

ACTA CAROLUS ROBERTUS

Az Eszterházy Károly Egyetem
Gyöngyösi Károly Róbert Campusának tudományos közleményei

Alapítva: 2011

LÍCEUM KIADÓ
Eger, 2017

7 (2)

Főszerkesztő:
Bujdosó Zoltán

Felelős szerkesztők:
Hágen István
Csernák József
Kovács Gyöngyi

Szerkesztőbizottság:

Bandlerova, Anna – Slovak University of Agriculture in Nitra
Baranyi Aranka – Eszterházy Károly Egyetem
Dávid Lóránt – Eszterházy Károly Egyetem
Dinya László – Eszterházy Károly Egyetem
Fodor László – Eszterházy Károly Egyetem
Florkowski, Wojciech – University of Georgia, Amerikai Egyesült Államok
Hernik, Joanna – West Pomeranian University of Technology, Lengyelország
Kerekes Kinga – Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Románia
Király Zsolt – Budapesti Metropolitan Egyetem
Kánya Hajnalka – Partiumi Keresztény Egyetem, Románia
Kožuch, Barbara – Jagelló Egyetem, Lengyelország
Liebmann Lajos – Eszterházy Károly Egyetem
Nagy Péter Tamás – Eszterházy Károly Egyetem
Nagyné Demeter Dóra – Eszterházy Károly Egyetem
Novac, Ovidiu Constantin – University of Oradea, Románia
Noworol, Aleksander – Jagelló Egyetem, Lengyelország
Przygodzka, Renata – University of Białystok, Lengyelország
Raišienė, Agota Giedrė – Mykolas Romeris University, Litvánia
Réthy István – Eszterházy Károly Egyetem
Sadowski, Adam – University of Białystok, Lengyelország
Takács István – Óbudai Egyetem
Takácsné György Katalin – Óbudai Egyetem
Tamus Antalné – Eszterházy Károly Egyetem

ISSN 2062-8269 (Nyomtatott)

ISSN 2498-9312 (Online)

A kiadásért felelős
az Eszterházy Károly Egyetem rektora
Megjelent az EKE Líceum Kiadó gondozásában
Kiadóvezető: Nagy Andor
Felelős szerkesztő: Zimányi Árpád
Nyomdai előkészítés: Molnár Gergely
Megjelent: 2017-ben



TARTALOMJEGYZÉK

Bárcki Judit Elméleti felvetések és módszertani kapcsolatok a vállalatértékelésben	5
Böcskei Elvira, Hágen István Zsombor Menedzsment control – a számviteli mutatószámoktól a versenyképes stratégiáig	19
Fabi Alexandra Zita, Szűcs Antónia Területi különbségek alakulásának vizsgálata a Pilisvörösvári járásban.....	37
Forgó Fanni Eszter Az online véleményvezérek és követőik elemzése a közösségi médiában	51
Gyurkó Ádám, Bujdosó Zoltán Turisztikai magterület lehatárolása az Észak-Magyarország régióban.....	67
Imbeah, Nicholas Tourists' Perception of the Role of Safety in Tourism at a Selected Tourist Destination in Central Region of Ghana.....	89
Kenesey, Zsófia, Pataki, László Coverage of Deposit Insurance Funds	103
Oláh Judit, Nagy Lajos, Popp József, Füzesi István, Pusztai László A készlettervezés és az előrejelzési modellek kapcsolata	115
Pauluk Júlia, Popp József, Oláh Judit A SCOR-modell alkalmazásának lehetőségei a raktározásban	133
Pham Cong Nghiep Rice production in Vietnam: Remarkable success but farmers' low income	151
Ráthonyi Gergely, Ráthonyi-Odor Kinga Innovatív mobiltechnológiai megoldások a turizmusban	161

Szabó Katalin, Tanyik Gabriella Edina, Csernák József Az Y generáció és a nemzetközi kiküldetések	181
Tóth Gábor, Széles Zsuzsanna A Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok bevezetésének kihívásai.....	203
Zéman Zoltán, Bárczi Judit The theory of international and national accounting and its practical usefulness to business executives and investors	219
Zsarnóczky Martin Turizmustervezés az egészségturizmusban.....	235

ELMÉLETI FELVETÉSEK ÉS MÓDSZERTANI KAPCSOLATOK A VÁLLALATÉRTÉKELESBEN

Bárczi Judit

Összefoglaló

A vagyonértékelési eljárásokat a gyakorlatban nagyfokú szakmai hozzáértéssel és a lehető legtöbb tényező figyelembevételével kell elvégezni. A szekunder tanulmány vázolja azokat az elméleti szempontokat és módszertani kapcsolatokat, amelyek a jelenlegi tudomány álláspontja szerint alkalmazhatók. Mindenképpen több vállalatértékelési módszer együttes alkalmazása javasolt a pontos eredmény kiszámításához, természetesen az adott értékelés céljának, piacának és körülményeinek megfelelően. Folyamatos jellegű vállalatértékelés esetén a vezetőség pozíciója sokkal kedvezőbb, mivel folyamatosan informált az általa vezetett vállalat értékéről, ezáltal hosszabb távon akár a vállalati érték növekedése és a megfelelő irányvonal követése biztosított.

Kulcsszavak: *vállalatérték, módszertan, pénzügyi teljesítmény, menedzsment*

JEL: M 41

Abstract

Asset valuation procedures should in practice be carried out with the most professional skill and taking into account as many factors as possible. The secondary study outlines the theoretical aspects and methodological links that can be applied in the current science's view. In any case, it is recommended to use more than one corporate valuation method to calculate the exact result, of course, according to the purpose, market and circumstances of the particular valuation. In the case of a continuous corporate assessment, the position of the management is much more favorable as it is constantly informed about the value of the company it manages, thus, in the long run, the growth of corporate value and the right course are ensured.

Keywords: *enterprise value, methodology, financial performance, management*

MARK: M 41

Bevezetés

A vállalatértékelés fontosságára már az elmúlt század közepétől nagy hangsúlyt fektettek a pénzügyi elemzők, de az érték meghatározási tudományág még ma is folyamatos fejlődésen megy keresztül, hiszen az elméleti módszertan gyakorlati alkalmazhatóságát vizsgáló szakirodalom még ma sem ad teljes és egyértelmű válaszokat a témával kapcsolatban. A vállalatértékelés elmélete és módszertanának kidolgozása már az 1950-es évektől megkezdődött a pénzügyi vizsgálatok terén, melynek a fejlődése folyamatos a gazdálkodásszervezésben. A vagyontérkép kiszámítása két úton közelíthető meg. A kiindulásra minden esetben a vagyontérkép szolgál, melyben tételesen szerepelnek az eszköz oldalon a vállalat vagyontárgyai, a forrásoldal pedig az eredet oldaláról határozza meg a vállalat tulajdonában lévő eszközöket. A vagyontérkép eljárássok sok szubjektív tényezőt tartalmaznak, az érték megállapítását több tényező befolyásolja. Ezeket a tényezőket számtalan módon lehet számba venni, súlyozni. Az eszközök jellegzetességei, keresleti és kínálati piacuk sajátosságai mind a vagyontérkép eljárássok sokféleségét eredményezik. (Bárcki et al. 2010) A számviteli oldalról való értékelési módszer mellett költségalapú, jövedelemalapú és piaci összehasonlító módszereket ismer az értékelési szakirodalom.

Anyag és módszer

A könyv szerinti érték a számvitel oldaláról történő érték meghatározás. A számítás eljáráss során az aktívákól levonásra kerülnek a vállalat kötelezettségei, tartozásai, s az így kialakult végeredmény a vállalat könyv szerinti vagyontérképét jelenti. Ezt az érték meghatározást azonban bizonyos feltételekkel kell kezelni, mivel a vagyontérkép feladata a vállalat tényleges gazdasági értékének a meghatározása. A törvényi előírásoknak megfelelően a könyvelési eljárásoknak olyan, az érték megállapításával kapcsolatos hiányosságai vannak, amelyeket az értékelőnek figyelembe kell venni. A tárgyi eszközök a bekerülési értéken kerülnek nyilvántartásba, amely egy idő múltán, főleg inflációs viszonyokat figyelembe véve, a vagyontárgy tényleges értékétől jelentős eltérést eredményeznek. Az értékcsökkenési leírási módok is lényegesen meghatározzák a vállalat könyv szerinti értékét. Többféle leírási mód ismert, alkalmazásuk a számviteli és adótörvények által meghatározott. A gyakorlatban azonban nem mindig a legmegfelelőbb leírási kulcsok kerülnek alkalmazásra, így a kulcsok megválasztása is a valós értéktől való eltérés lehetőségét rejti magában.

A jelenleg érvényes számviteli törvény nem teszi lehetővé az amortizáció alapjául szolgáló bekerülési érték felülértékelését, így a leírások összeg nem fedezi az értékcsökkenés valódi nagyságát, ami az értékelés hibalehetőségét hordozza magában. (Kaplan et al. 2000) A magyar vállalatok könyveiben, mérlegeiben számtalan állóeszköz könyv szerinti értéke nulla. Ennek ellenére ezek a gépek működnek, nyereséget termelnek, nyilvánvaló, hogy valamilyen gazdasági értéket jelentenek a vállalat számára. Az eszmei vagyonrészek közé sorolandó szabadalmak, licencek, szerzői jogok, know-how-k hiányoznak a vállalati könyvekből, pedig ezek is az aktívák közé sorolandók, s hiányuk által az értékelés pontossága csökken. A passzívák oldalán található elemek, amelyek nem szerepelnek a könyvelésben. Ezek a bérleti vagy lízingszerződésből eredő kötelezettségek, peres ügyek várható negatív kimenetele, garanciális költségek. A könyv szerinti érték kategóriája szintén vitatható. Nem egyértelműen meghatározott fogalom, a különböző számviteli előírásoknak megfelelően elkészített mérlegekből nyerhető könyv szerinti értékek sem egységesek.

Eredmények

A költség alapú érték megállapítás

A költség alapú megközelítés szerint az eszköz vagyoni értéke nem más, mint a vagyontárgynak az eszközökkel elérhető jövőbeli haszon megszerzéséhez szükséges pótlási (újraelőállítási) költségének megállapítása. A módszer szerint az eszköz piaci ára hosszabb távon arányos az általa elérhető összes hasznok jelenértékével. A haszon-előállítás képességének meghatározási módszeréből következik, hogy figyelembe kell venni az értékcsökkenést, az eszköz fizikai és erkölcsi kopását. A fizikai kopás által az előállítható termék mennyisége és minősége csökken, az erkölcsi avulás pedig a technikai fejlődés következtében létrejövő új eszközökhöz képest jelent lemaradást. A pótlási költség meghatározása több fokozatban megy végbe. Először leltárt kell készíteni az értékelendő eszközökről, majd meg kell határozni az egyes eszközök aktuális árát, és elemezni kell értékcsökkenésüket. A módszer lényege, hogy minden eszközt fel kell sorolni, függetlenül attól, hogy szerepel-e a vállalkozás könyvelésében vagy sem. A számviteli szabályozás a polgári jog tulajdonszerzési módjai közül nem ismeri el a hatósági határozat vagy árverés, az elbirtoklás, találás, gazdátlan javak elsajátítása általi szerzést, ezért ezek nem könyvelendő tételek,

de analitikus nyilvántartás vezetése kötelező. Az eszközök leltár szerinti felsorolása és értékelése az előzőek szerint a nyilvántartásba vett, de nem könyvelt eszközöket is tartalmazza. Az értékelési eljárásnak az újrabeszerzési áron való módszere akkor alkalmazható, ha az eladásra kínált eszmei vagyონrész ára egyenlő annak tényleges gazdasági értékével. Vizsgálat tárgyát képezi, hogy az ajánlati beszerzési ár mennyiben térhet el a valósnak vélt ártól. Ez az értékelési módszer alkalmazható leginkább franchise szerződések vagy licenc szerződések értékelésekor. Az újraelőállítási költségen alapuló módszer bizonyos esetekben az egyetlen használható eljárás. Amennyiben nincsen a vagyontárgyaknak kifejlett piacuk, így nem lehet piaci értékítéletről beszélni, a vagyónértékelés csak ezzel a módszerrel oldható meg. Ily módon értékelhetők a találmányok, kutatási, fejlesztési projektek. A költségalapú módszer egy más oldalról való megközelítése az indexált költség módszer. Ezzel az eljárással, amit trend- vagy indexelési módszernek is hívnak, a beszerzési érték alapján állapítható meg az eszköz értéke. Az árindex alkalmazása lehetővé teszi az ármódosulások figyelembevételét, vagyis az infláció okozta áremelkedés kiszűrését.

A jövedelemalapú érték megállapítás

A vagyón értékének megközelítése ebben az esetben a várható jövedelmezőség alapján történik. Az érték az élettartam során előállított gazdasági haszon, azaz a jövedelmek jelenértéke. A modell három részből tevődik össze, ezek az előállított haszon összege, a jövedelem nagyságának és az időtartamának becslése, az előre jelzett haszon előállításával kapcsolatos kockázat. A jövőbeni nyereségorientált módszer megbízhatóságát erősen befolyásolja az a tény, hogy az egyes eszközök által elérhető hasznosságára nagymértékben hat a vállalkozás mikro- és makrokörnyezete, az ország gazdasági helyzete, gazdaságpolitikája. Ugyanaz az eszköz más-más használati értéket képvisel, más hozamot eredményez eltérő gazdasági, társadalmi és műszaki környezetben. A módszer rendkívül hasznos azoknak az üzleti vállalkozásoknak az értékelésekor, amelyek léte egy adott szerződéstől függ, amelynek lejártával nagy a valószínűsége, hogy az üzletmenet a továbbiakban nem tartható fenn. Ugyancsak igen használatos ez a módszer új vállalatok esetében, amikor az üzletmenet jövőjének kilátásai kockázatosak. (Cooper, R. et al. 1999) A jövedelemalapú értékelésen belül megkülönböztethető egy másik értékelési eljárás, amelyben bizonyos tevékenységek használatának jogosultsága eredményez jövedelmet. Ezt nevezzük

a jog használatának értékén alapuló módszernek. Egy-egy eszköz tulajdonosa gyakran engedélyt ad arra, hogy mások is használhassák tulajdonát vagy szabadalmi eljárását. Ellenértékként az adott találmány vagy szabadalom által előállított jövedelem bizonyos %-át kell a tulajdonosnak visszafizetni. A jövedelemalapú értékbecslés kategóriájához sorolható még a költségmegtakarítás-alapú elemzés. Ebben az eljárásban a különböző okokból fellépő költségmegtakarítást kell pótlólagos jövedelemtöbbletként értelmezni, amelynek diszkontálása egy érték meghatározás alapját jelenti. Ilyen költségmegtakarítás felléphet egy előnyösen megkötött szerződésből kifolyóan, felléphet innovációs eljárások eredményeképpen létrejövő kedvezőbb technológiai eljárások esetén, de kialakulhat megújított alkalmazotti szerződéssel, amely révén előnyös feltételekkel tartja meg a vállalkozás valamely kulcsfontosságú szakemberét. (Bélyácz 1995)

A piaci alapú érték megállapítás

Az eszköz értékének meghatározása egy képzeletbeli piacon lejátszódó adásvétel által kialakuló piaci ár alapján történik. Látszólag ez a legegyszerűbb érték meghatározás, nem kell mást tenni, mint figyelni a piac jelzéseit és elfogadni az ott kialakult helyzetet. Mégis elmondható, hogy pont egyszerűségében rejlik a hibalehetőség. Ideális esetben több hasonló árucserére van példa, de gyakran nincs hasonló ügylet a piacon. Bizonyos esetekben az adásvétel összege nyilvános, de ez egyben félrevezethető is lehet, ha nem ismerjük az adásvétel pontos körülményeit. Előfordul, hogy az érték meghatározásához olyan ügyletet kell segítségül hívni, amely időben távol esik az értékelés időpontjától. Ebben az esetben már szerepet játszik a pénz időértéke és az infláció nagysága. A valós érték megállapításánál mint korrekciós tényezőt az időt is figyelembe kell venni. Az adásvétel árát befolyásolhatja, hogy mennyi idő áll rendelkezésükre a tranzakciók lebonyolításához. Felszámolás esetén hónapok alatt kell dönteni, aukciók során abban a pillanatban, s e két szélső eset között foglal helyet a többi gazdasági esemény, melyeknek különböző az idő szükséglete a csere lebonyolítása szempontjából. Ezek lehetnek a következők: átalakulás, apport és tőkeemelés értéke, tulajdon értékesítése, részvény tőzsdei bevezetése, konszolidálás és más különböző jogviszonyok (öröklés, válás, kisajátítás).

Vagyontértékelés funkciói, feladata

Az objektív és szubjektív értékfogalmak, a belső érték meghatározása után kialakult az ún. funkciótan, mely már arra koncentrál, hogy az értéket meghatározó tényezők minél szélesebb körét feltárja. A kérdés, melyre a funkciótan keresi a választ: mi a vállalatértékelő szerepe az értékelés folyamatában. Az értékelő feladatát, illetve az értékelés folyamatában elfoglalt helyét a funkciótan a következőképpen csoportosítja:

– *Tanácsadó funkció*

A tanácsadó funkció szerepe tulajdonváltás esetén értékelődik fel, az értékelő feladata a határár meghatározása, attól függően, hogy az eladó vagy a vevő által történt az értékelési megbízás. Ha a megbízó a vevő, akkor a határár azt a maximális összeget jelenti, amelyet a vevő az adott objektum megszerzéséért fizetni hajlandó. Ha az értékelő az eladó megbízását teljesíti, akkor a feladata a minimális ár meghatározása, amely alatt a vállalat semmilyen körülmények között nem cserélhet gazdát. A tanácsadó funkció jelentkezik idegentőkefelvételi-igénynél is. A befektető számára kockázatviselésük nagyságának meghatározásában fontos szerephez jut a jövedelemtermelő képesség feltárása mellett a vagyontértékelés. A meglévő vagyónállomány biztosítékot jelent a tőkejuttató kockázatának fedezésére, a hitelfolyósítók számára potenciális hitelfedezetül szolgál.

– *Érvelő funkció*

Gyakorta előfordul, hogy a vállalat értékének meghatározása egyértelműen a megrendelő érdekei szerint történik, illetve igényeit tükrözi. Ez a fajta érték-meghatározás a tárgyalások során érvként felhasználható. Az érvelő funkciónak megfelelő érték szubjektív érték, amely többnyire nem kellőképpen meg-alapozott, hanem az óhajokat tükrözi mindkét fél részéről. Csak jobb esetben tartalmazza az értékelő szakmai tisztességéből fakadó korlátokat.

– *Közvetítő funkció*

A közvetítő funkció az értékelő hatáskörébe tartozó feladat, ami akkor kerül előtérbe, amikor a felek valamilyen okból kifolyólag nem tudnak megegyezni. Az értékelő feladata az ún. egyezségi érték kialakítása s ezzel a fennálló konfliktus megoldása, ezért szubjektív tényezők nem jelenhetnek meg az értékelés folyamatában, a bizonyított részrehajlás szankcionáló etikai vétségnek minősül. Az egyensúlyi érték érdekösszhangon alapul, és feltételezi, hogy a vevő határára nem alacsonyabb, mint az eladó elvárt minimális ára.

Egy tipikus vállalati életciklus folyamán számos olyan helyzet adódik, amikor a vállalati érték meghatározása szükséges, de nem minden esetben azonos az értékmeghatározás célja, módszere és környezete. (Kalplan et al. 1998) Alapvetően kétféle vállalatértékelési helyzet definiálható: vállalati értékmeghatározás szükséges különböző tranzakciós esetekben, illetve állandó értékelést is alkalmazhatnak a vállalatok. A folyamatos értékelés kialakításának lehetséges változatai:

- *Vállalati portfólió menedzselése (vállalati érték folyamatos növekedésének biztosítása),*
- *Vállalatérték-alapú menedzsment – VBM.*

Az eseti vállalatértékelés különböző tranzakciós helyzetekben a vállalat piaci értékének meghatározására irányul, addig a folyamatos vállalatértékelés a vállalat belső értékét definiálja. Számos befolyásoló tényező hat az értékelés folyamata során a végeredményre, ezeket minden esetben figyelembe kell venni az értékmeghatározás során. Ilyen faktor például az üzleti kilátások, a cég jövőbeli tervei – akár rövidebb távon is sokat változhat a vállalat értéke. Ebből az következik, hogy az értékelés eredménye kizárólag az értékelés időpontját jellemzi, vagyis egy adott vállalatértékelési eredmény hosszú távon nem használható fel. (Bárcki et al. 2012) A vállalat tulajdonosi szerkezete és a részvények likviditása szintén olyan tényezők, amelyek a végeredményt illetően meghatározóak: a vállalat értékét befolyásolja a részvényesek szempontjából az is, hogy részvényüktől mennyi hozamot várhatnak el a tulajdonosok. Fel kell hívnom a figyelmet arra, hogy ismeretes a vállalatértékelésnek az a csoportosítása, amely az alapján különíti el az egyes eljárásokat, hogy a vállalatértékelést tőzsdére bevezetett vagy nem bevezetett vállalaton végzik. A tőzsdére bevezetett vállalatok esetében a vállalat értékét a saját tőke aktuális piaci értéke határozza meg, vagyis a vállalat értékét a részvények száma és az aktuális részvényárfolyam szorzata adja. Ez a megközelítés nem más, mint a *tőzsdei kapitalizáció*.

Ugyanakkor kijelenthető – illetve a gyakorlat által bizonyított is – hogy nem ad olyan egyértelműen pontos eredményt, mint más megközelítések, mivel a vállalat pillanatnyi környezete jelentősen befolyásolja a kapott eredményt, és ismeretes, hogy a részvényárfolyam gyakori változását nagyon sok tényező befolyásolja. Az árfolyamot a piac határozza meg, függően a vállalat számos tényezőjétől (például osztalékfizetési politika, versenytársak piaci helyzete, külső környezeti hatások). Az előzőek alapján érthető, hogy a teljes

vállalat pusztán részvényárfolyamok alapján meghatározott értékelése nem ad kielégítő és pontos eredményt. A piaci szegmensekben sokszor sajátos megközelítések alkalmazására van szükség a termékek egyedisége és különlegessége okán, így van ez az értékelésekkel kapcsolatban is. Példaként említhetem, hogy a vállalatértékelést nem az ismert pénzügyi vállalatértékelési módszerek segítségével végzik, hanem kifejezetten ingatlanok értékének meghatározására kifejlesztett úgynevezett *maradványérték-módszerrel*, amely jobban az ingatlanok sajátos természetére lett specializálva. A módszer némiképpen hasonló a költség alapú vállalatértékelési eljáráshoz, mivel ezen megközelítés esetén is a beruházás költségeinek meghatározásán, továbbá a jelenlegi, illetve jövőbeli felépüléskori érték becslésén alapul. A maradványérték-alapú megközelítést főként folyamatban lévő építkezések vagy tervezés alatt álló projektek értékének meghatározására használják. Elsőként a maradványértékelés módszere alapján az ingatlan jövőbeli értékét kell meghatározni, amelyet az épület felújításainak befejeztével ér majd el. Második lépésként az ingatlan felújítási munkálataival (egészen az elkészülésig) felszámítható és előre jelezhető összes költséget kell számba venni, majd ezek levonásával a jövőbeli értékből az ingatlan maradványértéke számítható ki. (Hágen 2009)

A *piaciérték-alapú* megközelítés lényege, hogy egy adott vállalkozás értéke meghatározható bizonyos paramétereiben hozzá hasonló ún. referenciavállalattal való összemérés útján is, ha az adott referenciavállalat már értékelésre került. Ebben az esetben a vizsgált vállalat értéke egyenlő a piacon megfigyelhető hasonló vállalatok értékével (például reális adásvételi árával), ehhez viszont nagy mennyiségű és friss adattömegre van szükség. A módszer többféleképpen használható: közvetlen összehasonlítással, illetve egy vagy több értékképző paraméter segítségével. Ilyen összehasonlító paramétert képezhet például a P/E ráta. Megjegyzendő, hogy egyéb tényezőket is figyelembe kell venni vállalatok összemérése során, például:

- *termékek köre,*
- *piacok,*
- *menedzsment struktúrája,*
- *bevétel, haszon,*
- *osztalékfizetési kapacitás,*
- *könyv szerinti érték,*
- *a vállalat helyzete az iparágban.*

A módszer előnyeként említhető a gyorsaság, viszont hátránya, hogy a kockázat megjelenítése nem lehetséges a számításban, továbbá nem veszi figyelembe az újrabefektetési igényt, a K + F-be történő befektetések rövid távon rontják az eredményt, illetve veszteséges vállalatok értékelése céljából nem használható.

	Tőzsdei kapitalizáció	Maradványértékelés	Piaci összehasonlítás
Célérték	Saját tőke piaci értéke	Belső érték	Piaci érték
Statikus vagy dinamikus számítás	Statikus, ha egy időpontra nézzük az értéket, de lehet hosszabb időre átlagolni is, vagy idősorra számolni.	Dinamikus, expl. időszakot követő periódusok együttes értékét jeleníti meg egyetlen számban.	Statikus, meglévő számviteli adatokkal kalkulál.
Alkalmazhatóság	Önállóan csak a saját tőke pillanatnyi értékéről ad információt.	Önállóan alkalmazható egyes szektorokban, pl. ingatlanipar.	Önállóan alkalmazható piaci érték számítására.
Menedzsment szempont	Goodwill számításához szükséges, és a vezetőség könnyedén követheti a piac véleményét.	Jövőbeli optimális megvalósulással számol, és részletes információt biztosít a befektetőknek.	Lehetőséget biztosít a versenytársakkal való összemérésére a vállalatnak.
Előnyök	Gyors, egyszerű számítás. Jó alapot biztosít.	Működéshez szükséges befektetett eszközök; kezeli az inflációt.	Viszonylag pontos eredményt ad, egyszerű számítás.
Hátrányok	Túl sok befolyásoló tényező alakítja.	Jövőbeli értéket kalkulál, időigényes számítás.	Számviteli információkon alapul.

1. táblázat: Az értékelési módszerek összehasonlítása

Forrás: saját szerkesztés

A három módszer különböző célértékekkel számol, a tőzsdei kapitalizáció esetében ez a saját tőke piaci értéke, a maradványértékelésnél a belső érték, míg a piaci összehasonlításnál a piaci érték. Statikusság, illetve dinamikusság kérdésében a tőzsdei kapitalizáció statikus számítás, amennyiben egy időpontra vizsgáljuk az értékeket, azonban hosszabb időre átlagolni vagy idősorra számolni is lehet. A maradványértékelés statikus, ha explicit időszakkal nem számol, így az időtényezőt kizárja. A piaci összehasonlítás is statikus, mivel meglévő számviteli adatokkal számol. Alkalmazhatóság terén a tőzsdei kapitalizáció önállóan csupán a saját tőke pillanatnyi értékéről nyújt információt, a maradványértékelés önállóan is alkalmazható egyes szektorokban, míg a piaci összehasonlítás szintén kiválóan alkalmazható önállóan is értékmérésre. Menedzsment szempontból a tőzsdei kapitalizáció módszere fontos, mivel a goodwill számításához szükséges, továbbá a vezetőség könnyedén követheti a piac véleményét általa. A maradványértékelés jövőbeli optimális megvalósulással számol, és részletes információt biztosít a befektetőknek, míg a piaci összehasonlítás lehetőséget biztosít a versenytársakkal való összehasonlításra, amely a vezetők szempontjából is nagyon fontos.

Következtetések, javaslatok

- A vagyoneértékelési eljárásokat a gyakorlati életben nagyfokú szakmai hozzáértéssel, pártatlanul és lehetőleg minél kevesebb hibával kell elvégezni.
- A hibalehetőségek egyik okaként a nem egyértelmű számviteli értelmezésekből eredő problémák, a különböző értékelési elvek és módszerek jelölhetők. Az eszközök jellegzetességei, a vállalaton belül vagy kívüli alkalmazhatóságuk, az értékelés kiindulási paramétereinek sokfélesége következtében elmondható, hogy nem rendelhető hozzá egy eszközhöz sem egyértelműen csak egy értékelési eljárás, módszer. A választási lehetőség éppen ezért áll fenn, mivel az értékelés tényezők egész sorának figyelembevételével végzendő, amelyek az értékelés pontosságát befolyásolják.
- A számviteli, könyvelési adatokon nyugvó értékelési eljárás nem eredményez gazdasági értéket. A törvényi előírásoknak megfelelő értékelési módok a múlthoz kötődnek. Elmondható, hogy fontos szerepe van az eszközökkel való gazdálkodás elszámolásában, de nem megbízható mutató. Alkalmatlanok piacgazdaságban a valódi érték megragadására. ezért

ennek alkalmazása tényleges piaci tranzakció (adásvétel, befektetés stb.) esetén csak tájékoztatásul szolgálhat.

- A költség, a jövedelem és a piaci alapú vagyoneértékelési elvek között fontossági sorrend nem állítható fel. Nem tehetünk kitéltet, hogy bizonyos eszközök csak az egyik, pontosan meghatározott módszerrel értékelhetők, hanem ezek az eljárások adaptívan alkalmazandók. A rendelkezésre álló adatok, használhatóságuk, a piaci keresleti és kínálati viszonyok, a piaci formák meghatározzák, melyik értékelési elv szerint járjon el az értékelő.
- Az újraberzerzési érték számításakor a vállalat eszközeinek jelenlegi piaci árát csökkentve az elszámolt értékcsökkenéssel kapjuk a vállalat értékét. Hasznos olyan eszközöknél, melynek ára jelentősen változott, vagy egyesüléskor a természetbeni hozzájárulás értékének meghatározásánál.
- A likvidálási érték kifejezi, mennyi lenne a nettó bevétel az eladással kapcsolatos tranzakciós költségek levonása után, ha a vállalatot bezárnák, eszközeit értékesítenék.
- A jövedelemalapú értékelés meghatározásánál a vállalat jövedelemtermelő képességét veszik figyelembe, vagyis a vállalat várható profitbevételeinek jelenbeli értéke. Továbbra is működő vállalat értékelésénél döntő jelentőségű.
- Piaci értékelés abban az esetben alkalmazható, amikor több hasonló tranzakció játszódik vagy játszódott le a piacon, melyek összehasonlításra adnak alkalmat. A többi adásvétel adatai felhasználásával, az eszköz jellegzetességei ismeretében becsülhető az eszköz értéke.
- Megjegyzendő, hogy a számviteli és a három értékelési elv szerinti érték-megállapítás végeredménye ritkán mutat egyenlőséget.
- Az értékelés pontosságának a mércéje, amikor a három elv szerint kialakult végeredmény közel azonos értékeket mutat. Ha nagy az eltérés, akkor súlyozni szükséges az értékeket, és így adódik a becsült érték. A vállalati vagyontárgyak értékelésekor különbséget kell tenni a működéshez feltétlenül szükséges és nem szükséges eszközök között. A nem szükségesek értékelési gyakorlata a likvidációs érték meghatározásán alapszik. Sieben (1963) a nem szükségeseket szintén likvidációs értéken értékeli, a szükségesnek ítélteteket pedig az újraberzerzési értéken.
- Az újraberzerzési értéket nem az erre kalkulált amortizációval mint az elhasználhatóság fokát számszerűsítő tényezővel módosítja, hanem egy faktorial – később Sieben-féle faktor néven is emlegetik, ami leginkább

az annuitás faktorhoz hasonló funkciókat lát el modelljében. A faktorban külön szerepel a használati időből az értékelésig terjedő időszak és a teljes használati idő. Ezzel a faktoriall kell beszorozni az újrabeszerzési értéket, így nyerjük az elhasználódottság fokával módosított részrekonstrukciós értéket.

IRODALOMJEGYZÉK

- BÁRCZI J. – ZÉMAN Z. – Vajna I. – TANGL A. – KOMÁROMI K. (2012): A stratégiai vezetői számvitel kapcsolata a vezetői döntéshozattal. A Controller: A gyakorló controllerek szakmai tájékoztatója (8) pp.5–10.
- BÁRCZI J. – ZÉMAN Z. – FÓNAGY Á. P. (2010): Alkalmazott vállalatértékelés Gödöllő, SZIE.
- BÉLYÁCS I. (1995): Tőkeberuházási és finanszírozási döntések, JPTE, Pécs.
- COOPER R. – KAPLAN R. S. (2001): Költség & Hatás: Integrált költség-számítási rendszerek: az eredményes vállalati működés alapjai: Panem Kft, Budapest.
- COOPER, Robin – Robert S. KAPLAN (1999): *The design of cost management systems: text and cases*. Prentice Hall.
- HÁGEN I. Zs. (2009): The benefits of applying controlling in Hungarian small and medium enterprises Gazdálkodás folyóirat 2009. 53. évf. 23. sz. különkiadása ISSN 0046-5518 p. 64–70
- KAPLAN R. S. – ANTONY A. (1998): Vezetői, üzleti gazdaságtan. Bp., Aula Kiadó.
- KAPLAN R. S. – NORTON D. P. (2000): *The Strategy – Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Boston. harvard Business School Press.

