afrika-politikája között, hogy az Egyesült Államokkal, az EU-val, Kanadával és Japánnal ellentétben Kína gyakorlatilag minden afrikai országgal keresi a kapcsolatot és befektet, függetlenül azok gazdasági, társadalmi és pénzügyi helyzetétől vagy földrajzi elhelyezkedésétől.[7] Ezért a kínai-afrikai együttműködés kiépítésére számos szervezet jött létre az elmúlt évtizedben. Ezek többsége nem csupán az élet egyetlen részterületével foglalkozik, sokkal inkább komplex célrendszerrel alakultak meg, és elsősorban kínai kezdeményezésre. A legjelentősebb ilyen szervezet a *Kína-Afrika Együttműködési Fórum* – az angol név rövidítéséből FOCAC (2010) –, mely 2000 októberében jött létre. Emellett érdemes megemlíteni a *Kína-Afrika Üzleti Tanácsot* (CABC 2010) és a *Kína-Afrika Fejlesztési Alapot* (Ravallion 2008) is.

Bár nem elhanyagolható a Pekingtől származó pénzügyi támogatások, segélyek, vagy a tartozás-elengedés mértéke, Kína mégis leginkább a kereskedelmi megállapodások útján látja biztosítva az afrikai országok számára a növekedés és fejlődés

[7] Az empirikus vizsgálatunk szorosan kapcsolódik e kijelentéshez.

lehetőségét (Tull 2006). Ezt igazolja az is, hogy nagy jelentőséget tulajdonít a bilaterális kereskedelmi egyezményeknek,[8] szinte minden fekete-afrikai országgal kötött valamilyen megállapodást (Ministry of Foreign Affairs 2010). Ezeken túlmenően lassan a több államot felölelő regionális megegyezések is előtérbe kerülnek – ilyen a *Special Preferential Tariff Treatment*.

2.3. Kína fekete-afrikai megjelenésének módozatai

A fekete-afrikai országok számára a kínai jelenlét fokozódása abban érhető tetten, hogy egyre nagyobb volumenűvé válik a Kínával folytatott bilaterális *kereskedelem* és az onnan származó *FDI*, növekszik a kínai *segélyek* összege és a támogatási formák száma, valamint egyre több ázsiai befektető, munkavállaló (*migráns*) és turista jelenik meg Afrikában. Mindennek azonban vannak veszélyei mindkét félre nézve, melyeket fontos szem előtt tartani. A továbbiakban rátérünk az empirikus elemzésre, mely segíthet adatokkal is alátámasztani a korábban leírtakat.

3. Kína motivációinak empirikus vizsgálata

Kína Afrika-politikájával kapcsolatban a külföldön tapasztalható nagy érdeklődés ellenére magyar nyelvű szakirodalmak között egyelőre nem túl sok foglalkozik Kína afrikai megjelenésével, és – a nemzetközi tendenciához hasonlóan – még ritkább az empirikus elemzésre épülő tanulmány. Ezen a „hiányosságon" próbál jelen dolgozat is javítani, és az elméleti rész tanulságai alapján átfogó képet adni a vizsgált jelenségről, valamint adatokkal igazolni/cáfolni az ott elhangzottakat. Ennek keretében arra teszünk kísérletet, hogy *meghatározzuk azokat a tényezőket, melyek befolyással lehetnek a fekete-afrikai országok Kínával folytatott kereskedelmének volumenére*.

3.1. A vizsgált mutatók és adatok

Az UNCTAD (2010) statisztikai adatbázisát felhasználva *a modellünk alapsokaságát a fekete-afrikai országok adják*. Miután az elemzés alapvetően bilaterális kereskedelmi adatokból indul ki, ezért annak érdekében, hogy minél pontosabb eredményt érjünk el, az alapsokasából ki kellett szűrnünk azokat az országokat, melyek esetében ezek az adatok hiányosak voltak, így a 47 fekete-afrikai országból *38 állam került a mintába*, ami statisztikailag elfogadható arány (80,85%).

A következő feladat a vizsgálandó időszak meghatározása volt. Jellemzően az ezredforduló után váltak szorosabbá Kína és az afrikai kontinens kapcsolatai, ezért

[8] Az első afrikai (bár nem fekete-afrikai) ország, amellyel Kína kereskedelmi egyezmény írt alá, Egyiptom volt 1955-ben (Ofodile 2008).

szerettünk volna két – egy 2000 előtti és egy az utáni – ciklust összehasonlítani.[9] A kiugró értékek túlzott hatásának kiküszöbölése érdekében azt tartottuk célszerűnek, hogy négy évre vonatkozóan vegyük az adatok számtani átlagát. Mindezek figyelembe vételével *a két vizsgált időszak az 1995-1998 és a 2005-2008 közötti négy-négy év lett*.

Az elemzés során használatos indikátorok kijelölésekor is jelentkezett adathiányból eredő probléma. Szerettük volna a kínai kereskedelem és a fekete-afrikai államokban tapasztalható *korrupció* közötti esetleges együttmozgást megfigyelni mindkét periódusra, azonban a Transparency International (2010) erre vonatkozó adatai az első vizsgálandó időszakra hiányosak voltak, ezért ezt a szempontot csak a második időszakunk esetében tudtuk figyelembe venni.

A vizsgálat során használandó indikátorok meghatározásakor igyekeztünk azokat a szempontokat figyelembe venni, amelyek részben már a dolgozat elméleti fejezeteiben és az empirikus vizsgálatra épülő tanulmányokban is előkerültek Kína afrikai terjeszkedését motiváló tényezőinek tárgyalásakor. Így olyan mutatókat kerestünk, melyekről azt feltételeztük, hogy befolyásolják a Kínával folytatott kereskedelmet. Egyrészt azokat a jellemzőket gondoltuk végig, melyek hozzájárulhatnak az országok közötti kapcsolatok intenzívebbé válásához, másrészt azokat, amelyek általában éppen az ellenkező irányba hatnak, azaz „távol tartják" a kereskedelmi (illetve tőkebefektető) partnereket (ilyenek lehetnek a politikai instabilitás, a korrupció, a távolság, stb.). Ezek alapján összesen tizenegy mutatót vizsgáltunk:

1. *A bilaterális export és import a fekete-afrikai országok és Kína között.* Ezt az „indikátor-párost" tekinthetjük az elemzés *alapmutatóinak*, hiszen ezek tükrözik a két régió közötti kereskedelem értékét, ami a vizsgálat kiindulópontját jelenti. Így az elemzés során alkalmazott többi indikátor által felvett értékeket e két alapmutatóhoz viszonyítva értelmeztük.
2. *A Kína által képviselt részarány a fekete-afrikai országok teljes kivitelében és behozatalában*. Ezzel a mutatóval azt vizsgáljuk, hogy az 1995-98 közötti időszakhoz képest milyen mértékben és irányban változott Kína szerepe a fekete-afrikai országok külkereskedelmében a 2005-08 közötti évekre.
3. *A GDP a fekete-afrikai országokban*. Ez az indikátor azt hivatott szemléltetni, hogy Kína a hagyományosan „nagyobb" gazdaságokat részesíti-e előnyben, amikor kereskedelmi partnert választ Fekete-Afrikában. A vizsgálat során a nominális GDP értékeket vettük alapul, mert a kereskedelmi adatok szintén folyó árakon állnak rendelkezésre.
4. *Az egy főre jutó GDP a fekete-afrikai országokban*. Ezt a mutatót gyakran használják a gazdasági fejlettség mérésére, ezért ennek segítségével azt szeret-

[9] A bilaterális kereskedelemre az UNCTAD (2010) adatbázisa 1995-ig visszamenően biztosít adatokat, így ez lett a vizsgálat első időszakának kezdő éve. A globális gazdasági válság következményeivel ebben a vizsgálatban nem kívántunk foglalkozni, ezért a második megfigyelt időszak utolsó éve 2008 lett.

tük volna megtudni, hogy az adott ország fejlettségi szintje szerepet játszik-e a kínai kereskedelem alakulásában. Itt ismét a folyó árakon számolt értékeket vettük figyelembe.

5. *A fekete-afrikai országok kereskedelmi nyitottsága.* A mutatót a következő formulával határoztuk meg:

$$\frac{\text{összes export} + \text{összes import}}{\text{bruttó hazai termék}}.$$

Ebben az esetben is a nominális GDP-vel számoltunk. A kereskedelmi nyitottsággal azért érdemes foglalkozni, mert ha egy fekete-afrikai ország esetében ez az érték magas, akkor feltételezhetjük, hogy (relatíve) aktív részese a világkereskedelemnek, így nem csupán Kínára van „ráutalva" e tekintetben, ami az ázsiai ország számára azt jelenti, hogy élesebb versennyel szembesül az adott ország importját és exportját illetően is.