Szerző:

Bárczi Judit PhD

egyetemi docens

Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő

barczy.judit@gtk.szie.hu

MENEDZSMENT CONTROL – A SZÁMVITELI MUTATÓSZÁMOKTÓL A VERSENYKÉPES STRATÉGIÁIG

Böcskei Elvira – Hágen István Zsombor

Összefoglalás

Cikkünkben a vállalati stratégia és a számvitel sajátos kapcsolatára fókuszálunk, azon területeket érintjük, amelyek egyrészt a külső érintettek részére szolgáltatnak információt, másrészt operatív szinten jelennek meg. A vállalkozás vagyoni helyzetét bemutató mérleg, továbbá a vállalat bevételeiről, költségeiről és ráfordításairól tájékoztatást adó eredménykimutatás adatait felhasználva a legjellemzőbb mutatószámrendszerekre és azok összefüggéseire fókuszálunk. A mutatók egyszerű számítással kiszámolhatók, ugyanakkor információtartalmuk elégséges ahhoz, hogy a külső érintettek részére (is) a vállalkozás vagyoni, jövedelmi helyzetéről megbízható információt szolgáltatassanak. A gazdasági adatok ma már nyilvánosak, a mutatószámok ismertetése mellett a mérleg- és eredménykimutatás adatai szövegesen is értékelésre, bemutatásra kerülnek. Igaz ugyan, hogy a kötelezően előírt formai és tartalmi adatok ismertetésén túlmutatóan a jogalkotó a gazdálkodóra bízta a gazdasági mutatószámok képzését és annak bemutatását.

A külső és belső információszolgáltatásban megmutatkozó sajátosságokat a vállalati stratégia is tükrözi. Ma már a vállalatok fontosnak tartják, hogy a külvilág – az üzleti partnereik, jövőbeni lehetséges befektetők vagy csak az egyszerű érdeklődők – felé is megfogalmazzák stratégiájukat, küldetésüket, ugyanis az így közvetített értékrendjüknek üzenetértéke van. Ugyanakkor létezik egy „belső stratégia” is (ez jellemzően nem publikus), amely közvetlenül a menedzsmentnek szól. A két stratégia alapjaiban ugyan nem tér(het) el egymástól, ugyanakkor controlleri szempontból eltérő eszközrendszert használ.

Kulcsszavak: számviteli mutatószámok, számviteli mérleg, vállalati stratégia, eredménykimutatás, „belső” stratégia, controlling

JEL: M 41

Management control – from accounting indicators – to a competitive strategy

Abstract

In our article we focus on the connection of the corporate strategy and the accounting, involving the fields, which on the one hand provide information to external stakeholders, on the other hand appear in operative level. The accounting balance shows the financial state of the company, moreover it uses the data of profit-and-loss statement about the incomes, costs and expenses. We focus on the most typical scorecards and their connections. The indicators can be relatively easily calculated, at the same time its information content is adequate to provide reliable information about the financial and income situation of the enterprise to external stakeholders (too). Nowadays economic data are public, besides the review of indicator numbers, the balance and profit-and loss statement data are textually evaluated and published too. However it is true, that beyond the description of compulsory prescribed formal and content data, the legislators entrust the company how it generates economic indicator numbers and how these are presented.

The corporate strategy reflects to specialties in external and internal information providing. Now the companies consider it important to introduce their strategy and mission to the outside world, such as business partners, future potential investors or just common inquirers, because the mediated values have message value. At the same time an “inner strategy” (which is typically not public) also exists and directly affects the management. These two strategy cannot be fundamentally different from each other, however different toolkits are used from controlling point of view.

Keywords: *accounting indicators, accounting balance, corporate strategy, profit and loss statement, “inner”strategy, controlling*

MARK: M 41

Bevezetés

A globális gazdasági, társadalmi és környezeti változások a vállalkozásokat egyre inkább arra ösztönözték, hogy közvetlen és közvetett környezetük iránt felelős magatartást tanúsítsanak. Amennyiben a társadalmilag felelős magatartás kérdését a vállalkozások gazdálkodása szempontjából vizsgáljuk, akkor az már a cég alapításánál megkezdődik, majd – azt követően a megalkotott szabályzatokon és azok érvényre juttatásán keresztül – az évente elkészítendő, a gazdálkodó adott üzleti évi működését bemutató beszámoló formájában ölt testet. A számviteli törvény előírásai alapján a kötelezően elkészítendő beszámoló nyilvános – a 2000. évi C. törvény 4. § határozza meg azt, hogy a vállalkozás mely típusú beszámoló elkészítésére kötelezett –, célja, hogy átfogó tájékoztatást nyújtson a vállalkozás helyzetéről (Böcskei 2016). A vállalkozás vagyoni helyzetét bemutató mérleg és a bevételekről, költségekről és ráfordításokról tájékoztató eredménykimutatás, továbbá az éves beszámoló részét képező kiegészítő melléklet a vállalat vagyoni, pénzügyi, jövedelmi helyzetéről tájékoztatja a külső érintetteket. A külső információs rendszere mellett a belső számviteli információs rendszert úgy kell kialakítani, hogy azt a vállalkozás mindenkori stratégiájának szolgálatába lehessen állítani.

Anyag és módszer

Vállalati stratégia alatt a küldetés megfogalmazását, a jövőkép kialakítását és ezek megvalósításához szükséges magatartásminták kidolgozását értjük (Hágen 2008). A vállalatmenedzsment szempontjából nagyon fontos, hogy összhangot teremtsenek a gazdaság stratégiai és operatív céljai között. Csak az a stratégia valósítható meg, amely képes operatív szinteken megjelenni, vagyis végrehajtási alternatívát kínál. A vállalkozások versenyképességét alapvetően az ellátási láncuk hatékonysága határozza meg, amelyben a vevői igények figyelembevételével történik a tervezés. (Tégla Zs. – Szűcs Cs. 2015).

A vállalat eredményes működéséhez a stratégiának képesnek kell lennie operatív szinten, vagyis a mindennapi üzletmenet során megvalósulnia, beépülnie a menedzsment és a vállalat alkalmazottainak a gondolkodásába, szemléletébe, és ennek a tevékenység végzése során érvényre is kell jutnia.

Nem véletlen, hogy már az 1900-as években felismerték, hogy a szervezeti stratégia végrehajtása érdekében szükségszerű, hogy a menedzsment a szervezet tagjait befolyásolja, így a controlling mint vezetési eszköz fokozottan elő-

térbe került. Vállalatvezetési funkcióként a controlling a *Controller's Institute of America* elnevezésű intézethez kapcsolódik, amely a controllingot „management control system”-nek nevezte (1931). A mai értelemben vett menedzsment control megalkotása R. N. Anthony (1989) nevéhez fűződik. Nézete szerint a menedzsment control az a folyamat, amelynek során a menedzserek a szervezet tagjait befolyásolják a szervezeti stratégia végrehajtása érdekében. A controlt vezetői tevékenységnek tekintti, és összekapcsolja azt a vállalati célok elérésével. Hazai viszonylatban Dobák is (Dobák et al. 1997) a vezetés és a controlling elválaszthatatlan kapcsolatát hangsúlyozza, és a „menedzsment-control” kifejezést a controlling fogalmával szinonimaként használja. Számos közgazdász ír a vezetés és a controlling kapcsolatáról (F. J. Witt – K. Witt 1994, Schwalbe H. 1995, Horst – Günter H. – Kissing H. 1993, Mann R. – Mayer E. 1993, Ladó L. 1991, Horváth P. 1998, Csikós I.-né – Juhász T.-né – Kertész T. 1993, Boda Gy. – Szlávik P. 1999, Fenyves V. – Dajnoki K. 2015, Zéman 2016), utalva vezetői döntésekhez szükséges információk összetettségére.

Közel három évtizeddel ezelőtt Ladó L. (1991) már a controlling duplexitását hangsúlyozta, a vagyoni, pénzügyi, jövedelmi (nyereség) helyzet meghatározott időszakonkénti „szemmel tartására” hívta fel a figyelmet.

Jelen cikkünkben a nagy elődök elméleteiből kiindulva a vállalati stratégia és a számvitel sajátos kapcsolatára fókuszálunk, azon területeket érintjük, amelyek egyrészt a külső érintettek részére szolgáltatnak információt, másrészt operatív szinten jelennek meg. A vállalati stratégia is tükrözi ezt a külső és belső sajátosságot. Ma már a vállalatok fontosnak tartják, hogy a külvilág – az üzleti partnereik, jövőbeni lehetséges befektetők vagy csak az egyszerű érdeklődők – felé is megfogalmazzák stratégiájukat, küldetésüket, ugyanis az így közvetített értékrendjüknek üzenetértéke van. Ugyanakkor létezik egy „belső stratégia” is (ez jellemzően nem publikus), amely közvetlenül a menedzsmentnek szól. A két stratégia alapjaiban ugyan nem tér(het) el egymástól, ugyanakkor controlleri szempontból eltérő eszközrendszert használ.

Eredmények

Külső érintettek részére szolgáló információ

Amíg a vállaltok a küldetésüket, missziójukat (külső stratégiának definiáljuk) nyilvánosan is megfogalmazzák, jól látható helyeken (honlapjukon, a cég közösségi előterében stb.) elérhetővé teszik, ezzel ellentétben a vállalkozás gazdasági adatairól kevés információt szolgáltatnak Oláh et al., (2017). Annak ellenére, hogy az évente kötelezően elkészítendő beszámolók nyilvánosak, bárki számára szabadon hozzáférhetőek, a cégek e ténytet kevésbé publikálják. Ma még kevés azon piaci szereplők, vagy egyszerű érdeklődők száma, akik tisztában vannak azzal, hogy a gazdasági adatokhoz bárki hozzájuthat, azok letölthetőek. Így tévesen, ma még a gazdasági adatokhoz való hozzáférés misztikuma a jellemző, annak ellenére, hogy a jogalkotó célja – a beszámolók nyilvánosságra hozatalával – az volt, hogy a külső érintettek részére is megbízható, valós információt szolgáltatassanak a vállalkozások vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről. A beszámoló részeként kötelezően elkészítendő kiegészítő melléklet is ezt erősíti, ahol a mérleg- és eredménykimutatás adatai szövegesen is értékelésre, bemutatásra kerülnek.

A vállalkozás vagyoni helyzetének bemutatása, a kiegészítő melléklet információtartalma

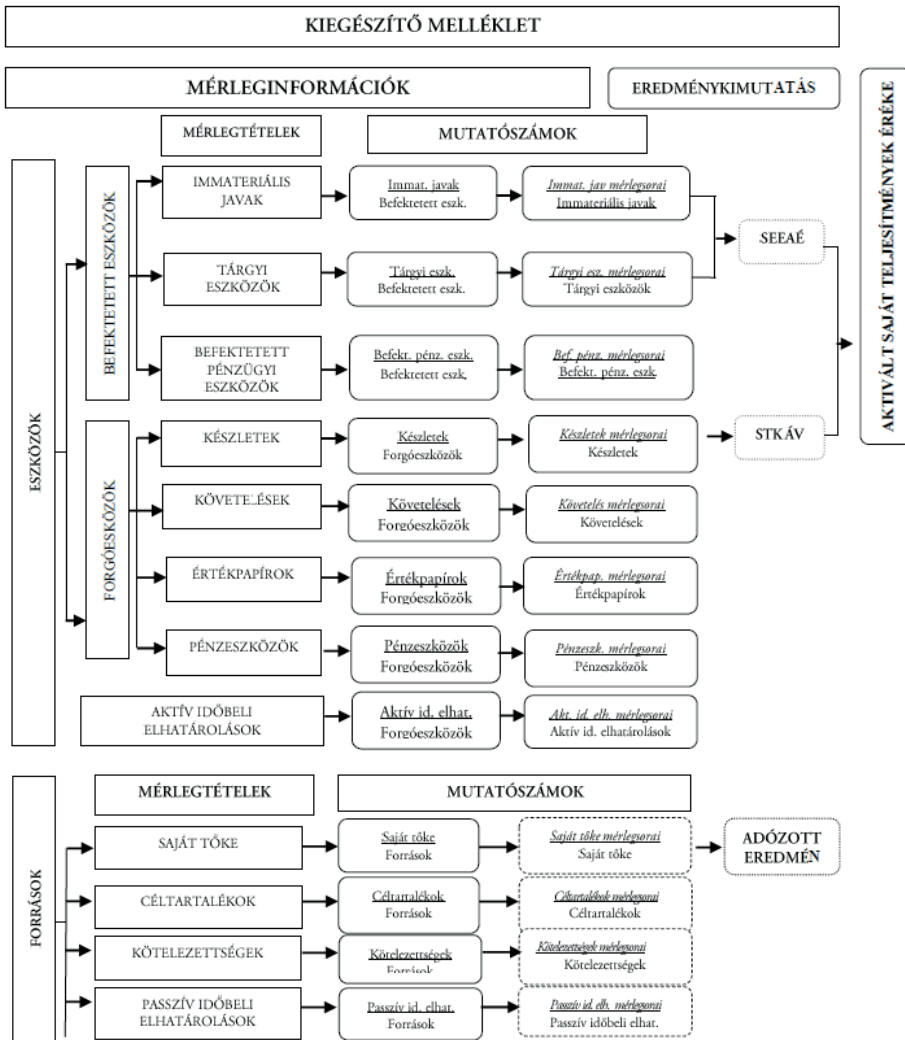
A kiegészítő melléklet tartalmazza a vállalkozás vagyonára, a befektetett eszközökre, azon belül is az immateriális javakra és tárgyi eszközökre vonatkozó tényszámokat. A befektetési tükröt felhasználva a vizsgált időintervallumra vonatkozóan képet kaphatunk az immateriális javak és tárgyi eszközök bruttó értékének növekedéséről és az eszközök értékének csökkenéséről.

A befektetési tükrő adatait felhasználva a vagyonstruktúrára vonatkozóan képezhetünk mutatókat, többek között az immateriális javak és tárgyi eszközök arányának vizsgálatára nyílik lehetőség, amely egyben tájékoztatást ad arról, hogy az eszközutánpótlás mennyiben biztosított.

A befektetett eszközökhöz hasonlóan a forgóeszközök esetében is látható, hogy hogyan alakul a forgóeszközök aránya az összes eszközállományhoz viszonyítva.

A forgóeszközökön belül a készletek elemzése viszonylag összetett, számos lehetőség kínálkozik az elemzésre. A kiegészítő mellékletben kötelezően be

kell mutatni a saját termelésű készletek állományváltozását – az aktivált saját teljesítmények értéke két tényezőből áll, a saját termelésű készletek állományváltozásából (STK ÁV) és a saját előállítású eszközök aktivált értékéből (SEEAÉ) –, így ennek alakulásáról részletes információkkal rendelkezhetünk.



1. ábra: Kiegészítő mellékletben bemutatásra kerülő vagyoni helyzet mutatószámrendszere és eredménykimutatás kapcsolata

Forrás: Böcskei E. (2012): Pénzügyi eszközmenedzsment a controlling szolgálatában.

A CONTROLLER: 8:(6-7) pp. 6–12.

A beszámoló részeként a kötelezően elkészítendő kiegészítő mellékletben a vagyon forrásoldalát is részletesen be kell mutatni, így a saját tőkét, a céltartalékokat, a kötelezettségeket és a passzív időbeli elhatárolásokat, azonban a változások mutatószámokkal történő elemzésére nem kell kötelező érvénnyel kitérni. Így jellemzően a forrásoldal elemzése elmarad, csupán egy leíró jellegű, az adott üzleti év eredményeit ismertető szöveges értékeléssel találkozhatunk. Ugyanakkor az eszközoldal elemzéséhez hasonlóan, annak logikai ívét követve érdemes a források esetében is egy áttekinthető mutatószámrendszer kidolgozása révén a változások bemutatását is megtenni.

A saját tőke valamennyi mérlegtételének alakulására kiemelt figyelmet kell fordítani, annak részletes bemutatása kötelező érvényű. A törvényalkotó kiemelt jelentőséggel kezeli a saját tőke mérlegSORAIT. A saját tőke első mérlegSORÁNAK – a tulajdonosok által ténylegesen és tartósan rendelkezésre bocsátott, a létesítő okiratban meghatározott tőkének –, a jegyzett tőke változásának üzenet értéke van, ugyanis a jegyzett tőke és a tőketartalék az a mérlegtétel, amelynek értéke „normál” esetben nem változik, kivéve akkor, ha tőkeemelés vagy tőkeleszállítás történik. Érdemes kiemelt figyelmet fordítani a saját tőke és a jegyzett tőke arányára. A törvény szerint két egymást követő üzleti évben a saját tőke értéke nem lehet kevesebb a – társasági formára meghatározott – jegyzett tőke minimumértékénél. Abban az esetben, ha a saját tőke a jegyzett tőke kétharmadára (rt. esetében), illetve felére (kft. esetében) vagy a minimum alá csökken, a törvényi feltételeket helyre kell állítani, amelynek lehetséges formái a tőkeleszállítás, vagy pótbefizetés, vagy át kell alakulnia, vagy jogutód nélkül megszűnik a cég (Ptk. 3:189. § [1]), 3:270. § [1]).

Az eredménytartalék az üzleti évet megelőző években folytatott vállalkozási tevékenység adózott eredményének (2016. évtől kezdődően a mérleg szerinti eredmény helyett az adózott eredmény a saját tőke utolsó sora) összegét tartalmazza. Abban az esetben, ha az eredménytartalék egyenlege negatív, az halmozott veszteséget jelent, vagyis a saját tőke csökkenését jelenti.

A saját tőkén belül értékelési tartalékként kell kimutatni:

- A befektetett eszközök piaci áron történő értékelése alapján meghatározott érték helyesbítés összegét (érték helyesbítés értékelési tartaléka),
- A valós értéken történő értékelés alapján a saját tőkével szemben elszámolt értékelési különbözet összegét (valós értékelés értékelési tartaléka).

A forrás oldalon a saját tőke után a céltartalékok kötelező ismertetésével a vállalkozás az óvatosság és az összemérés elvének érvényre juttatását erősíti.

A céltartalékképzéssel ugyanis:

- valósabbá teszi a saját tőkét;
- fedezetet teremt a tárgyidőszakból eredő, de a következő év(ek)ben várhatóan jelentkező kötelezettségekre, költségekre és ráfordításokra;
- pontosítja az eredményt.

A céltartalékok mérlegételt, a képzett céltartalék összegét, illetve annak felhasználását jogcímek szerinti részletezésben kell bemutatni. Az előző évhez viszonyítva így az eltérések jól nyomon követhetőek. Érdemes ebben az esetben is mutatószámok képzésével az áttekinthetőséget növelni.

A céltartalékok arányának vizsgálata a várható és jövőbeni kötelezettségeket és azok kockázatának változását mutatja.

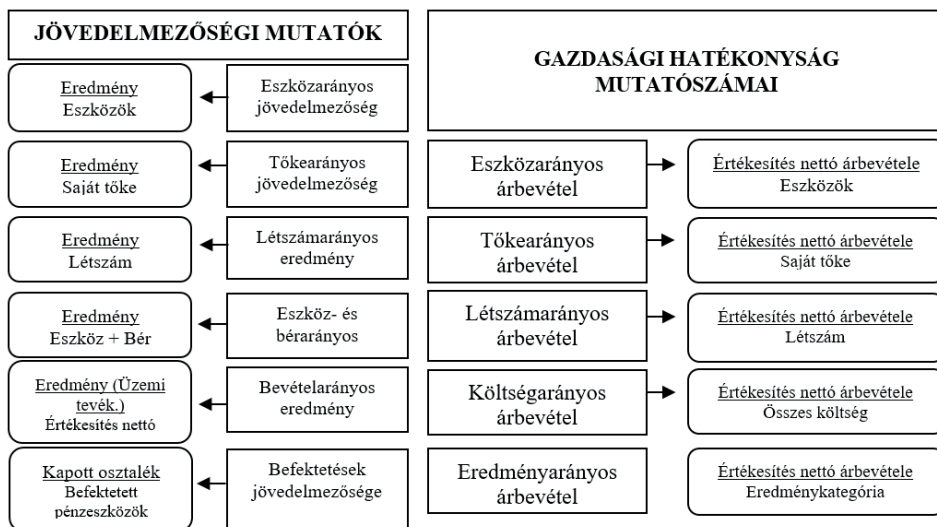
A céltartalékok után a következő mérlegsor a kötelezettségek értéke. A követelésekhez hasonló részletezettséggel kell bemutatnia a mérleg fordulónapján (december 31-én) fennálló kötelezettségeket.

A vagyoni helyzet vizsgálatakor nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a beszámolóból nyert információk általános, tájékoztató jellegűek, így az elsősorban a külső érintetteknek szól. Ugyan a vagyon bemutatása a befektetett eszközök – immateriális javak és tárgyi eszközök – vonatkozásában a befektetési tükör révén egységes, azonban azt, hogy milyen mutatószámokat képeznek, azt teljes egészében a vállalkozóra bízva. Valamennyi mérlegétel esetében igaz, hogy miután csak az előző évhez viszonyítva kerülnek a tárgyevi mutatók értékelésre, így csak a markáns változások kerülhetnek a figyelem középpontjába.

A vállalkozás eredménykimutatásának kapcsolata a kiegészítő melléklettel

A kiegészítő mellékletben a mérleg- és eredménykimutatás kapcsolatában külön be kell mutatni az aktivált saját teljesítmények értékét. Aktivált saját teljesítmények értéke a saját termelésű készletek állományváltozása és a saját előállítású eszközök üzleti évben aktivált – az eszközök között állományba vett – értékének együttes összege.

A kiegészítő mellékletben kerülnek bemutatásra az eredménykimutatás legfontosabb tételei, amelyek a vállalkozás bevételeinek alakulásáról, a felmerült költségekről, ráfordításokról adnak tájékoztatást.



2. ábra: Eredménykimutatás és a mérleg tételeiből képezhető jövedelmezőségi és hatékonysági mutatók

Forrás: Böcskei E. (2012): Pénzügyi eszközmenedzsment a controlling szolgálatában. A CONTROLLER: 8:(6-7) pp. 6-12.

A jövedelmezőség elemzése során a vállalkozás eredményességének vizsgálatára kerül sor, amelyhez az eredménykimutatás tételei kerülnek felhasználásra. Egy vállalatról akkor mondjuk, hogy jövedelmezően gazdálkodik, amennyiben bevételei meghaladják a költségeket, ráfordításokat.

A hatékonysági mutatók segítségével azt vizsgálhatjuk, hogy a vállalkozás hogyan hasznosítja eszközeit. Az eredmény valamely összetevőjét vagy valamely eredménykategóriát viszonyítjuk az eszközállományhoz. A hatékonyságot nem lehet egyetlen mutatóval mérni, annak színvonalára, fejlődésére csak a mutatók rendszerének komplex vizsgálata adhatja meg a választ. A gazdasági hatékonyság méréséhez a jövedelmezőségi és teljesítménymutatókat használhatjuk fel. A vállalkozás működtetése akkor tekinthető gazdaságosnak, ha adott ráfordítás mellett nagyobb eredményt tudunk elérni, vagy adott eredményt kisebb ráfordítással érünk el (Böcskei 2012).

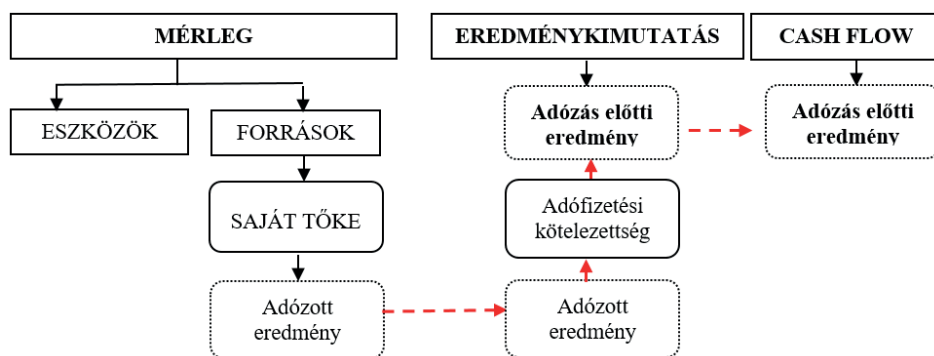
Likviditás vizsgálata

A likviditás vizsgálata során a vállalkozás fizetőképességéről kapunk információt, amely során meglevő pénzeszközeit, továbbá követeléseinek és kötelezettségeinek nagyságát, azok időbeli alakulását vizsgáljuk. Az azonnali fizetőképesség reális megítélését befolyásolhatja a követelések és készletek nagysága, azonban itt is tekintettel kell lenni arra, hogy a készletek között is lehet elfekvő készlet, melynek értéke negatívan hat a likviditás értékelésre, hasonló problémát okozhat a lejárt követelések vagy nehezen behajtható követelések nagysága, ezért célszerű a likviditást nem statikusan, hanem a controlling előnyeit kiaknázva folyamatosan elemezni, értékelni. (Baranyi et al. 2014) A legáltalánosabban elterjedt a négyfokozatú statikus likviditási mérleg. A mérlegadatokból igen egyszerűen kiszámítható, azonban nem szabad megfeledkezni arról, hogy az I-II. fokozat információtartalma az, ami a cég fizetőképességére utal, míg a további fokozatok együttes összege a hosszabb távú fizetőképességet tükrözi. A likviditási mérleg I. fokozata az azonnal rendelkezésre álló eszközöket (pénzeszközök) viszonyítja az azonnal esedékes kötelezettségekhez (ezek általában már lejárt kötelezettségek). A likviditási mérleg II. fokozata az éven belül behajtható követelések, illetve a rövid lejáratú esedékes kötelezettségek értékével bővül.

Amennyiben a *követelések vagy a rövid lejáratú kötelezettségek mérlegértékét nézzük, szem előtt kell tartanunk, hogy adott időpontra – az üzleti év fordulónapjára, december 31-re – vonatkozik, így információtartalma elsősorban tájékoztató jellegű.* A jogszabályi változásoknak köszönhetően – 2013. július 1-től hatályos törvényi szabályozást (Ptk. 292/A §) – a pénztartozást a jogosult fizetési felszólításának vagy számlájának kézhezvételétől számított harminc napon belül teljesíteni kell. Így kiszámíthatóbbá váltak a pénzügyi teljesítések. Magáról a pénzforgalom alakulásáról a cash flow szolgáltat információt.

A cash flow kimutatás információtartalma

A számviteli törvény az éves beszámolót készítő vállalkozások esetében a kiegészítő melléklet részeként ugyan előírja a cash flow kimutatás elkészítését, azonban jelentősége, szerepe ezen jóval túlmutat. A cash flow lényegét tekintve egy **forgalmi (flow) szemléletű kimutatás**, amelyben az adott időszak alatt realizált bevételeket állítjuk szembe a pénzkiadásokkal.



3. ábra: Eredménykimutatás és a mérleg tételeiből képezhető jövedelmezőségi és hatékonysági mutatók

Forrás: Böcskei E. (2012): Pénzügyi eszközmenedzsment a controlling szolgálatában. A CONTROLLER: 8:(6-7) pp. 6–12.

A cash flow elemzés során elsőként elemezzük, hogy a vállalkozás rendelkezésére álló pénzeszközök mely tevékenységi területen, mely tevékenységek révén képződtek, és felhasználásukra mely gazdálkodási területen került sor. A cash flow kimutatásban tehát csak a készpénzmozgással járó gazdasági események kimutatása valósul meg. A kimutatás lehet egyrészt a külső szervek számára készített elemzés viszonyítási alapja, másrészt a menedzsment, azaz a belső érdekcsoportok számára készülő elemzések, tervezések alapját is képezheti, bázishoz mért fejlődés, tervhez való viszonyítás, eltéréselemzés megállapítására vonatkozóan (menedzsmenteszköz). A számviteli törvény szerint készülő cash flow kimutatás jellemzően *külső érdekcsoportok* számára készül, a beszámoló részeként az azzal kapcsolatos elvárásoknak hivatott megfelelni, azaz a *valós képről való tájékoztatást tekinti* feladatának. A vállalkozás élhet azzal a lehetőséggel, hogy a kimutatás elkészítése során vagy a tervezett és a tényadatokat, vagy az előző év és a tárgyév adatait mutatja be (Böcskei 2012).

Fontos kiemelni, hogy a kimutatás alapvető finanszírozási kérdésekre is rávilágít, többek között megtudhatjuk, hogy az adott készpénz realizálásához valójában a szállítói kötelezettség növekedése vagy éppen a forgótőke állományának csökkenése vezetett. *Külső érdekcsoportok* információt nyerhetnek arról, hogy az adott vállalkozás kötelezettségeit milyen időintervallumban teljesíti, és nem utolsósorban a potenciális osztalékfizetés alakulása is prognosztizálhatóvá válik. A vállalkozás pontos készpénzigényéről is tájékozódhatunk a kimutatásból, amelynek különösen akkor van jelentősége, ha likviditási prob-

lémákkal küzd. Láthatjuk, hogy a cash flow kimutatás nagymértékben hozzájárulhat a menedzsmentcélok megvalósításához. Mindez abban az esetben valósulhat meg, ha az adott szervezetre igazított controlling rendszer támogatottságát élvezzi (Böcskei 2012).

Költségek elemzésének controlling szempontú aspektusai

A controlleri munkához nélkülözhetetlen a költségek, ráfordítások részletes felosztásának ismerete. Az elemzés szerves részét kell, hogy képezze a költségek költséghelyek (a költségek felmerülésének helye szerint) és költségviselő (ki viseli a költségeket, minek az érdekében merültek fel) szerinti ismerete. A költségek felosztása egyben az önköltségszámítás alapját képezi, amely során a tevékenységekhez, továbbá a termeléshez kapcsolódó termékek egységköltségének meghatározására kerül sor. A költségek felmerülésének helye és értékének meghatározása nélkülözhetetlen a tervezéshez, a gazdaságossági számításokhoz, az árképzéshez, amelyhez a kalkulációs módszerek széles skálája áll rendelkezésre.

A költségek elemzésekor az egyik érzékeny terület a munkaerővel kapcsolatos költségek vizsgálata. Az emberi erőforrásokkal való hatékony gazdálkodás túlmutat a tényszámok alakulásának elemzésén, ugyanis a foglalkoztatás költségeinek vizsgálatakor nem szabad figyelmen kívül hagyni annak ösztönző hatását. A bér-gazdálkodás átfogó elemzése során nem hagyhatóak figyelmen kívül, hogy mely bérformát alkalmazzák, és azok mennyiben szolgálják a gazdasági hatékonyságot. Az elemzés során a létszám alakulása mellett a tényleges költségeknek a tervezetthez való viszonyítása mellett a bérköltség szerkezetének elemzésére is ki kell térni.

Balanced ScoreCard

A stratégiai controlling két fő eszköze a Balanced ScoreCard és az értékközpontú vezetés (Turner, 2004). Mindkettő olyan stratégiai menedzsmentmódszer, amely lehetővé teszi a kitűzött célok lebontását akciókra. Az értékközpontú vezetés abból az alaptézisből indul ki, hogy a befektetők megtérülést várnak osztalék és árfolyamnyereség formájában. A Balanced ScoreCard a vállalati működés többi érintettjének elvárásait is tükrözi. (Fenyves–Dajnoki, 2015). A ScoreCard négy elkülönülő nézőpont köré szerveződik, a pénzügyi teljesítmény, a vevők, a működési folyamatok, valamint az innováció és tanulás né-

zópontja. A ScoreCard mutatók ok-okozati összefüggések sorozatán keresztül kapcsolódnak egymáshoz.

A „Balanced” a kifejezéssel is jelzi, hogy egyensúlyt kell teremteni:

- a rövid távú és a hosszú távú mutatók,
- a pénzügyi és a nem pénzügyi mutatók,
- a visszatekintő és az előrejelző mutatók,
- valamint a külső és a belső teljesítményelemek között.

A vállalati teljesítménymérési rendszerek, így a Balanced ScoreCard is vállalat-specifikusak, fő feladatuk a teljesítményre ható számos tényező feltárása és azok befolyásolása annak érdekében, hogy minél nagyobb eredmény, illetve érték-előállítás valósuljon meg, minél kisebb erőforrás-felhasználással. Bármilyen módszert választ a vállalat, magának kell meghatározni a számára kulcsfontosságú teljesítményelemeket, mert csak így építhető ki a teljesítmény folyamatos fejlesztését támogató teljesítménymérési rendszer. (Wimmer, 2004)

Balanced ScoreCard és a stratégia kapcsolata:

- ok-okozati kapcsolatok feltárása,
- teljesítményokozók beépítése és
- a kapcsolat megteremtése a pénzügyi mutatókkal.

A stratégia ok-okozati összefüggésekre vonatkozó hipotézisek halmaza. A megfelelően felépített Balanced ScoreCard segítségével pontos képet kaphatunk az üzleti egység stratégiájáról. A teljesítményértékelési rendszernek egyértelműen meg kell határoznia a különböző nézőpontok céljai és mutatói közötti összefüggéseket (a hipotéziseket), amellyel biztosítható azok kezelhetősége és értékelhetősége.

A Balanced ScoreCardnak be kell azonosítania, és pontosan ki kell fejeznie azokat a hipotéziseket, amelyek az eredménymutatók és az eredmények teljesítményokozói közötti ok-okozati összefüggésekre vonatkoznak. Minden egyes Balanced ScoreCardban szereplő mutató olyan ok-okozati kapcsolat egy-egy lánczeme, amely kommunikálja az üzleti egység stratégiáját a szervezet felé. A Balanced ScoreCardnak megfelelő arányban kell tartalmaznia eredménymutatókat (utólagos jelzőszámokat) és olyan teljesítményokozókat

(előrejelző mutatókat), amelyek jellegzetesek az üzleti egység stratégiájára nézve. Az általános mutatók elsősorban utólagos, visszatekintő mutatók: ilyenek például a jövedelmezőség, a piaci részesedés, a vevői elégedettség, a megtartott vevők aránya vagy az alkalmazottak képességeinek meghatározására szolgáló mutatók. A teljesítményokozók tükrözik a vállalat stratégiájának jellegzetes vonásait. A jövedelmezőségre legnagyobb hatást gyakorló tényezők között szerepelhetnek: a releváns piaci szegmens; azok az egyes működési folyamatokkal, valamint tanulással és fejlődéssel kapcsolatos célkitűzések, amelyek a legfontosabb szerepet játsszák abban, hogy a vállalat valóban értéket nyújthasson konkrét célcsoportjainak és a piaci szegmenseknek.

A működés hatékonyságának javulását minden esetben össze kell kapcsolni a gazdasági eredményekkel, a pénzügyi mutatókkal. Hangsúlyt kell fektetni az eredményekre, különös tekintettel a pénzügyi eredményekre, így a működőtőke megtérülésére és a hozzáadott értékre (Hágén I. Zs., 2008).

Következtetések, javaslatok

Összességében elmondható, hogy a beszámolóban közölt adatok információtartalma elégséges a külső érintettek tájékoztatására. A mélyebb elemzések, összefüggések feltárásának nem színtere, az már olyan belső, egyedi információkat feltételez, amely komplexitása révén komoly szakmai ismereteket igényel. A belső elemzések elkészítése tipikus controlleri feladat, amely során a controller elsősorban pénzügyi és számviteli kimutatásokra támaszkodik, és ezen megbízható, tényszerű adatok alapján készíti el jelentéseit. Jellemzően költségelemzések, fedezetvizsgálatok, jövedelmezőségi elemzések készülnek.

A controlling rendszer hatékony működésének fontos feltétele, hogy a mutatószámrendszereket célirányosan, a vállalkozás versenyképességének közép-pontba állításával alakítsák ki. A vállalati teljesítmény elemeinek (működési, piaci, pénzügyi) egymásra épülésével lehet sikeres a vállalat. Ez a logikai lánc több stratégiai teljesítménymérési rendszerben is megjelenik. A vállalati teljesítmény minden lényeges elemének mérése a vállalkozások számára létérdek. A menedzsment feladata a vállalati teljesítményt befolyásoló tényezők feltárása. Bár a legfőbb vállalati célok pénzügyi célok formájában jelennek meg, de kizárólag pénzügyi mutatók alapján, az értékteremtés folyamatainak vizsgálata nélkül nem lehet vállalatot irányítani. (Wimmer, 2004) A vállalkozásnak magának kell eldöntenie, hogy melyik tényezőt tekinti teljesítménye alakulása és értékelése szempontjából relevánsnak, így többek között az

eredménykimutatásban meghatározott számviteli eredményt; a rendelkezésre álló, szabadon felhasználható cash flow mennyiségét; a vállalat értékének növekedését; vagy/és a stratégiában meghatározott célok elérését. Azt, hogy egy vállalat mennyiben sikeres, melyek azok a tényezők, amelyek versenyelőnyhöz juttatják, (Oláh–Popp, 2016, Oláh et al., 2017), továbbá milyen eszközöket és módszereket alkalmaz, ez az, amely megkülönbözteti és egyedivé teszi a piaci szereplőket.

IRODALOMJEGYZÉK

- ANTHONY, R. – GOVINDARAJAN, V. (2007): *Management Control Systems*, Chicago, Mc-Graw-Hill
- BARANYI A. – DOMJÁNNÉ Ny. R. – KONCZ G. – KOVÁCS Gy. – TARALIK K. – TÖZSÉR A.: *A Hevesi és Bátorfyerenyi kistérségek Terület és Gazdaságfejlesztési Lehetőségei és korlátai*. Tanulmánykötet, 2014. ISBN: 978-963-9941-83-0 200p.
- BODNÁR V.: *Teljesítménymenedzsment vagy controlling?* In: *Változás-és-vezetés*, Aula Kiadó, Budapest, 2005.
- BÖCSKEI E. (2013): *Qua vadis Controller? - avagy visszatekintve előre haladni* CONTROLLER INFO. Copy & Consulting Kft. 2013/1. pp. 3–8.
- BÖCSKEI E. (2012): *Pénzügyi eszközmenedzsment a controlling szolgáltatásban*.
- A CONTROLLER, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft. 2012/8:(6-7) pp. 6–12.
- BÖCSKEI E. – FEKETE H. (2012): *A vállalati teljesítmény mérése az elmúlt évtized tükrében – a teljesítménymenedzsment szerepe*. A CONTROLLER, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft. 2012/1. pp. 1–6.
- BÖCSKEI Elvira – BÁCS Zoltán – FENYVES Veronika – TARNÓCZI Tibor (2015): *Kockázati tényezők lehetséges előrejelzése, a gazdálkodás felelősségének kérdése a számviteli beszámolóból nyerhető adatok tükrében* 2015/III/3. CONTROLLER INFO. Copy & Consulting Kft. pp. 7–15.

- HÁGEN I. Zs., (2008): A kis- és középvállalkozások versenyképességének növelése kontrollinggal. Doktori (PhD) értekezés, Szent István Egyetem, Gödöllő.
- BODA Gy. – SZLÁVIK P. (1999): Vezetői controlling KJK. Kiadó Kft. Bp.,
- CSIKÓS I.-né – JUHÁSZ T.-né – KERTÉSZ T. (1993): Operatív controlling I.-II.-III. NOVORG Kiadó Kft. – REFA Hungária Kft.
- DOBÁK M. et al. (1997): Szervezeti formák és vezetés. KJK. Kft. Budapest.
- FENYVES V.: (2013): Problems with the application of conventional financial ratios in corporate risk measurement, APSTRACT – APPLIED STUDIES IN AGRIBUSINESS AND COMMERCE 7: (3-4) pp. 5–12.
- FENYVES V. – Dajnoki K. (2015): Controlling opportunities in area of the human resources management ANALELE UNIVERSITATII DIN ORADEA FASCIOLA MANAGEMENT SI INGINERIE TEHNOLOGICA / ANNALS OF THE UNIVERSITY OF ORADEA FASCICLE OF MANAGEMENT AND TECHNOLOGICAL ENGINEERING (ISSN: 1583-0691) 24: (1) pp. 13–142. (2015)
- F. J. WITT – K. WITT (1994): Controlling kis- és középvállalkozások számára. Springer Hungarica Budapest.
- HORST – GÜNTER H. – KISSING H. (1993): Controlling – das Unternehmen mit Zahlen führen. Weka-
- VERLAG, Fachverlag für Unternehmensrecht, Management, Technik. Zürich
- HORVATH P. (1995): Das Controlling-Konzept dtv. München.
- HORVÁTH P. (1997): Controlling: Út egy hatékony controllingrendszerhez KJK. Kft. Budapest.
- HORVÁTH P – Reichmann, T. (1993): Vahlens Großes Controlling Lexikon. Verlag Frany Vahlen GmbH, München

Judit OLÁH – Péter BALOGH – LAKNER Zoltán – József POPP (2016): Alapanyag-készlet csökkentésére irányuló folyamatok bemutatása az ellátási láncban. *Információs Társadalom*. 16(4):61 May 2017.

DOI: 10.22503/infstars.XVI.2016.4.4 License: CC BY-NC-ND 4.0.

J. OLÁH – J. POPP (2016): Lean Management, Six Sigma and Lean Six Sigma: Possible Connections. *Óbuda University E-Bullentin* (ISSN: 2062-2872) 6: (2) pp. 25–31. <http://www.uni-obuda.hu/e-bulletin/issue8.htm>

Judit OLÁH – Ádám SZOLNOK – Gyula NAGY – Péter LENGYEL – József POPP (2017): The Impact of Lean Thinking on Workforce Motivation: A Success Factor at LEGO Manufacturing Ltd., *Journal of Competitiveness*, Vol. 9, Issue 2, pp. 93–109, June 2017, ISSN 1804-171X (Print), ISSN 1804-1728 (On-line), DOI: 10.7441/joc. 2017.02.07

KAPLAN, Robert S. and Norton, DAVID P. (2001): *The strategyfocused organization: How Balanced Scorecard companies thrive in the new business environment*, Harvard Business School Publishing Corporation.

LADÓ L. (1991): *Számvitel, adózás és vállalkozás* Láng Kiadó, Budapest, 179.p., 181. p.

MANN, R. – MAYER E. (1993): *Controlling kezdők számára*, SALDO Rt. Budapest.

SCHWALBE, H. (1995): *Controlling az értékesítésben* SALDO Rt., Budapest.

SPREMANN, K. (1992): *Grundlagen, Informationssysteme, Anwendungen*. Gabler Wiesbaden.

TÉGLA Zs., SZŰCS Cs.: SUPPLY CHAIN OF VEGETABLE FORCING IN HUNGARY *JOURNAL OF CENTRAL EUROPEAN GREEN INNOVATION* 3:(2) pp. 155–168. (2015) (ISBN HU ISSN 2064-300)

ZÉMAN Z – TÓTH A. (2017): *Stratégiai pénzügyi controlling és menedzsment* Akadémia Kiadó pp. 1–210.

ZÉMAN Z. – BÁCS Z. – BÁN E. – FENYVES V. (2016: Hiteles vagy „félrevezető” számviteli információk értékelése a nemzetközi és magyar gyakorlat összehasonlításában CONTROLLER INFO (ISSN: 2063-9309) IV: (3) pp. 52–57.

2000. évi C. törvény a számvitelről.

2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről

Szerzők:

Dr. habil. Böcskei Elvira

Károli Gáspár Református Egyetem
Gazdaság- és Vezetéstudományi Intézet
Intézetvezető, egyetemi docens
dr.bocskei.elvira@gmail.com

Dr. Hágen István Zsombor

Eszterházy Károly Egyetem
Gyöngyösi Károly Róbert Campus Üzleti Tudományok Intézete
egyetemi docens
hagen.istvan@uni-eszterhazy.hu

TERÜLETI KÜLÖNBSÉGEK ALAKULÁSÁNAK VIZSGÁLATA A PILISVÖRÖSVÁRI JÁRÁSBAN

Fabi Alexandra Zita – Szűcs Antónia

Összefoglalás

A társadalmi és gazdasági fejlettség térbeli különbségeinek elemzése már évtizedek óta a társadalomtudományok és a politika érdeklődésének kiemelt pozíciójában áll. Az elmúlt években Magyarországon is elterjedtek az ilyen jellegű kutatások. A különböző szintű fejlettség egy bizonyos határig nem okoz problémát, de egy bizonyos érték felett már nagyobb figyelmet kell neki szentelni. A fejlettségi színvonal érzékeltetésére használt mutatók köre igen széles skálán mozog. A számos mutató közül kistérségi, illetve járási szinten gazdasági és társadalmi mutatókra vonatkozó komplex fejlettségi vizsgálat a legalkalmasabb.

Kulcsszavak: *Pilisvörösvári járás, komplex fejlettségi mutató, vidékfejlesztés*

JEL: R10

An examination of regional disparities in Pilisvörösvár District

Abstract

The analysis of spatial differences in social and economic development has been in the forefront of the interest of social sciences and politics for decades. In recent years, such research has spread to Hungary. The level of development at different levels does not pose a problem to a certain extent, but above a certain value it has to pay more attention to it. The range of indicators used to describe the level of development moves on a very wide scale. From a variety of indicators, complex developmental surveys on the economic and social indicators at the microregional or district level are the most appropriate.

Keywords: *Pilisvörösvár District, complex development index, rural development*

MARK: R10

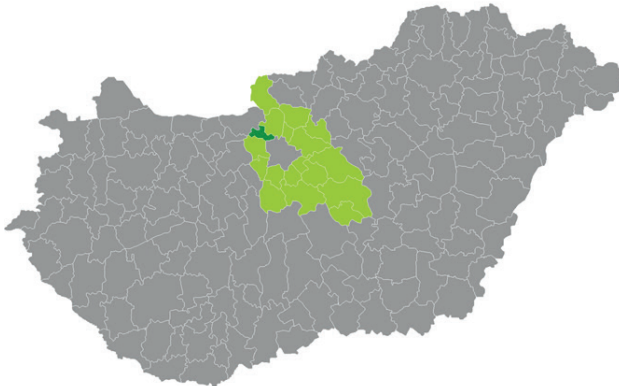
Bevezetés

A társadalmi és gazdasági fejlettség térbeli különbségeinek elemzése már évtizedek óta a társadalomtudományok és a politika érdeklődésének központjában van. Az elmúlt években Magyarországon is elterjedtek az ilyen jellegű kutatások. A fejlettségi színvonal érzékeltetésére használt mutatók köre igen széles skálán mozog. A sok mutató közül kistérségi, illetve járási szinten a gazdasági és társadalmi mutatókra vonatkozó komplex fejlettségi vizsgálat a legalkalmasabb.

Tanulmányunk a Pilisvörösvári járás területi különbségeinek vizsgálatát célozza meg a 2010 és 2014-es évekre vonatkozóan, KSH-adatokra támaszkodva. A területi különbségek méréséhez komplex fejlettségi mutatószámot alkalmaztunk. Az idősoros vizsgálat elemzéséhez a Kormány 290/2014. (XI.26.) Korm. rendeletében megadott 1. mellékletet használtuk fel. Ebben 4 mutatócsalád, összesen 24 mutató található. Esetünkben 13 mutató állt rendelkezésre az általunk vizsgált évek tekintetében.

Anyag és módszer

A vizsgált terület, a Pilisvörösvári járás Pest megyéhez, azon belül a Pilisvörösvári kistérséghez tartozik, székhelye Pilisvörösvár (1. ábra). A Pilisvörösvári járás a 2013-ban újonnan létrehozott járások közé tartozik, a járások 1983-as megszüntetése előtt nem létezett, Pilisvörösvár korábban soha nem töltött be járási székhely szerepet.



1. ábra: A Pilisvörösvári járás elhelyezkedése a Pest megyei térségben

Forrás: INTERNET 1

KSH-adatok alapján területe 130,81 km², népessége 54 701 fő, népsűrűsége pedig 418 fő/km² a 2015. évben. A vizsgált járáshoz két város (Pilisvörösvár és Piliscsaba) és 7 község tartozik (INTERNET 2). Települései: Pilisvörösvár, Piliscsaba, Solymár, Pilisborosjenő, Pilisjászfalu, Pilisszántó, Pilisszentiván, Tinnye, Üröm.

Az idősoros vizsgálat elemzéséhez a Kormány 290/2014. (XI.26.) Korm. rendelete a kedvezményezett járások besorolásáról 1. számú mellékletét használtuk fel. A melléklet a térségek társadalmi-gazdasági és infrastrukturális fejlettségét mérő komplex mutató kiszámításánál használt adatok körét és a számítás módszertanát tartalmazza.

A Pilisvörösvári járás településeire vonatkozó adatokat, melyek a mutatók összeállításához szükségesek, a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisából kerestük ki. A hiányzó adatok elérése érdekében a Központi Statisztikai Hivatal dolgozóit is megkerestük, de számos adat csak megyei szinten van meg nekik, illetve voltak olyan adatok, amelyeket fizetés ellenében lehetett volna elérni. Mivel voltak olyan adatok, melyek nem álltak rendelkezésre, vagy csak bizonyos években voltak elérhetőek, így a Pilisvörösvári járás idősoros vizsgálatát 13 rendelkezésre álló mutató alapján végeztük el. A vizsgálati időszak kijelölésénél figyelembe kellett tehát vennünk a megszerezhető adatok körét. Mivel a tanulmány készítésekor a KSH településszintű utolsó évi adatai a 2014. évre vonatkoztak, így a 2010–2014-es periódus mellett döntöttünk.

Az egyes települések fejlettségének meghatározásához az alábbi képlet segítségével Molnár (2001) alapján egy skálaösszehasonlító transzformációt végeztünk a 13 változó összehasonlíthatóvá tételéhez:

Az egyenletben:

$$KFM = \frac{X_{min} - X_i}{T_x} * 100$$

KFM = az adott település komplex fejlettségi mutatója; X_i = az x változó értéke az adott településen; X_{min} = az x változó minimális értéke a települések között; T_x = az x változó terjedelme.

Ezek a mutatók pozitív hatással vannak a települések fejlődésére, de vannak olyan mutatók (pl.: halálozási ráta, tartósan nyilvántartott álláskeresők száma), amelyek negatív irányba húzzák a fejlettség szintjét. Ezen mutatók kiszámításához egy módosított képletet kellett használnunk:

$$KFM = \frac{X_{max} - X_i}{Tx} * 100$$

Ezzel az eljárással azonos mérőskálára került minden változó, így lehetővé vált az átlagolás és összehasonlítás. Az alapindikátorok kiszámítása után a négy csoportindikátort is ki kellett számítani, majd az egyes járások komplex mutatóinak megismeréséhez a csoportindikátorok átlagolását kellett elvégezni.

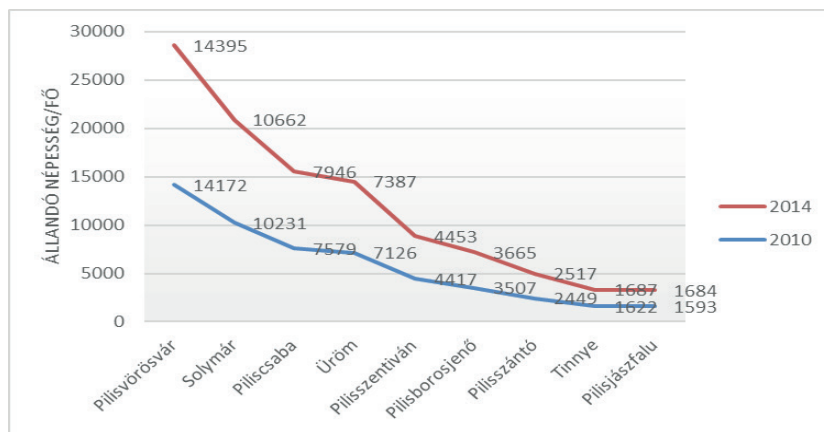
Az így létrejött komplex fejlettségi mutatókat kiszámítottuk a Pilisvörösvári járás mind a 9 településére, majd ezeket sorrendbe téve kaptuk meg a 2010-es és a 2014-es évre a települések eltérő fejlettségi állapotát. A mutatók értéke 0-100 közé esik, és a 100-hoz közeli érték magas fejlettségi szintet mutat az adott időpontban.

A térinformatikai vizsgálatához ezen mutatókat további csoportokra bontottuk. A járás településeinek vizsgált statisztikai adatait és az azokból származtatott komplex fejlettségi mutatószámot tartalmazó Excel táblázatot ArcMap 10.1 szoftverrel kapcsoltuk a települések közigazgatási területét tartalmazó vektoros térképi adatbázishoz. A szoftver segítségével a mennyiségi értékek alapján felületkartogram (Graduated colors) típusú tematikus térképeket készítettünk, melyek elkészítésénél a vizsgált adat szélsőértékeit figyelembe véve az egyenlő intervallum módszere segítségével határoztuk meg az osztályok számát és az osztályok terjedelmét.

Eredmények

A társadalom és a demográfiai helyzet mutatói

A népességszám változásában a 2010–2014-es időszakra vonatkozóan alapjában véve pozitív tendenciát mutat az eredmény, mivel mindegyik településnél a bekövetkezett változás felfelé ível (2. ábra). A legmagasabb értéket Solymár adja, míg a legalacsonyabbat Pilisszentiván. Solymárt Budapest II. és III. kerülete is határolja, így közkedvelt lakóhely a Budapesten dolgozó lakosok számára. Jól megközelíthető autóval, valamint BKV-járatokkal és a Volánbusz **járataival** is. Pilisszentiván, ami a legalacsonyabb értéket mutatja, gyakorlatilag Pilisvörösvárral összeépül, és Solymár közvetlen szomszédságában van, alacsony növekedést mutat. Megközelítése csak Volánbusz-járatokkal lehetséges.



2. ábra: Állandó népesség változása 2010–2014

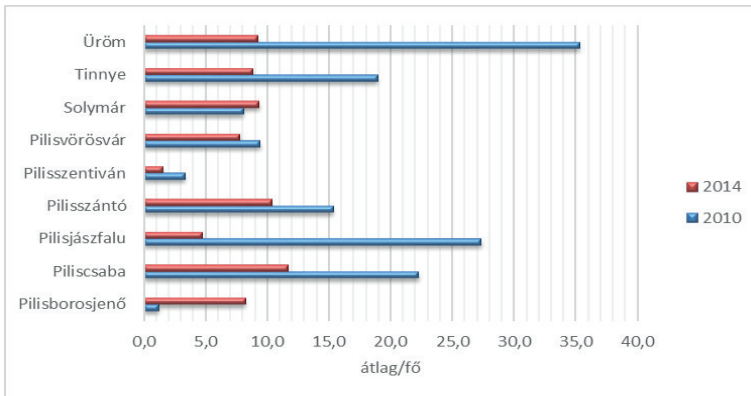
Forrás: KSH-adatok, saját szerkesztés

A népességszám mozgását a halálozási ráta segítségével is megvizsgáltuk, mely negatív hat a települések fejlettségi mutatóira. A halálozási ráta az ezer lakosra jutó elhunytak száma egy adott évben. Minél magasabb a szám, annál rosszabb az érték. A halálozási rátát ezer lakosra kellett átlagolni úgy, hogy az utolsó 5 évet vettük figyelembe. A kapott eredményekből sorrendet állítottunk fel, mely alapján leolvasható, hogy míg 2010-ben Tinnye állt a legrosszabb helyen 12,6%-os értékkel, addig 2014-ben 3 szintet visszacsúszott 10,8%-os értéket mutatva. 2010-ben az értékek az alábbiak: Tinnye 12,6%, Piliscsaba 11,8%, Pilisvörösvár 11,4%, Pilisszentiván 11,2%, Pilisszántó 10,3%, Pilisborosjenő 9,1%, Üröm 8,7%, Solymár 8,6%, Pilisjászfalu 6,8%. 2014-ben pedig ehhez képest az alábbi értékek születtek: Piliscsaba 12,7%, Pilisvörösvár 12,4%, Pilisszántó 11,6%, Tinnye 10,8%, Pilisszentiván 9,8%, Üröm 9,3%, Pilisborosjenő 9,0%, Solymár 8,5%, Pilisjászfalu 4,5%.

A másik tényező, amely a népesség változását befolyásolja, az állandó oda-, illetve az állandó elvándorlások száma. Az 1000 lakosra számított vándorlási egyenleget a 3. ábra szemlélteti. Itt szintén az utolsó 5 év átlagát kellett figyelembe venni.

A vándorlási különbség vizsgálata során megállapítottuk, hogy a járás minden településén a belföldi odavándorlás magasabb értékeket mutat a belföldi elvándorlásnál. A vándorlási különbség 1000 lakosra (5 év átlagában) a 2010-es évre magas értékeket mutat, majd a 2014-es évre nagyfokú csökkenés ment végbe.

A Pilisvörösvári járásról általánosságban elmondható, hogy a pozitív vándorlási egyenleg, és sajnos nem a természetes szaporodás többsége húzza felfelé a lélekszám növekedését. A településekre költözők számában meghatározó szerepet töltenek be a fővárosból érkezők, de akár a szomszédos Komárom-Esztergom megyéből, valamint Csongrád megyéből érkezők is (INTERNET 3).



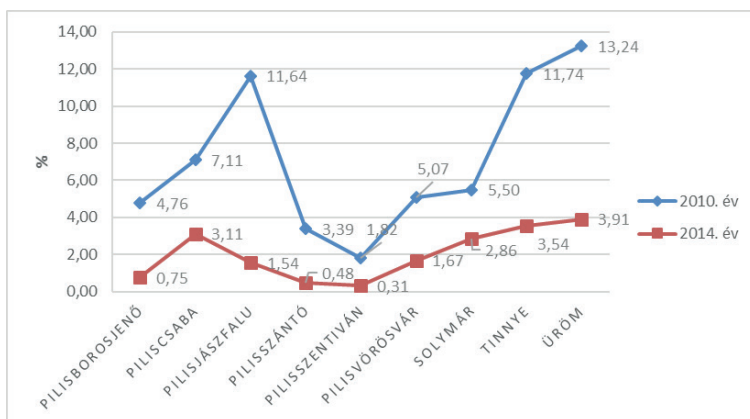
3. ábra: Vándorlási különbözet 1000 lakosra (utolsó 5 év átlaga)

Forrás: KSH-adatok, saját szerkesztés

A természetes szaporodás is a vándorlási különbözet csökkenését támasztja alá. A 2014-es évre 3 település kivételével negatív értéket mutat, ami abból adódik, hogy a halálozások száma meghaladja az élveszületések számát. A társadalmi és demográfiai helyzet mutatói közé tartozik a rendszeres gyermekvédelmi kedvezményben részesítettek száma és az aktív korú ellátásában részesítettek ezer állandó lakosra jutó száma. Mindkét mutató negatívan befolyásolja a települések fejlettségi szintjét. A rendszeres gyermekvédelmi kedvezményre jogosultak körét, valamint annak mértékét a 1997. évi XXXI. törvény 19-20/B. §-a, a 149/1997. (IX.10) Korm. rendelet 65-67. §-a, a 2016. évi XC. törvény 64 § a) -b) pontja határozza meg. A kedvezményt a gyermek szociális helyzete alapján ítélik meg. A kedvezőtlen szociális helyzet pedig rontja a települések értékeit. Az általunk vizsgált területeken a 2010-es évhez képest Pilisborosjenő, Pilisszántó, Pilisszentiván, Pilisvörösvár és Solymár részeken 2014-re nőtt a kedvezményben részesülők száma. A többi területen viszont csökkenő tendenciát mutat ez az érték. Mivel a felfelé ívelő érték egyelőre több, mint a lefelé ívelő, ezért egészében a járást negatív irányba húzza.

Lakás- és életkörülmények mutatói

Ebben a csoportban a Pilisvörösvári járásra vonatkozóan két mutató volt elérhető a KSH adatbázisában a 2010-es és 2014-es évekre.



4. ábra: Az utolsó öt év során épített lakások aránya az időszak végi lakásállományból

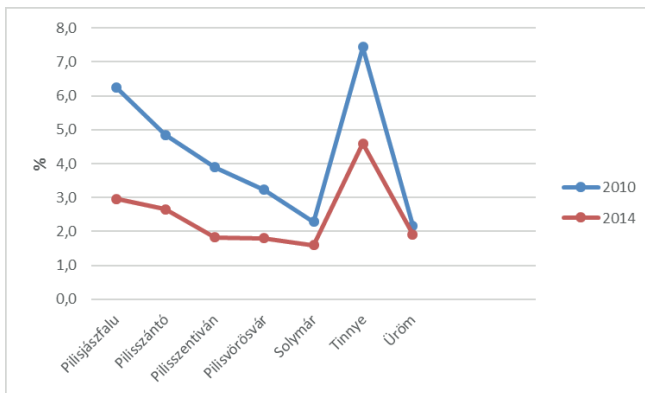
Forrás: KSH-adatok, saját szerkesztés

Az első a lakásépítés aránya, melynél a 2010-es évben viszonylag magas számok figyelhetők meg (4. ábra). Pilisjászfalu, Tinnye és Üröm településeken kiugróan magas értékek keletkeztek. A fővárost elhagyók leggyakrabban a korábbi, budapesti lakóhelyükhöz közel eső agglomerációs települést választják. Korábbi vizsgálatok tapasztalatai szerint a költözők azért részesítik előnyben a környékbeli területeket, mert így meg tudják őrizni a kialakult intézményi, szolgáltatási kapcsolataikat, továbbá az ismert környéken jobban tudnak tájékozódni az ingatlanpiacon, így csökkenthetik az ingatlantranzakcióval járó kockázatokat.

A második ide tartozó mutató a természetes személyek által üzemeltetett személygépkocsik ezer lakosra jutó száma. A mutató az összes településen emelkedett. A két mutató együtt pozitív irányba tereli a KFM (komplex fejlettségi mutató) értékét.

Helyi gazdaság és munkaerőpiaci mutatók

A helyi gazdaság és munkaerőpiaci mutatók csoportjában négy elemet tudunk megvizsgálni, ezek az alábbiak: nyilvántartott álláskeresők aránya a munkaképes korú állandó népességből (éves átlag) (%), tartósan – legalább 12 hónapja folyamatosan – nyilvántartott álláskeresők aránya a munkaképes korú állandó népességből (%), a legfeljebb általános iskolát végzett nyilvántartott álláskeresők aránya (%), a működő vállalkozások ezer lakosra jutó száma (db).



5. ábra: Nyilvántartott álláskeresők aránya a munkaképes korú állandó népességből (éves átlag)

Forrás: KSH-adatok, saját szerkesztés

Az álláskeresők aránya csökkenést mutat a vizsgált években (5. ábra). Tinnye területén 2010-ben 7,4% volt az arány, 2014-ben 4,6%. Itt következett be a legkisebb mértékű változás.

Infrastruktúra és környezeti mutatók

A 2009–2014 közötti időszakra vonatkozó Nemzetközi Környezetvédelmi program (NKP-3) és a részét képező Nemzeti Természetvédelmi Alapterv a környezetügy középtávú átfogó céljait, tematikus akcióprogramjait, illetve az ezek teljesítéséhez szükséges eszközöket határozta meg. Az NKP-3 2014-ben zárult le, és a Kormányának beszámolót kell tartani az Országgyűlésnek, mely az 1995. évi LIII. törvény értelmében kötelező. A beszámolóban elhangzottak szerint többek közt csökkent az egy főre jutó lakossági vízfogyasztás, és növekedett a közüzemi szennyvízgyűjtő hálózatba bekapcsolt lakások aránya is.

Az általunk vizsgált területeken is látható a növekedés, viszont van, ahol visszaestek ezek az értékek. Pilisszántó esetében azért ilyen kiugró az arányszám (34,32%), mert a 2010-es évre nem voltak adatok a településről, valamint ahol 0 értékek szerepelnek, szintén ez az ok áll mögötte. A többi települést figyelembe véve Solymárnál figyelhető meg a legnagyobb változás.

A gazdasági és társadalmi mutatókra vonatkozó komplex fejlettségi vizsgálat eredményei

A komplex fejlettségi mutató négy csoportjának és azok almutatóinak elemzése és kiértékelése után a vizsgált Pilisvörösvári járás településeinek fejlettségi sorrendjét állítottuk fel. Kiértékeljük a figyelembe vett 13 mutató alapján kapott értékekből az egyes településekre levetített KFM értékeit. A települések közötti fejlettségi sorrendet az 1. táblázat szemlélteti.

Sorrend	Terület	2010 év (KFM)	Sorrend	Terület	2014 év (KFM)
1	Üröm	80,39	1	Solymár	73,23
2	Solymár	69,80	2	Üröm	70,39
3	Pilisborosjenő	64,30	3	Pilisborosjenő	61,93
4	Pilisszentiván	42,38	4	Pilisszántó	50,04
5	Pilisvörösvár	42,34	5	Pilisjászfalu	47,28
6	Pilisszántó	40,65	6	Pilisvörösvár	44,88
7	Pilisjászfalu	38,84	7	Pilisszentiván	39,36
8	Piliscsaba	36,89	8	Tinnye	37,42
9	Tinnye	30,10	9	Piliscsaba	32,48

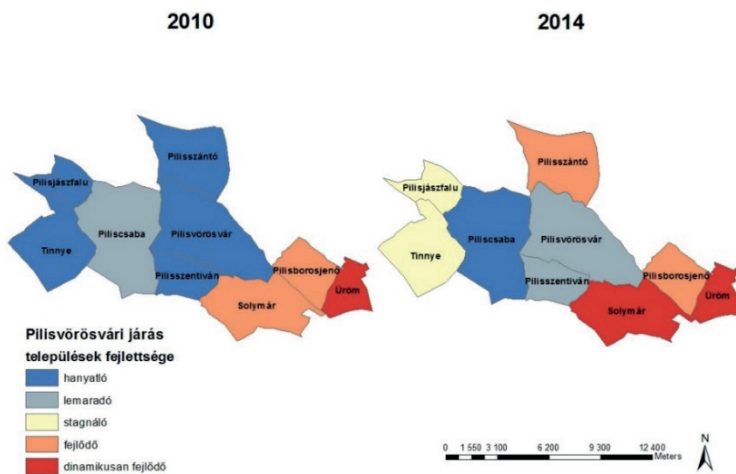
1. táblázat: A települések KFM mutatója és sorrendje a 2010-es és 2014-es években

Forrás: saját szerkesztés

A komplex mutatók vizsgálata után felállított sorrendben az első két helyen mindkét vizsgált évben Üröm és Solymár szerepel. 2014-re Solymárnak sikerült megelőzni 3,23 ponttal Üröm települést. Solymár az előző évhez képest nem sokat fejlődött, viszont Üröm 10 ponttal visszaesett az élmezőnyből. A harmadik helyen mindkét évben Pilisborosjenő szerepel, de az értékeiben

csökkenés látható. A legnagyobb növekedést Pilisszántó érte el, aki a 2010-es évben 40,65 ponttal, 2014-re már 50,04-es pontértékkal rendelkezett. A legrosszabb helyen mindkét évben Tinnye és Piliscsaba állt, a többi területre azt lehet mondani, hogy stagnált.

A 6. ábrán is jól látható, amit már az előbbi sorrendnél is láthattunk, hogy a legnagyobb fejlődés Pilisszántó esetében volt realizálható, hiszen hanyatlóból fejlődővé nőtte ki magát. Üröm mindkét évben a dinamikus fejlődő csoportba került, hiszen bár lemaradt Solymár mögött 2014-ben, de a pontjai pozitív irányba alakultak 2010-hez képest.