6. *Export koncentrációs index.* A piaci koncentráció fokát szemléltető mutató 0 és 1 közötti értékeket vehet fel, ahol az 1-es a maximális koncentrációt – vagyis csupán egyetlen exporttermék létezését – jelenti (UNCTAD 2010). Az exportkoncentráció vizsgálata azért érdekes, mert ha feltételezzük, hogy Kína valóban az „olajországokkal" ápol intenzívebb kereskedelmi kapcsolatot, akkor az exportkoncentráció és az Afrikából származó kínai import között együttmozgást kellene tapasztalnunk, hiszen az olajexportőr országokra általában magasabb fokú exportkoncentráció jellemző, mivel a kivitelük nagy részét a kőolaj teszi ki.
7. *Politikai stabilitás*. A dolgozat elméleti részében szó esett arról, hogy a kínai befektetők és kereskedők a partnereik megválasztásakor nem tartják elsődleges szempontnak, hogy az adott országok politikailag stabilnak tekinthetők legyenek, és természetszerűleg az államok politikai berendezkedése sem lényeges tényező. Az empirikus vizsgálat során ezen állítás realitását kívántuk tesztelni. A politikai stabilitás meghatározásához használt adatok a Freedom House (2010) honlapjáról származnak: a vizsgált évekre a „politikai jogok" és a „polgári szabadságjogok" mutatók értékeinek egyszerű számtani átlagát vettük. Az ily módon létrejött 1-től 7-ig terjedő skálán az 1-es érték tükrözi a legstabilabb, míg a 7-es a leginstabilabb állapotot.
8. *Korrupció*. A korrupcióra vonatkozó adatok a Transparency International (2010) kimutatásaiból származnak, és kizárólag a második vizsgálati időszakban vontuk be őket az elemzésbe. A korrupciós index (CPI) által felvett értékek a 0-10 intervallumban oszlanak meg, ahol 0-s minősítést azok az államok kapnak, melyekben a korrupció a szakértői felmérések és a közvéleménykutatások alapján a legmélyebb, 10-est pedig azok, ahol az üzleti környezetben és az állami szektorban egyaránt elhanyagolható mértékű.

9. *Népesség.* Az egyes államok népessége is hozzájárulhat ahhoz, hogy Kína nagyobb volumenben kereskedjen velük, hiszen a nagyobb piacok feltehetően vonzóbbak az exportőrök számára.
10. *Kína és az adott ország távolsága.* Két állam kapcsolatainak szorosságára a földrajzi távolságuk is befolyással lehet – bár napjainkban ennek általában egyre kisebb a jelentősége. A távolságra vonatkozó adatok a CEPII (2010) adatbázisából származnak.[10]
11. *Az adott fekete-afrikai ország olajexportőrnek tekinthető-e vagy sem.* Miután a témában vizsgálódó szerzők általában egyetértenek abban, hogy Kína Afrika iránti megújult érdeklődésének középpontjában az olaj áll, ezért fontosnak tartottuk megállapítani, hogy a kínai kereskedelem az olajexportőr országokkal valóban nagyobb volumenű-e, mint a nem olajexportőrökkel. Azt a kérdést, hogy a két vizsgált időszakban mely országok tekinthetők olajexportőrnek, úgy válaszoltuk meg, hogy először vettük a vizsgált országok összes olajexportjának és olajimportjának különbségét az 1995-1998, illetve a 2005-2008 közötti négy-négy évben, majd országonként kiszámoltuk ezeknek a számtani átlagát. Az így kapott pozitív értékek a nettó olajexportot jelképezik, a negatív értékek pedig arra utalnak, hogy az adott állam nettó olajimportőr. Ezzel az eljárással a vizsgált 38 országból az első időszakban 7, a másodikban 9 tekinthető „olajországnak", és rendre 31 illetve 29 nem nettó olajexportőrnek.

Az egyes indikátorok elemzéséhez felhasználni kívánt adatok többnyire az UNCTAD (2010) on-line adatbázisából származnak. Azonban itt nem jutottunk hozzá minden szükségesnek ítélt indikátorhoz, így a politikai stabilitásra, a korrupcióra, valamint a távolságokra vonatkozó értékeket a fent megjelölt forrásokból értük el.

3.2. A vizsgálat eredményei

A vizsgálat eredményeit – az alkalmazott statisztikai módszerek eltérősége miatt – két részre osztva tárgyaljuk. Elsőként a hipotézisvizsgálatainkról számolunk be, majd rátérünk a korrelációszámítással adódott eredményeink bemutatására.

3.2.1. Hipotézisvizsgálatok

Az empirikus elemzésünk kiindulópontjaként összesen *négy hipotézisvizsgálatot* végeztünk el. Ezekkel egyrészt azt szerettük volna kimutatni, hogy Kína és Fekete-Afrika kereskedelme az elmúlt években valóban nagyobb értékűvé és jelentőségűvé vált, másrészt azt, hogy Kína különbséget tesz az „olajországok" és a „nem olajországok" között. Az első két hipotézisvizsgálathoz alkalmazott statisztikai esz-

[10] Az egyetlen kivételt a Kongói Demokratikus Köztársaság és Kína távolsága jelenti, melyre a CEPII (2010) nem szolgáltatott adatot, ezért ezt az elemet kihagytuk a vizsgálatból.

köz a *páros t-próba* volt, míg a második két esetben *független mintás t-próbát* alkalmaztunk.

A páros t-próbák eredményei alapján elmondhatjuk, hogy – mind a két régió közötti teljes kereskedelemre, mind a Kínából származó fekete-afrikai importra és a Kínába irányuló fekete-afrikai exportra nézve – *a két vizsgált időszak között megfigyelhető szignifikáns különbség (növekedés) a kereskedelmi adatok tekintetében*. Mindez alátámasztja a dolgozat elméleti részében leírtakat is. Emellett az is igazolttá vált, hogy *Kína részaránya a fekete-afrikai országok külkereskedelmében szignifikánsan megnövekedett a 2005-08-as időszakra a tíz évvel korábbihoz viszonyítva*. Ez egyben azt is jelenti, hogy más partnerek (EU, USA) jelentősége csökkent.

A független mintás t-próbák alkalmazásához kettébontottuk a fekete-afrikai államokból álló mintánkat: a két időszakban az „olajországokból" és a nem olajexportőrnek minősülő országokból álló két-két csoportot külön-külön próbáltuk jellemezni. A vizsgálat arra vezetett, hogy *van szignifikáns különbség Kína Fekete-Afrikából származó importja értékében az „olajországok" és a nem olajexportőr országok csoportja között.* Ez az eredmény szintén alátámasztja az elméleti áttekintésben leírtakat, hiszen azt jelenti, hogy Kína mindkét vizsgált időszakban szignifikánsan nagyobb értékben importált az „olajországokból", mint a nem olajexportőr fekete-afrikai államokból. Azonban ha Kína exportját nézzük, akkor igaz a feltevés, miszerint az ázsiai ország nem tesz különbséget a fekete-afrikai „olajországok" és a nem nettó olajexportőrök között.

Miután megkíséreltük megállapítani, hogy a kőolaj-lelőhelyek feltárása a kontinensen befolyásolja-e Kína közeledését Fekete-Afrikához, megpróbáltuk meghatározni, hogy milyen más mutatókkal lehet megragadni a további motivációkat. Ennek érdekében alkalmaztuk a korrelációszámítás statisztikai eszközét.

3.2.2. Korrelációszámítás

Az empirikus elemzés második felében bizonyos kiemelt tényezők, valamint a mintánkba belekerült 38 fekete-afrikai ország kínai exportja és importja közötti kapcsolatot vizsgáltuk mindkét időszakra vonatkozóan külön-külön. Az adataink megfelelőek voltak a lineáris korrelációs (Pearson-féle) együttható használatára (Sajtos–Mitev 2007). Azonban már előre szeretnénk felhívni a figyelmet arra, hogy a korrelációszámítás módszere nem alkalmas arra, hogy ok-okozati összefüggésekre következtessünk belőle, kizárólag a mutatók értékei közötti kapcsolat erősségét és irányát állapíthatjuk meg. Ezért óvatosan kell kezelnünk a kapott eredményeket.

Az első vizsgált időszakra – az 1995-től 1998-ig tartó négy évre – vonatkozó korrelációs együtthatók alapján több következtetést is levonhatunk:

1. Közepes pozitív irányú korreláció tapasztalható az elemzésben szereplő 38 fekete-afrikai ország Kínába irányuló exportja és az egyes államok GDP-je, valamint egy főre eső GDP-je között.

2. Erős pozitív kapcsolat jellemző az egyes országok Kínából származó importja és a bruttó hazai termékük nagysága között, és közepes pozitív kapcsolat van a kínai importjuk és a népességük között.
3. Azt is elmondhatjuk továbbá, hogy a 38 fekete-afrikai országot tekintve sem a kereskedelmi nyitottság vagy az exportkoncentráció, sem pedig a politikai stabilitás vagy a Kínától vett távolság nem volt erős hatással a Kínával folytatott kereskedelmük értékére, hiszen nem tapasztalható (szignifikánsan) szorosabb együttmozgás a mutatók értékei között.

A vizsgálat második időszakára – a 2005-től 2008-ig tartó négy évre – is több mindent megfigyelhetünk:

1. Közepes pozitív irányú korreláció tapasztalható az elemzésben szereplő 38 fekete-afrikai ország Kínába irányuló exportja és az egyes államok kereskedelmi nyitottsága,[11] valamint exportkoncentrációs indexe között.
2. Erős pozitív kapcsolat jellemző az egyes országok Kínából származó importja és a bruttó hazai termékük nagysága között, és közepes pozitív kapcsolat van a kínai importjuk és a népességük között. Ez az eredmény megegyezik az első időszak esetében kapottal.
3. Végül elmondhatjuk, hogy ugyanazt a 38 fekete-afrikai országot tekintve a Kínától vett távolság vagy a politikai stabilitás illetve a korrupció mértéke – az első vizsgált periódushoz hasonlóan – ekkor sem volt szignifikáns hatással a Kínával folytatott kereskedelmük összértékére. Sőt, az első időszaktól eltérően itt már az egy főre jutó GDP értéke sem volt meghatározó.