6. ábra: A Pilisvörösvári járás településeinek fejlettsége Komplex Fejlettségi Mutatók alapján 2010. és 2014. évben

Forrás: saját szerkesztés

Következtetések, javaslatok

A Pilisvörösvári járás tekintetében elmondható, hogy a 2010-es és a 2014-es évekhez képest az állandó népesség és ezzel együtt a népsűrűség is folyamatosan növekszik. A halálozási ráta és a természetes szaporodás vizsgálata után egyértelművé vált, hogy ez a népességszám-növekedés sajnos nem a természetes szaporodásnak köszönhető. Véleményünk szerint a Pilisvörösvári járás települései fontosnak tartják a lakóövezet fejlesztését, amivel új családok beköltözése várható. Ezzel pozitív irányba mozdulhat a természetes szaporodás indexe is. A rendszeres gyermekvédelmi kedvezményben részesítettek aránya

és az aktív korú ellátásban részesítettek száma szintén fejlődőnek mondható a járásban. A gyermekvédelmi kedvezményt igénybe vevők száma magasabb, mint azoké, akik nem veszik azt igénybe, így a mutató negatív irányba húzza a térség mutatóit. Az aktív korú ellátásban részesítettek számánál 2010 és 2014 között legfőképp a stagnálás állapítható meg a sorrendet tekintve. Ez az eredmény abból a szempontból jónak tekinthető, hogy nem romlott valószínűleg a szociális helyzet, másfelől viszont rossznak mondható, mivel nem is javult. Az érték viszont, ha megvizsgáljuk őket, akkor minden településen feljebb ugrott, tehát hanyatló értéket mutat. Ez persze a népességszám növekedésével is magyarázható, de szintén a települések lehetőségei közt szerepel az ipari parkok fejlesztése, amivel új munkahelyek teremthetők, így javulna a szociális helyzet. Az építési kedv a 2010-es évben az összes településen nagyon magas értéket mutat a 2014-es számokhoz képest. A 2008-as gazdasági válság 2010-re érte el ezeket a mutatókat, és ezután következett be a drasztikus csökkenés. Mostanra már talán javul az ingatlanhelyzet, bár az elmúlt fél-1 évben nagyon magas árak figyelhetők meg az ingatlanpiacon.

A természetes személyek által üzemeltetett személygépkocsik száma emelkedett a 2010-es évhez képest. Bár ez pozitívan befolyásolja a fejlettséget a településeken, véleményünk szerint negatívan is hat, mivel az autók száma valószínű arra vezethető vissza, hogy a helyi lakosok a környező városokban kezdtek el dolgozni, ami összességében, ha a járáson belül maradnak, jó, de a lakóhelyüknek nem kedvező.

A nyilvántartott állás keresők számának mutatói csökkenő értékeket mutatnak, ami nagyon kedvező a fejlettség tekintetében.

A működő vállalkozások számaiban csökkenés figyelhető meg, ami lefelé húzza a komplex mutatót. Magyarországon egyébként növekvő értékeket mutat a vállalkozások száma. Véleményünk szerint ez jó, mivel az emberek önállóvá válnak. Nagyon elterjedt az utóbbi időben a kézműves termékek kereslete és kínálata, ami egyre több embert ösztönöz vállalkozás indítására.

Az utolsó csoport a mutatók között az infrastruktúra és környezeti mutatók voltak, amiben szintén csak két tényezőt vizsgálhattunk meg. Kutatásunk során jöttünk rá, hogy bár a vizsgálatot el tudtuk végezni, de egyes települések tekintetében a meglévő adatok valószínű, hogy hiányosak és nem naprakészek.

A közüzemi szennyvízgyűjtő csatornába bekapcsolt lakások számában csökkenés és növekedés is megfigyelhető. Kiugró értéket mutat Pilisszántó, de sajnos ez csak azért van, mert a 2010-es évben nincs rendelkezésre álló adat.

Ugyanez a probléma áll fenn a kiépített utak arányánál is, ahol Pilisjászfalu mutat hasonló értékeket. A komplex mutatók által elvégzett vizsgálat után megállapítható, hogy a Pilisvörösvári járás összesében és településenként is fejlődést mutat, mivel az értékek nagyrészt növekedtek a 2010-es évhez képest.

IRODALOMJEGYZÉK

(2015). B/4860. számú beszámoló a 2009-2014. közötti időszakra szóló Nemzeti Környezetvédelmi Program végrehajtásáról. Budapest: Magyarország Kormányának. Gödöllő.

FALUVÉGI A. (1995): Az elmaradott térségek lehatárolásának módszerei. Statisztikai szemle, 572–590.

Központi Statisztikai Hivatal – KSH. (2014/43). Lakáspiaci árak, lakásárindex, 2013. IV. negyedév*. Statisztikai tükrő, 4.

KULCSÁR L. – Kozári J. (1998): A vidékfejlesztés új stratégiája. Budapest. (2015). Magyarország 2015. Budapest: KSH.

Szűcs A. (2015). Stratégiai fejlesztési irányok térgazdasági vizsgálata a gyöngösi kistérségben, doktori disszertáció, Gödöllő, Szent István Egyetem.

Internet 1 https://hu.wikipedia.org/wiki/Pilisv%C3%B6r%C3%B6sv%C3%A1ri_j%C3%A1r%C3%A1s

Internet 2 https://hu.wikipedia.org/wiki/Pilisv%C3%B6r%C3%B6sv%C3%A1ri_j%C3%A1r%C3%A1s

Internet 3 <http://pilisvorosvar.hu/wp-content/uploads/2014/05/ivs.pdf>

Szerzők

Fabi Alexandra Zita

hallgató

Gazdasági és Vidékfejlesztési Agrármérnök BsC

2017

szandixxx@gmail.com

Dr. Szűcs Antónia

adjunktus

Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus

szucs.antonina@uni-eszterhazy.hu

AZ ONLINE VÉLEMÉNYVEZÉREK ÉS KÖVETŐIK ELEMZÉSE A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Forgó Fanni Eszter

Összefoglalás

Kutatásomban az online véleményvezéreket és az őket követő fogyasztókat vizsgáltam. Az elmúlt években egyre népszerűbbé váló közösségi oldalak elemzésével betekintést nyerhetünk a felhasználók online életébe, és megérthetjük viselkedésük kulcs motívációit.

Kulcsszavak: *online közösség, online véleményvezérek, eladásösztönzés, marketing*

JEL: M41

Online public figures and followers in the social media

Abstract

In my research I am analyzing those online public figures who have an impact on the behavior of the people. Other focus point of my research is the community who is following these public figures, their motivations and online manner. By analyzing the online social media, we can have a clearer picture regarding the motivation of the online followers.

Keywords: *online community, online public figures, followers' behavior, marketing, social media*

MARK: M41

Bevezetés

Az egyik legtöbbet említett és szinte legmegosztóbb téma manapság a fogyasztás. Nem csoda, hiszen napjaink társadalmát leginkább fogyasztói társadalomként szokás jellemezni. A fogyasztásnak különböző motivációi vannak, melynek megértésére iparágak épültek. Már szinte nincsenek olyan termékek, szolgáltatások, melyeket ne előznének meg tudományos alapokra épülő tesztek, melyek felméri, hogyan viszonyul a célcsoport egy adott termékhez. Nem lehet viszont figyelmen kívül hagyni a tényt, hogy a technológia rohamos fejlődésével nemcsak az emberek szokásai, hanem időtöltéseik színtere és fogyasztói igényeik is megváltoztak.

A hagyományos „brick and mortar” típusú kereskedelmi egységek mellett az online üzletek megjelenése alapjaiban átformálhatja mindazt, amit eddig a fogyasztásról és az eladásösztönzésről tudtunk. Egyre több tanulmány foglalkozik az internetes kereskedelem szerepével és az ott jelenlévő vásárlók szokásaival. Ezek a kutatások azért kiemelten fontosak, mivel az online kereskedelem jelentősége folyamatosan nő. Olyan új lehetőségeket nyit meg mind a fogyasztók, mind az üzletek számára, melyek eddig elképzelhetetlenek voltak. Az internet megjelenésével egyidejűleg megszűnt a tér és idő dimenzió, mellyel eltűntek a vásárlás eddigi korlátai. Ez a folyamatos online jelenlét és az információk megszakítás nélküli elérhetősége az, ami jelenleg is aktívan befolyásolja a gondolkodásmódunkat és ezzel együtt a fogyasztásunkat is. A világháló tehát olyan perspektívákat nyújt a cégeknek, amelyek egy új korszakát jelenthetik a kereskedelemnek és azon belül a vásárlásösztönzésnek.

Kutatásom fókuszpontjában az online véleményvezérek és az ő internetes tartalmaikat fogyasztó követőik állnak. Ezen online személyek a hagyományos promóciót egy magasabb, közvetettebb szintre emeli, melynek eladásösztönző hatása akár még nagyobb is lehet, mint a közvetlen eszközök, pl. televíziós hirdetések fogyasztásra gyakorolt hatásai. A véleményvezérek fogyasztói csoportjainak feltérképezése rávilágíthat a különböző online közösségek dinamikájára és a közösségen belüli alcsoportok blogfogyasztási szokásaira.

Anyag és módszer

Tanulmányom alapját szekunderkutatásom eredményeire építettem, melyekre részletesen nincs lehetőségem kitérni. Ezen kutatások egyértelműen bizonyítják, hogy az internetes véleményvezéreknek fontos szerepük van a fogyasztók

befolyásolásában. (Technorati Media, 2013) Primer kutatásom során kutatási módszerként a netnográfát alkalmaztam. Ez a technika olyan kvalitatív kutatás, mely az etnográfában gyökerezik, viszont helyszíne az online közösség. Célja az online közösségek viselkedésének feltérképezése. (Kozinets, 2002) Választásom azért esett erre a kutatási módszerre, mivel nyilvánosan elérhető adatokat használ, valamint a költség- és időkeret korlátossága nem befolyásolja nagymértékben a kutatás eredményeit.

Primer kutatásom fókuszában a magyar véleményvezérek, és az őket követő fogyasztók megismerése állt. Kutatásom során érdeklődési körönként kerestem vezéregyenységeket online aktivitásuk és követők száma alapján, majd ezen személyek blog bejegyzéseit és posztjait, valamint a követők reakcióit vizsgáltam.

Három kategóriában végeztem a kutatást:

- Gasztronómia
- Sport
- Divat- és szépségipar

A négy választott kategóriával próbáltam minél nagyobb populációt vizsgálni. Kutatásom első szakaszában olyan bloggerekre kerestem, akik fontos szerephez jutottak bizonyos platformokon. Ezután csoportosítottam témák alapján a blogokat, és adott témán belül kerestem kiegészítő személyeket/felületeket. Ezt a lépést összehasonlítás céljából végeztem. Vagy azonos platformon kerestem másik véleményvezéret, vagy ha az adott bloggert elég erős és a téma szempontjából releváns személynek gondoltam, akkor különböző blogplatformjait vettem össze. Így egy-egy témán belül összehasonlíthatóakká váltak különböző bloggerek – nemzetközi és itthoni tevékenységeik –, valamint ugyanazon személyek tevékenységei különböző felületeken. A blogok és a véleményvezérek tevékenységeinek megismerése után fogyasztói csoportokra osztottam követőiket, és azt elemeztem, mely témakörre milyen fogyasztói csoportok jellemzőek leginkább.

A kutatás eredményei

A kutatás során kiderült, hogy a legtöbb blogra jellemző, hogy követők nagy része passzív szemlélőként van jelen a blog életében. Csak „fogyasztja” az in-

formációt, viszont aktívan nem vesz részt a felület működésében. Ezzel szemben minden blogon megtalálható volt az a szűk csoport, akik bár különböző motivációktól vezérelve, de aktívan részt vettek a blog életében. Véleményüket a bejegyzések alatt megosztották, és kommunikációt kezdeményeztek vagy a csoport többi tagjával, vagy magával a blog írójával. Ezen bejegyzések nagy része pozitív töltetűek voltak, és kellemes beszélgetéseket generáltak. A csoport tagjai legtöbbször egytértettek, és egymás gondolatait erősítették. Ritkán, de minden oldalon megtalálhatóak voltak viszont azok is, akik kritikus szemmel követték a blogger tevékenységét, és nemtetszésüket 1-1 poszttal kapcsolatban ki is fejezték. Ezek általában nagy port kavartak a „rajongók” körében, és kisebb-nagyobb vitákat generáltak.

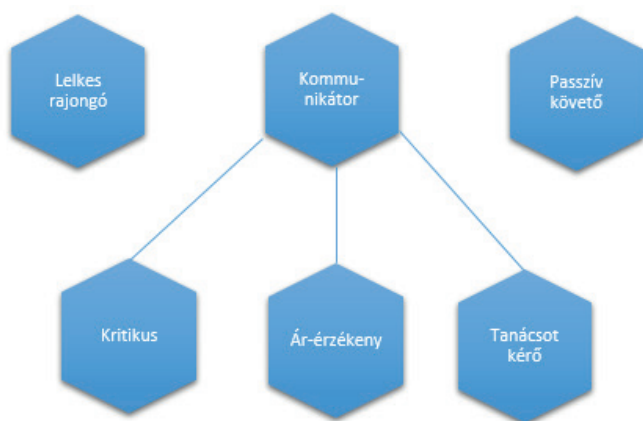
A blogokat követő fogyasztói csoportok részletes ismertetése a Gasztronómia alfejezetben található.

Gasztronómia

A gasztronómia manapság igen közkedvelt téma. Számos blog található a témában, és igen sok érdeklődési kört érint. Más-más célcsoport követi a diétás blogokat, a különböző étrendek receptjeit felsorakoztató oldalakat – pl. paleo, vegán –, a nemzetközi konyhát bemutató írásokat vagy a könnyen elkészíthető házas ízeket posztoló bejegyzéseket. Kutatásomhoz olyan fórumokat kerestem, melyek nem specializálódnak egy bizonyos típusú étrendre, valamint fontos szempont volt, hogy a követők között aktív beszélgetések alakuljanak ki a szerzők posztjai alatt. A hagyományos értelemben vett blogok száma igen magas volt, de csak nagyon kevés esetben történt elemezhető visszacsatolás a bejegyzésekkel kapcsolatban. Ezért a Facebook közösségi oldalon folytattam a kutatást. A Street Kitchen közösségi oldalát választottam fő kutatási terepnek, mivel itt a videóblog, a hagyományos blogbejegyzés, valamint a követők és a blogírók közötti interakció is megtalálható volt.

Az oldalra közvetlen eladásra ösztönzés nem jellemző, a bejegyzések túlnyomó többségben a fő témához, a gasztronómiához kapcsolódik videóblogként közölt receptek formájában.

A blogbejegyzések első körbeli elemzését a NVivo szövegelemző program segítségével végeztem. A vizsgálat során az oldalon található szavak gyakoriságát és azok megjelenési formáit, kontextusait elemeztem. Ezek információval szolgálhatnak a legfontosabb felmerülő témákkal és a blog elsődleges üzenetével kapcsolatban. A szógyakoriság meghatározásánál minden 4 vagy több ka-



2. ábra: A blogok felhasználóinak csoportosítása

Forrás: saját szerkesztés

A *lelkes rajongók* aktívan kedvelik és megosztják a blogbeírásokat, ezen kívül jellemző rájuk, hogy kisebb köszönő üzeneteket hagynak a posztok alatt. Szívesen megosztják, hogy nekik hogyan sikerült az étel, vagy hogy tervezik annak elkészítését, de választ nem várnak az üzeneteikre:

„*Igaz nem galuskával készítettem, de valami isteni lett! Ha lehet a saját főzőtmre ilyet mondani! Köszönöm a receptet Apukának*” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 16.)

„*Kedves Street Kitchen, a kacsacsóra mennyei lett! Köszönöm!* ♥ ♥ ” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 16.)

„*Köszönöm a receptet, hála nektek isteni lett a töltött káposztám. Boldog karácsonyt!*” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 16.)

A *kommunikátorokat* az különbözteti meg a lelkes rajongóktól, hogy ők beszélgetést kezdeményeznek vagy a blog készítőjével, vagy a többi követővel. Az ő csoportjukat három alcsoportra lehet osztani üzenetük típusától függően. A kritikusok előszeretettel javítják ki a blog bejegyzőit. A kritika tárgya főként a recept, melyet a szakácsok máshogy készítenek, mint a követő, vagy a követő maga is szakmabéli, és ellentétes nézeteket vall egy-egy fogás elkészítésével kapcsolatban.

„*Ez egy kicsit szerintem Laci bácsisra sikerült most...*” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 16.)

„*ennek az embernek semmi köze a gastrohoz*” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 16.)

Az árérzékenyek a fogás vagy összetevők árával kapcsolatban üzennek.

A *tanácsot kérők* a legtöbb esetben főzéssel kapcsolatos problémákkal fordulnak a szerkesztőkhöz, akik segítőkészen válaszolnak üzeneteikre. Más esetekben recepteket és új vlogokat kérnek vagy az egész csapattól, vagy bizonyos bloggerekétől.

A harmadik fogyasztói csoport a *passzív követők*, akik nem szólnak bele a blog életébe, nem hoznak létre tartalmakat, csak megfigyelik azokat, vagy esetleg kedvelik, megosztják a bejegyzéseket.

A másik közösségi oldal, mellyel összehasonlítottam a Street Kitchent, és melyet érdemes megemlíteni, a Moluecular Gastronomy. Ez egy niche piac a gasztronómiában, viszont népszerűsége folyamatosan nő, és idővel feltehetőleg be fog gyűrűzni a hétköznapi éttermek életébe is. Ez az oldal annyiban tér el a Street Kitchentől, hogy nagy hangsúlyt kap az eladásösztönzés. A postok jelentős része egy online boltot reklámoz. Ezt a ténytet támogatja alá a szófrekvencia-vizsgálat is, ahol az alábbi szavak szerepeltek a legtöbbször:

Sorrend	Szó	Előfordulási darabszám	Súlyozott százalék (%)
1	molecularrecipes	517	1,01
2	molecular	499	0,97
3	chefs	472	0,92
6	recipe	274	0,53
8	foods	252	0,49
13	store	191	0,37

1. táblázat: A Molecular Gastronomy szófrekvencia-vizsgálatának eredménye

Forrás: saját szerkesztés

Mint látható, a 13. legtöbbször használt szó a blog posztjaiban található „store”, vagyis bolt angol szó. Összesen 191-szer szerepel a bejegyzésekben, mellyel olyan szavakat előz meg, mint az étterem vagy a főzés, melyek egy gasztronómiával foglalkozó oldalon igen nagy jelentőséggel bíró szavak.

A másik fontos eltérés és egyben hasonlóság a Street Kitchen fogyasztóival kapcsolatban a tanácsot kérők aránya. A világ minden országából kérnek ta-

nácsot a bejegyzések alatt a követők, akik az oldalt saját szakmai fejlődésük miatt követik. Igen jelentős azoknak a száma, akik aktívan részt vesznek a blog életében, ebből arra következtetek, hogy sokkal nagyobb hatással is vannak fogyasztóik vásárlásaira, ami egy saját bolt és egy tanulni vágyó csoport kombinációja mellett igen sikeres lehet.

Sport

Rubint Réka közösségi oldala nagy népszerűségnek örvend. Bejegyzései között megtalálhatóak az **órairól szóló információk**, a családi vállalkozásuk termékeinek reklámjai, saját „brand”-jének, az Alakreformnak a hirdetései, valamint sportfelszerelést áruló weboldalának postjai közvetlen és közvetett formában. Látható tehát, hogy milyen széles körben reklámozza vállalkozásait és az általa szponzorált termékeket.

A gasztoblogoknál meghatározott fogyasztói csoportok itt is mind jelen vannak, viszont más-más arányban. Sokkal többen vannak a lelkes követők, akik válaszolnak a blogíró egy-egy üzenetére, pozitívan értékelik a képein a ruháit vagy alakját stb. Sokan szinte közeli ismerősként írnak neki, mely mutatja, milyen szoros virtuális kapcsolatban van a szerző a rajongóival.

„*Én még egy kis zenével ízesítem a futást... nagyon jó érzés... sok puszi neked.* 😊❤️👉” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

„*Nagyon jó ez a szerkó!!!!* 😊❤️” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

„*Nekem is megvolt a futás + 20 perc has »veled« !:* <3* ❤️” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

„*Drága Rubint Réka oldala most újra kezdtem a tornát, és örülök, hogy Te inspirálsz engem ebben, hisz sajnos volt egy 4-5 hónap kényszerkihagyásom :(Pusziiii Szolnokról*” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

Ezen kívül a kommunikátorok közül a tanácsot kérők is igen nagy számban vannak. Sportolással, valamint egészséggel kapcsolatos kérdéseiket a blogbejegyzések alatt, kommentben teszik fel, melyre a poszt írója szinte mindig válaszol. Ez is lehet a kulcsa Rubint Réka népszerűségének. Az alábbi kép egy futásról szóló bejegyzés alatti „beszélgetés” volt, mely tükrözi a blogíró rezponzivitását és kommunikált érzelmeit rajongói irányába:



3. ábra: Rubint Réka és rajongóinak kapcsolata

Forrás: Facebook, 2017.

A sportoló oldalán rengetek érzelemre utaló emotikon található, szívek, szívet küldő fejek és egyéb szeretetet megtestesítő figurák uralják a bejegyzéseket, mind a blogger, mind a követők részéről. Az alábbi poszton mindössze 10 szó van, de 7 db emotikont kapcsolt hozzá a szerző:



4. ábra: Az emotikonok jelentősége a szerző posztjaiban

Forrás: Facebook, 2017.

A másik fontos kiemelendő a posztokkal kapcsolatban a magas arányú eladásösztönzés. Rubint Réka legtöbb posztban viselt ruhája megvásárolható saját weboldalán, valamint más egészséghez és szépséghez köthető termékeket is reklámoz, mint például wellness-szállodát, kozmetikai kezelést stb.:

„Köszönöm Emykém ezt a fantasztikus OxyGeneo kezelést ♥♥♥...” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

„A Nagy Átalakítás programban a lányok személyre szabott testkezeléseket kapnak a Bársony Orvos-Eszttikán, melyek segítségével még eredményesebben és látványosabban formálhatják alakjukat...” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

„...Káprázatos színek és minták jellemzik a Frenetic RR Spirit of Jungle kollekcióját! (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

A www.alakreformwebshop.hu webáruházban megvásárolhatod kedvencedet! ♥ <3 🥰” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

Elvétve találhatunk érzékeny posztolókat is, hiszen ezek a sportruházati és egészséges életmódot támogató eszközök a legtöbbször drágábbak, mint a kiskereskedelmi egységek saját márkás termékei:

„Alap áron egy ilyen gép 35.000 forint lenne? Ezért az összegért már olyan gépet kapsz, ami térszát is dagaszt, szeletel, habot ver stb...” (N. n., Facebook, letöltve 2017. március 17.)

Divat és szépségipar

A divat és szépségipar kategóriában rengeteg blog van az internetes piacon. Bizonyos oldalak csak szépségápolási termékekre vagy ruházati cikkekre, frizurákra specializálódtak. Itt is jellemző, hogy a hagyományos értelemben vett blogok inkább passzív követőkkel rendelkeznek, így ezeket nehéz fogyasztói csoportok szerint vizsgálni. Annak érdekében, hogy magát a divat és szépségipar világát lefedjük, és egy felületet találjunk, ahol érdemes a témát kutatni, először a megfelelő véleményvezért kerestem. Választásom Palvin Barbara modellre esett, mivel magyar származású, nemzetközileg elismert, és széles körben rendelkezik rajongókkal. Két blog felületét vizsgáltam, a Facebookot, melyen sok a visszacsatolás a bejegyzésekre, valamint a Twitteret, melyen a magyarok nem olyan aktívak, viszont jó összehasonlítási alapot nyújtott a facebookos bloggal szemben.

Érdekes először megvizsgálni, hogy milyen szavakkal azonosítja magát a blogger, hiszen ez az, ami brandjét felépíti a piacon. Az alábbi listában a Facebook közösségi oldal szógyakoriság-analízisének legfontosabb eredményei találhatók:

Sorrend	Szó	Előfordulási darabszám	Súlyozott százalék (%)
1	barbara	558	1,60
2	beauty	465	1,33
3	loving	379	1,09
11	looks	127	0,36
12	sexy	116	0,33
13	photos	108	0,31
15	nice	104	0,30
16	perfection	99	0,28
21	pretty	77	0,22
22	gyönyörű	76	0,22
23	szép	68	0,19

1. táblázat: Palvin Barbara Facebook-oldalának szófrekvencia-vizsgálata

Forrás: saját szerkesztés

Mint azt a táblázat is mutatja, az első 23 legtöbbet használt szó túlnyomó többségben a modell kinézetét jellemzi. A követők gyönyörűként, tökéletesként, szexiként jellemzik a magyar modellt.

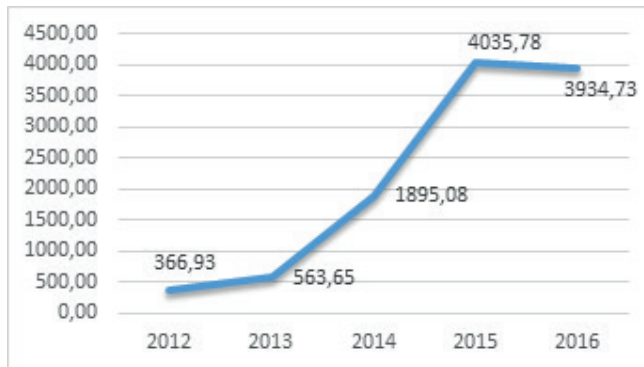
Twitter-oldalának témája ezzel szemben már inkább saját gondolatairól, modelltársairól és az általa reklámozott márkákról és a munkájáról szól, mint például „shooting” vagy a „working” angol szavak, melyek a forgatásait és a munkáját jelentik. Ezen kívül a 4. legtöbbet emlegetett szó a Párizs, mely jelentheti magát a francia fővárost, valamint a L’Oréal Paris kozmetikumokat gyártó céget is, melynek reklámarca. Ezen kívül a Victoria’s Secret fehérneműmárka is sokszor előfordul bejegyzéseiben, valamint modelltársai, pl. Stella Maxwell:

Sorrend	Szó	Előfordulási darabszám	Súlyozott százalék (%)
1	barbarapalvin	613	3,33
2	loving	225	1,22
4	paris	102	0,55
5	@victoriassec- ret	90	0,49
6	beauty	89	0,48
8	today	81	0,44
14	shooting	64	0,35
15	home	62	0,34
16	times	62	0,34
20	happy	53	0,29
21	barbara	53	0,29
22	stellamaxwell	50	0,27
25	working	46	0,25
26	@insideloireal	45	0,24

2. táblázat: Palvin Barbara Twitter-oldalának szófrekvencia-vizsgálata

Forrás: saját szerkesztés

A követőit főként a passzív követők, a lelkes rajongók és a kritikusok csoportjába lehet beosztani. Túlnyomó többségben a passzív követők vannak, mivel a kommentek százalékos aránya a kedvelésekéhez képest nem éri el a 10%-ot sem, sőt a tavalyi évben mindössze 1%-os volt. A posztok átlagos kedvelési szintjét a következő ábra mutatja:



5. ábra: A bejegyzések átlagos népszerűsége az elmúlt öt évben

Forrás: saját szerkesztés

Látható, hogy 2012 óta a posztok átlagos népszerűsége 366 és 4035 között mozgott, míg a posztonkénti kommentek száma átlagosan 34 és 91 közötti volt. Az ábráról leolvasható az is, hogy 2013-tól rohamosan nőtt a modell Facebook-követőinek a száma, viszont ahogy az a 6. táblázatban látható, a lelkes rajongók és kommunikátor fogyasztók csoportja nem nőtt ezzel arányosan.

Év	Átlagos kommentszám
2012	34,56
2013	51,16
2014	91,33
2015	71,78
2016	39,06
Végösszeg	69,02

3. táblázat: A bejegyzésekhez fűzött felhasználói kommentek átlagos száma az elmúlt 5 évben

Forrás: saját szerkesztés

A bejegyzésekhez megjegyzést fűzők között főként lelkes rajongók találhatók, akik a blogger kinézetét értékelik. Megfigyelésem szerint azért nem válnak belőlük kommunikátorok, mivel a modell rajongói tábora egy sokkal szélesebb és tágabb kulturális spektrumon mozgó közösség. Őket nem tartja

össze az az érzés, ami egy magyar „sztár” oldalán összefogja és csoporttá, közösséggé formálja a követőket. Nemcsak a kulturális és nyelvi különbségek miatt nem érezhető a közösség megléte, hanem azért is, mert a bloggerre nem jellemző a rajongók posztjaira történő visszacsatolás. Így nem tud egy olyan belsőleges környezetet kialakítani, mint például Rubint Réka, akivel szinte családtagként beszélgetnek követői.

A passzív megfigyelőkön és a lelkes rajongókon kívül a modell a társadalmat megosztó „jelensége” miatt a követők között találunk kritikusokat is, hiszen a társadalmat igen nagy mértékben foglalkoztatják azok az értékek, melyeket a modellek képviselnek. Ennek köszönhetően sokan kritikusan írnak a blogger posztjairól, képeiről és kinézetéről.

Következtetések, javaslatok

A netnográfiai kutatásból kiderül, hogy Magyarországon is vannak olyan kulcsszereplők adott témákban, akik referenciául szolgálnak a fogyasztók számára. Követőkkel folyamatosan kapcsolatban vannak. Ezek a bloggerek „szakterületükről” rendszeresen írnak, mely fontos része életüknek, és szinte behálózza mindennapjaikat. A bejegyzéseken keresztül hol közvetlenül, hol közvetve ösztönzik vásárlásra a követőiket, és reklámozzák vagy a saját, vagy az általuk szponzorált termékeiket.

A blogokat követő fogyasztókat az általam vizsgált témakörökben azonos fogyasztói csoportokra lehetett osztani. Bár a csoportok témánként különböző mértékben domináltak, általánosságban ugyanazt a motivációs és kommunikációs mintát követték minden érdeklődési körben. Megfigyelésem alapján azoknál a blogoknál, ahol a szerzőnek sikerült megfelelően bevonni követőit a blog „életébe”, sokkal magasabb szintű „kötődés” alakult ki a követő és véleményvezér között.

További kutatásként érdemes megvizsgálni, hogy a különböző fogyasztói csoportok – lelkes rajongó, kommunikatőr, passzív követő – milyen mértékben reagálnak a bloggerek vásárlásösztönző posztjaira. Vannak-e kiemelkedően reaktív csoportok a blogok életében, akik a követett személy posztjait kérdés nélkül követik, és lojális vásárlói az általuk hirdetett termékeknek stb.

Az online közösségek kutatása jelenleg még gyerekcipőben jár, viszont az internet térhódítása miatt egyre fontosabb kutatási területté növi ki magát.

IRODALOMJEGYZÉK

Technorati Media (2013). *2013 Digital Influence Report*, letöltés dátuma: 2017. március 14. Forrás: <http://technorati.com>
<http://technorati.com/report/2013-dir/influencers-brands>

KOZINETS, R. V. (2002): The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39 (February), p. 61–72.

<https://www.facebook.com/streetkitchenhu/?fref=ts> Letöltés dátuma: 2017. március 17.

<https://www.facebook.com/rubintreka/?fref=ts> Letöltés dátuma: 2017. március 17.

<https://www.facebook.com/PalvinBarbaraOfficialSite/?fref=ts> Letöltés dátuma: 2017. március 18.

<https://twitter.com/search?q=palvin&src=typd> Letöltés dátuma: 2017. március 18.

Szerző:

Forgó Fanni Eszter

logisztikai menedzsment mesterszakos hallgató

Szent István Egyetem

fanni@4go.hu

TURISZTIKAI MAGTERÜLET LEHATÁROLÁSA AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁG RÉGIÓBAN

Gyurkó Ádám – Bujdosó Zoltán

Összefoglalás

Jelen tanulmány témája egy turisztikai magterület-lehatárolás eredményeinek összegzése, melynek célterülete az Észak-Magyarország régió. A vizsgálat módszertani alapját Aubert Antal és Szabó Géza munkássága adta, akik öt paramétervizsgálat mentén végeztek hasonló idegenforgalmi lehatárolást. A vizsgálat tárgya időszerű, hiszen a célterületen hasonló kvantitatív módszerek alapján még nem készült kutatás, továbbá a szakma számára fontos eredményeket tartalmaz, hiszen a hazai idegenforgalom már nemzetgazdasági szinten is meghatározó iparággá nőtte ki magát. Az olvasottak alapján így fontos megállapítani, hogy mely települések, térségek a régió valós idegenforgalmi színterei. Mivel a vizsgálat eredményei számszerű adatok, így a kirajzolódó magterületek és az idegenforgalommal bíró települések közt rangsor felállítására is lehetőség nyílt. Ennek alapján megállapítható, hogy mely területek a régió leginkább preferált idegenforgalmi térségei. A számszerűsítés további előnye, hogy a tanulmány következtethet az adott desztinációk, települések potenciáljának ismeretében az idegenforgalmi telítettségre is. Ennek ismerete a turisztikai stratégiák célkitűzéseinek megalapozásában kiemelt fontosságú. Jelen kutatás a jövőre nézve egy remek kiindulási alap a régió tényleges idegenforgalmának megismeréséhez és a már létező turisztikai övezetekkel való összehasonlításához, mint például a kiemelt üdülőkörzetek lehatárolása.

Kulcsszavak: turizmus, területfejlesztés, magterület, Észak-Magyarország, idegenforgalmi mutatók

JEL: Z32

Touristic core area impoundment in the region of Northern Hungary

Abstract

The current study's topic is the summary of the results of a touristic core area impoundment whose target area is the region of Northern Hungary. The methodological basis of the research was given by the work of Antal Aubert and Géza Szabó who made a similar touristic impoundment along five parameter examinations. The matter of research is relevant as an investigation based on similar quantitative methods has not been made yet on the target area; moreover it consists of important results for the profession as the national tourism has evolved to a determining industry at a national economy level too. Based on what we read, it is essential to assert that which municipalities, areas are the region's real touristic scenes. As the results of the research are numerical data, it enabled to set up a ranking between the emerging core areas and the touristic municipalities. On this basis, it can be determined that which areas are the most preferable touristic places. Further advantage of the quantification is that the study can conclude to the touristic fullness as well, knowing the potential of the given destinations, municipalities. This knowledge is of major importance in the basis of setting of objectives in touristic strategies. The current research, regarding the future, is an ideal starting point to know the region's real tourism, and to compare with the already existing touristic zones, like for instance the priority holiday zones impoundment.

Keywords: tourism, regional development, core area, Northern Hungary, tourism indicators

MARK: Z32

Bevezetés

Magyarország idegenforgalmi fejlődéstörténete 1945-től, a II. világháború után került növekedési pályára. 1945–1947 között Európa legnagyobb részén az életviszonyok megfelelő szintre való visszaállítása volt az elsődleges cél. Ezzel egyidőben indult meg a turizmus újjászervezése, azonban ebben az időszakban Európában, így hazánkban is az idegenforgalomról a megszálló katonák, a hivatalos úton lévők kapcsán lehetett beszélni. Hazánkban a szovjet alakulatok igényeihez kellett igazodni. A Rákosi-kor idegenforgalmát a szektor tervgazdasági keretek közé való sorolása jellemezte, továbbá az alapinfrastruktúra kiépítése került előtérbe. (Rehák, 2011)

Magyarország turizmusa a szocialista rendszer alatt kezdett gazdaságilag is fontos szektorrá fejlődni. Az első fontos törvénykezést az 1971. évi terület- és településfejlesztési törvény jelentette a hazai idegenforgalom számára. A törvénykezés 1006/1971.II.3. pontja két fontos turisztikai prioritást határozott meg. (Aubert, 2001)

- Balaton, Budapest és a gyógyfürdők fejlesztése, melyek a külföldi vendégek csábító desztinációk.
- Urbanizálódó térségekben a hétfégi rekreációs funkciót betöltő turizmus fejlesztése.

Turisztikai szempontból a szocializmus talán legnagyobb eredményeként könyvelhető el az 1988-as világturizmus kongresszus rendezési jogának elnyerése. Körülbelül 7 000 utazási szakember érkezett hazánkba, melynek eredménye, hogy Magyarország felkerült a nemzetközi turizmus világtérképére. (Rubovszky–Szigeti–Walkó, 2009)

A rendszerváltozást követően Magyarországon kedvezőtlen folyamatok indultak meg az idegenforgalomban. Ennek oka, hogy Magyarország elveszítette korábbi kiemelt szerepkörét a szocialista országok között, Közép-Kelet-Európa egésze megnyílt a turisták számára. A kelet- és nyugatnémet rokonok, barátok számára a határnyitással már szükségtelenné vált Budapest és a Balaton mint találkozóhely. Az új politikai, gazdasági struktúra új versenyhelyzetet is teremtett, ahol már a magyarországi turisztikai kínálatnak a nyugat-európai szinthez mérten kellett megfelelnie. A 90-es évek elején a turizmusban hamar beindult az állami vállalatok privatizációja, melyet gyakorlatilag teljes mértékben magánkézbe adtak. (Rubovszky–Szigeti–Walkó, 2009)

Magyarországon 1996 óta beszélhetünk tudatos regionális turisztikai intézményfejlesztésről, melyet az Országos Területfejlesztési Törvény és az Európai Unió integrációs szándéka alapozott meg. Az idegenforgalmi regionális irányításának alulról történő szerveződése csupán a Balatonon és a Dél-Dunántúlon bontakozott ki. A csekély számú szerveződés következtében az Országos Idegenforgalmi Bizottság 1997-ben határozott kilenc turisztikai régió kialakításáról, melyek az ország teljes területét lefedik. (Aubert, 2001)

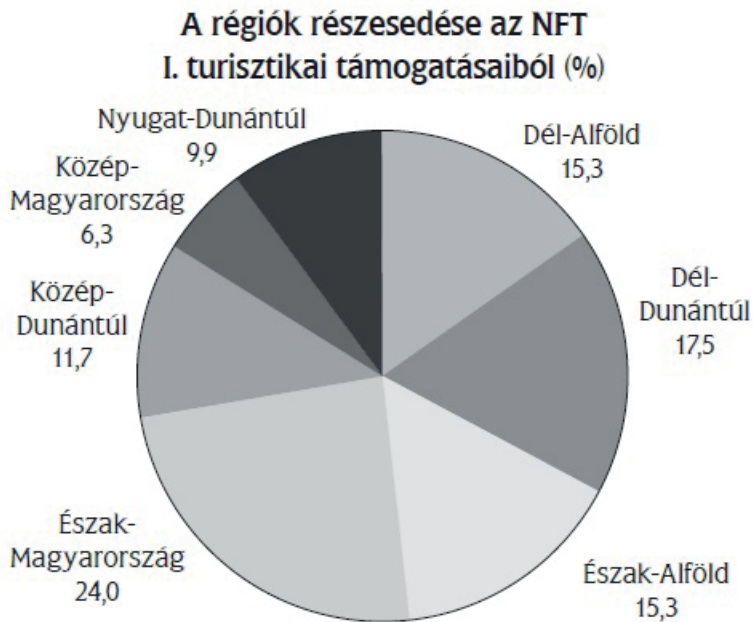
Az említett turisztikai régiók a mai napig is használatosak, melyek az alábbiak:

1. Budapest–Közép-Duna vidék
2. Közép-Dunántúl
3. Nyugat-Dunántúl
4. Dél-Dunántúl
5. Észak-Magyarország
6. Észak-Alföld
7. Dél-Alföld
8. Tisza-tó
9. Balaton

Az 1990-es éveket követően a legjelentősebb hazai turizmusfejlesztési intézkedést a 2000–2003 közötti Széchenyi Terv jelentette. A program célul tűzte ki az idegenforgalom minőségi fejlesztését, mely a belföldi és nemzetközi turizmus élénkítésén és a turizmus teljesítményének növelésén alapult. (Aubert–Berki, 2010) A fejlesztési terv legnagyobb eredménye, hogy a hazai turisztikai szezon 221 napról 316 napra nőtt. Ez a jelentős egészségturisztikai fejlesztéseknek köszönhető, mely a hazai idegenforgalom vezető turisztikai terméke. A program következménye volt a turizmus ezen szektorának hazai megújulása, mely számos gyógyfürdőfejlesztést jelentett országos szinten. Továbbá fontos megemlíteni, hogy a fejlesztési program 100%-ban hazai forrásból valósult meg, mely jól mutatja az idegenforgalom nemzetgazdasági jelentőségét és az akkori politika viszonyát ezen ágazathoz. (Aubert [ET AL.], 2000)

Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozása révén számos turisztikai beruházás valósult meg. Ezzel együtt a vendéglátóhelyek és az elöltött vendégéjszakák száma is jelentősen megemelkedett. 2004–2006 között az I. Nem-

zeti Fejlesztési Terv keretében váltak elérhetővé az európai uniós fejlesztések. A legjelentősebb pénzeszközök a Regionális Operatív Program keretében jelentkeztek, mely hozzájárult a nemzeti területfejlesztési célkitűzések eléréséhez. Idegenforgalom szempontjából a program négy fő prioritása közül az első – a turisztikai potenciál erősítése a régiókban – volt kiemelt fontosságú. Céljai közt szerepelt a turizmus jövedelemtermelő képességének és a hazai vonzerők versenyképességének növelése, továbbá a szolgáltatások minőségi fejlesztése is. A fejlesztéseket az indokolta, hogy az idegenforgalmi szektor pozitív hatással van a foglalkoztatásra és nemzetgazdasági szinten is meghatározó iparággá nőtte ki magát. A megvalósuló projektek elsősorban a versenyképes turisztikai attrakciók kialakítását és a szálláshelyek színvonalának emelését célozták. Az Észak-Magyarország régió a turisztikai célú forrásokból országos szinten a legnagyobb arányban részesült (1.ábra), mely a későbbi fejlesztési terveknel is hasonlóképpen alakult.



1. ábra: A régiók részesedése az NFT I. turisztikai támogatásaiból (%)

Forrás: ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárság

A turisztikai szektort is jelentősen érintő következő ciklus a 2007–2013-as, kezdetben Új Széchenyi Fejlesztési Terv, majd 2010-től Új Magyarország Fejlesztési Terv volt. Az idegenforgalmi projektek támogatására a Regionális Operatív Programok keretében nyílt lehetőség. A program céljainak meghatározása a korábbi időszak tapasztalataira és az országos turizmusfejlesztési stratégiák célrendszerére alapozva készült el. A turizmusfejlesztés három konstrukciója közül az attrakciófejlesztés volt a legnagyobb súlyú, körülbelül 70-75%-os. Ezt követte a szálláshelyfejlesztés, majd a TDM-szervezetek támogatása. Országosan majdnem háromezer projekt valósult meg több mint 400 milliárd forint támogatással. Ennek ellenére a felsorolt támogatási konstrukciók folytatása indokolt a következő időszakban is.

A program célkitűzése volt többek közt a foglalkoztatottak számának növelése és keresetüknek a nemzetgazdasági szintre való emelése. Ezen alapvető célkitűzések nem valósultak meg, melynek hátterében több tényező is húzódott, mint például a gazdasági válság, a forint árfolyamának gyengülése, továbbá a szektorra mai napig jellemző feketegazdaság. (Vargáné, é. n.)

A jelenlegi, 2014–2020-as Széchenyi 2020 elnevezésű fejlesztési terv hosszú távú célkitűzése, hogy Magyarország Európa egyik legnépszerűbb fogadóterületévé váljon. Ezt az alábbi célkitűzések mentén kívánja elérni a fejlesztési terv:

1. Magyarország legyen a világ első 30 országa között a turizmus versenyképessége alapján.
2. A legfontosabb nemzeti turisztikai termékek sikeres fejlesztése.
3. Stabilan működő turisztikai szervezeti rendszer teljes kiépítése.
4. A belföldi és nemzetközi turisztikai alapmutatók javítása.
5. Sikeres nyitás új piacok felé.
6. Budapest legyen az európai és közép-európai TOP desztinációk között, a Balaton legyen elismert európai üdülődesztináció.

Jelen időszakban az idegenforgalom fejlesztésére először több operatív programban is lehetőség nyílik, melyek az alábbiak:

- Gazdaságfejlesztési és innovációs operatív program (GINOP),
- Versenyképes Közép-Magyarország operatív program (VEKOP) támogatási lehetőségei,

- Terület- és településfejlesztési operatív program (TOP),
- Vidékfejlesztési operatív program (VP).

Az időszak legjelentősebb turisztikai forrásai a GINOP-ból nyerhető, melyben több prioritási tengelyen is megjelenik az idegenforgalom. A támogatások attrakciók, szolgáltatások, desztinációk, nemzeti turisztikai marketing és energiahatékonyság fejlesztésére igényelhetőek.

A magyarországi turisztikai területek történeti áttekintése után a továbbiakban Aubert Antal és Szabó Géza munkássága nyomán az Észak-Magyarország régióra elvégzett turisztikaimagterület-lehatárolás módszertani ismérveinek és a kutatás eredményeinek részletezése következik.

Az értékelés menete

Jelen turisztikaimagterület-lehatárolás az Észak-Magyarország régióra Aubert Antal és Szabó Géza munkássága mentén készült el. Turisztikai magterület vagy bármilyen idegenforgalmi térség földrajzi lehatárolására nincs egységes szempontrendszer és módszertan (Aubert–Szabó, 2007). Az említett módszertan alkalmazását az indokolta, hogy a vizsgált célterület hasonló földrajzi adottságú, továbbá a vizsgált paraméterek mérhetősége, az adatokhoz való hozzáférés hasonlóképp biztosított. Az Észak-Magyarország régió turisztikai magterületének lehatárolása öt paramétervizsgálat mentén került meghatározásra, melyek az alábbiak:

1. Jelenlegi vonzerő,
2. Meghatározó turisztikai termékek,
3. Forgalmi mutató,
4. Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás,
5. Helyi idegenforgalmi adó.

A vizsgálat alapján létrejövő magterületek a jelenlegi állapotok szerint rajzolódnak ki, így a turisztikai beruházások jelentős hatással lehetnek a lehatárolásra. Az idegenforgalom változásokra való érzékenysége következtében azonban ez nem meglepő.

A vizsgálati tényezők eltérő súlyszámokkal kerültek figyelembevételre, melynek használatát a paraméterek közötti hierarchia indokolta. Az alábbi súlyszámok hasonlóképpen kerültek meghatározásra, mint az alapul vett módszertan:

- Jelenlegi vonzerők 20%,
- Meghatározó turisztikai termékek 25%,
- Forgalmi mutató 30%,
- Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás 20%,
- Helyi idegenforgalmi adó 5%.

A továbbiakban az egyes paraméterek részletezése olvasható a vizsgálat elméleti és az Észak-Magyarország régió gyakorlati eredményein keresztül.

Jelenlegi vonzerő

A térségi/települési idegenforgalom számára az egyik legfontosabb tényező az attrakció jelenléte. Jelen vizsgálat tárgyát ezen vonzerők számbavétele jelentette az Észak-Magyarország régió 610 településén. A régió települései közül sok már az első szükségzerű szűrés következtében kiesett a vizsgálatból. Ugyanis azon települések kerültek be a további vizsgálatba, ahol az elmúlt bő egy évtizedben idegenforgalmi adóbevétel és/vagy eltöltött vendégéjszaka mutatkozott. Ezt követte a turisztikai vonzerők hatókör szerinti értékelése. Az egyes települések akkor kaptak pontot, ha a desztinációk minimum országos szintű vonzerőt tudtak felmutatni (1. táblázat). A további kategorizálás az alábbiak mentén zajlott.

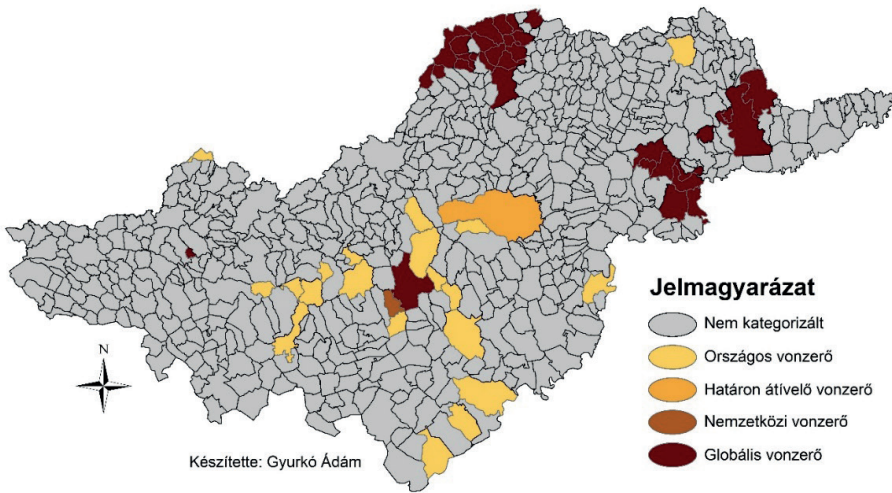
Kapott pont	Kategóriák	Kategória jellemzője
12,5	Országos vonzerő	Országos szinten változatos vendégkör keresi fel, nemzetközi érdeklődése korlátozott, melynek oka lehet az attrakció telítettsége vagy kulturális sajátosságai.
15	Határon átívelő vonzerő	Jelentős a külföldi vendégkör, melyet főként az egyedi érdeklődés generál (pl. fesztiválok).
17,5	Nemzetközi vonzerő	Jelentős turisztikai potenciállal rendelkező attrakció, mely tömeges külföldi vendégkört is vonz főként a környező országokból.
20	Globális vonzerő	Hazánkban csak néhány ilyen település létezik. Az Észak-Magyarország régióban csupán Eger és a világörökségi helyszínek (Hollókő Ófalu és környezete, a Tokaj-hegylajai történelmi borvidék kultúrtáj, az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai).

1. táblázat: Turisztikai vonzerők hatókörei

Forrás: saját szerkesztés

A 2. ábra alapján látható, hogy az Észak-Magyarország régióban mely települések kaptak pontot a vonzerőértékelés tekintetében. A módszertan ugyan kiemelt kategóriaként kezeli a világörökségi helyszíneket, azonban jelen sorok írói nem minden esetben vették ezt figyelembe, ugyanis a vizsgálat végeztével kikerültek a globális vonzerő kategóriából azon települések, ahol mérhető idegenforgalom nem jelentkezik. Ezen települések voltak Imola, Mezőzombor, Szegi, Szinpetri, Tornanádaska. Ennek szükségessége abban állt, hogy a felsorolt települések ne kerüljenek méltatlanul turisztikai magterület kategóriába, hiszen ott a világörökségi helyszínen felül nincsenek valós idegenforgalmat generáló objektumok, szolgáltatók.

Joggal merülhet fel a kérdés, hogy a világörökségi helyszínek valóban globális vonzerőt képviselnek-e. Fontos kihangsúlyozni, hogy többek között a világörökségi helyszínekre támaszkodva bővíthető a hazai turisztikai kínálat, továbbá a globális turizmus szempontjából is fontos értékesítési tényezők, melyek részei nemzetközi adatbázisoknak is. (Tasnádi, 2002) A leírtak alapján – és az ismertetett szűrés után – jelen esetben a legnagyobb kategóriába sorolt településekről igenis kijelenthető, hogy fontos alapját képezik a térség globális turisztikai vonzerejének, így megkérdőjelezhetetlen azok relevanciája.



2. ábra: Az Észak-Magyarország régió településeinek turisztikai vonzerőértékelése

Forrás: saját szerkesztés

Meghatározó turisztikai termékek

A második paramétervizsgálat a régióban található minősített szolgáltatók és objektumok számbavételét jelentette. A régióban az alábbi szolgáltatók felmérése volt indokolt:

- Falusi vendégfogadók,
- Borutak tagjai,
- Lovasturisztikai szolgáltatók,
- Hungarikumok, melyek olyan termékekhez, világörökségekhez köthetők, melyek jelentős idegenforgalmat generálnak.

Számbavételre kerültek az idegenforgalmi létesítmények, objektumok, melyek lehetővé teszik a települések és térségek számára a turisztikai termékek kialakítását, a vizsgált paraméterek az alábbiak:

- Folyók és állóvizek túraútvonalainak csomópontjaiban létrehozott vízitúra megállóhelyek (kikötők, pihenőhelyek),
- Védett területeken (nemzeti park, tájvédelmi körzet, természetvédelmi terület) létrehozott és működő látogatóközpontok,

- Védett természeti értékek bemutatását elősegítő tanösvények,
- Termál- és gyógyfürdők,
- Hivatásturizmus alapját jelentő objektumok (MICE-kínálat).

A szolgáltatók és az objektumok adatainak összegzésére először külön-külön került sor. A legtöbb pontszámot elért település lett a bázis (100%), melyből arányosítva kaptak pontot a többi helységek. Ezt követően valósult meg a két paraméter összevonása. A vizsgálaton belül a MICE-kínálat, valamint a termál- és gyógyfürdők súlya duplán számított, minden más kategória 1-1 pontot jelentett a település számára.

Forgalmi mutató

Az idegenforgalmi mutatók értékelésekor megállapítható, hogy a kereskedelmi és magán szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma között ellentmondás van, melynek egyik fő oka a turizmus szezonálisára vezethető vissza. Így szakmai szempontból a vendégéjszaka mutatja a tényleges turisztikai forgalmat (Aubert–Szabó, 2007). Jelen paramétervizsgálatban így a kereskedelmi és magán szálláshelyek vendégéjszakáinak száma került figyelembevételre települési szinten. Annak érdekében, hogy a lehatárolás viszonylag hosszú távon is valós tartalmat mutathasson, továbbá egy adott év kiugrásai ne befolyásolják számottevően az eredményeket, a vendégéjszakák számbavétele az idősorosan 2004-től 2013-ig rendelkezésre álló adatok összegéből került felhasználásra.

Abszolút és ezer főre vetített értékek alapján alkotnak kategóriákat a települések. A paraméteren belül 50-50%-os súllyal kerültek beszámításra az értékek. Az adatok kategorizálásánál fontos tényező, hogy az adatok változásait milyen részletességgel tördeljük. Az elsődleges szabály, hogy döntést kell hozni, hol az a határ, amennyitől már más értékkategóriát képviselnek az adatok. (Eral, 2003)

Turisztikai hálózatok és fejlesztési aktivitás

A magterületi lehatárolás negyedik paramétervizsgálata a másodikhoz hasonlóan szintén két nagy kategóriát ölel fel. Első kategóriában a települések turisztikai hálózatokban való szerveződése jelenik meg. A másodikban pedig a települések turisztikai fejlesztésekre kapott európai uniós forrásainak számbavétele szerepel.

Az alábbi hálózati együttműködésekett vettük figyelembe, melyek megléte 1-1 pontot jelentett a települések számára. Az így kapott eredmények közül a legtöbb pontot kapott település értéke lett a 100%-os bázisérték, melyből arányosítva kapott pontot a többi település.

- Tematikus utak egy-egy termék térbeli szerveződése
- Idegenforgalmi klaszterek
- Egyéb térségi együttműködés, térségi TDM szervezetek, Tourinform irodák

Az elmúlt bő egy évtizedben jelentős fejlesztési források váltak elérhetővé a turisztikai szektorban. Ezen forrásoknak a fő céljai többek között az attrakció- és szálláshelyfejlesztés volt. Ennek kiemelt célterületét jelentette és jelenti az Észak-Magyarország régió, mely az ERFA turisztikai források legnagyobb részarányban – megközelítőleg 22%-ban – nyerte el a támogatási forrásokat. Ezen indokok alapján az idegenforgalmi fejlesztési források is részét képezik a turisztikaimagterület-lehatárolás vizsgálatának. Az I. Nemzeti Fejlesztési Terv, az Új Széchenyi Terv/Új Magyar Fejlesztési Terv és az Új Magyar Vidékfejlesztési Terv idegenforgalmi forrásai kerültek összegzésre 2004-től 2015-ig bezárólag, mely után az adatokat értékkategóriákba sorolták a szerzők. Az említett kategorizálás Earl Babbie „A társadalomtudományi kutatás gyakorlata” című munkája alapján készült el.

Helyi idegenforgalmi adó (IFA)

A tényleges idegenforgalom egyik pontosan mérhető tényezője a települési önkormányzatok által kivethető helyi idegenforgalmi adó. Ennek értelmében megállapítható, hogy turisztikai vállalkozások működnek azon településeken, ahol idegenforgalmi adóbevétel jelentkezik. Az adó kivetése opcionálisan választható az önkormányzatoknak, azonban a beszedett IFA-hoz állami támogatás is társul, így jelentős fejlesztési forrásokhoz való hozzáférést biztosít a települések számára.

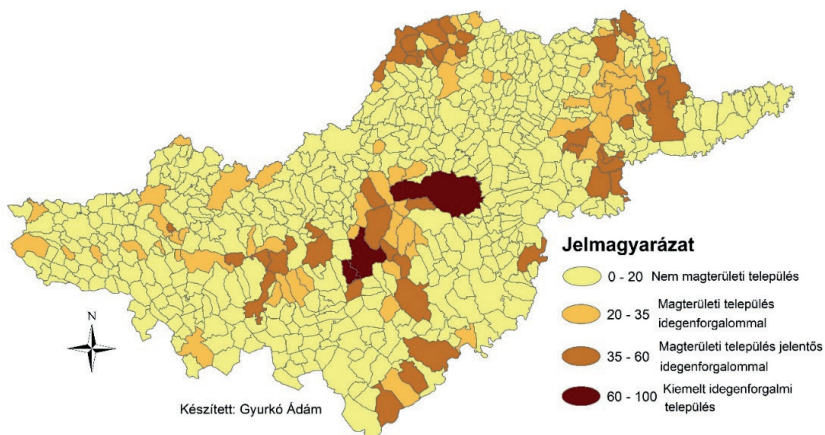
Jelen tanulmány az idegenforgalmi adóbevételeket 2004-től 2013-ig összegezve vette figyelembe annak érdekében, hogy az éves kiugrások ne torzítsák az eredményeket, továbbá hogy a lehatárolás időtállóbb legyen az idegenforgalom gyakori változásaival szemben. A települési értékek abszolút és ezer főre vetített adatai 50-50%-os részesedéssel lettek beszámítva. Az így kapott ered-

mények érték kategóriákba lettek besorolva Earl Babbie „A társadalomtudományi kutatás gyakorlata” című munkája alapján.

Eredmények

Jelen tanulmány célja volt az Észak-Magyarország régió települési és összefüggő térségi idegenforgalmi magterületeinek kijelölése. Az objektív vizsgálat alapját Aubert Antal és Szabó Géza munkássága jelentette, akik hasonlóképpen a Dél-Dunántúl régióra készítettek lehatárolást öt paramétervizsgálat mentén. Ezen vizsgálati elemek részletes ismertetése a korábbi fejezetekben megtörtént. A továbbiakban az eredmények összegzésére és a következtetések levonására kerül sor.

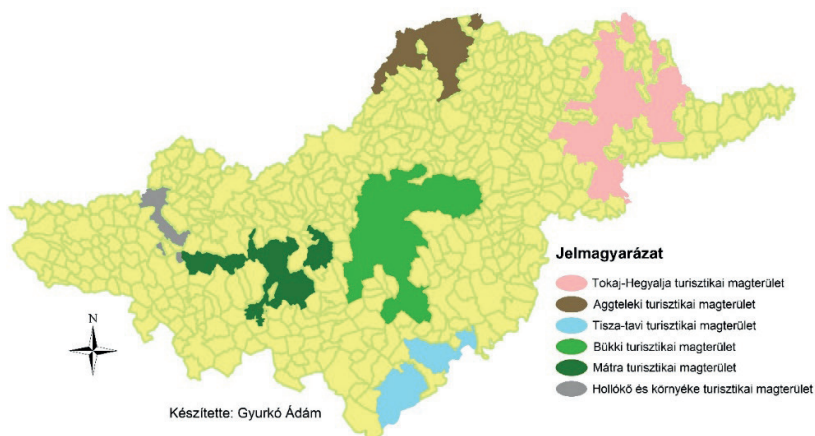
Az adatok összegzését és az eredmények súlyozását követően kialakult a települések számszerűsített sorrendje, ahol a települések maximum 100 pontot érhetnek el. Azok számára, akik jártasak a hazai, regionális idegenforgalmi viszonyokban, talán nem meglepő, hogy Eger város érte el a legmagasabb pontszámot, szám szerint 88,28 pontot. A régió 610 db települése közül 436 db kapott pontot, a maradék 174 db a vizsgált paraméterek alapján nem kapott egyet sem, melyek nem feltétlenül a rossz idegenforgalmi adottságokkal magyarázható, hanem sok esetben a méltatlan gazdasági, társadalmi helyzettel. A legtöbb pontot elért települések pontszámát a későbbiekben a 3. táblázat részletezi.



3. ábra: Települési turisztikai magterületek az Észak-Magyarország régióban

Forrás: saját szerkesztés

A 3. ábrán látható az Észak-Magyarország régió települési turisztikai magterületei lehatárolásának eredménye. Az elért eredményeket négy kategóriába sorolták jelen sorok írói, melyekből az első a „nem magterületi település”. Ezen kategóriába sorolt települések nem tudnak olyan szintű turisztikai eredményt felmutatni, mely tényleges idegenforgalom generálódását jelezné az adott területen. Összesen ötszáz darab település tartozik ebbe a kategóriába, melyből 174 db egyetlen pontot sem tudott elérni. A második kategória, melybe összesen 64 db település tartozik, a „magterületi település idegenforgalommal”. Ezen kategória tagjai már mérhető forgalmi mutatóval bírnak. Az ide tartozó, főként kis települések a falusi turizmus felfutásával a térségi, regionális idegenforgalom idényszerű célállomásai a turisták számára. Ezen felül ebbe a kategóriába tartozik Hatvan és Salgótarján, mely települések valós városi funkciókat is hordoznak, így lehetőségük nyílhat a jövőben térségük idegenforgalmi központjává válni. A harmadik csoport a „magterületi település jelentős idegenforgalommal”, e települések mindennapjait, társadalmi és gazdasági mutatóit már jelentősen befolyásolja az idegenforgalom. Az ide tartozó települések – néhány kivétellel – az összes paramétervizsgálatban pontot tudtak elérni. Így általánosságban kijelenthető, hogy a kategória tagjai szálláshellyel, idegenforgalmi szolgáltatásokkal és attrakciókkal ellátott települések. Ennek értelmében a régió turizmusának meghatározó tagjai, melyek akár országos szintű vendégforgalmat is generálnak. A kategória nagyobb városai Gyöngyös, Mezőkövesd, Sárospatak, Sátoraljaújhely és Tiszaújváros. Az ide tartozó jelentősebb idegenforgalmi kistépülések pedig például Hollókő, Mátraszentimre, Szilvásvárad, Tokaj. Az eredmények összegzését követően jelen sorok írói fenntartottak egy külön kategóriát azon települések számára, melyek kiemelt idegenforgalmi településként értelmezhetőek. Az elért pontszámok alapján ezen települések Eger, Egerszalók és Miskolc. A felsorolt három település egyértelműen a régió idegenforgalmának legmeghatározóbb tagja, melyek a kialakított turisztikai kínálatuk révén határon átnyúló vendégforgalmat is generálnak.



4. ábra: Térségi turisztikai magterületek az Észak-Magyarország régióban

Forrás: saját szerkesztés

A 4. ábrán látható az Észak-Magyarország régióban végzett térségi turisztikai magterületek lehatárolásának eredménye. A települési lehatároláson felül célkitűzés volt olyan egybefüggő területek kijelölése, melyek jelentős idegenforgalmi települések együttesét mutatják. Az így kialakult lehatárolás 13 db magterületi település levételét indokolta, melyből a legnagyobb pontszámot elért település Tiszaújváros. A viszonylag kevés különálló idegenforgalmi település alapján is kijelenthető, hogy a régió turizmusa koncentrált, jól körülhatárolható. A kiesett települések számára a jövőben prioritást kell élvezzen a térségi idegenforgalmi együttműködés annak érdekében, hogy újabb turisztikai magterületek jelenjenek meg. Jelenleg az Észak-Magyarország régióban 6 db idegenforgalmi térség nevesíthető, melyekből a legnagyobb településszámú és földrajzi kiterjedésű a Tokaj-Hegyalja turisztikai magterület. A kijelölt területek idegenforgalmi súlyát a 2. táblázat tartalmazza, mely a települések által elért pontok összegéből adódik. Jelen lehatárolás csak az Észak-Magyarország régióra tért ki, viszont szükségeszerű megemlíteni, hogy a Tisza-tavi terület régió átnyúló, az aggteleki pedig határon átívelő turisztikai magterületek, így ezen térségek tényleges kiterjedtsége nagyobb a valóságban.

Turisztikai magterület	Települések száma	Helyezés	Idegenforgalmi számérték	Helyezés	Összegzés
Tokaj-Hegyalja turisztikai magterület	29 db	1	976,26 pont	1	1
Bükki turisztikai magterület	22 db	2	846,84 pont	2	2
Aggteleki turisztikai magterület	20 db	3	743,41 pont	3	3
Mátra turisztikai magterület	14 db	4	466,65 pont	4	4
Hollókő és környéke turisztikai magterület	7 db	5	205,03 pont	5	5
Tisza-tavi turisztikai magterület	5 db	6	173,86 pont	6	6

2. táblázat: A kijelölt turisztikai magterületek idegenforgalmi értékelése

Forrás: saját szerkesztés

A 2. táblázaton láthatóak a jelen tanulmány által lehatárolt turisztikai magterületek idegenforgalmi eredményei. Ez alapján kijelenthető, hogy az Észak-Magyarország régió legjelentősebb turisztikai magterülete Tokaj-Hegyalja térsége. Ezt követi a Bükk turisztikai magterület, mely a három legjelentősebb idegenforgalmi települést foglalja magában. A legnagyobb kihasználatlan potenciál a mátrai területeken van, hiszen számos jelentős idegenforgalmi adottságokkal bíró település nem került magterületi kategóriába. Ennek oka főként a szálláshelyek és az attrakciók hiányában keresendő. A Tisza-tó esetében is hasonló potenciálról beszélhetünk, hiszen a tó számtalan lehetőséget kínál a szabadidő eltöltésére. Viszont a térség rossz gazdasági, társadalmi viszonyai a mai napig érezhetőek az arra rendkívül érzékeny turisztikai szektorban is. A jövőben mindenképp indokolt ezen területek számára az említett problémák kiküszöbölése érdekében egy komplex stratégia megalapozása. Az aggteleki és a hollókői területek egyik legnagyobb fejlődést gátló tényezője, hogy mindkettő városi funkciókat hordozó településekben szegényes térség. Így turisztikai lehetőségeik is jelentősen korlátozottak.