A korrelációszámítás alapján sikerült igazolnunk azt, hogy Kína számára *tulajdonképpen „minden mindegy"*, amikor kereskedelmi partnert választ, azaz nem részesíti előnyben a politikailag stabilabb, kevésbé korrupt, a nyitottabb vagy akár a hozzá közelebbi államokat. A kínai kivitel mértékét leginkább az afrikai országok bruttó hazai termékének nagysága és a népességük, vagyis a piac mérete befolyásolta. Az 1990-es évek második feléhez képest a 2005-08-as időszakra a leglényegesebb változás, hogy a Fekete-Afrikából származó kínai import volumene nagyobbnak mutatkozott azokban az országokban, melyekben magas volt az exportkoncentráció. Ez alapján arra következtethetünk, hogy a nyersanyag-exportáló országok jelentősége megnövekedett Kína Afrikával folytatott kereskedelmében.

[11] Biggeri és Sanfilippo (2009) szintén arra az eredményre jutottak empirikus vizsgálatuk során, hogy a fekete-afrikai országok kereskedelmi nyitottsága és Kína velük folytatott kereskedelmének volumene között pozitív és szignifikáns együttmozgás tapasztalható.

4. Összegzés

A dolgozat célja azt volt, hogy bemutassa Kína fekete-afrikai szerepvállalásának legfontosabb mozgatórugóit. Ezt egyrészt a szakirodalmi áttekintés, másrészt az empirikus adatelemzés eszközével kíséreltük meg elérni. Kutatásunkból azt a következtetést szűrtük le, hogy Kína kapcsolatépítése az afrikai országokkal olyan sokféle gazdasági és politikai tényezőre vezethető vissza, hogy szinte válogatás nélkül terjeszti ki hatókörét a kontinens minden országára. Feltehetően a leglényegesebb motivációt ezek közül a *Dél-Dél együttműködések* szorgalmazása, valamint az *olaj-éhség* jelenti. Ezek mellett az összes egyéb ok és a felmerülő nehézség alárendelt szerepűnek tűnik az ázsiai ország Afrika-politikájában; ezért lehet *„minden mindegy”* Kína számára.

A célkitűzésünk eléréséhez először a fekete-afrikai államok helyzetét: elsősorban a felmerülő problémákat, kihívásokat igyekeztük bemutatni, mint a szegénység, éhezés, járványok terjedése, vagy az oktatási és infrastruktúrával kapcsolatos kérdések. Ezután foglalkoztunk a fejlett Észak szerepvállalásával a kontinensen, mely leginkább a segélyezési tevékenységben ragadható meg. Itt láthattuk, hogy ezek a fejlődő országok „felemelésére” tett kísérletek mindeddig nem jártak *látványos* eredménnyel sem az egyes államok, sem a nemzetközi szervezetek (pl. Világbank, IMF) részéről, ráadásul egyelőre a szegény országok is képtelennek látszanak önerejükből változtatni, változni. Az azonban egyértelmű, hogy szükség van az Észak és Dél közötti fejlettségi szakadék csökkentésére – mindkét fél érdekében. Erre jelenthetnek megoldást a Dél-Dél együttműködések, hiszen ezek keretében azok az országok nyújtanak segítő kezet a legelmaradottabbaknak, amelyek maguk is megtapasztalták és részben már leküzdötték a „fejlődőséggel” járó nehézségeket. A legkézenfekvőbb példa ilyen „fejlettebb fejlődő” országra éppen Kína.

Kína szerepe a jelenkor világgazdaságában (és politikai illetve katonai téren) egyébként is egyre meghatározóbb, elsősorban a több mint tíz éve tartó kétszámjegyű gazdasági növekedésének, valamint óriási népességének köszönhetően. Bár még a fejlődő országok közé soroljuk, adottságai arra predesztinálják, hogy a kialakulóban lévő multipoláris világrend egyik fő aktora legyen. Ez a szerep pedig olyan feladatokkal is jár, mint Dél országainak felkarolása – amitől nem is zárkózik el: ezt bizonyítja az ENSZ Biztonsági Tanácsában és a Kereskedelmi Világszervezetben kifejtett tevékenysége mellett a bilaterális kapcsolatainak erősítésére való törekvése a fejlődő országokkal.

Jelen dolgozat Kína és a fekete-afrikai térség kapcsolatait igyekezett több nézőpontból bemutatni. Elsőként arra voltunk kíváncsiak, hogy milyen tényezők húzódhatnak meg Kína Afrikához való közeledésének hátterében. A lehetséges motivációkat két csoportra osztottuk: gazdasági és politikai okokra és célokra. A legfontosabb gazdasági tényező az ország *kőolaj és más nyersanyagok* iránti megnövekedett kereslete. E mögött egyrészt *rövid távú* praktikus, másrészt *hosszú távú stratégiai* érdek áll: az egyik oldalon a hazai keresletet kell kielégítenie, a másikon pedig a nemzetközi olajpiac meghatározó globális szereplőjévé kíván válni – és ez már be is kö-

vetkezett. A politikai motivációk közül kiemelendő a *„felkészülés a majdani nagyobb globális szerepre”*.

Ennek következtében a kínai megjelenés módozatai is változatosak lettek: az afrikai országokhoz fűződő viszony az elmúlt években több lett egyszerű kereskedelmi kapcsolatnál (bár a bilaterális kereskedelem volumene és értéke látványosan megnövekedett), Kína már befektetőként és segélyezőként is megjelenik a kontinensen, nem is beszélve arról, hogy a nemzetközi szervezetek fórumain rendszeresen a fejlődő országok érdekképviselőjeként lép fel. Emellett az ázsiai ország kialakította saját *Afrika-politikáját*, mely szintén azt mutatja, hogy hosszú távú partnerségre törekszik. Ennek az Afrika-politikának intézményi kerete is létrejött: a Kína-Afrika Együttműködési Fórum, melynek tevékenysége tulajdonképpen az általános állami hatáskör minden területére kiterjed az oktatástól az egészségügyön át a gazdasági, igazságügyi és politikai kapcsolatokig. Azonban bizonyos kezdeményezései még ezeken is túlmutatnak, hiszen a magánkézben lévő gazdálkodó szervezetek, sőt, az egyének közötti szálakat is igyekszik szorosabbra fűzni.

Amellett, hogy a kínai-afrikai kapcsolatok mindkét fél számára hordoznak kölcsönös előnyöket, a fejlett országok (és időnként maguk az afrikaiak) oldaláról is megfogalmazódnak kétségek Kína szándékait illetően. A dolgozat ezekre az álláspontokra is kitért. A kritikusok legfőbb veszélynek azt tartják, hogy Kína csupán egy új típusú gyarmatosítást akar véghezvinni Afrikában, és a XIX. századi nyugati gyarmatosítók káros tevékenységét folytatja a kontinensen, ami nemhogy nem segíti az afrikai országok felzárkózását, de még mélyebbre taszíthatja őket. Bár a hasonló félelmek nem teljesen alaptalanok, azért azt is láthattuk, hogy Kína Afrika-politikája egyáltalán nem a kizsákmányolás stratégiájára épül, sőt, számos „önzetlennek tűnő” felajánlást tesz a fekete-afrikaiak érdekében. Ráadásul, ha elfogadjuk azt az állítást, hogy Kína politikai szövetségesként tekint ezekre az államokra a nemzetközi porondon, akkor belátható, hogy már csak emiatt sem teheti meg, hogy úgy kezelje őket, ahogyan az egykori gyarmatosítóik tették.

A szakirodalmi áttekintést követő empirikus vizsgálatunkban elsőként arra kerestük a választ, hogy a fekete-afrikai „olajországok” és Kína között vajon nagyobb volumenű-e a kereskedelem, mint a nem olajexportőr afrikaiak és Kína között. Az elvégzett hipotézisvizsgálattal arra az eredményre jutottunk, hogy szignifikáns különbség volt tapasztalható a két országcsoport között az általunk vizsgált időszakokban. Ezután adódott a következő kérdés: az olaj mint befolyásoló tényező mellett mi más játszhat még szerepet a sino-afrikai (kereskedelmi) kapcsolatok erősségének alakulásában?

A fekete-afrikai országok vonatkozásában figyelembe vett gazdasági és politikai mutatók közül elég kevés mutatott erős vagy legalább közepes korrelációt a Kínával folytatott kereskedelem (a kivitel és behozatal) értékével. Ebből arra következtettünk, hogy a hagyományosan jelentőséggel bíró tényezők Kína számára nem fontosak a kereskedelmi kapcsolatai kiterjesztése során, vagyis olyan mély az érdeklő-

dése Fekete-Afrika iránt, hogy szinte semmi sem számít neki, a pozitív és negatív vonások tekintetében egyaránt „minden mindegy" hozzáállást tanúsít.

Felhasznált irodalom

Association of Corporate Treasurers 2010: *Glossary of Terms.* Interneten: http://www.treasurers.org/glossary Letöltve: 2010. szeptember 19.

Biggeri, M. – Sanfilippo, M. 2009: Understanding China's move into Africa: an empirical analysis. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 7, 1, 31-54. o.

Brautigam, D. 2009: *The Dragon's Gift. The Real Story of China in Africa*. Oxford University Press, New York.

CABC 2010: China-*Africa Business Council*. Interneten: http://www.cabc.org.cn/english/index.asp Letöltve: 2010. augusztus 17.

CEPII 2010: *Distances*. Interneten: http://www.cepii.fr/anglaisgraph/bdd/distances.htm Letöltve: 2010. október 14.

Chinese Government 2006: *China's African Policy*. Interneten: http://www.gov.cn/misc/2006-01/12/content_156490.htm Letöltve: 2010. szeptember 10.

Engelberth I. 2009: „Chinafrica"? Afrika a XXI. század küszöbén: „A legmohóbb kapitalisták ma Kínából érkeznek!" *EU Working Paper*, 2009/3, Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai *Kar.*

FOCAC 2010: *Forum on China-Africa Cooperation*. Interneten: http://www.focac.org/eng/ Letöltve: 2010. július 30.

Freedom House 2010: *Freedom in the World Comparative and Historical Data*. Interneten: http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=439 Letöltve: 2010. október 14.

Gábor T. 2009: Kína árfolyam-politikája és a globális egyensúlytalanságok. *Hitelintézeti Szemle*, 8, 2, 111-124. o.

Gill, B. – Reilly, J. 2007: The Tenuous Hold of China Inc. in Africa. *Washington Quarterly,* 30, 3, 37-52. o.

Keenan, P. J. 2009: Curse or Cure? China, Africa, and The Effects of Unconditioned Wealth. *Berkeley Journal of International Law,* 27, 1, 84-126. o.

Kiss J. – Tétényi A. 2008: Kína politikai és gazdasági érdekei Fekete-Afrikában. In Inotai A. – Juhász O. (szerk.): *A változó Kína – II. Kína a nemzetközi politikai erőtérben*. Magyar Tudományos Akadémia Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest, 264-291. o.

Lagerkvist, J. 2009: Chinese eyes on Africa: Authoritarian flexibility versus democratic governance. *Journal of Contemporary African Studies*, 27, 2, 119-134. o.

Large, D. 2008: Beyond 'Dragon in the Bush': The Study of China-Africa Relations. *African Affairs*, 107, 426, 45-61. o.

Mballa, L. V. 2009: Política africana de China: una manifestación de la real economy de corte chino. (China's African Policy: A manifestation of the Chinese's type real economy.) *Desafíos*, 2, 13-42. o.

Ministry of Foreign Affairs 2010: *Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China – Countries and Regions: Africa*. Interneten: http://www.fmprc.gov.cn/eng/gjhdq/2913/ Letöltve: 2010. október 26.

Ofodile, E. U. 2008: Trade, Empires, and Subjects – China-Africa Trade: A New Fair Trade Arrangement, or the Third Scramble for Africa? *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, 41, 2, 505-583. o.

Ofodile, U. 2009: ireTrade, Aid and Human Rights: China's Africa Policy in Perspective. *Journal of International Commercial Law & Technology*, 4, 2, 86-99. o.

Pehnelt, G. 2007: The Political Economy of China's Aid Policy in Africa. *Research Paper*, 2007-51, Friedrich-Schiller-University, Jena.

Ravallion, M. 2008: Are There Lessons for Africa from Chiona's Succes Against Poverty? *Working Paper*, January 2008, Development Research Group, World Bank.

Sajtos L. – Mitev A. 2007: *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv.* Alinea Kiadó, Budapest.

Simai M. 2008: *A világgazdaság a XXI. század forgatagában*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Szentesi A. G. 2009: Kína Afrika felé fordulásának folyamata, valamint annak gazdasági és geopolitikai vonzatai. *EU Working Paper*, 2009/3, *Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi* Főiskolai *Kar.*

Tarrósy I. 2006: A globális világrend és az Észak-Dél kontextus. *Politikatudományi Szemle*, 15, 2-3, 169-188. o.

Tarrósy I. 2008: Sino-afrikai kapcsolatok a világpolitika rendszerében. Kölcsönös hasznok és lehetőségek a 21. században. *Külügyi Szemle*, 4, 81-93. o.

Taylor, I. 2006: China's oil diplomacy in Africa. *International Affairs,* 82, 5, 937–959. o.

Transparency International 2010: *Corruption Perceptions Index*. Interneten: http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi Letöltve: 2010. október 10.

Tull, D. M. 2006: China's engagement in Africa: scope, significance and consequences. *Journal of Modern African Studies*, 44, 3, 459–479. o.

UN Comtrade 2010: United Nations Commodity Trade Statistics Database. Interneten: http://comtrade.un.org/ Letöltve: 2010.október 4.

UNCTAD 2010: *UNCTADstat.* Interneten: http://unctadstat.unctad.org Letöltve: 2010. október 20.

Zhao, S. 2008: China's global search for energy security: cooperation and competition in Asia-Pacific. *The Journal of Contemporary China*, 17, 55, 207-228. o.

Zweig, D. – Jianhai, B. 2005: China's Global Hunt for Energy. *Foriegn Affairs*, 84, 5, 25-38. o.

Élet a TDK után (önéletrajzok)

Berki Viktor

Berki Viktor a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatója. 2010 decemberében kitűnő eredménnyel végzett kereskedelem és marketing alapszakon, 2011 februárja óta a marketing (MSc) mesterszakon folytatja tanulmányait. Kiemelkedő teljesítményét és a szakma iránti elkötelezettségét mutatja demonstrátori és TDK munkája is.

Viktor három éve lát el demonstrátori feladatokat az Üzleti Tudományok Intézetében, ahol a kapcsolati marketing iránti tudását mélyíti. Viktor kutatásai során a Magyarországon még kevéssé ismert modellt, az úgynevezett Contemporary Marketing Practices-t alkalmazta, melynek hazai adaptációja egyedülálló. Az ebből született magas szintű dolgozatával a 2010-es kari fordulón II. helyezést ért el és kivívta a jogot a XXX. OTDK-n való szereplésre. A pályamunka színvonalát az országos konferencián is elismerték: a dolgozatra kapott magas pontszámokkal, valamint meggyőző előadásával és szakszerű válaszaival I. helyezést ért el.

Viktor kitűnő tanulmányi eredménye és kutató munkája mellett több szakmai versenyen is részt vett. A 2010 szeptemberében Pécsett megrendezett Dr. Pap László Számvitel versenyen, valamint a 2010-es Legyél Te a GTK marketing igazgatója! pályázaton, melyen csapatával az I. helyet érték el, és hat hónapos szakmai gyakorlatot tölthettek el az SZTE GTK Dékáni Hivatalában. A közgazdász szakma iráni elhivatottságát az is alátámasztja, hogy szervezőként részt vett a Challenges for Analysis of the Economy, the Businesses and Social Progress Nemzetközi Konferencia, valamint a Scientific Management and Management Science Today Nemzetközi Konferencia rendezésében és lebonyolításában. Eredményeit az is igazolja, hogy 2010-ben és 2011-ben is elnyerte Szeged Megyei Jogú Város Városi Ösztöndíját, továbbá 2011-ben Köztársasági ösztöndíjas lett és elnyerte, a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán először a Sófi József Ösztöndíj Különdíját.

Viktor arra is nagy hangsúlyt fektet, hogy segítse hallgatótársait tanulmányaik során: a 2009/2010-es tanév II. félévében, valamint a 2010/2011-es és 2011/2012-es tanévben tutorként segíti a kar távoktatásos hallgatóit. Mindezek mellett Viktor két nyelven beszél, hiszen német nyelvből felső-, míg angol nyelvből középfokú nyelvvizsga bizonyítvánnyal rendelkezik, valamint még középiskolás tanulmányai során megszerezte ECDL informatikai vizsgáját is. Viktor szakmai fejlődése érdekében több hallgatói és szakmai szervezet munkájában vesz részt, köztük a Magyar Közgazdasági Társaság Szegedi Ifjúsági Bizottságában.

Holczopán Orsolya

Holczopán Orsolya 2005-ben kezdte tanulmányait a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán. Azon utolsó évfolyamba tartozott, mely még az 5 éves képzésen vett részt. 2009-ben kontrolling területen első helyezést ért el konzulense, Dr. Lukovics Miklós támogatásával a Debrecenben megrendezett Országos Tudományos Diákköri Konferencián 5 egyetemi társával egy időben. Eredményének köszönhetően Köztársasági Ösztöndíjban és Szeged Városának Ösztöndíjában is részesülhetett. Okleveles közgazdász (vállalkozásfejlesztési szak) diplomáját 2010-ben vehette át. Véglegesen itt Szegeden telepedett le.

Az egyetem után a Szegedi Önkormányzat Adóirodáján helyezkedett el adóellenőrként határozott időre. Helyi iparűzési adót és idegenforgalmi adót ellenőrzött Szeged Város önkormányzati területén.

Az Adóirodai munka mellett jelentkezett OKJ-s képzésre. 2011 során számvitel vonalon képezte magát tovább**,** és egy év alatt mérlegképes könyvelői (vállalkozási szak) képesítést szerzett.

Az Adóiroda után pénzügyi ügyintézőként dolgozott egy analitikai műszerekkel kereskedő vállalkozásnál. Vezette a telephely pénzügyi nyilvántartásait, illetve az amerikai központ számára készítetett heti és havi jelentéseket. Főállásai mellet, a tanfolyam alatt időszakosan, részmunkaidőben állt alkalmazásban egy Szeged belvárosi könyvelő-és adószakértő irodában.