	Település neve	Megye	Járás	Turisztikai magterület	Elért pontszám
1.	Eger	Heves megye	Egri	Bükki	88,28
2.	Miskolc	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Miskolci	Bükki	72,51
3.	Egerszalók	Heves megye	Egri	Bükki	65,80
4.	Tokaj	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Tokaji	Tokaj-hegy- aljai	59,47
5.	Hollókő	Nógrád megye	Szécsényi	Hollókő és társége	58,55
6.	Szilvásvárad	Heves megye	Bélapátfalvai	Bükki	56,14
7.	Mátraszentimre	Heves megye	Gyöngyösi	Mátra	54,41
8.	Sárospatak	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Sárospataki	Tokaj-hegy- aljai	54,06
9.	Mezőkövesd	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Mezőkö- vesdi	Bükki	53,22
10.	Aggtelek	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Putnoki	Aggteleki	52,23
11.	Gyöngyös	Heves megye	Gyöngyösi	Mátra	51,32
12.	Bogács	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Mezőkö- vesdi	Bükki	50,88
13.	Demjén	Heves megye	Egri	Bükki	50,75
14.	Teresztenye	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Edelényi	Aggteleki	50,73
15.	Tolcsva	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Sárospataki	Tokaj-hegy- aljai	49,95
16.	Poroszló	Heves megye	Füzesabonyi	Tisza-tavi	49,88

17.	Bodrogkeresztúr	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Tokaji	Tokaj-hegy- aljai	49,13
18.	Noszvaj	Heves megye	Egri	Bükk	48,19
19.	Sátoraljaújhely	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Sátoraljaúj- helyi	Tokaj-hegy- aljai	47,14
20.	Jósvafő	Borsod-Aba- új-Zemplén megye	Putnoki	Aggteleki	47,06

3. táblázat: Az Észak-Magyarország régió turisztikaimagterület-lehatárolásban legtöbb pontot elért első húsz településének rangsora

Forrás: saját szerkesztés

A 3. táblázatban látható a magterületi lehatárolás húsz legtöbb pontot elért településének rangsora. Első helyen Eger városa áll, mely a régió abszolút kimagasló idegenforgalmi települése, ugyanis szinte az összes vizsgálatban az első helyen végzett. A rangsor első nagy meglepetését a szerzők számára Gyöngyös városa jelentette, mely turisztikai potenciáljához képest csupán a 11. helyen szerepel, számos kisebb település előzte meg, sőt turisztikai magterületének nem az első helyezette, hiszen Mátraszentimre az előkelő 7. helyen szerepel. Meglepő továbbá Teresztenye (14.), Tolcsva (15.), Noszvaj (18.) és Bodrogkeresztúr (17.) nem várt viszonylagos jó helyezései. Ezen települések kiváló példái a falusi turizmusban rejlő potenciálnak, hiszen jó szereplésüknek záloga elsősorban nem attrakciókban, hanem a vidéki idegenforgalom nyújtotta szolgáltatásokban keresendő.

Következtetések

Az Észak-Magyarország régió végzett turisztikaimagterület-lehatárolás eredményeinek összegzéséből kiderült, mely települések, térségek a célterület valós idegenforgalmi szereplői. A kialakult rangsor néhány szereplőt leszámítva nem okozott meglepetést, azonban az eredmények érdekessége, hogy a magterületi települések és a hatályos idegenforgalmi területi lehatárolások – mint például a kiemelt üdülőkörzetek – jelentős eltéréseket mutatnak. Az ilyen eltérések miatt jelen tanulmány igazi értéke abban mutatkozik, hogy a kvantitatív módszerek alapján készített vizsgálat kiváló alapot nyújt össze-

hasonlító elemzések elvégzéséhez. A vizsgálat eredményeiből megállapítható, hogy az Észak-Magyarország régióban hat térségi turisztikai magterület található, melyek közül az összesben mutatkozik még kihasználatlan potenciál. A települési lehatárolás abszolút győztese Eger, mely a régió legmeghatározóbb turisztikai településévé nőtte ki magát.

A turizmus és a területfejlesztés vonatkozásában megállapítható, hogy a régió számára kiemelt fontosságú ezen szektor, hiszen 110 db település került magterületi kategóriába, mely a régió összes településének körülbelül 20%-a. Ezen települések mindennapjait, társadalmi és gazdasági viszonyait jelentősen meghatározza az idegenforgalom. A továbbra is jelentős kihasználatlan potenciál és az idegenforgalmi források meglétével a régió hosszú távú fejlesztési stratégiájának egyik alappillérévé válhat a turisztikai szektor.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Könyvek

- AUBERT A. – SZABÓ G. (2007): A Dél-dunántúli régió turisztikai magterületeinek lehatárolása. Xellum Kft. Budapest, pp. 1–23.
- EARL B. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, pp. 137–170.
- RUBOVSKY A. – SZIGETI A. – WALKÓ M. (2009): A magyar vendéglátás és turizmus újkori története. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, pp. 201–287.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (2005): A turizmus hatásai. Aula Kiadó Kft., Budapest, pp. 49–116, pp. 127–266.
- TASNÁDI J. (2002): A turizmus rendszere. Aula Kiadó, Budapest, pp. 223–244.

Folyóiratban megjelent cikk

- AUBERT A. (2001): A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon. Turizmus Bulletin, V. évfolyam 1. szám.
- AUBERT A. – GELÁNYI N. – JÓNÁS-BERKI M. (2010): The Place and Role of Peripheries in Hungary's Changing Tourism. Geographica Timisiensis 19/2 pp. 257–267.

- ENYEDI Gy. (2004): Regionális folyamatok a poszt szocialista Magyarországon. *Magyar Tudomány*, 49. évfolyam 9. szám pp. 935–941.
- KOVÁCS B. – Gerlach V. (2007): A 2007–2013 közötti hazai fejlesztéspolitika turisztikai vetülete. *Turizmus Bulletin*, XI. évfolyam 3. szám pp. 39–46.
- PÉTER L. (2003): A turizmus és a területi tervezés, területfejlesztés, területrendezés kapcsolata Magyarországon. *Falu Város Régió*. V. évfolyam, 2003/4 szám, pp. 13–26.
- TÓTH G. (2005): A magyarországi idegenforgalmi régiók. *Területi Statisztika*, 45. évfolyam 2. szám pp. 147–162.
- Kiadványok, disszertációk*
- BUJDOSÓ Z. (2016): A turizmus és a területfejlesztés kapcsolatrendszere Magyarországon. Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézet, Nyíregyháza, pp. 70–74.
- NAGY A. (2016): A turizmus hatása a térgazdaság fejlődésére Magyarországon. PhD-disszertáció, Gödöllő, pp. 57–67.
- REHÁK G. (2011): Turizmuspolitika Magyarországon különös tekintettel a Kádár-korszak első tíz évére. PhD-disszertáció, Debrecen, pp. 78–94.

Internetes források

- VARGÁNÉ GÁLICZ I. é. n.: A turizmus gazdasági mutatóinak alakulása 2007–2013 közötti időszakban. <http://www.irisro.org/tarstud2014kotet/15VarganeGaliczIvett.pdf> Letöltés: 2017. 08. 23.

Szerzők:

Gyurkó Ádám

Debreceni Egyetem

doktorandusz hallgató

Eszterházy Károly Egyetem

kutató

gyurko.gyadam@gmail.com

Dr. habil. Bujdosó Zoltán

Eszterházy Károly Egyetem

campusokért felelős rektorhelyettes

főigazgató, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

bujdosozoltan@uni-eszterhazy.hu

TOURISTS' PERCEPTION OF THE ROLE OF SAFETY IN TOURISM AT A SELECTED TOURIST DESTINATION IN CENTRAL REGION OF GHANA

Imbeah, Nicholas

Abstract

This paper discusses some direct and indirect impacts of safety issues at Cape Coast-Elmina-Kakum National Park (KNP) tourism destination in Ghana. Some 260 tourists were randomly selected by convenience sampling. Most of the tourists who visited this destination area were the youthful, active or energetic population and probably travelled a lot for pleasure. Majority were Americans and Europeans. It was observed that tourists' perceptions of security at the destination area was dependent on the tour guides, friendly environment at the destination area and the security provided at the destination area. Tourists were safer when they were inside the castles and the national park because in these facilities the tourists were shielded from the ever present hustlers and beggars who asked them for money. Tourists disclosed that more security personnel should be provided to ensure their safety in addition to installation of CCTV cameras in all the facilities visited. They suggested that security personnel in both mufti and uniform around the tourism facilities should be provided to ensure safety and security. It was recommended that the various tourism related bodies in the region like Ghana Tourism Authority (GTA) and Ghana Fire Service should be coordinated and conscripted into the sensitization and provision of safety and security at tourist facilities.

Keywords: Tourism, Safety, Perception, Destination, Facility

MARK: M41

Introduction

In the developing countries like Ghana tourism development has become an active and lucrative business venture for economic development (Ayob & Masron, 2014) and it is also observed that the important constituent of a tourist offer is the safety factor (Czarnecki, R. 2012 Bujdosó et al, 2015a; b) which includes personal safety of all tourists. Tourism, according to Cooper et al (2008) is categorized among the subjects and interactive businesses known to be responsive to safety and security. Admittedly, tourism promotion has been caused by the rapid and ubiquitous development of transport in the world (Ayob & Masron, 2014, Péntes et al, 2014). As a sequel, safety and security have become equally important just like tourism itself (Kovari & Zimanyi, 2011, Sallai & Matyas 2016). In Ghana, however, the peaceful democratic and political regime has contributed immensely to the development and promotion of tourism.

Overview of Ghana's Tourism Sector

The tourism division is a huge supporter of financial development and advancement in Ghana. Tourism is a noteworthy wellspring of remote trade, work and government income. In 2013, the immediate commitment of the Travel and Tourism industry to Ghana's GDP was US\$ 1.34 billion, amounting to 2.8% of GDP. In 2013, add up to commitment of Travel and Tourism to Ghana's economy was US\$ 3.19 billion, equal to 6.67% of GDP. Tourism's immediate commitment to the economy has developed from US\$1.03 billion in 2008 to US\$1.34 billion in 2013. During the same period, the quantity of occupations specifically created by tourism diminished from 155 100 to 124 700. Travel and Tourism speculation expanded from US\$ 303 million in 2008 to US\$ 403 million in 2013 (World Economic Forum, 2013).

Add up to spending on Travel and Tourism in Ghana has demonstrated relentless development, expanding from US\$ 1982 million in 2008 to US\$ 2372 in 2013. Universal traveler receipts vary yet they have for the most part been rising; they expanded from US\$970 million in 2008 to US\$ 1068 million in 2013. Worldwide visitor receipts constituted around 45% of aggregate spending in 2013. The yearly number of universal visitors is assessed to be around 950,000 now and is expected to increase to 1.5 million by

2024. Worldwide traveler receipts constitute the fourth most noteworthy wellspring of outside trade for Ghana, after gold, cocoa and remittances from abroad.

Ghana Immigration Service measurements for 2011 demonstrate that the main hotspots for worldwide guests were Nigeria (19%), USA (13%), UK (9%), Cote d'Ivoire (5%), and 3% each for Canada, Germany, India, Netherlands and South Africa. Ghana Tourism Authority measurements for 2009 demonstrate that the main three purposes behind going to Ghana were business, conferences, study/training (40%), visiting friends and family (25%) and holiday travel (20%). The vacationer recreational/tourist facilities that pulled in the most guests (household and global) in 2013 were Kakum National Park (184 000), Cape Coast/Elmina Castles (157 000) Kwame Nkrumah Memorial Park (93 000), Kumasi Zoo (68 000), Wli Waterfalls (63 000) and Manhyia Palace Museum (51 000) (Ghana Immigration Service, 2015).

Travel and Tourism foundations in Ghana incorporate inns, visitor shops, visit administrators, auto rentals and eateries. The lodging subsector is the biggest and generally powerful. The quantity of lodgings was 1775 in 2013 with 28028 rooms. The quantity of authorized star inns was 872. A large portion of the star appraised lodgings are found in Greater Accra. Unbranded guesthouses and hotels rule the settlement showcase, however a large portion of them do not meet global measures and have low quality of administration. Ghana's accommodation segment is turning into a prime advancement focus for major multinational lodging networks hoping to grow in Africa. In 2013, there were more than 1400 lodging rooms being worked on in Ghana, some of which incorporate advancements by worldwide inn brands, for example, Kempinski and Marriott. With respect to other sub-divisions, Ghana Tourism Authority (GTA) insights for 2010 demonstrate that there were 255 visit administrators, yet under 60 had IATA licenses; there were 91 authorized auto rental organizations however under 10 had best appraisals; and there were around 360 authorized eateries and clubs yet under 50 had best evaluations. The greater part of the administrators in the non-inn subsector of the Travel and Tourism industry are independent companies (Frimpong-Bonsu, 2015).

There is noteworthy action noticeable all around transport subsector. Kotoka International Airport (KIA) remains the main airplane terminal in Ghana

for universal flights. At present, there are 27 global aircrafts and six payload carriers working from KIA. Ghana Airport Company insights for 2013 show 23 400 universal air ship developments and 1.67 million travelers, including landings and takeoffs. There are likewise five residential aircrafts serving three household air terminals from KIA. (Ghana Immigration Service, 2015).

Kenya and Senegal are great tourism comparators for Ghana. Senegal is considered similarly appealing to Ghana in the West African sub-district and Kenya is viewed as more alluring than Ghana in Africa. Both Ghana and Senegal have extensive qualities in legacy and social tourism while Kenya is a worldwide goal for nature tourism and has impressive qualities in culture, shoreline and business/meeting tourism (Frimpong-Bonsu, 2015).

Tourist Safety and Effects afer 9/11 Incident in USA

It must be added that, safety in tourism increases people's propensity to travel and also enables tourists to maintain their plans and visit destinations they have saved money to travel. In the literature, we have enough surveys on the effects of unsafe conditions and events mostly about the effects of 9/11 on tourism flows. For instance, Sandler & Enders (2004) worked on tourism arrivals and terrorist events in Austria, Greece and Italy from 1970-1990 to estimate revenue losses in the tourism industries in these countries. In 2002, Pizam and Fleicher examined the damaging effects of terrorist attacks on tourism in Israel and found out that these incidents have far reaching dismal consequences that can lead to a total collapse of tourism activities. Sloboda, (2003) also did an estimation study on short-term effects of terrorism on tourism flows and the results showed decline in the flows of tourists.

In this light the vulnerability of tourism is of particular concern to those areas where tourism constitutes the major livelihood of local community members (Becken, 2005) like Kakum National Park, Elmina and Cape Coast Castles which are most popular tourist destinations in Central Region of Ghana. The direct and indirect impacts of safety issues on tourism destinations in Ghana has not been widely explored and critically assessed. The extent to which lose safety practices and their challenges impact on development of tourism at the above mentioned tourist facilities is still evasive in tourism research in Ghana. Admittedly, no terrorism incident has ever happened in Ghana as a country so far as tourism activities are concerned, research must start now to discuss the areas of great concern for further de-

tailed study especially about tourists' perceptions about the role of safety in the tourism industry and making recommendations upon their perceptions is an imperative research concern in Ghana.

Materials and Methods

The study area is made of triumvirate destination facilities, namely Cape Coast Castle, Elmina Castle and Kakum National Park (KNP) all in the Central Region of Ghana. Both Castle facilities are on the coast but the KNP is found in the forest a little removed from the coast.

Brief Description of the Case Study Areas

Cape Coast was the first national capital of Ghana and has the Cape Coast Castle which is a Heritage site built by the Swedish in 1653 and later seized by the Danish in 1663. It was transferred to the British in 1664. Elmina was the first place in Ghana where coastal Ghanaians had the contact with European merchants via barter trade system in 1471 and has Elmina Castle, a Heritage site built by Portuguese in 1482 to facilitate trade on the coast of Gulf of Guinea. These two Castles were the points of no return for many Africans who were sent as slaves in the olden days mostly to the Americas and the returnee (or tourist) Afro-Americans in the Diaspora do visit these Castles and accept them as the physical relics for their ancestors who are now rootly established in the Americas. Kakum National Park (KNP) is a rain forest park very close to the above two Heritage sites in the Central Region of Ghana. It was established as a National Park in 1992 and covers 375km². The unique added facility here is the Canopy Walkway which has seven long bridges and four short bridges. KNP is about 15 km from Cape Coast and Elmina. Recently added facility is the children's park with canopy walkway mainly for children.

Results and Discussions

The data collected from the tourists from these three tourist facilities was arranged into categories and analyzed using descriptive statistics tools such as frequency distribution tables and cross tabulations. Randomly and by convenience sampling, a total of 260 tourists responded to the questionnaires at the Cape Coast-Elmina-KNP destination area in Ghana.

	FREQUENCY	PERCENTAGES (%)
SEX STRUCTURE		
Female	136	52.3
Male	124	47.7
TOTAL	260	100
AGE STRUCTURE		
18 – 25	96	36.9
26 – 35	75	28.8
36 – 45	33	12.7
46 – 55	19	7.3
56+	37	14.2
TOTAL	260	99.9

1. table: Demographic characteristics of tourists

Source: Field survey, 2017

The research showed that majority of the tourists representing 52% as seen from Table 1 were female while the remaining 48% of the respondents (tourists) were male. This may imply that more female tourists visited the destination than the male tourists. In addition, one can also say that, women are now becoming more interested in tourism activities at least in the Cape Coast-Elmina-KNP destination.

For the research, to capture the ages of the respondents (tourists), they were grouped into five main age ranges including; 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 and 56 years and above. It could be observed from Table 1 that majority of the respondents, representing 37% of the tourists fell within the age range of 18 – 25 years while 29% of the tourists fell within the age group of 26-35 years. Consequently, 13%, 14% of the tourists were found within the ages of 36-45 and 56 years and above respectfully. The minority of the respondents, representing 7% fell within the age range of 46-55 years. This suggests that most of the tourists who visited the Cape Coast-Elmina-KNP destination area of Ghana from across the world were the youthful, active or energetic population and probably travelled a lot for pleasure (Imbeah, Hagan and Hodibert, 2015).

COUNTRY OF RESIDENCE	FREQUENCY	PERCENTAGE (%)
Germany	31	11.9
Canada	18	6.9
Ghana	64	24.6
UK	32	12.3
USA	65	25.0
Spain	8	3.1
Italy	6	2.3
Ireland	5	1.9
Poland	3	1.2
Netherlands	6	2.3
Scotland	2	0.8
France	2	0.8
Sweden	1	0.4
Denmark	10	3.8
Australia	3	1.2
Austria	2	0.8
Liberia	2	0.8
TOTAL	260	100.0

2. table: Nationality of respondents (tourists)

Source: Field survey, 2017

Table 2 displays the nationality of the tourists who responded to the questionnaires. It was observed that majority; representing 25% of the respondents were tourists from the United States of America (USA). Subsequently, most of the remaining tourists representing 24.6% were Ghanaians. Tourists from the United Kingdom (UK), Germany and Canada showed some relatively higher percentages of 12.3%, 11.9% and 6.9% respectively as seen in Table 2 above. Others including tourists from Liberia, Denmark, Netherland, Italy and Spain also represented 0.8%, 3.8%, 2.3%, 2.3%, and 3.1% respectively among many foreigners. This can probably mean that the Cape Coast-Elmina-KNP destination area of Ghana is patronized highly by both locals and foreigners, particularly citizens of the USA. This might be attributed to the fact that most of the American tourists were Afro-Americans in the Diaspora who usually come home to visit especially the two famous Castles which were once points of no return for the "Black Slaves" in the olden days.

Q. Do you feel safe at the destination?		
	Frequency	Explanations for “yes” responses
Yes	63	Security at the destination was good
	88	Staff/guide was competent & kind
	72	The environment was friendly
	13	I felt safer when I was in a group
	14	There were protective nets
No		Explanations for “no” responses
	7	There was harassment by the youth in front of the castle
	3	There was poor maintenance of building
Total	260	

3. table: Tourists’ reasons for feeling safe/unsafe at the destination

Source: Field survey, 2017

Table 3 above shows tourists’ perception of safety and security at the Cape Coast-Elmina-KNP destination area. From the table, it could be observed that out of 250 respondents (tourists) who revealed they were safe and secured, the majority, totaling 88 tourists responded that they felt safe because of tour guides’ competence and kindness. Most of the remaining tourists, 72 tourists, disclosed that they felt safe because of a friendly environment at the destination area. This confirmed Ghana as one the most hospitable tourist destinations in Africa (Boakye, 2011). Also, many of them representing 63 tourists unveiled that their security and safety is assured when there were security personnel at the destination areas. Again, 13 tourists showed that they felt safer when in a group (family, friends etc). Finally, the remaining 14 tourists added that they felt secured and safer because of the facilities available at the destination areas such as the net around the canopy walk way at the KNP destination area. On the other hand, 10 respondents responded that they felt unsafe and unsecured at the destinations area. Out of these, 7 tourists said they were unsafe because of harassment by youth in front of the castles. These youth without any permission walk to tourists to beg for alms and sometimes coerce tourists to buy their wares. The remaining 3 tourists also disclosed that they felt unsafe because of poor maintenance of buildings especially at

the castles. This implied the idea that tourists' perceptions of security at the destination area was also dependent on the tour guides, friendly environment at the destination area and the security provided at the destination area. It was also observed that tourists were safer when they were inside the castles and the national park because in these facilities the tourists were shielded from the hustlers and beggars who asked them for money and this confirmed similar observation made out of the studies done by Boakye, (2011) on tourists' views on safety and vulnerability in Ghana.

Facility Types	RANK				Total
	1st	2 nd	3rd	4 th	
Attraction Site	148	70	18	24	260
Accommodation	93	121	35	11	260
Transport	21	46	138	55	260
Internet Facility	7	22	63	168	260

4. table: Ranking of facility types in which tourists felt safer

Source: Field survey, 2017

Tourists were asked to rank the type of tourist facility used at the destination in which they felt safer. The facilities included attraction site, accommodation, transport and internet services/facilities. According to the tourists' experience with these facilities, the majority, totaling 148 out of 260 tourists ranked attraction site as first, others, showing 121 tourists ranked accommodation as second. Some, representing 138 tourists ranked transport as third and finally, internet facility was ranked by the majority, representing 168 tourists as fourth as seen in the leading diagonal of Table 4. This implied that internet services were not reliable and tourists were most of the time worried about getting connected to the facebook, whatsapp, skype and other internet applications for communicating with family and relations back home. It must be pointed out that, in Cape Coast as a tourism hub and Ghana as a whole, the commonest mode of transport is road. Since there are a lot of traffic jam on the road coupled with pot holes travelling between tourist facilities in and out suffers an increase travel time. This was also a bother to travelers especially tourists of non-African origin. These two poor services were a great worry for

tourists at the destination. However, on the whole this safety merit ranking of tourists infers that the tourists were safe and secured at the Cape Coast-Elmina-KNP destination area in Ghana.

Responses	Frequency	Percent (%)
Youth and natives should be checked by security	12	4.6
More security presence	49	18.8
Orientation to Do's and Don'ts	17	6.5
More guides should be provided	14	5.4
More provision of information on-line	11	4.2
More organizational arrangements and fixing of infrastructure, eg. road, internet	41	15.8
Current safety condition is good but can improve	116	44.6
Total	260	100.0

5. table: Tourists' suggestions to improve their safety

Source: Field survey, 2017

The tourists further had the opportunity to suggest other conditions and measures that should be put in place to ensure their safety and security. From Table 5 above, it was observed that the majority representing 44.6% (116) of the respondents suggested that the current safety conditions could be improved upon. That the Canopy Walkway at Kakum National Park was scary and shaky but was still protected by safety net on both sides. Some of the tourists representing 18.8% (49) disclosed that more security personnel should be provided to ensure their safety in addition to installation of CCTV cameras in all the facilities visited. Security personnel in both mufti and uniform around the tourism facilities would improve safety and security. Also, 15.8% representing 41 of the respondents suggested that more organizational arrangements and infrastructural facilities, for instance fixing of roads linking

the various facilities and improving the internet connection should be provided for their safety and security assurance. Other tourists, 6.5% representing 17 of the respondents said there should be orientations to do's and don'ts at the destinations so as to ensure their safety. In other words, safety briefing upon arrival at the facility should be made to the tourists to know what to do in the facility in times of safety problem. From the foregoing, it could be deduced that tourists understood safety and security measures and were generally safe at the destination areas since they could tell what would make them feel safer in the various tourist facilities.

Summary

On the basis of the fact that tourists felt safe and secure at the Cape Coast-Elmina-KNP destination and called for more organizational arrangements and infrastructure provision, it is recommended that the various tourism related bodies in the region like Ghana Tourism Authority (GTA) and Ghana Fire Service should be coordinated and conscripted into the sensitization and provision of safety and security at tourist facilities. It is also observed that if Road Safety Commission in Ghana and for that matter in Central Region is given the official mandate to help educate and maintain safety at tourist facilities, it will be a great step in the right direction. This is because the official supervisors of road which is one of the principal components of tourism development can appropriately help maintain safety and security at tourism facilities. GTA must play a coordinator role in this collaboration. It is also recommended that safety gadgets or kits like CCTV cameras and alarm systems should be installed as a matter of urgency and necessity. For these equipment to be used and kept in working condition at various tourist facilities, periodic safety audit checks should be conducted by joint monitoring group coordinated by GTA. The physical presence and installation of these safety and security equipment boosts safety confidence in tourists in and around tourist facilities.

It is also recommended that the residents and natives in tourist destination should be given the right orientation on tourist safety to enable them accept tourism development in their community and be willing to offer safety and security help to tourists. In the opinion of Doxey (1975), if tourists are accorded good hospitality in the community, it is possible that a communal sense of protection can be offered to tourists.

As a long term measure to improve tourists safety and security, it is suggested that, periodically all workers of tourism facilities and tourism related organizations in the destination should be given basic training in ensuring safety and security, and that tourist safety competition and essays can be organized periodically in many schools in the destination to boost the sense of tourist safety in the community members in Ghana. Again GTA and Ghana Fire Service can collaborate with Ghana Education Service to inculcate in the students the awareness and sense of tourist safety and security.

Finally, it is suggested that, on line information about tourist safety and security in Cape Coast-Elmina-KNP should be regularly updated and be made simple to understand. The ICT department in various tourist facilities should take charge of this update assignment.

In conclusion, during the research it was observed that Ghana has enjoyed a peaceful political and social space for long time in the West African sub-region and this has endeared Ghana to be more preferred tourist destination by tourist inflows. Therefore, the tourist industry and GTA should quickly take advantage of this cordial situation to establish the appropriate tourist safety regime and auxiliary infrastructure at least in the Cape Coast-Elmina-Kakum National Park destination which has been a long time tourism hub in Ghana.

REFERENCES

- AYOB N.M. & MASRON T. (2014): Issues of safety and security: new challenging to Malaysia tourism industry. In: "SHS Web of conferences. EDP Sciences".
- BECKEN S. (2005). Harmonizing Climate Change Adaptation and Mitigation. The Case of Tourist Resorts in Fiji. In: „Global Environmental Change - Part A” 15(4), 381–93.
- BOAKYE, A.B. (2011): Tourists’ views on safety and vulnerability: A study of some selected towns in Ghana. *Tourism Management*. 33(2012) 327–333.
- BUJDOSÓ, Z., DÁVID, L., WÉBER, Z., TENK, A. (2015a): Utilization of Geoheritage in Tourism Development *Procedia - social and behavioral sciences* 188, 316–324.

- BUJDOSÓ, Z., DÁVID, L., TÖZSÉR, A., KOVÁCS, Gy., MAJOR-KATHI, V, Gulmira, U., KATONA, P., VASVÁRI, M. (2015b): Basis of Heritagization and Cultural Tourism Development *Procedia - social and behavioral sciences* 188, 307–315.
- COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. and WANHILL, S. (2008): *Tourism Principles and Practice*. England, Pearson Educational Ltd, p. 279.
- CZARNECKI, R. (2012): The role of a host country image and mega-event`s experience for revisit intention: the case of Poland. Poland. *International Journal of Tourism Research*. Vol. 4. No. 4-5. p. 34.
- Frimpong – BONSU, W. (2015): Diagnostic Study of Tourism in Ghana. African Center for Economic Transformation. pp. 6–8.
- Fact Sheet* (2015) Ghana Immigration Service. p. 23.
- IMBEAH, N., Hagan, E. and HODIBERT, V. A. (2015): Analysis of cultural tourism promotion during “Aboakyer” and “Bakatue” festivals in Ghana. In: „1st Applied Science Research Conference, May 15, 2015, Takoradi Polytechnic”, Takoradi. pp. 89–105.
- KOVARI, I. & ZIMANYI, K. (2011): Safety & security in the age of global tourism. *Applied Studies in Agribusiness & Commerce*, Vol.5, No.3-4
- PÉNZES, J., BUJDOSÓ, Z., DÁVID, L., RADICS, Zs., KOZMA, G. (2014): Differing development path of spatial income inequalities after the political transition – by the example of Hungary and its regions *Ekonomika Regiona / Economy Of Region* 2014:(1) pp. 73–84.
- PIZAM, A., & FLEISCHER, A. (2002): Severity versus Frequency of Acts of Terrorism: Which Has a Larger Impact on Tourism Demand? *Journal of Travel Research*, 40, 337–339.
- SALLAI, J., MÁTYÁS, Sz. (2016): Criminal Geography as a New Subject in the Hungarian Higher Education *Magyar Rendészet* 16:(2) pp. 139–146. (2016)
- SANDLER, T. and ENDERS, W (2004): An Economic Perspective on Transnational Terrorism. *European Journal of Political Economy*, 20 (2), 301–316.

SLOBODA, Brian W. (2003): Assessing the Effects of Terrorism on Tourism by the Use of Time Series Methods. In: „Tourism Economics: The Business and Finance of Tourism and Recreation”, Vol. 9, pp. 179–190.

World Economic Forum, Travel and Tourism Competitiveness Index (2013), Geneva, Switzerland, pp. 176–177.

Author

Imbeah Nicholas

PhD student, Enyedi Gyorgy Doctoral School for Regional Sciences,

Szent Istvan University, Godollo

H-2100, Godollo, Pater Karoly, u.1.

nicholas.imbeah@hallgato.szie.hu

COVERAGE OF DEPOSIT INSURANCE FUNDS

Kenesey, Zsófia – Pataki, László

Summary

During the recent years, the role of deposit insurance funds has increased, and their stable and efficient operation serves the interest of the bank system and also of the economy as a whole. More and more countries, including China, recognise that being familiar with the national bank system is not sufficient due to the complexity of today's economic connections. The bankruptcy of a geographically distant credit institution may deeply affect the bank systems of other countries, and may lead to panic. In such cases, the depositors may rush the bank branches, the panic may spread and lead to the closure of additional banks, which may cause a recess of the economy as a whole. This is when the deposit insurance funds may intervene, which are intended to minimise the damages suffered by the depositors of the credit institutions and consequently by the economy as a whole in the crisis situation. In our country, the National Deposit Insurance Fund started its operation ca. 25 years ago, and it provides compensation for the depositors unfortunately more and more frequently, as a result of which its assets and coverage ratio have significantly reduced.

Key terms: *deposit insurance, deposit insurance fund, NDIF, coverage, EU*

MARK: G21

Introduction

In 2015, the National Deposit Insurance Fund (NDIF or Fund) requested the deposit insurers of 18 countries to supply their key figures to allow it to create an international database. The issue of deposit insurance is not generally mentioned in our everyday life, but it is part of it, as it affects anyone depositing his or her savings in a credit institution. In the recent years, deposit insurance has caught attention again, since due to the bankruptcy of many credit institutions the National Deposit Insurance Fund has had to administer numerous compensation procedures. The savings of many thousands of depositors have been paid, and consequently the NDIF has found itself in a difficult financial situation. The assets accumulated during the years have been used, and therefore the bankruptcy of any credit institution in the near future may cause difficulty for the national deposit insurer.

Material and Method

As regards the topic of our research, deposit insurance is rarely mentioned in the literature, and therefore we have made our study first of all by analysing the documents made available by the National Deposit Insurance Fund to us and the NDIF database containing the primary data of deposit insurers of foreign countries. This study is intended to give a descriptive introduction of these figures, however, we believe that the available figures may serve as a basis for further researches.

Sources of Deposit Insurance Funds

The assets of the deposit insurer are maintained mainly by the payments of the member institutions (credit institutions). Basically three types of deposit insurer are distinguished based on this: the *ex ante* and the *ex post* ones as well as their combination, the so-called hybrid funds (Kenesey – Pataki, 2015). In the case of an *ex ante* fund the member institutions pay membership fees as required, while in the case of an *ex post* fund the amount of the contribution is decided by the deposit insurer on the occurrence of a damage event based on its extent, which must be then paid by the credit institutions. Typically, *ex ante* funds prevailed also previously in Europe. The membership of the International Association of Deposit Insurers (IADI) included 83 deposit insurance funds in July 2017. Nearly 80% of these deposit insurers operated as

ex ante funds (IADI, 2017). The advantage of the system is that the deposit insurer is able to appear on the monetary and capital market, and thereby it has a chance to increase its capital. In addition, the national deposit insurer is allowed to increase the membership fee once in a year, and to raise credits from the National Bank of Hungary in order to improve its liquidity, if its assets are not sufficient to pay damages.

Directive 2014/49/EU issued by the European Parliament and the Council on 16 April 2014 sets requirements, among others, the funding of deposit insurers. Pursuant to Article 10(1) of the Directive:

“...DGSs shall raise the available financial means by contributions to be made by their members at least annually. This shall not prevent additional financing from other sources.” (European Parliament and Council, 2014)

The deadline for the transposition of the directive by the member states into their national laws was 3 July 2015, except for the risk-based fee payment, which model had to be worked out by the member states by 31 May 2016. (Lentner – Zéman, 2017).

Previously, payments to the national deposit insurer were proportionate to the deposits, that is the more deposits were at a credit institution, the more contribution it paid (Kovács – Szóka, 2016). Article 13 of Directive 2014/49/EU specifies the rules of calculation of contributions to the deposit guarantee systems. In accordance with Section (1), the contributions must be based on the amount of the covered deposits and the degree of risk incurred by the respective member. The deposit guarantee systems may use their own risk-based systems, however, the contributions must be calculated in proportion to the risks incurred by the members.

In compliance with the above EU requirement, ex ante funds must be in place in all countries of the European Union from 4 July 2015, i.e. the day of the Directive's coming into effect, laying thereby an emphasis on the importance and priority of the trust of depositors.

Presentation of the coverage figures of the national and foreign deposit insurance funds

Coverage according to the definition by the National Deposit Insurance Fund: *“It is an internationally approved index for the assets and coverage of the deposit insurance institutions, which compares the liquid assets of the Fund with the*

theoretical compensation obligation of the Fund at the member institutions at a specific time.” (NDIF, 2015)

Based on this, coverage is calculated as a ratio of the liquid assets available for compensation and of the insured deposits. (Baranyi – Széles, 2010)

The ratio of the available financial assets and of the insured deposits is specified by the European Parliament and by the Council for the member states of the European Union as the method of calculation of the coverage, similarly to Hungary.