Ma már főállásban, friss képzettségének megfelelően könyvelő, könyvvizsgáló asszisztens a foglalkozása egy szegedi könyvelő- és könyvvizsgáló irodában. Cégeknek könyvel, angol nyelven levelezik a külföldi illetékességű ügyfelekkel, helyi adó ellenőrzésben vesz részt, illetve könyvvizsgálatban asszisztál.

Közeli jövőre vonatkozó tervei között szerepel, hogy elvégzi a könyvvizsgálói tanfolyamot. Valószínűleg a pénzügyi-számviteli vonalon fog a jövőben tevékenykedni**.**

Imreh-Tóth Mónika

Imreh-Tóth Mónika 2008-ban végzett az SZTE GTK vállalkozásfejlesztés szakirányán okleveles közgazdászként. Ezt követően 2008 szeptemberében kezdte el a Közgazdaságtani Doktori Iskola Regionális Gazdaságfejlesztés programját, ahol 2011-ben befejezte tanulmányait. Emellett egy szellemi szolgáltatásokat nyújtó mikrovállalkozás operatív igazgatójaként tevékenykedett, ahol a képzési projektektől kezdve a pályázatírásig számos területen sikerült szakmai tapasztalatokat szereznie.

Közben kismama lett, és egyelőre kislánya nevelése mellett dolgozik a disszertációján. Szakmai érdeklődésében is változás állt be, figyelme az utóbbi időben az ökológiai lábnyom és regionális fenntarthatósági indikátorok felől az „entrepreneurship", a vállalkozásoktatás, valamint ezek regionális gazdaságfejlesztésben betöltött szerepe felé tolódott el. Érdeklődése elmozdulását jól érzékelteti, hogy számos, ezen témákhoz kapcsolódó kutatásban vesz részt különféle donorfinanszírozott projektek keretében (TÁMOP, HU-RO, HU-SRB). A minél szélesebb szakmai tapasztalatok megszerzése mellett rövidtávú célja a doktori fokozat megszerzése, illetve a jövőben is szeretne tudásintenzív területen tevékenykedni.

Kiss Gábor Dávid

Kiss Gábor Dávid a Táncsics Mihály Gimnázium nyolcosztályos képzésének elvégzése után 2002-ben felvételt nyert az SZTE GTK közgazdász-gazdálkodási szakára, amelyet 2007-ben el is végzett, pénzügy szakirányon és gazdaságpszichológia mellékspecializációval, majd 2007-2010-ig a Kar doktori iskolájában volt PhD hallgató. 2010 óta az SZTE GTK tanársegédje a Pénzügyek és Nemzetközi Gazdasági Kapcsolatok Intézetében.

Már a hallgatói évek alatt is demonstrátorként működött három évig a Gazdaságpszichológia Szakcsoporton belül, majd ötödéves korában két OTDK első helyezést szerzett a

Karnak, az egyiket önállóan, a jóléti állam hiányában létrejövő extrémizmusról, míg a másikat Vajda Beátával közösen a tőkegarantált befektetési alapokról.

Az egyetemen nemzetközi pénzügyeket, gazdasági és monetáris unió, komplexitás a tőkepiacokon illetve a jövőben idősorelemzés tárgyakat tart magyar és angol nyelven. Külföldi konferencia részvételei mellett (szám szerint 17) 2012 májusában két hetet töltött el a Kobei Egyetemen vendégkutatóként Japánban, illetve 2011 áprilisában egy hetes pénzügyi stabilitásról szóló workshopon vett részt a szlovén pénzügyminisztérium pénzügyi kiválósági központjában. Magyar nyelvű listás folyóiratban 3, angol nyelven megjelenő folyóiratban 2 cikke van, továbbá 8 tanulmánykötetben jelent meg munkája. 2012 júniusában védte meg doktori értekezését a tőkepiaci fertőzések, divergenciák témakörében.

Leier János

Leier János az egyetemen történelmet, altajisztikát és közgazdaságtant hallgatott. Későbbi szakmai pályáját elsősorban a közgazdaságtani tanulmányai, másodsorban az altajisztika kutatószakon elsajátított elemzési módszertan segítette.

Az egyetemet követően (2005) Budapesten egy gazdasági szoftverekre specializált szoftverháznál helyezkedett el üzleti konzulensként, amely pozíció tulajdonképpen a rendszerszervezést, az üzleti igények felmérését, elemzését takarja. Alig több mint két évvel később Dublinban kapott remek szakmai lehetőséget: a Bank of Ireland-nél helyezkedett el. Ugyan ez egy fél éves megbizatás volt, viszont kiváló helyszín, hogy angol nyelvű munkakörnyezetben szerezzen magabiztosságot, és számos ajtót megnyitott a későbbi karrierje során. A következő megbizatás Sydney-be szólt, ugyanazon munkakörben a Commonwealth Bank-nál dolgozott egy évig, majd fél év a Zurich Life életbiztosító európai központjában, végül egy év a Tower Life életbiztosító befektetési részlegének szupportján Sydney-ben.

Eddigi pályája érdekes utat írt le, kezdve a történelem szakkal, majd altajisztika (török nyelvészeti és társadalom-tudományok), közgazdaságtan és jelenleg a pénzügyi és IT területek határán mintegy gémkapocs szerepet betöltve.

Lukovics Miklós

Lukovics Miklós a 2003-as gyöngyösi OTDK-t követően PhD-hallgatóként folytatta tanulmányait az SZTE GTK Közgazdaságtani Doktori Iskolájában, ahol az OTDK-dolgozatban megkezdett kutatási témáját folytatta. Ph.D. hallgatóként Lengyel Imre témavezetése mellett több kutatásba is bekapcsolódott. Részt vett a 2006. novemberében elfogadott Dél-alföldi Operatív Program gazdasági helyzetelemzésének, valamint a Biopolisz Egészségipari Kulcsprojekt gazdasági hatásvizsgálatának és gazdaságossági számításainak elvégzésében. 2007. májusában védte meg „A lokális térségek versenyképességének elemzése” című doktori értekezését, ezt követően az SZTE GTK Közgazdaságtani és Gazdaságfejlesztési Intézetének adjunktusa. Főbb kutatási területei a regionális elemzések, a területi egységek versenyképessége, a lokális térségek, valamint a regionális gazdaságfejlesztés.

2010-11-ben egy pályázati tanácsadó cég projektciklus-menedzsment üzletágának vezetője. Ezen időszakban számos K+F pályázat (GOP, TÁMOP, Innocsekk stb.) előkészítése fűződik a nevéhez, melyek közül kiemelkedik a Szegedi Tudományegyetem Kutatóegyetemi

Kiválósági Központ pályázata és Doktori Iskolás pályázata. 2010-ben elnyerte a Magyar Regionális Tudományi Társaság (MRTT) Kiváló Ifjú Regionalista Díját. 2010-11-ben a A Budapest Airport gazdasági hatásvizsgálata című kutatás szakmai munkáját vezette, mely kutatás eredményeiről közel 100 sajtómegjelenés számolt be. 2011-től a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának docense. 2011 augusztusában a Szegedi Tudományegyetem Rektora az SZTE stratégiai és fejlesztési igazgatójának nevezte ki.

Majó Zoltán

Majó Zoltán közgazdász, diplomáját a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán szerezte, közszolgálati és nonprofit szakirányon 1999-ben. Ugyanebben az évben megrendezésre kerülő gödöllői OTDK I. helyezés után tanársegédként kezdte meg munkáját a Gazdaságtudományi Karon. Doktori tanulmányait 2001 és 2005 között a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karán, Dr. Tóthné Dr. Sikora Gizella vezetése mellett végezte. Doktori tanulmányait a Szegedi Tudományegyetemen fejezte be 2007-ben. Dolgozata az elektronikus humán erőforrás menedzsment első magyar eredményeit mutatja be. Az SZTE Gazdaságtudományi Karán 2009-től egyetemi docens. Oktatóként elsősorban a menedzsment, a karrierfejlesztés, az „elektronikus kereskedelem", és a „vállalati információ menedzsment", tantárgyak oktatásában vállal szerepet Szegeden. Fő kutatási területe az információs társadalom gazdasága, ezen belül az információtechnológiai változások hatásainak vizsgálata a munkahelyeken. A vállalat gazdaságtan és a humán erőforrás menedzsmenten belül intenzív kutatási programokba kezdett az elektronikus toborzás, a virtuális munkaerőpiac, az üzleti intelligencia és a collaborative filtering alkalmazási lehetőségeire fókuszálva. Ezek kapcsán a KJK és a Komplex Kiadó gondozásában több társszerzős műve, egyetemi tankönyve és önálló publikációja is megjelent. E-business, collaborative filtering és internetes ajánló technikák kapcsán vezető kutatóként ipari K+F megbízásokban is szerepet vállalt 2010-ben. 2002-től tagja, majd vezetője a GTK Távoktatási Bizottságának, és 2011-től a Szegedi Tudományegyetem gazdasági és műszaki főigazgatójává nevezték ki.