The NDIF is an organisation which protected the savings of the depositors of credit institutions operating in a difficult and uncertain economic environment after the political transition. In 1993, the NDIF was established, in fact, without a start-up capital, and payments of membership fees by the member institutions were the only source for the Fund. The coverage was 0.09% at the end of the first year, and 0.25% at the end of the second year. (NDIF, 2013) Subsequently, the index increased from year to year, except for 1999, and it was steadily above 1% despite the increase of the insurance limit value in 2003, and then also in 2004 due to joining the EU. The reduction of the index started from 2009, when the Fund had to pay compensations in the case of more and more credit institutions having more and more deposits, and therefore its assets and consequently its coverage gradually reduced. In 2014, improvement was observed, and the index exceeded 1% again, however, in the next year, the Fund had to pay compensations in the largest ever amount.

The database containing the figures of deposit insurers of 18 countries (Sweden (SWE), Slovakia (SLO), Italy (ITA), Bosnia and Herzegovina (BIH), Albania (AL), Montenegro (MNE), the Czech Republic (CZE), Bulgaria (BUL), France (FRA), Lithuania (LTU), Malt (MLT), Germany (GER), Romania (ROU), Finland (FIN), Norway (NOR), Serbia (SRB), Turkey (TUR), Slovenia (SLO)) and Hungary (HUN) collected by the NDIF contains the figures as of 31 December each year between 2005 and 2015. It contains, among others, the numbers of damage events occurring in the individual countries and of the compensated depositors (private persons and companies separately), the amounts paid for damages and specified in the currency of the relevant country, the coverage of the deposit insurers and its method of calculation.

The database contains data for all countries, however, the coverage level is missing for Finland, Germany and Slovakia. Based on information supplied

by the National Deposit Insurance Fund, a “new” deposit insurer was established in Finland in 2016, and the development of its funding system is still in process. As regards Germany, the coverage index and its calculation method are missing, and as regards Slovakia, only figures for the years preceding the period under study are available.

Due to the missing figures, we are going to present the coverage figures of the deposit insurers of a total of 16 countries, including Hungary.

During the 12 years in the period from 2005 and 2016, the National Deposit Insurance Fund had to pay compensations to depositors in connection with the bankruptcy of a total of 13 credit institutions. The distribution of payments is uneven in the period under study, since 10 out of the 13 bankruptcy events occurred in 2014 and 2015. During the 12 years, the total number of the compensated depositors to whom the Fund paid almost 169 billion forints was 162,090. The majority of the failed credit institutions were savings co-operatives with low numbers of depositors. It is clearly indicated also by the fact that the total number (64,400) of the compensated depositors of the 6 credit institutions (4 savings co-operatives, 1 credit union, 1 commercial bank) liquidated in 2014 does not reach the number (74,000) of the depositors of the 4 credit institutions (2 savings co-operatives and 2 banks) compensated in 2015.

Figure 1 shows the number of failed credit institutions in Hungary, Italy, Bosnia and Herzegovina, the Czech Republic, Bulgaria, Lithuania and Serbia between 2010 and 2015. In the additional 12 countries included in the database, no damage event occurred. The figure clearly shows also that the most damage events took place in Hungary, the deposit insurance fund of Lithuania had to take measures also in 7 cases in that period.

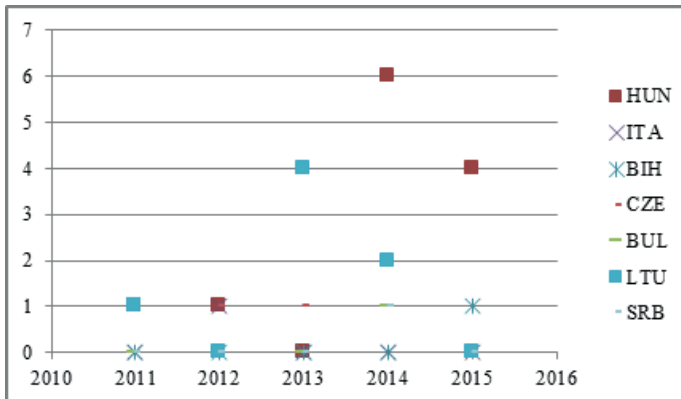


Figure 1: Number of compensations 2010–2015.

Source: Annual report of the National Deposit Insurance Fund for 2015 (2015)

The largest compensations since its foundation were paid by the NDIF in 2015 and 2016. The Fund paid a total amount of HUF 105 billion on the deposits insured up to EUR 100,000 according to the requirement set by the European Union for its member states. The DRB bank group (South Transdanubian Savings Bank: HUF 23 billion, DRB South Transdanubian Regional Bank: HUF 22 billion, BRB Buda Regional Bank: HUF 19 billion, ÉRB North Hungarian Regional Bank: HUF 40 billion) was compelled to raise credits at the central bank to pay compensations to its clients, which were refunded by it by means of bond issues in a short time. Consequently, the coverage of the Fund significantly reduced. This is illustrated by Figure 2.

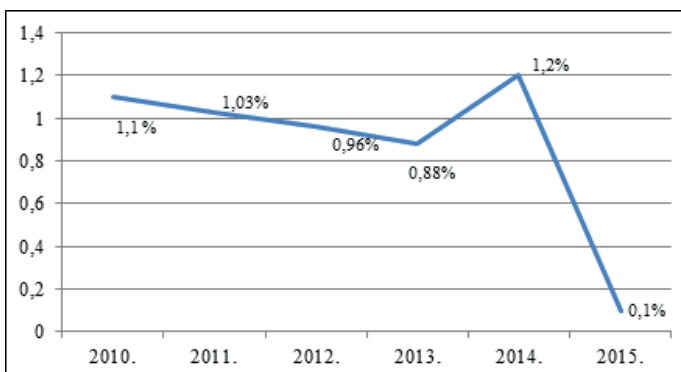


Figure 2: Coverage of the National Deposit Insurance Fund (%) 2010–2015.

Source: Annual report of the National Deposit Insurance Fund for 2015 (2015)

On 31 December 2016, the coverage of the Fund was ca. 0.1%, which means that the NDIF would be compelled to raise additional credits at the central bank if another damage event occurs.

This level is the lowest one in the European Union, and its reason, that is the fact that Hungary has had the most failed credit institutions in the recent years, is illustrated on Figure 1. The largest amount of compensation was paid in Bulgaria, where the Bulgarian deposit insurer had to compensate ca. 102,000 clients due to the bankruptcy of one credit institution.

The coverage figures of the countries included in the database as of 31 December 2015 are illustrated on Figure 3, based on which the value is typically between 0 and 5%.

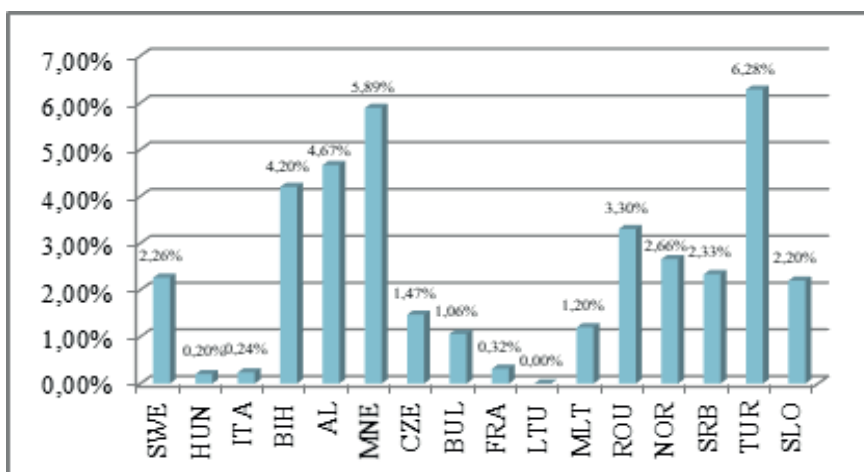


Figure 3: Coverage of the deposit insurance funds of the countries under study (%) (31 December 2015)

Source: Database of the National Deposit Insurance Fund (2017)

Based on the figure, the coverage is 0% in Hungary due to the above detailed reasons, and also in France, Italy and Lithuania.

Based on information supplied by the NDIF, the deposit insurance fund of France was established in its currently still operating form in 2014, and is under maintenance, and therefore the coverage level is ca. 0%.

Between 2010 and 2015, a total of 7 credit institutions were compensated in Lithuania on the basis of the figures provided by the NDIF, and 15% of the insured deposits was compensated in 2011, 3.5% in 2013, and 6.5% in

2014. Currently, the repayment of the credits of previous compensations is in process, this is the reason for the low coverage.

Italy has caught attention in the recent years, since the Italian bank system was able to survive the crisis of 2007 only by means of state rescue packages. The last damage event occurred in Italy in 2012, when 20,000 depositors were compensated, however, the coverage of the deposit insurer is around 0%. The Italian deposit insurer was one of the deposit insurers operating as ex post systems, that is, the depositors were compensated by means of credit raising when the damage event occurred.

Specification of the coverage of deposit insurance funds

The fact whether the coverage of a deposit insurance fund is stable naturally depends on the bank system and openness of the relevant country, and on how it is affected by the international economic processes.

According to a study made by the International Association of Deposit Insurers (IADI) in 2019, factors such as the volume of deposits, the number and sizes of the member institutions, the businesses they are engaged in and the extent of their risks must be taken into consideration to specify the coverage lever. (IADI, 2009)

There are several methods available to specify the optimum level, but all of them minimise the potential losses of the deposit insurer. It is worth taking into consideration also the historical background of the relevant country and the frequency of bankruptcies for that purpose.

The Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) is the deposit insurer in the United States, the first deposit insurer of the world, which was established after the Great Depression in 1933. At the end of 2016, the deposit insurer of the U.S. had a coverage limit-value of USD 250,000 and a coverage level of 1.2%. After the failure of the Lehmann-Brothers bank, the assets of the FDIC also significantly reduced, and as a result of the infection impact, the bank panic swept through the bank system of the U.S. This was reflected also by the coverage index of the FDIC. In the last 20 years, the coverage of the deposit insurer of the U.S. was lowest in 2009, when it reached even a negative value (-0.36%). However, the deposit insurer of the U.S. was able to recover, and its coverage level is steadily above 1% at the moment due to the increase of the membership fees. (FDIC, 2017) Article 10 (2) of Directive 2014/49/EU of the European Parliament and the Council provides:

“Member States shall ensure that, by 3 July 2024, the available financial means of a DGS shall at least reach a target level of 0,8 % of the amount of the covered deposits of its members.” (European Parliament and Council, 2014)

In fact, the coverage level is only a momentary condition. If a big credit institution fails, the deposit insurer might not reach the required value overnight, after assessing the compensations. There was an example for this in Hungary in connection with the compensation of the DRB bank group. On 31 December 2015 (Figure 3), all countries under study, other than Hungary, France, Italy and Lithuania, were able to reach the coverage level of 0.8%.

A study made in 2011 modelled the losses of the Italian deposit insurance system in the light of the Basel II regulation, for which the figures of the Italian bank system for 2007 were examined by means of the Monte Carlo simulation. The document served as a basis for the method of calculation of the coverage level of 0.8% specified by the European Union and to be reached for the deposit insurers of all EU member states. The analysis relied on the fact that the coverage of the Italian deposit insurance system would be sufficient to pay 98.96% of the insured deposits under normal circumstances. However, if the Italian bank system is reached by a considerable infection impact, and is affected by it as a whole, then the coverage of the deposit insurer would not be sufficient to fund the losses.

In view of the compensation experiences of the recent years, the coverage level of 0.8% approved by the European Parliament does not fully ensure the compensation of the savings of the depositors up to EUR 100,000 if a big credit institution fails.

In the period from 2005 to 2015, out of the 19 countries (including Hungary), no damage event occurred in Albania, Montenegro, France, Malt, Finland, Turkey and Slovenia on the basis of the database. However, in countries where compensations were paid, based on the figures of all deposit insurers, it is clear that after the damage events the assets of the deposit insurers and consequently their coverage indexes significantly reduced.

Not all countries included in the database are EU member states (Bosnia and Herzegovina, Albania, Montenegro, Turkey, Norway and Serbia), and therefore the deposit insurance value limits of these countries also differ from the level of EUR 100,000 specified by the European Union in 2009. Norway has the highest value limit, where it is NOK 2,000,000, i.e. ca. more than HUF 60 million. Albania has the lowest limit, with a payable maximum

insurance amount equalling to HUF 5 million, in Turkey to HUF 8 million, in Montenegro and Serbia to HUF 15 million.

The Eastern European countries (Albania, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Romania, Serbia) have accumulated relatively significant amounts in their deposit insurers during the recent years. When the establishment of the uniform deposit insurance system was planned, the European Parliament raised the possibility of granting loans by the deposit insurers to each other. Then a situation could have occurred when the potential failures of the credit institutions of Western European countries having more developed bank systems but lower coverages would have been funded by the deposit insurers of the Eastern European countries with steady coverages. The proposal has been rejected for the time being, similarly to the issue of the creation of the European Deposit Insurance Scheme (EDIS).

Conclusions

To summarise the above, it can be stated that the specification of the optimum coverage of the deposit insurer is fundamentally important for the efficient operation of the Fund. Based on the international figures collected by the NDIF, the national deposit insurers of the individual countries currently seem to be able to meet the coverage level of 0.8% required from 2012, except for Hungary, France, Italy and Lithuania. The National Deposit Insurance Fund currently has a coverage of ca. 0.1%, which is one of the lowest values in the EU. The fact how the expected target level can be achieved in the future depends on the economic performance of the country and on the international financial situation. Based on the current processes, the number of credit institutions in Hungary is likely to reduce in the future, which will not necessarily be caused by bankruptcies, but by mergers. Therefore the number of the NDIF member institutions will reduce, but the amount of contributions will not, as they will be effected on a risk basis. Any bankruptcy would cause uncertainty for the deposit insurer of our country, however, as the NDIF also points out, the deposits of the clients suffering damages will be naturally compensated, with the involvement of additional credit raising at the central bank if necessary.

Acknowledgements

We wish to express our thanks to the National Deposit Insurance Fund, and specially to István Tóth and Balázs Vajay for the data made available to us and for the support of our work.

REFERENCES

- Annual reports of the National Deposit Insurance Fund, Date of downloading: 11 April 2017, www.oba.hu:<http://www.oba.hu/hu/oba/eves-jelentes>
- Az első tíz év 1993-2003. Date of downloading: 5. May 2017, www.oba.hu:http://www.oba.hu/images/stories/downloads/oba/az_első_tíz_ev.pdf
- BARANYI A. – Széles Zs. (2010): Egy hitelintézet kockázatvállalása és a bázeli szabályozás korlátai. *Pénzügyi Szemle*. 55. évf., 1. sz., pp. 168–179.
- Database of the National Deposit Insurance Fund (2017.)
- Directive 2014/49/EU of the European Parliament and of the Council, Date of downloading: 4. June 2017, [www.eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu): <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0049&from=HU>
- Federal Deposit Insurance Company (FDIC): FDIC Historical Trends (2017.), Date of downloading: 4. June 2017, www.fdic.gov: <https://www.fdic.gov/bank/statistical/stats/2017mar/fdic.pdf>
- International Association of Deposit Insurers (IADI): Funding of Deposit Insurance System (Guidance Paper) (2009.), Date of downloading: 23 May 2017, www.iadi.org: http://www.iadi.org/en/assets/File/Papers/Approved%20Guidance%20Papers/Funding%20Final%20Guidance%20Paper%206_May_2009.pdf
- International Association of Deposit Insurers (IADI) (2017.), Date of downloading: 11. July 2017, www.iadi.org: <http://www.iadi.org/en/about-iadi/iadi-members-and-participants/>
- KENESEY Zs. – PATAKI L. (2015): A betétbiztosítás növekvő szerepe *Gazdaság és Társadalom* (1-2) pp. 74–87. (2015)

KOVÁCS T. – SZÓKA K. (2016): Belső kontrollfunkciók a pénzügyi intézményekben - szabályozás és annak felépítése Magyarországon. *Gazdaság és Társadalom*.

LENTNER Cs. – ZÉMAN Z. (2017): A pénzügyi válság bankszabályozási kontroll elveinek meghatározóbb történeti elemei. *Európai Jog*, 17. évf., 1. sz.

Authors:

Kenesei, Zsófia

PhD student

University of Sopron, István Széchenyi Management
and Organization Sciences Doctoral School

zsofi890819@gmail.com

Pataki, László PhD

associate professor

Szent István University, Faculty of Economics
and Social Sciences, Gödöllő

Pataki-Laszlo@gtk.szie.hu

A KÉSZLETTERVEZÉS ÉS AZ ELŐREJELZÉSI MODELLEK KAPCSOLATA

Oláh Judit – Nagy Lajos – Popp József – Füzesi István – Pusztai László

Összefoglalás

A készletek helyes összetételének, mennyiségének megállapítása kulcsfontosságú tényező a hatékony vállalati gazdálkodásban. Kutatásunkban egy raklapok és egyéb csomagolástechnikai göngyölegek gyártásával és továbbértékesítésével foglalkozó kisvállalat differenciált készletgazdálkodási problémáit vizsgáltuk. ABC-elemzéssel kiválasztottuk azokat a legfontosabb termékeket, amelyek döntően befolyásolják a vállalkozás gazdálkodását, ezt követően a legnagyobb relatív súllyal rendelkező, vagyis a legfontosabb termék forgalmát előrejelzési módszerekkel elemeztük. Az előrejelzési módszerek tudatos és tudományos alkalmazása lehetővé teszi, hogy figyelembe vegyük a termék értékesítési célcsoportjának igényeit, és olyan készletmennyiséget tudjunk tartani, amely a vállalkozás számára megfelelőbb. Mozgóátlag-számítást, exponenciális simítást, szezonális kiigazítást tartalmazó modelleket, illetve lineáris trendszámítást alkalmaztunk. Kiszámoltuk a vizsgált termékre az előrejelzés hibáját, mind 6 havi, mind gördülő tervezést figyelembe véve.

Kulcsszavak: készlet, készletgazdálkodás, előrejelzési modell, ABC-elemzés, kisvállalkozás

JEL: G17

The relationship between inventory planning and forecasting models

Abstract

Correct composition and determining the amount of inventories is a key element of effective corporate management. This research investigated differentiated inventory management problems of a small company dealing with the production and sales of pallets and other packaging containers. By means of ABC analysis we selected key products influencing decisively the management of the company, then we analyzed by means of forecasting the turnover of products with the greatest relative weight, namely the turnover of the most important products. The deliberate and scientific application of forecasting methods allow us to take into account the needs of the target product groups for sale and optimize stockpiling for the company. Moving averages, exponential smoothing models, seasonal adjustments, and a linear trend calculation are used in the analysis. We calculated the forecast error of the product concerned taking into account both 6-month and rolling planning.

Keywords: *inventory, inventory management, forecasting model, ABC analysis, small company*

MARK: G17

Bevezetés

A gazdasági verseny élesedésével és a globalizációs hatások eredményeképpen a fogyasztói igények előtérbe kerültek. A vevők egyre növekvő minőségi követelményeket támasztanak a termékek és szolgáltatások körében, természetesen mindezt minél kedvezőbb áron szeretnék. A vállalatok pedig igyekeznek megfelelni ezeknek a követelményeknek. Céljuk a költségeik minimalizálása, optimalizálni a termelést az erőforrások hatékony felhasználása mellett azért, hogy a működésük gazdaságos legyen, és minél pontosabban és jobban kielégítsék a fogyasztók igényeit (Benedek–Takácsné György, 2014). A készletgazdálkodás is ezt a célt szolgálja, mert a fogyasztás és a termelés időben elkülönül egymástól, ezért a vállalkozások rákényszerülnek a termékeik raktározására. Mindezek a vállalatok számára költséget jelentenek, mert a készlet nem más, mint lekötött tőke, illetve a tároláshoz is költségek kapcsolódnak. A készletgazdálkodás alapvető kérdése a készletek helyes összetételének, mennyiségének megállapítása. A készletgazdálkodás előrejelzésekkel kombinálva jó alapot adhat a vizsgált nemzetközi vállalatnak, hogy minél kevesebb költségből minél magasabb szinten szolgálja ki a vevőit. Fontos azt meghatározni, hogy mely termékekre kell nagyobb figyelmet fordítani a készletezés tekintetében, és melyekre kevesebbet.

Kutatásunk során egy kis- és középvállalkozás differenciált készletgazdálkodási problémáját vizsgáltuk. Célkitűzésünk a közép- és kisvállalati gyakorlatban is könnyen alkalmazható módszerek bemutatása, amelyek mind adatgyűjtési, mind módszertani alkalmazás szempontjából is hatékonyabbá tehetik a készletgazdálkodást.

A készletgazdálkodás szerepe és jelentősége

A készletgazdálkodás a vállalati szféra egyik fontos logisztikai összetevője, mert működésének hatékonysága hatással van a vállalkozás sikerességére. A készletek alkalmasak a termelésben fellépő zavarok, problémák elfedésére is, ezért nem jó a szükségesnél nagyobb készlet fenntartása, mert nem kapunk valós képet a vállalatunkról, ezáltal nem tudjuk, melyek azok a területek, melyek ténylegesen fejlesztésre szorulnak. A hatékony készletgazdálkodás pedig képes a fogyasztói kiszolgálás színvonalának növelésére a termelés és értékesítés között fellépő különbségek miatt (Vörös, 1999).

A lean szótár (Kosztolányi–Schwahofer, 2015) megfogalmazása szerint a kész-

let a folyamatok és műveletek között (illetve elején és végén) tárolt alap-, segéd-, esetenként üzemanyagok, valamint alkatrészek, félkész és késztermékek gyűjtőneve.

A készletek egy adott időpontban a vállalat tőkéjének az anyagi javakban befagyasztott részét jelentik, azaz a vállalati vagyon eszközoldalát képviselik (Chikán–Demeter, 2004). Az új paradigma az alábbi jellemzőket fogalmazza meg a készletekkel kapcsolatban: a készlet az értékteremtéshez hozzájáruló tényező, a készlet a rugalmasság eszköze, a készlet az irányítás eszköze. A készletgazdálkodási célok a vállalat céljaiból meghatározhatók, melyek a tervezéstől egészen a tevékenység végrehajtásáig végigkísérik a folyamatokat. Ezek a célok a készletezési stratégián keresztül valósulhatnak meg, amelynek összetevői: a befektetett eszközök nagysága, a vállalati működés rugalmasságának biztosítása, a készletek nem tőke jellegű költségeinek alacsonyabbra szorítása. Ha a készletezési stratégia összhangban áll a vállalati stratégia többi céljával, akkor tekinthetjük leghatékonyabbnak az összvállalati célok megvalósulását (Demeter, 2014).

Az árutermelésben a készlet a következő szükségletek kielégítését szolgálja: a termék iránt változó igény kielégítése, az egyes műveletek függetlenségének fenntartása, a termelésütemezés rugalmasságának biztosítása, a biztonsági tartalék az anyagok szállításánál keletkező csúszások kivédésére, a nagyobb rendelési mennyiségből adódó előnyök kihasználása (Chase–Aquilano, 1985).

A készletgazdálkodás azért jött létre, hogy a készletezés hatékonyságát növelje. A differenciált készletgazdálkodás egyik hatékony eszköze az ABC-elemzés, melynek során képet kapunk a termékek valamilyen ismérv szerinti relatív fontosságáról. Módszertani szempontból egy statikus elemzési eszköznek tekinthető, hiszen egy időpillanatot jellemez (Kövesi et al., 2006). Az ABC-elemzés készletgazdálkodási szempontból hatékonyabbá tehető az XYZ-elemzéssel, amelynél a várható kereslet előrejelezhetősége alapján rangsoroljuk az egyes készletelemeket a cikkek iránti kereslet ingadozását (relatív szórását) figyelembe véve. Ennek alapján az X kategóriába a konstans fogyasztási rátájú, magas előrejelezhetőségű termékek, az Y kategóriába az erőbben ingadozó forgalmú, közepes előrejelezhetőségű cikkek, míg a Z csoportba a rendszertelen fogyasztású, alacsony előrejelezhetőségű termékek kerülnek (Scholz-Reiter et al., 2012).

Az előrejelzési módszerek jelentősége

Az előrejelzés a jövőbeli események becslésével foglalkozó tudományág. Múltbeli adatokat használ fel, amelyeken statisztikai módszereket alkalmazva képes előrevetíteni a jövőt. Az üzleti élet napról napra való alakulása miatt ezek a módszerek nem tudnak teljesen pontos információt adni az elkövetkezendőről, viszont kitűnő támpontot adhatnak a tervezésre (Render–Heizer, 1996). A készletek kialakításánál szükség van a kereslet előrejelzésre, előrejelezhetőségére, ez azonban hatással van a készletgazdálkodásra is. Megkülönböztethetjük a függő és független keresletet. Az előbbi esetében a végtermék kereslete egy meghatározott időszakra ismert, ebből kifolyólag a részegységek kereslete is meghatározható. Ebben az esetben egy mechanikus folyamatról van szó, ahol meghatározzák a megfelelő mennyiségeket és időegységeket. Ezzel szemben a független keresleti helyzetek esetében a végtermék keresleti igénye nem ismert teljes bizonyossággal, ezért a bizonytalanság kezelése miatt többlet készletet kell tartani. Ez azonban a készlettartási költségek emelkedését vonja maga után. A később bemutatott modellek nagy része a független keresleti helyzetekre vonatkozik (Demeter, 1993 és Plossl–Orlicky, 1994).

Hágen–Borsós (2015) véleménye szerint a kontrolling tevékenységével és a Balanced Scorecard modell bevezetésével hatékonyabbá tehetők a vállalati előrejelzések.

A kontrolling bevezetésével és a folyamatos monitoring tevékenységgel javítható a vállalatok eredménytermelő képessége, hatékonysága. (Hágen–Méhésné 2014).

Sok vállalkozás úgy rendeli meg az alapanyagokat, illetve továbbértékesítésre szánt termékeit, hogy nem képes megbecsülni a vásárlói jövőbeli keresletét. Így pedig vagy túl alacsony, vagy túl magas mennyiséget tárol a raktáraiban, ezzel növelve a vállalatának költségeit (Dobos–Gelei, 2015). Az alábecsült kereslet nagy költségeket jelent a vállalkozásnak, időről időre készlethiány léphet fel, csökken a vevőkiszolgálás szintje, a túlbecsült kereslet pedig jelentős készletszintet eredményez, ami pénzkötést jelent. Egyik esetben se lehet hatékonyan működtetni a vállalkozást, így pedig a kiélezett piaci helyzetben nem kerülhet a vállalat előnyös pozícióba a versenytársaival szemben, sőt még veszíthet is a piaci részesedéséből. Egy jó vezetőnek pedig az a legfontosabb feladata, hogy az adott pillanatban a legjobb döntést hozza meg a vállalata számára. Ehhez pedig szükséges a múltbéli adatokra támaszkodó előrejelzési módszerek alkalmazása (Koltai, 2006). Típus szerint is három külön kategó-

riát különböztet meg a szakirodalom: a cég indikátorainak becslését gazdasági előrejelzésnek nevezzük, míg a termékekre, gépekre hatással levő trendek előrejelzését technikai prognózisnak, valamint a vevők igényének lehetséges alakulását kereslet-előrejelzésnek hívjuk (Russel–Taylor, 2011).

A szakirodalom kétféle megközelítést különít el egymástól: az egyik a kvalitatív, míg a másik a kvantitatív módszer. A *kvalitatív modellekre* akkor hagyatkozunk, amikor nem állnak rendelkezésünkre adatok, vagy azok használhatatlannak bizonyulnak, és ekkor a legfontosabb szerepet a döntéshozó intuíciója és tapasztalata játssza, míg a *kvantitatív modellek* esetén matematikai és statisztikai módszereket alkalmaznak már meglévő adathalmazra (Armstrong, 2001). A kvantitatív módszerek lehetnek *projektív modellek* (mozgóátlagok, exponenciális simítás, trendszámítás), amikor az igény számszerű alakulását vizsgálják, és próbálják a felismert mintát előrevetíteni a jövőbe. A *kauzális modellekben* (lineáris regresszió) ezzel szemben nem az igény múltbeli alakulását veszik alapul, hanem az igény okát (Chambers et al., 1971). Az alkalmazott módszerek „jóságát” több kutató is összehasonlította, de a vizsgált jelenség jellege határozza meg a kiválasztást minden esetben (Armstrong, 1984). Az előrejelzési hiba jellemzésére is többféle mutató használatos, a leggyakrabban alkalmazottak a (MAD) Mean Absolute Deviation – átlagos abszolút eltérés –, (MAPE) Mean Absolute Percent Error – relatív átlagos abszolút eltérés –, (MSE) Mean Square Error – reziduális variancia –, (RMSE) Root Mean Square Error – reziduális szórás. A módszerek lineáris kombinációjának alkalmazása is hatásos lehet, különösen akkor, ha az előrejelzések hibái más-más időpontban jelentkeznek, és mintegy kioltják egymást (Maas, Spruit–Waal, 2014).

Anyag és módszer

A kutatás elvégzéséhez szükséges forgalmi adatok 2014 januárjától 2016 szeptemberéig havi bontásban álltak rendelkezésünkre. Először termékcsoportosítást végeztünk az ABC-elemzés szerint. Meghatároztuk a vizsgálatba bevonandó termékeket, majd hozzárendeltük az időszaki felhasznált mennyiséget. Ezután a mennyiségek és az egységár alapján a termékek értékét kiszámítottuk, és csökkenő sorrendbe rendeztük. Ezután megadtuk az egyes termékek felhasználási értékének százalékát az összes felhasználási értékre vonatkoztatva. Végül pedig összegeztük a százalékos adatokat, és a termékeket ez alapján besoroltuk az egyes csoportokba. Ezen tipizálási módszer hozzájárul a készletgaz-

dálkodás irányításának megkönnyítéséhez, mert az egyes csoportokba tartozó termékek más-más figyelmet igényelnek. Az analízis a Pareto-elven alapszik, miszerint a termékpaletta egy kis része felelős a teljes forgalom jelentős részéért.

A termékcsoportok kategorizálása után több előrejelző módszerrel a 2014–2015-ös adatok alapján előrejeleztük a 2016. évi keresletet. Az „A” csoportba került cikkekre egyenként illesztettünk több módszert is, és ezek közül a maradékszórásuk (reziduális szórás, RMSE-érték) alapján választottuk ki a legjobbakat.

A legjobb modellek esetében megvizsgáltuk az adott termék nyitó készlet-szintjéből indulva, hogyan alakulna a készlet mennyisége, valamint a készlethiányos időszakok száma a 2016-os évben a tényleges adatokhoz képest. A készlethiányos időszakok meghatározását a vevőkiszolgálási színvonal (Service Level) számszerűsítése érdekében végeztük el.

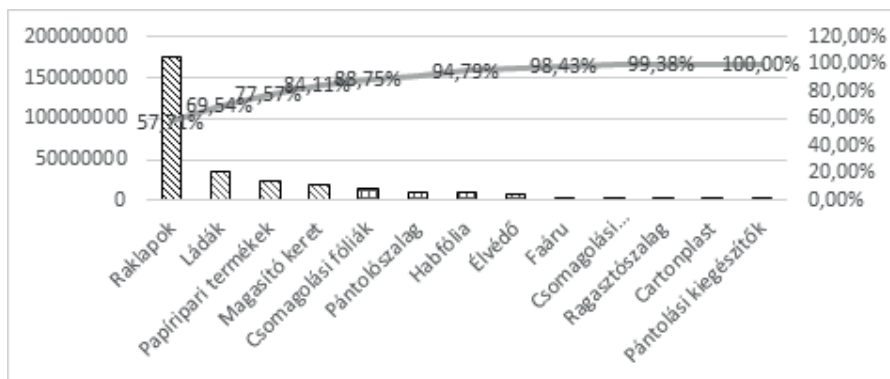
Az előrejelzés „jóságát” követőjellel is ellenőriztük. A követőjel azt az információt nyújtotta, hogy mennyire megbízható a modell további alkalmazása. Amennyiben a követőjel értéke a 0 körül véletlenszerűen ingadozik, akkor megfelelő a kiválasztott előrejelző modell. Amennyiben valamire szisztematikusan eltér a jel, akkor a modell a jelenség vagy a környezet megváltozása miatt nemcsak véletlen hibával, hanem szisztematikus hibával is terhelt. Ilyenkor a kiválasztott módszer a későbbiekben már alkalmatlan a prognózis készítésre.

A számítások után rendelkezésünkre álltak az RMSE-értékek, illetve a Service Level értékek (készlethiányos hónapok száma és készlethiányos napok száma).

Ezek az értékek nem mozognak egy síkban, így annak érdekében, hogy ezeket az értékeket közös nevezőre hozzuk, lineáris interpolációt alkalmaztunk. Az előrejelzési modellek kulcsjellemzőit elosztottuk az összes előrejelzési érték maximumával, és beszoroztuk ezt az értéket 10-zel. Ezáltal minden egyes előrejelzésnek minden egyes jellemzőhöz volt egy 1-10 közé eső értéke. Ezt követően a vállalkozás menedzsmentjével minden egyes jellemzőnek adtunk egy 0-1 közé eső súlyt, melyek az alábbiak szerint alakultak: a vállalat számára a vevőkiszolgálás színvonala volt a legfontosabb, ezért a készlethiányos időszakok és a készlethiányos napok 0,3-0,3-as súllyal szerepeltek a számításban, míg a reziduális szórás 0,4-gyel.