Makra Zsolt

Makra Zsolt a Szegedi Tudományegyetemen szerzett közgazdász diplomát és mérlegképes könyvelői oklevelet 2003-ban, gazdálkodástudományi phd fokozatát pedig a Pécsi Tudományegyetemen kapta informális kockázati tőke témakörben 2008-ban. Dolgozott a VÁTI-nál regionális fejlesztési programok koordinátoraként, kockázatitőke-befektetési tapasztalatot a Kisvállalkozás-fejlesztő Pénzügyi Zrt-nél portfoliókezelési munkatársként szerzett, majd 2007-től az INNOSTART-nál tevékenykedett üzletfejlesztési menedzserként, ahol többek között létrehozta és vezette az Első Magyar Üzleti Angyal Hálózatot, amely tanácsadóként segíti a korai fázisú vállalkozások tőkebevonását. 2010-ben csatlakozott a Docler cégcsoporthoz, ahol a Docler Investments Kft. ügyvezetőjeként feladata a cégcsoport kockázatitőke-befektetéseinek és akvizíciós tevékenységének irányítása. Az elmúlt években közel 25 befektetési tranzakcióban vett részt befektetői vagy tanácsadói oldalon. Az üzletiangyal- és kockázatitőke-finanszírozás egyik ismert hazai szakértője és kutatója, a témában írt több mint 25 magyar és angol nyelvű tanulmány mellett a Kockázati tőke világa című könyv szerkesztő-

je. A Szegedi Tudományegyetem meghívott előadója, az International Business School tudományos főmunkatársa, a Fiatal Kutató Közgazdászok Egyesületének elnöke. Számos konferencia, tréning, workshop szervezője, előadója az innováció, a vállalkozás és a kockázati tőke témakörében.

Mező Júlia Veronika

Mező Júlia Veronika 2006-ban nyert felvételt a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának Pénzügy és számvitel alapképzési szakára. 2008 szeptemberétől bekapcsolódott az oktatási tevékenységbe, ettől kezdve lát el tutori feladatokat a Karon. 2009 januárjában olasz közgazdasági szaknyelvből középfokú nyelvvizsgát tett, majd decemberben megszerezte a diplomát.

2010 februárjában beiratkozott a Kar Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás mesterképzési szakára. A mesterképzés alatt, 2011-ben az Elméleti Közgazdaságtani Szakcsoport demonstrátora volt, és a Magyar Könyvvizsgálói Kamara Oktatási Központjánál mérlegképes könyvelői szakképesítést szerzett, valamint a XXX. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaság-tudományi Szekciója Világgazdaság és Globalizáció tagozatában bemutatott *Kína Afrika-politikája: minden mindegy?* című pályamunkájával első helyezést ért el, és a Magyar Közgazdasági Társaság különdíjában részesült. Az egyetemi oklevelet 2011 júliusában szerezte meg, s végzős hallgatóként megkapta a Kar Discipuli pro Universitate díját.

2011 szeptembere óta a Szegedi Tudományegyetem Közgazdaságtani Doktori Iskolájának ösztöndíjas hallgatója a Világgazdasági és Nemzetközi Pénzügyek Programban. A Gazdaságtudományi Kar munkáját szemináriumvezetéssel segíti Makrogazdaságtan, Nemzetközi gazdaságtan és Társadalomtudományi kutatások módszertana tantárgyakból, valamint konzultációkat tart a Közösségi gazdaságtan és a Modern piacelmélet kurzusokhoz. Emellett 2011 decembere óta kutatási asszisztensi feladatokat is ellát a Karon.

Pápai Anna Mária

Pápai Anna Mária 2001-ben végzett a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán nonprofit fő- és marketing mellékszakirányon. Az egyetemi tanulmányai után Békéscsabán a BÉKÉS Mérnök Kft.-nél helyezkedett el projektmenedzserként. A Kft. települési infrastruktúra fejlesztését célzó beruházásokhoz készített pályázatokat önkormányzati ügyfélkörnek. A Kft.-nél rövid időt töltött: folytatta tanulmányaimat, és beiratkozott a békéscsabai Perfekt Rt. Mérlegképes könyvelő tanfolyamára, ahol 2002-ben mérlegképes könyvelő oklevelet szerzett vállalkozási szakon.

2002. augusztus 1-től 2009. július 31-ig közgazdász tanárként dolgozott a Békéscsabai Központi Szakképző Iskola és Kollégium Zwack József Kereskedelmi és Vendéglátóipari Tagiskolájában. Az iskolában közgazdaságtant, vállalkozási, pénzügyi, adózási, marketing és kereskedelmi alapismereteket oktatott, tanirodai foglalkozásokat vezetett, valamint részt vett az oktatáshoz szükséges szakmai képzési programok kidolgozásában, ellátta a kereskedelmi munkaközösség vezetését, valamint a Szolnoki Főiskolával együttműködve szervezte és irányította a kereskedelmi szakmenedzser képzést. Tanári munkájához kapcsolódóan 2005-ben közgazdász tanári végzettséget szerzett a Budapesti Gazdasági Főiskolán, majd 2008-ban

közoktatási vezető és pedagógus szakvizsga végzettséget igazoló oklevelet vehetett át a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemen. A 2008/2009-es, valamint a 2009/2010-es tanévekben Gyulán a Szent István Egyetem Egészségtudományi- és Környezetegészségügyi Intézetének felkérésére vállalkozási alapismeretek I. tantárgyat oktatott.

2009. augusztus 1-től a Békés Megyei Önkormányzati Hivatalban oktatási referens, a Békés Megyei Önkormányzat fenntartásában működő oktatási intézmények szakmai felügyelete, pályázatok figyelése, előkészítése, képviselő-testületi ülések anyagainak előkészítése, stratégiai tervek készítése volt a feladata. A köztisztviselői feladatok szakszerű ellátása érdekében 2010-ben közigazgatási alapvizsgát tett.

A megyei önkormányzatok konszolidációját követően 2012. január 1-től a Békés Megyei Intézményfenntartó Központba került, ahol az Intézmény-fenntartási Főosztály működésének megszervezésére kérték fel, majd április 1-én főosztályvezetői kinevezést kapott. A Főosztály látja el a megyei önkormányzattól átvett oktatási, szociális, gyermekvédelmi és kulturális – múzeum, levéltár, könyvtár – intézmények szakmai felügyeletét. Kormánytisztviselői feladatai ellátásához kapcsolódóan 2012 májusában közigazgatási szakvizsgát tett.

Ribizsár István

Ribizsár István széleskörű érdeklődésének köszönhetően számos területen és munkakörben szerzett szakmai tapasztalatokat. Először a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztériumnál helyezkedett el, majd szülővárosába visszatérve a Szegedi Tudományegyetem Környezet- és Nanotechnológiai Regionális Egyetemi Tudásközpontjának, valamint Dél-alföldi Élet- és Anyagtudományi Kooperációs Kutatási Központjának pénzügyi referenseként dolgozott. Az Innogrant Consulting Kft.-nél először kontrolling vezetőként, később pedig innováció menedzserként tevékenykedett. Felhalmozódott tapasztalatait már vezetői és üzleti coachként is kamatoztatni tudta.

Dolgozatának megírása óta felismerte, hogy nemcsak a közgazdaságtan építkezett olyan alapokra, amely nem összeegyeztethető a fenntartható működéssel, hanem szinte az összes tudományág és társadalmi rendszer instabil alapokon áll; ráadásul az egymásra épültség, illetve a bezáródás (lock-in) jelensége miatt nem is képesek a megfelelő változásra. Ez azonban még mindig csak egy tüneti szintnek tekinthető, mivel a civilizált emberiség problémái ennél mélyebben gyökereznek, az általa megalkotott és működtetett rendszerek pedig pusztán csak világképét tükrözik vissza. *A problémák oka éppen az, hogy a civilizált emberiség világképe nem felel meg a valóságnak*. Az egyéni és társadalmi szinten megjelenő „válságok" és „tragédiák" ilyen értelemben szükségszerűen következnek be, és egyszerűen csak rámutatnak arra, hogy az egocentrikus világképet egy, a valósághoz közelebb álló modellre szükséges cserélni. Az ehhez szükséges „tudás" rendelkezésre áll, ezért *megvan a lehetőség arra, hogy* egyéni, illetve társadalmi szinten is *felébredjünk az elkülönültség illúziójából*.

Rittgasszer Imola

Rittgasszer Imola 2009-ben okleveles közgazdász diplomát szerzett a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar közgazdász-gazdálkodási szakának vállalkozásfejlesztési

szakirányán. 2009 szeptemberétől az SZTE GTK Közgazdaságtani Doktori Iskolájának ösztöndíjas PhD hallgatója. Három éves oktatói és kutatói tapasztalattal rendelkezik, kutatási témái a kreativitás térbeliségének vizsgálata.

2009-ben a Tudományos Diákköri Konferencia helyi döntőjének megnyerése után az Országos Tudományos Diákköri Konferencia (OTDK) Közgazdaság-tudományi szekciójának Regionális Gazdaságtan Tagozatában első helyezést ért el. Az MTA Szegedi Akadémiai Bizottság Gazdaságtudományi Szakbizottság pályázatán első díjat nyert a „Kreatív kistérség Magyarországon" című munkájával. Tudományos munkássága mellett megalapozó tanulmány, háttértanulmány és benchmark tanulmány készítésével részt vett számos, az SZTE GTK-n folytatott kutatásokban. Ezek közül kiemelkedik a „Dél-Alföldi régió innovációs potenciáljának magasabb szintű statisztikai adatelemzésen alapuló komplex felmérése kistérségi szinten" című kutatás, a „Határon átnyúló tanuló régió: egyetemek gazdaságfejlesztési szerepvállalási lehetőségének vizsgálata a magyar-szerb határmenti térségben című kutatás, továbbá „A repterekhez kapcsolódó fejlesztési projektek helyi gazdaságfejlesztési hatásainak vizsgálata című kutatás, valamint a „Tudáshasznosulást, tudástranszfert szolgáló eszköz és feltételrendszer kialakítása, fejlesztése a Szegedi Tudományegyetemen és a Dél-alföldi Régióban című" kutatás. A Magyar Regionális Tudományi Társaság (MRTT) és a Magyar Közgazdasági Társaság (MKT) tagja.

Udvari Beáta

Udvari Beáta 2006-ban szerzett főiskolai diplomát a Szolnoki Főiskola külgazdasági szakán (Európai Uniós ismeretek és Üzleti kommunikáció szakirányok), majd 2008-ban a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán végzett okleveles közgazdászként (vállalkozásfejlesztési szakirányon). Felsőfokú tanulmányai idején aktívan részt vett a tudományos diákkörben: három dolgozattal három országos versenyen vett részt. 2005-ben különdíjat hozott el, 2009-ben pedig a XXIX. OTDK-n első helyezést ért el. Kiemelkedő tudományos diákköri tevékenységéért és egyetemi munkájáért 2009-ben az Országos Tudományos Diákköri Tanács Pro Scientia Aranyérem kitüntetésben részesítette. 2009 óta a Pro Scientia Aranyérmesek Társaságának tagja.

2008 őszétől az SZTE Közgazdaságtani Doktori Iskolájának állami ösztöndíjas PhD-hallgatója, 2012. áprilisban tett doktori szigorlatot. Doktoranduszként aktívan bekapcsolódott a Pénzügyek és Nemzetközi Gazdasági Kapcsolatok Intézetének oktatási feladataiba, témavezetőként (korábbi témavezetőjével együttműködve) sikeresen irányított TDK-zó hallgatókat. 2011 őszétől egyetemi tanársegédként dolgozik az SZTE GTK-n, valamint a kari Tudományos Diákköri Tanács titkára lett, és kiemelkedő szerepet játszik a kari tehetséggondozási folyamat összetartásában. Mindemellett aktív kutatásokat folytat a fejlődő országok gazdasága, az Európai Unió fejlesztési politikája és az Aid for Trade témákban. Ennek eredményeként 2012 júniusában védte meg doktori disszertációját. Oktatói és kutatási feladatai mellett több, a tudományos diákkör fejlesztésére irányuló Európai Uniós projekt projektmenedzsere és számos pályázat előkészítésében vett részt, valamint több, kutatási témájától távol eső kutatási projektben vett részt kutatóként.

Vadász Csaba

Vadász Csaba 2000 és 2005 között végezte a SZTE GTK közgazdász képzését a vállalkozásfejlesztési szakirányon. Dolgozata a 2003-as gyöngyösi OTDK-n ért el második helyezést.

A dolgozatban vizsgált témának megfelelően marketing területén szeretett volna elhelyezkedni, azonban közvetlenül az államvizsga után kapott egy felkérést, így 2005. júliustól kezdett gyakornokként dolgozni a Csongrád Megyei Önkormányzatnál, ahol egy 4 hónapos projektben vett részt, azzal a céllal, hogy javaslatokat tegyenek az önkormányzat fenntartásában működő költségvetési szervek feladatellátási és gazdálkodási feltételeinek racionalizálására.

2005 októberében kap köztisztviselői kinevezést, és kezd dolgozni az önkormányzat Közgazdasági Osztályán. 2008. januártól intézményfelügyeleti csoportvezető, majd októbertől az aljegyzői munkakör ellátója. A Csongrád Megyei Közgyűlés 2012 áprilisában választotta meg megyei főjegyzővé.

A marketing szakterülettől igencsak eltávolodva a közigazgatásban dolgozik a mai napig, de ott is számos területen tudja alkalmazni az SZTE GTK-n elsajátított ismereteket. Ez 2012. január 1-től hatványozottan igaz, hiszen a megyei önkormányzatok fontos terület-, és gazdaságfejlesztési feladatokat kaptak. Az önkormányzat Vadász Csaba irányítása mellett jelenleg a Csongrád megyei területfejlesztési koncepció kidolgozását végzi, együttműködve az SZTE GTK szakembereivel.

Vajda Beáta

Vajda Beáta 2007-ben végzett a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán, okleveles közgazdászként gazdálkodási szakon, európai integrációs szakirányon, valamint elvégezte a marketing és a gazdaság- és szervezetpszichológia mellék-szakirányokat. Ugyanebben az évben felvételt nyert a Szegedi Tudományegyetem Közgazdaságtani Doktori Iskolájába, mint állami ösztöndíjas doktorandusz. Ennek megfelelően 2007 szeptemberétől a Gazdaságtudományi Kar Gazdaságpszichológia Szakcsoportjában megkezdte a karon folytatott kutatási és oktatási tevékenységét. Doktori kutatási témája az egészségügyi kockázatkommunikáció és az orvos-beteg együttműködés vizsgálata. 2010-ben szerzett abszolutóriumot, 2011-ben beadta fokozatszerzési kérelmét, 2011 decemberében sikeres doktori szigorlatot tett. PhD hallgatói tanulmányait egy féléven keresztül (2008 őszi szemeszter) Ausztriában, a Bécsi Egyetemen folytatta (Universität Wien) angol nyelven. Számos külföldi és hazai tudományos konferencián tartott előadást, többek között az IAPNM (International Association of Public and Nonprofit Marketing), a IAREP (International Association for Research in Economic Psychology), a MOK (Marketing Oktatók Klubja) konferenciáin, és két alkalommal szervezett szimpóziumot is a Magyar Pszichológiai Társaság éves konferenciáján. A Közgazdaságtani Doktori Iskola Gazdaságpszichológia Műhelyének titkári teendőit 2011 áprilisa óta látja el, és szervezi a Műhely félévente megrendezésre kerülő doktorandusz konferenciáját, mely 2011 májusában országos szintű, 2012 júniusában pedig nemzetközi résztvevői is vannak. Emellett a 2011. novemberi „Scientific Management and ManagementScience Today" nemzetközi konferencia egyik főszervezője. Saját kutatása mellett intézeti és üzleti kutatásokban is részt vesz, többek között a Lombard, a Budapest Közlekedési Társaság, Budapest Airport és a Tisza Volán számára végzett innovatív kutatásokban. Oktatási tevékenységébe előadások, szemináriumok,

valamit tréningek tartása is beletartozik. Előbbiek közül saját kialakítású kurzusai a Kockázat-kommunikáció, valamint a Pénzpszichológia, amelyeket magyar és angol nyelven is tart.

Vas Zsófia

Vas Zsófia a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar közgazdász-gazdálkodási szakos hallgatójaként 2008-ban okleveles közgazdászként végzett. 2011. szeptembertől kezdődően a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar Közgazdaságtani és Gazdaságfejlesztési Intézetének tanársegédjévé vált. Ezt közvetlenül megelőzően a Szegedi Tudományegyetem Közgazdaságtani Doktori iskolájába nyert felvételt, tanulmányait 2008. szeptembertől a Regionális Gazdaságtani és Gazdaságpolitikai Programhoz csatlakozva folytatta Prof. Dr. Lengyel Imre és Dr. Bajmócy Zoltán témavezetésével. Kutatása a regionális gazdaságfejlesztés kérdéskörére, a tudásintenzív gazdasági tevékenységek gazdaságfejlesztésben betöltött szerepének elemzésére, a régiók gazdasága és az iparágak innovációs tevékenysége és teljesítménye közötti kölcsönös kapcsolat vizsgálatára fókuszál.

Kutatási érdeklődése tudományos diákköri munka megkezdésével alakult ki, amely tevékenység eredményeképpen, az IT klaszterek kialakulásában a közelség szerepe (Szegeden és vonzáskörzetében) című tanulmány révén XXIX. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Regionális gazdaságtan tagozatán 2009-ben I. díjban részesült.

Oktatási tevékenység folytatására a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának Közgazdaságtani és Gazdaságfejlesztési Intézetében nyílt lehetősége, 2007-2008-as tanévben demonstrátorként, majd 2008-2009-es tanévtől kezdődően doktorandusz hallgatóként. A Regionális gazdaságtan, a Regionális és lokális gazdaságfejlesztés, majd a Regionális gazdaságfejlesztés, valamint a Regionális és városgazdaságtan, továbbá az Innováció- és technológiamenedzsment kurzusok gyakorlatainak vezetésével, továbbá az Innováció a gyakorlatban előadás tartásával több éves oktatói tapasztalatra tett szert.

Az innováció és regionális gazdaságfejlesztés területén folytatott tudományos kutatási eredményeinek publikálására a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának több kötetében, folyóiratcikkekben és konferenciakötetekben került sor. A kutatási eredmények bemutatására számtalan magyar és külföldi konferencián, valamint a DIMETIC European Doctoral School képzéseiben való részvételével került sor.

2011. február 1-től június 31-ig kutatásait az Aalborg Egyetem (Dánia) IKE (Innovation, Knowledge and Economic Dynamics) kutatócsoportjához csatlakozva folytatta, ahol Benk-Ake Lundvall-lal és Christian Ostergaard-dal folytatott eszmecserék segítették elő kutatói munkájának jelentős előrehaladását.

Vilmányi Márton

Vilmányi Márton az 1999-es gödöllői OTDK-t követően PhD-hallgatóként folytatta tanulmányait az PTE Gazdálkodástani Doktori Iskolájában, ahol a szervezetközi együttműködések vizsgálata területén megkezdett kutatási témáját folytatta. Ph.D. hallgatóként és a Gazdaságtudományi Kar egyetemi tanársegédjeként Hetesi Erzsébet vezetése mellett több vállalati és elméleti kutatásba is bekapcsolódott, elsősorban a szervezetközi együttműködések menedzse-

lése, az egyetemi-vállalati együttműködések specifikumainak vizsgálata mentén. Főbb kutatási területe a B2B együttműködések teljesítménye és minősége, kapcsolati képességek vizsgálata. Disszertációját 2009-ben védte meg „Egyetemi-ipari együttműködések teljesítménye" címmel. 2009-től a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának egyetemi docense.

2003 és 2011 között a Szegedi Tudományegyetem stratégiai fejlesztései előkészítésével és koordinációjával megbízott stratégiai és minőségfejlesztési igazgatója, 2008 és 2011 között a Gazdaságtudományi Kar általános és stratégiai dékánhelyettese. 2010 és 2012 között számos kutatási program vezető kutatója, vagy vezetője, így a Természettudományi és Informatikai Karral együttműködésben megvalósított „B2B interakciók szenzoranalóg modellezése", „Üzletkritikus IT rendszerek minőségének üzembiztonságra, kockázatra, és költségekre gyakorolt hatásának kutatása", a DEAK ZRt-vel együttműködésben megvalósított „A regionális gazdaságfejlesztés hálózatosodási stratégiai eszközrendszerei" programokban. 2009 és 2012 között a Szegedi Tudományegyetem Kutatóegyetemi Programjának „A társadalomtudományi K+F kompetenciák fejlesztése" kutatási altéma altémavezetője.

2011. augusztus 01-től a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar dékánja.

Zsolnai Alíz

Zsolnai Alíz a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karán gazdálkodási szakon, pénzügy-informatika szakirányon végezte tanulmányait. Az egyetemi évei alatt 2001-ben az OTDK-n a pénzügyi szekcióban I. helyezést ért el. Az egyetemi oklevél megszerzése óta a Pénzügyminisztériumban – Nemzetgazdasági Minisztériumban dolgozik a Pénzügyi Szabályozási Főosztályon (jelenleg GYES-en van). Munkája során a pénzügyi szervezetek uniós és hazai szabályozásának egyes részterületein vett előkészítőként részt. Fő szabályozás-előkészítési területei a bankszabályozás teljes spektruma (ideértve az alapítási, működési, tőkekövetelményi, fogyasztóvédelmi szabályozás), a pénzforgalmi szabályozás, a pénzügyi csoportok szabályozása és egyes tőkepiaci, biztosítási területek. Feladatai során aktívan részese volt az uniós szabályozások brüsszeli előkészítésének és a hazai szabályozások adaptálási munkáinak, valamint szabályozási koncepciók elkészítése kötődik szakmailag nevéhez. Egy elnyert ösztöndíj keretében 2006-ban három hónapot a brit HM Treasury-ben töltött munkával és szakmai gyakorlattal.

Alíz fő kutatási területe az előbb említettek fényében is a pénzügyi szervezetekhez kapcsolódik, kiterjed a banki általános szabályozásra és működésre, a banki tőkekövetelményi szabályozásra, a pénzügyi szervezetek felügyeleti kérdéseire, a fizetési szolgáltatásokra és a fogyasztóvédelemre is. Kutatási eredményeit olyan kiemelt folyóiratokban publikálta, mint a Hitelintézeti Szemle, illetve a Pénzügyi Szemle.

A BME Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskolájában 2003-ban kezdte meg a doktori képzést, a Pénzügyek Tanszék keretében. Alíz az elmúlt évek során alkalmi óraadás jelleggel oktatott a BME-n és a Budapesti Corvinus Egyetemen, jellemzően banküzemtani témájú tárgyak tekintetében. Emellett néhány szakdolgozat témavezetője is volt. Rendszeresen előadó volt különböző pénzügyi szervezetekhez, intézményekhez és szolgáltatásokhoz kapcsolódó konferenciákon, szakmai vitákon és tanfolyamokon. A felsőfokú és a felnőtt szakképzés terén az országos központi képzési szabályozásban előkészítő, valamint

oktatási és vizsgáztatási anyagok kidolgozásában rendszeresen résztvevő szereppel bír. Szakmai közösség terén elmondható, hogy 1998 óta a Magyar Közgazdasági Társaság tagja, 2002 után néhány évig az országos ifjúsági elnökség tagja volt. Doktori disszertációját 2012-ben sikeresen védte meg a Budapest Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemen. A doktori disszertáció témája a banki tőkekövetelményi szabályok a hazai, kisebb hitelintézetek működése vonatkozásában.

Az SZTE GTK OTDK-eredményei, 1999-2011

Az 1999. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Vilmányi Márton – Majó Zoltán Témavezető: Buzás Norbert	I.
Kriston Adrienn – Nyíri Zoltán Témavezető: Kukla Mária	III.
Papp Gábor Témavezető: Nagy Elemér	III.
Simon Gábor Témavezető: Botos Katalin	III.
Kürösi Zsófia – Imreh Szabolcs – Vilmányi Márton – Majó Zoltán – Harsányi Róbert Témavezető: Sallai Miklós	Különdíj

A 2001. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Csonka Orsolya – Lengyel István Témavezető: Zara Csaba	I.
Pápai Anna Mária Témavezető: Lengyel Imre	I.
Dobó Eszter – Kálóczi Szilvia Témavezető: Lengyel Imre	I.
Hollender Szilvia – Szakál János Témavezető: Révész Balázs	I.
Zsolnai Alíz – Szécsi Gábor Témavezető: Botos Katalin, Égető Emese	I.
Keszthelyi Krisztián Témavezető: Tóth Tamás	I.
Fodor Gabriella – Tarjányi Margit Témavezető: Vilmányi Márton	II.
Vas Réka Témavezető: Kukla Mária	II.
Májer Károly – Szabó Sámuel Témavezető: Kovács György	III.

A 2003. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Lukovics Miklós Témavezető: Lengyel Imre	I.
Makra Zsolt Témavezető: Buzás Norbert, Kosztopulosz Andreász	I.
Ribizsár István Témavezető: Buzás Norbert	I.
Patik Réka Témavezető: Lengyel Imre	II.
Bajmócy Zoltán Témavezető: Lengyel Imre	II.
Lengyel Balázs Témavezető: Vass Csaba	II.
Vadász Csaba Témavezető: Garamhegyi Ábel	II.
Wolfárd Orsolya Témavezető: Lengyel Imre	III.

A 2005. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Leier János Témavezető: Lengyel Imre	I.
Sey Noémi Témavezető: Révész Balázs	I.
Baráth Andrea Témavezető: Czagány László	II.
Kozmács István Dániel – Somodi Péter – Tóth Edit Témavezető: Hetesi Erzsébet	II.
Tóth Ágnes Témavezető: Kürtösi Zsófia	II.
Nagy Zsuzsa Témavezető: Lengyel Imre	III.

A 2007. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Kiss Gábor Dávid Témavezető: Halmosi Péter, Málovics Éva, Tóth László	I.
Kiss Gábor Dávid – Vajda Beáta Témavezető: Kosztopulosz Andreász	I.
Vajda Beáta Témavezető: Málovics Éva	II.
Veres Mihály Zoltán Témavezető: Csillik Péter	III.
Rózsa Gergely Témavezető: Szegő Szilvia	III.
Mák István Témavezető: Kovács György	III.
Kaszaki Zoltán Témavezető: Málovics György	III.
Klepeisz Dóra – Ladányi Krisztián – Müller Zsuzsanna – Túri Andrea Témavezető: Hetesi Erzsébet	III.

A 2009. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	Helyezés
Darazsacz Péter – Szlatárovics László Témavezető: Kosztopulosz Andreász	I.
Hoczopán Orsolya Témavezető: Lukovics Miklós	I.
Rittgasszer Imola Témavezető: Lengyel Imre, Kovács Péter	I.
Tóth Mónika Témavezető: Málovics György	I.
Udvari Beáta Témavezető: Lukovics Miklós	I.
Vas Zsófia Témavezető: Lengyel Imre	I.

Bekk Éva – Olasz Orsolya – Schulz Gábor Témavezető: Hetesi Erzsébet, Málovics György	III.
Jankó László – Tari Szabolcs Témavezető: Kosztopulosz Andreász	III.
Ádám Zsuzsa – Csovcsics Andrea – Kóródi Katalin Témavezető: Hetesi Erzsébet	Különdíj
Kiri Marietta Témavezető: Imreh Szabolcs	Különdíj
Takács Klára – Végh Marcell Zoltán Témavezető: Bajmócy Zoltán	Különdíj

A 2011. évi Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Név	**Helyezés**
Berki Viktor Témavezető: Révész Balázs	I.
Köteles Kitti – Vincze Nikolett Noémi Témavezető: Farkas Gergely	I.
Mező Júlia Veronika Témavezető: Udvari Beáta, Lukovics Miklós	I.
Palásti Luca Témavezető: Hetesi Erzsébet	I.
Czékus Ábel Témavezető: Udvari Beáta, Lukovics Miklós	II.
Kertmegi Norbert Témavezető: Hetesi Erzsébet	II.
Schulz Gábor Témavezető: Lengyel Imre	II.
Bagi Noémi Témavezető: Hetesi Erzsébet	III.
Dancsik Bálint Témavezető: Farkas Beáta	III.
Kazár Klára Témavezető: Kovács Péter	III.
Lupsea Éva Témavezető: Udvari Beáta, Lukovics Miklós	III.