Eredmények

Az ABC-elemzés alapján besoroltuk a vizsgált vállalat termékcsoportjait (1. ábra). Az „A” kategória (csíkozott mintával jelölt) elemeit a forgalom szerint csökkenő sorrendbe rendezett lista első négy eleme adja: raklapok, ládák, papíripari termékek, magasító, ez az összes termékcsoport 30,77%-a adta az összforgalom 84,11%-át, tehát a szakirodalmi áttekintésben ismertetett elméleti arány kicsit torzulva, de ebben az esetben is fennállt. Erre a kategóriára több előrejelzési modellt alkalmaztunk, és ezek közül választottuk ki a legjobb előrejelzési módszert.



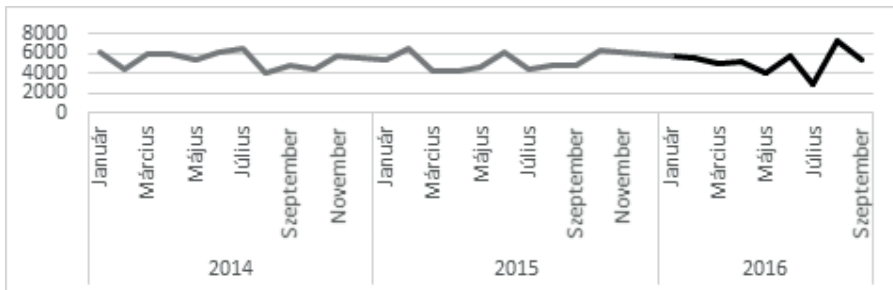
1. ábra A termékcsoportok ABC-elemzése

Forrás: saját kutatás, 2016

A „B” kategóriát (rácsozott mintával jelölt) a lista további elemei közül az első 4 tagja képezi. Ez a négy termékcsoport az összforgalom 13,23%-át jelenti 30,77% termékcsoport arány mellett. Az utolsó kategóriában (sötét színnel jelölt) a még be nem sorolt termékcsoportok maradtak. Forgalom szempontjából 2,66%-ot tudhat magáénak ez a kategória, 38,46%-os termékarányt tekintve. Így a második és harmadik kategória termékeinek forgalmi előrejelzését egyszerűbb eszközökkel célszerű megvalósítani, hiszen az erőforrásokat jobban megéri az „A” kategória kereslet-előrejelzésének pontosítására és folyamatos ellenőrzésére fordítani.

Az „A” kategória keresletének előrejelzése – raklap termékcsoport

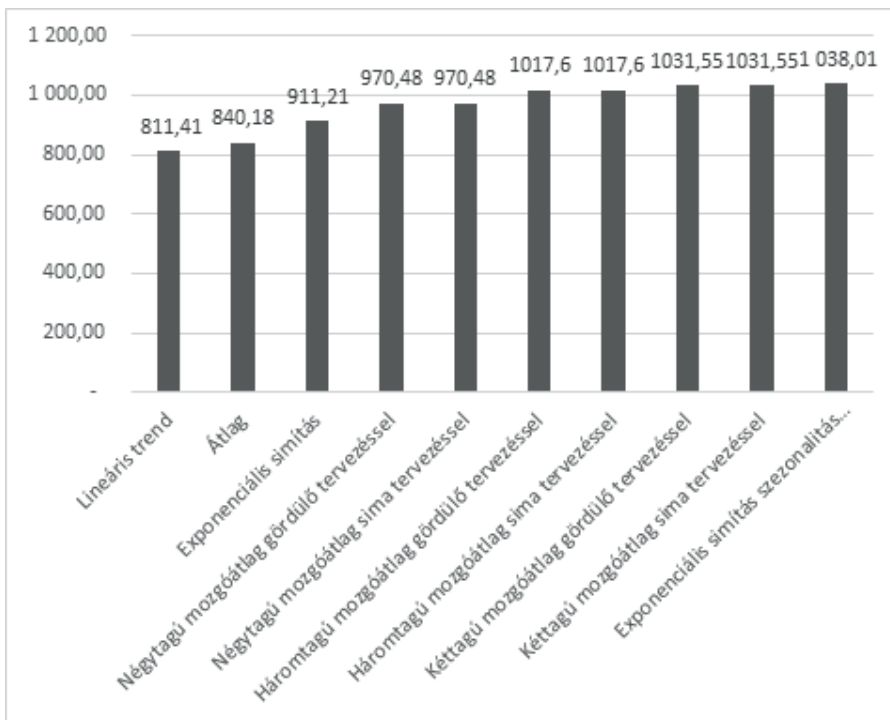
A termékpalettát tekintve a raklapok termékcsoport adta az összforgalom legnagyobb százalékát (57,71%). Ezért kiemelt figyelmet kell fordítani erre a termékcsoportra. A 2. ábrán szürke vonal jelzi a 2014–2015-ös adatokat, amelyek alapján előrejelzést készítettünk.



2. ábra. A raklap keresletének változása 2014–2016-ban

Forrás: saját kutatás, 2016

A 2. ábrán nem fedezhetőek fel szezonális nyomai a forgalmi adatokban, valamint a trendhatás sem érzékelhető. Ezért stacionárius előrejelző modelleket alkalmaztunk a kapott adatokra. Az ilyen modellek közé tartoznak a két-, három-, négytagú mozgóátlagos előrejelzési modellek tényadatok bevonásával (gördülő tervezés) és magából kiszámolva (sima tervezés), az exponenciális simítás, a szezonális figyelembevétele additív szezonhatással. Ezen felül a teljesség miatt számtani átlag alapján is számítottunk előrejelzést, valamint a minimális trendhatás miatt lineáris trendet is alkalmaztunk a forgalmi értékekre. Az adatok hibáját reziduális szórással (Root Mean Standard Error, RMSE) elemeztük. Annál jobbnak ítélnék meg egy előrejelzési modellt, minél kisebb ez a hiba. Az RMSE-értékek jelen esetben biztonsági készlet szintet is jelentenek.



3. ábra. Az előrejelzések hibája

Forrás: saját kutatás, 2016

A 3. ábrán látható, hogy az első helyen a lineáris trend szerepelt 811,41-es maradékszórás értékkel, majd a második helyen az átlag (840,18), amelyet az exponenciális simítás (891,89 0,183-as alfa értékkel) és a négytagú mozgóátlagok (970,48) követik. Hiba alapján ezek az előrejelzési modellek a legjobbak, ezért a továbbiakban velük folytattuk a kutatásunkat.

A kutatásunkban a legjobb módszerekkel vizsgáltuk a készlethiányos időszakokat és a készlethiányos napokat a vállalkozás által megadott 2015. decemberi nyitókészlet alapján. A következő hónapok megrendelésének nagyságát a prognózisból, az azt megelőző időszak nyitókészletéből és standardhiba-értékből számoltuk. A tényleges zárókészletet pedig úgy kalkuláltuk, hogy az aktuális megrendelés összegéből kivontuk a tényleges forgalmat, és hozzáadtuk az előző időszak nyitókészletét. Készlethiányos időszak akkor lépett fel, amikor a tényleges zárókészlet negatívba futott. Az átlagos napi igényt a menedzsmenttel egyeztetve számoltuk: az aktuális havi keresletet minden hónapban

egységesen 20 munkanappal osztottuk el. A készlethiányos napok pedig az olyan napok számát jelölik, amikor a vállalat nem képes kiszolgálni a vevőit az átlagos napi igény alapján.

Modell megnevezése		Lineáris trend	Előrejelzés átlaggal	Exponenciális simítás	Négytagú mozgóátlag sima tervezéssel	Négytagú mozgóátlag gördülő tervezéssel
Hiba (RMSE-érték, db)		811,41	840,18	891,89	970,48	970,48
Készlethiányos napok (nap)	2016. január	0,2742	0,0957			
	2016. június	0,6388	0,3616	0,7846		1,4498
	2016. augusztus	4,7400	4,4819	5,6583	2,4591	6,2989
Készlethiányos napok (nap)		5,653	4,9393	6,4430	2,4591	7,7487
Készlethiányos hónapok (db)		3	3	2	1	2

1. táblázat. Az előrejelzések vizsgálata a készlethiányos időszakok alapján

Forrás: saját kutatás, 2016

Az 1. táblázatban látható a legjobb előrejelzési módszerek készlethiányos időszakainak összegzése. A lineáris trend a hibák (RMSE) esetében a legjobb eredményt adta, viszont itt látható, hogy a készlethiányos periódusok tekintetében a gördülő négytagú mozgóátlagos előrejelzés a legjobb. Az összes modell hiányt mutatott az augusztusi hónapban, ami egy váratlanul megugró keresleti szintnek tudható be. Ekkora szintű keresletnövekedés nem volt az elmúlt két évben, tehát kijelenthetjük, hogy ez a hiány bármilyen esetben, előzetes információ nélkül is fennállt volna. Amennyiben ez a vevői igény egy előzetesen ismert ok miatt nőtt meg (pl. megrendelés), úgy ez az érték is beépíthető lehetne a modellekbe anticipált készletekkel. Ezután követőjelet alkalmaztunk annak megállapítására, hogy a hiba a kereslet ingadozásában vagy éppen az előrejelzési modellben van-e. Az alsó és felső határt közepes szigorúságúra állítottuk be a menedzsmenttel való egyeztetést követően. Ahhoz, hogy jónak találjuk az előrejelzést, a követőjelnek a határok között kell ingadoznia, nem szabad szisztematikus változást mutatnia.

	Lineáris trend	Előrejelzés átlaggal	Exponenciális simítás	Négytagú mozgóátlag gördülő tervezéssel	Négytagú mozgóátlag sima tervezéssel
Minimum	-2,000	-2,000	-1,188	1,000	-0,272
Maximum	3,418	4,416	4,716	4,981	4,356

2. táblázat. A követőjel minimum és maximum értékei

Forrás: saját kutatás, 2016

A 2. táblázatban lévő követőjelek minimum és maximum értékei a küszöbértékek között vannak, és nem mutatnak monoton csökkenést vagy növekedést, tehát kijelenthető, hogy a követőjel szempontjából az összes előrejelzési módszer megfelelő.

Az előrejelzések hibájának megítélésénél és a készlethiányos periódusok értékelésénél nem kaptunk egyértelmű eredményt a legjobb modellt illetően, és a követőjel sem zárt ki egyetlen modellt sem, ezért rangsorolni kellett az előrejelző módszereinket.

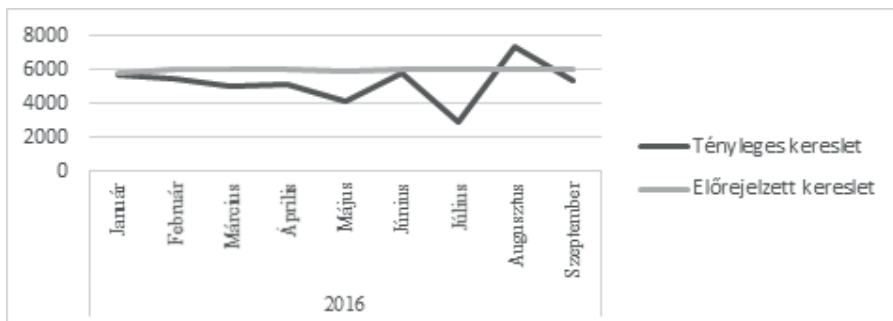
	Lineáris trend	Előrejelzés átlaggal	Exponenciális simítás	Négytagú mozgóátlag gördülő tervezéssel	Négytagú mozgóátlag sima tervezéssel
RM-SE-arány (0,4)	7,8169	8,0941	8,5923	9,3494	9,3494
Készlethiányos hónapok aránya (0,3)	10	10	6,6667	6,6667	3,3333
Készlethiányos napok aránya (0,3)	7,2954	6,3743	8,3149	10	3,5750
Végző pontszám	8,3154	8,1499	7,9313	8,7397	5,8123

3. táblázat. A végző sorrend az előrejelzési modellek között

Forrás: saját kutatás, 2016

A 3. táblázat alapján látható, hogy a súlyozott mutatószám esetén a gördülő tervezésű négytagú mozgóátlag modell a legalkalmasabb az előrejelzésre a vállalati célokat is figyelembe véve, annak ellenére, hogy a legkisebb RM-SE-értékkel rendelkező lineáris trendhez képest 19%-kal nagyobb biztonsági készletet kell tartania a vállalkozásnak.

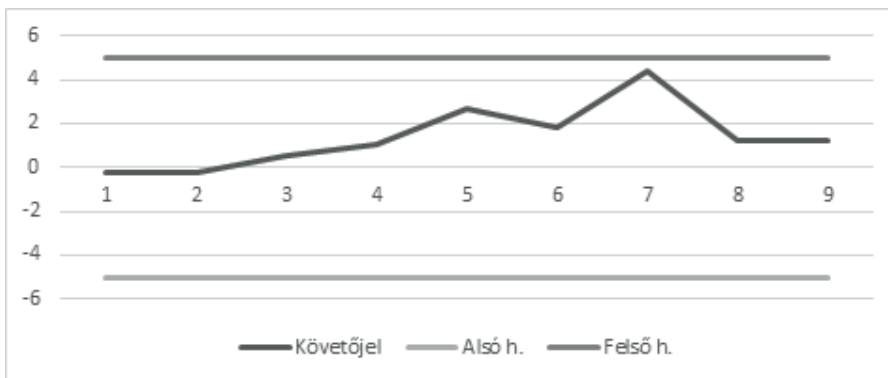
A „*raklapok csoportjában*” a kiszámolt eredmények alapján a négytagú mozgóátlag sima tervezésű modell bizonyult a legjobb előrejelzésnek. A 4. ábrán látható, hogyan alakult a 2016. év tényleges fogalma és az előrejelzése. Az előrejelzés azért ilyen kisimult, mivel az előrejelzett adatokat nem a tényleges értékekből görgetve számolta, hanem 2016. május hónaptól teljesen magából kalkulálta. A tényleges adatsor egyszer haladja meg az előrejelzést, és ekkor jelent meg az egyetlen készlethiányos időszak. Ez a keresletnövekedés a szerződés-kötésből származó megnövekedett igényt vagy a kereslet független kiugrását jelentheti.



4. ábra. A tényleges forgalom és előrejelzése

Forrás: saját kutatás, 2016

A sima tervezésű négytagú mozgóátlag készlethiányos napjai az alábbiak szerint alakultak. Az augusztus hónapban a 20 munkanapból 2,77 napnyi készlethiány alakul ki. Ez a hónapban 86,85%-os (a többi hónap 100%-os), míg a 2016-os év első 9 hónapjának viszonylatában 98,46%-os kiszolgálási szintet jelent.



5. ábra. A négytagú mozgóátlag követőjele

Forrás: saját kutatás, 2016

Az 5. ábrán látható a mozgóátlag követőjelenek alakulása. Az értékek az előre meghatározott $[-5; 5]$ -ös intervallumban mozognak, nem mutatnak szisztematikus lefelé vagy felfelé tolódást. Ezért kijelenthetjük, hogy az előrejelzési modell megfelelően működik.

Következtetések, javaslatok

A kutatásunk során alkalmazott előrejelzési módszerek és ezek megfelelőségének megvizsgálása után megállapítottuk, hogy a vizsgált vállalatnál szükség van az előrejelzési modellek alkalmazására, mivel rendszerint kevés a készletük, sorozatosan nem tudják kielégíteni a vevők igényeit.

Az „A” kategóriás termékcsoportoknál több modelltől választottuk ki a legjobbat. Figyelemmel kísértük a készlethiányos időszakok és napok számát az előrejelzés intervallumában, és súlyozásos módszerrel állapítottuk meg a rangsort a legjobbnak ítélt előrejelzési modellek között. Javaslatunk a vizsgált vállalat számára a raklapok esetében sima tervezésű négytagú mozgóátlag modellel történő előrejelzési módszert használatát. A raklapok esetében, mivel az ABC-elemzés szerint az „A” kategóriába tartozó raklapok esetében az ABC-elemzés alapján a folyamatos előrejelzés a legcélszerűbb eljárás.

További kutatási irányt jelenthetne a készletezési, készlettartási és hiánycöltségek megismerése és ezekkel az adatokkal a rendelési téteknagyság, illetve az újrendelési szint kiszámolása. Ehhez azonban megfelelően kell gyűjteni az adatokat, lehetőség szerint egy olyan ügyviteli rendszerben, amely alkalmas

más rendszerek adatait fogadni, illetve saját adatokat küldeni. A logisztikai teljesítménymérési adatok hatékonyabbá és versenyképesebbé tehetik a kis- és középvállalkozásokat is. A technológia és a statisztika alkalmazásával még pontosabb előrejelzés készíthető, sőt az ostorcsapás-effektus is enyhíthető.

Köszönetnyilvánítás



Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-17-4 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

IRODALOMJEGYZÉK

- ARMSTRONG, J. S. (1984): Forecasting by Extrapolation: Conclusions from Twenty-five Years of Research. *Interfaces*, Vol. 14, Iss: 6, 52–66.
- ARMSTRONG, J. S. (2001): *Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners*. New York, Boston, Dordrecht, London, Moscow: Kluwer Academic Publishers.
- BENEDEK, A. – TAKÁCSNÉ GYÖRGY K. (2014): Responsible Management in the Framework of Market Economy, *Wspolczesne Zarzadzanie: Kwartalnik Srodowisk Naukowych Liderow Biznesu/International Journal of Contemporary Management* Vol. 13 Iss: 3. 8–20.
- CHAMBERS, J. C. – MULICK, S. K. – SMITH, D. (1971): *How to Choose the Right Forecasting Technique*. Harvard Business Review.
- CHASE, R. B. – AQUILANO, N. J. (1985): *Production and operations management*. Irwin, Homewood, Illinois 60430.
- CHIKÁN A. – DEMETER K. (2004): *Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje*. Aula Kiadó.
- DEMETER K. (1993): *Termelésmenedzsment II*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest.
- DEMETER K. (2014): *Termelés, szolgáltatás, logisztika*. Wolters Kluwer Complex Kiadó.
- DOBOS I. – GELEI A. (2015): Biztonsági készletek megállapítása előrejelzés alapján. *Vezetéstudomány*. XLVI. évf. 4.

- HÁGEN I. Zs. – BORSÓS E. (2015): BSC modellel a kereskedelmi tevékenységet végző vállalkozások versenyképességéért. *Controller Info* 2015. ISSN: 2063-9309 III. Évf. 1 szám 2015 I. negyedév p.: 42–47.
- HÁGEN I. Zs. – MÉHESNÉ B. Sz. (2015): A vállalati kontrolling alkalmazásának jelentősége *Controller Info* 2014 ISSN: 2063-9309 II. Évf. 1 szám 2014 I. negyedév p.: 33–38.
- KOLTAI T. (2006): *Termelésmenedzsment*. Typotex Kiadó.
- KOSZTOLÁNYI J. – SCHWAHFER G. (2015): *Lean szótár*. KaizenPro Oktatási és Tanácsadó Kft.
- KÖVESI J. – Topár J. – Erdei J. – Tóth Zs. (2006): *A minőségmenedzsment alapjai*. Typotex Kiadó.
- MAAS, D. – SPRUIT, M. – WAAL, P. (2014): Improving short-term demand forecasting for short-lifecycle consumer products with data mining techniques. *Decision Analytics 1:4*
- PLOSSL, G. W. – ORLICKY, J. (1994): *Orlicky's Material Requirements Planning 2nd*. McGraw-Hill Professional.
- RENDER, B. – HEIZER, J. (1996): *Principles of operations management*. NJ: Prentice Hall.
- RUSSEL, S. R. – TAYLOR, W. B. (2011): *Operations Management*. John Wiley and Sons Inc.
- SCHOLZ-REITER, B. – HEGER, J. – MEINECKE, C. – BERGMANN, J. (2012): Integration of demand forecasts in ABC-XYZ analysis: practical investigation at an industrial company. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 61 Iss: 4. 445–451.
- VÖRÖS J. (1999): *Termelési-szolgáltatási rendszerek vezetése*. Janus Pannonius Egyetemi Kiadó.

Szerzők:

Dr. habil Oláh Judit

egyetemi docens

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet,

Logisztika Menedzsment Tanszék

olah.judit@econ.unideb.hu

Dr. Nagy Lajos

egyetemi adjunktus

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet, Kutatásmódszertan
és Statisztika Tanszék

nagy.lajos@econ.unideb.hu

Prof. dr. Popp József

egyetemi tanár

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet,

Agrárközgazdasági Tanszék

popp.jozsef@econ.unideb.hu

Dr. Füzesi István

adjunktus

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet,
Üzleti Informatika Tanszék
fuzesi.istvan@econ.unideb.hu

Pusztai László

PhD-hallgató

Debreceni Egyetem Műszaki Kar
laszlo.pusztai91@gmail.com

A SCOR-MODELL ALKALMAZÁSÁNAK LEHETŐSÉGEI A RAKTÁROZÁSBAN

Pauluk Júlia – Popp József – Oláh Judit

Összefoglalás

A logisztika elmúlt évekbeli rohamos fejlődése eredményeképp ma már a vállalatok is ellátási láncokban gondolkodnak. Egyre nagyobb szerepet kap a lánc tagjainak teljesítményvizsgálata, fejlesztése. A raktárgazdálkodás is kulcsfontosságú tényező a hatékony vállalati gazdálkodásban, ezért a kutatás célja, hogy mélyebb betekintést nyújtson a raktárgazdálkodásban jelenleg alkalmazott teljesítményt mérő mutatószámokba, különös tekintettel a SCOR-modell alkalmazhatóságára. A SCOR-modell egyedi keretet biztosít: összekapcsolja az üzleti folyamatokat, a mutatókat, a legjobb gyakorlatokat és a technológiai jellemzőket egy egységes struktúrával azért, hogy az ellátási láncok partnerei közötti kommunikációt támogassa, és az ellátási lánc menedzsmentjét, illetve a kapcsolódó ellátásilánc-javító tevékenységek hatékonyságát javítsa. Egy vállalat raktárában vizsgáltuk meg az alkalmazott teljesítménymutatókat, és összevetettük a SCOR-modell által javasoltakkal. Megállapítottuk, hogy az adott raktárban használt mutatók csak nagyon kevés egyezőséget mutatnak a modellben lévőkkel, így a raktár teljesítményértékelési rendszerét jelentősen lehetne fejleszteni.

Kulcsszavak: raktárgazdálkodás, SCOR-modell, teljesítménymérés, mutatószámok, kulcs teljesítménymutatók (KPI)

JEL: M49

The adaptability possibilities of SCOR model in warehousing

Abstract

In the recent years, as a result of the rapid development of logistics, companies are now thinking in the terms of supply chains. Performance testing and development of the members of the chain is becoming increasingly important. Warehouse management is a key factor in the efficient enterprise management and therefore the aim of the research is to provide a deeper insight into the performance indicators used in warehouse management, particularly with regard to the applicability of the SCOR model. The SCOR model provides a unique framework for combining business processes, metrics, best practices and technology features with a unified structure to support communication between supply chain partners, supply chain management and related supply chain improvement activities to improve efficiency. We examined the performance indicators used in a warehouse of a company and compared it with the results of the SCOR model. We have determined that the indicators used in the given warehouse show only very little match with the model so the warehouse performance measurement system could be significantly improved.

Keywords: *warehouse management, SCOR model, performance measurement, metrics, Key Performance Indicators*

MARK: M49

Bevezetés

Napjainkban a vállalatok már nemcsak vállalati logisztikában, hanem a vállalati határokon átívelő ellátási láncokban gondolkodnak. Egyre nagyobb szerepet kap a teljesítmény mérése és értékelése, ami kiterjed az ellátási lánc tagjaira is. A nemzetközi Supply Chain Council nevű szervezet kidolgozott egy olyan referenciamodellt, amely egyedi keretet biztosít összekapcsolva az üzleti folyamatokat, a mutatókat, a legjobb gyakorlatokat és a technológiai jellemzőket egy egységes struktúrával az ellátási lánc partnerei közötti kommunikáció támogatására az ellátási lánc menedzsmentje és a kapcsolódó ellátási lánc-javító tevékenységek hatékonyságának javítása érdekében. Ezt a modellt Supply Chain Operations Reference Modelnek, ismertebb nevén SCOR-nak nevezték el. A kutatás során egy vállalat raktárának teljesítménymérési rendszerét vizsgáltuk meg azzal a céllal, hogy feltérképezzük, milyen mértékben használ az adott vállalat a SCOR által javasolt metrikákkal megegyező mutatókat. A vizsgálat során azt vártuk, hogy lényeges hasonlóságokat fogunk felfedezni az alkalmazott mutatószámokban, amivel a teljesítményt mérik.

A szakirodalmi feldolgozásban bemutatjuk röviden a raktárgazdálkodást mint a vállalati logisztika kulcsfontosságú elemét, majd ismertetjük a logisztikai teljesítménymérést. Ezt követően rátérünk a SCOR-modellre, majd a raktárban végzett kutatás eredményeit közöljük.

A raktárgazdálkodás szerepe

A raktár nagyon fontos eleme a vállalati logisztikának. A vállalati logisztika feladata, hogy érvényesüljön az úgynevezett „9M” követelményrendszer: a megfelelő anyag, a megfelelő energia, a megfelelő személyek, illetve a megfelelő információk, a megfelelő minőségben, megfelelő mennyiségben, a megfelelő időpontban, a megfelelő helyen és a megfelelő költséggel álljanak rendelkezésre (Déri–Kőhegyi, 2009).

A raktározással kapcsolatban a vállalatok figyelme az elmúlt évek tapasztalatai alapján alapvetően két fontos területre terjed ki. Az egyik ezek közül a készletek mennyiségének megfelelő beállítása. Fontos, hogy a készletszintek mindig igazodjanak a kereslet változásához, a készletek feltöltésével kapcsolatos költség- és időkorlátokhoz, miközben a raktározási költségek figyelembevétele is döntő fontossággal bír. A másik fő terület a készletek ellátási láncban elfoglalt helye: fontos alaposan átgondolni azt, hogy hol helyezünk el a késztermék-

készleteket az ellátási láncban (Guedes et al., 1993).

Az ellátási láncok működése során a készletek biztosítják a térbeli és időbeli különbségek áthidalását a feladási és a fogadási pontok között. Szinte minden termelő vállalat rákényszerül, hogy készletet tartson, mert a termelési és elosztási folyamat nem mindig történik azonos ütemben. Az ehhez kapcsolódó fizikai folyamatok (a tárolás, a mozgatás, az őrzés) általában raktárakban mennek végbe (Kovács–Pató, 2008).

Benson et al. (1994) szerint a raktárak a következő funkciókat látják el:

- anyagok tárolása, amelyek nem a termelés fázisában vannak,
- késztermékek tárolása, melyekre nincs jelenleg kereslet,
- készletek felhalmozása lehetséges váratlanul felmerülő termelési zavar esetére,
- készletek tárolása szezonális kereslet és kínálat kielégítésére,
- elősegíti a gazdaságos sorozatgyártást,
- elősegíti a gazdaságos beszerzést,
- hozzáadott értéket teremt az egységcsomagok bontása, szétválogatása, keverése, csomagolása és árazása révén.

A szakirodalom szerint a raktározási rendszernek négy fontos elemét azonosíthatjuk. A raktár környezetét aszerint határozzák meg, hogy hol helyezkedik el a raktár az ellátási láncban. Ez az elem felelős a raktárnak a kapcsolódó termelési, szolgáltatási és logisztikai folyamatokkal való kapcsolatáért. A második fontos alkotórész maga a raktározási rendszer (a raktári infrastruktúra, létesítményrendszer, info- és telekommunikációs rendszer, a különböző szervezeti megoldások együttese). A harmadik elem a raktári rendszer bemenete. Ennek az a feladata, hogy a különböző kapcsolódó folyamatokból fogadja az árukat. Ehhez kapcsolódik a negyedik elemnek tekinthető rész, a raktári rendszer kimenete, amely a tárolt árut hozzárendeli a kapcsolódó folyamatokhoz (Bányai, 2013).

A kontrolling tevékenységével és a Balanced Scorecard modell bevezetésével, hatékonyabbá tehető a vállalati előrejelzések. A BSC-modell alkalmas a logisztikai kontrolling tevékenység eredményesebbé tételére is. (Hágen–Borsós, 2015).

A raktárakban számos folyamat zajlik egy időben, amelyek biztosítják, hogy a megfelelő áru a megfelelő helyen legyen. A hatékony működés érdekében szükség van arra, hogy a raktár teljesítményét folyamatosan mérjék, hiszen így fény derülhet különböző hibákra, illetve fejlesztési lehetőségekre. Az egyik legfontosabb folyamat a kommissiózás, amire azért van szükség, mert általában a rendelések többféle árufajtára vagy árucikkre vonatkoznak, és mivel az igényelt mennyiségek is nagyon változóak, sokszor előfordul, hogy meg kell bontani a tárolási egységeket. A kommissiózás elvégzése akkor is célszerű, ha a különböző rendelt árucikkek mennyisége a tárolási egység egész számú többszöröse (Prezenszki, 2010). A kommissiózás fontosságát jól mutatja, hogy még a legkisebb raktárakban is figyelemmel kísérik az ehhez kapcsolódó pontosságot.

A kontrolling bevezetésével és a folyamatos monitoringtevékenységgel javítható a vállalatok eredménytermelő képessége, hatékonysága. Stratégiai céljai könnyebben elérhetővé válnak. operatív szinten pedig hatékonyabban tudnak működni. (Hágen–Méhesné 2014).

A jövőorientált stratégiaalkotás egyik kulcskérdése, hogy a menedzserek konkrétan hol avatkozzanak be a folyamatokba, és annak várhatóan milyen következményei és eredményi lesznek majd. A komplex rendszerek menedzsereinek, vállalatvezetőinek, döntéshozóinak a munkáját nagymértékben segítheti, támogatja a raktárlogisztikai probléma szimulációs módszertannal történő vizsgálata. (Gyenge–Kozma, 2015)

Teljesítménymérés a logisztikában

Ha egy vállalat fent kívánja tartani működését, és egyre magasabb profitot szeretne elérni, elengedhetetlen, hogy az egyes vállalati folyamatokat rendszeresen, következetesen és megfelelően mérje, az eredményeket pedig kiértékelje. Knoll (2006) ezeket a mérőszámokat négy fő kategóriába sorolja:

- munkavégzésre, feladatok és azok fázisainak teljesítésére, eredményeire vonatkozó mérőszámok,
- logisztikai erőforrások felhasználásához, kapacitáskihasználáshoz kapcsolódó mérőszámok,
- gazdasági mérőszámok,
- piaci mérőszámok.

Az első csoportba olyan mérőszámokat sorolunk, mint például a rakodás, a csomagolás, a szállítás átfutási ideje, a készletszint vagy a készletforgási sebesség. Ezeken kívül a szállítás megbízhatóságával összefüggő mérőszámok is ebbe a kategóriába tartoznak.

A második csoport a logisztikai erőforrások felhasználására és a kapacitáskihasználásra vonatkozik. Ez jelenti egyrészt a hardver eszközök kihasználását (raktár/raktér kihasználása, fuvareszközök mérete, kihasználtsága), másrészt az élómunkával kapcsolatos mérőszámokat (balesetek száma, megrendelés pontos teljesítése, késések, élómunka fajlagos felhasználása egy adott feladathoz stb.).

A gazdasági mérőszámoknak a különböző pénzügyi mérőszámokat (például a termelési érték fajlagos mutatója), a megrendelések mennyiségi, minőségi és határidőben történő teljesítését, a logisztikai költség tervezett és ténylegesen ráfordított értékének viszonyszámát, a termelékenységet és a környezetvédelmi kiadásokat tekintjük.

Az utolsó kategóriába sorolhatók azok a piaci mérőszámok, melyek a versenyképesség alakulásáról, a cég forgalmának a minőségre gyakorolt hatásáról, pozitív-negatív vevői visszajelzések arányáról adnak számunkra információt.

Egy másik lehetséges csoportosítás szerint a raktározási szolgáltatások mutatóit két nagy kategóriába lehet sorolni. Az első kategóriába tartoznak az értékelő mutatószámok, melyek olyan tervezett vagy tényleges mutatók, amik az üzemeltetés színvonalára vagy raktározási technológiák összehasonlító értékelésére vonatkoznak. Ilyen például a raktár befogadóképessége, átbocsátóképessége vagy például a hasznos tárolóterület kihasználási tényezője stb. A másik fő kategóriába a raktári szolgáltatások minőségi (teljesítési) mutatói sorolhatók. Ehhez rendkívül sok mutatószám tartozik, amelyeket abszolút értékben vagy viszonyszámokkal is kifejezhetünk. A leggyakoribb minőségi mutatók a szolgáltatás pontosságára, gyorsaságára, megbízhatóságára vonatkoznak. A teljesség igénye nélkül ezekből most szeretnék párat megismertetni az olvasóval.

A járműmegrakás ideje vagy más néven az áruérkeztetés ideje a kiszállító üres jármű beérkezésétől a megrakott jármű távozásáig eltelt időt jelenti. Ez többféleképp is meghatározható, egyrészt lehet egy átlagos értéket számítani, vagy járműtípusonként is meg lehet határozni.

A járműkirakás ideje az előzőhöz hasonló, annyi különbséggel, hogy ez a megrakott jármű beérkezésétől a távozásig eltelt időt jelenti.

A kitérési átfutási idő a kitérési utasítás átvételétől a rendelt mennyiség összeállításáig tart (Prezenszki, 2010).

A raktározási rendszert a gyakorlatban leggyakrabban két mutatószám alapján szokták jellemezni. Egyik ezek közül a raktárban maximálisan elhelyezhető árumennyiség, amivel a raktár befogadóképességét határozhatjuk meg. Ezt a hazai gyakorlatban gyakran csak a raktár alapterületének megadásával jelzik, ami jelentős torzítást rejt magában, hiszen a betárolható mennyiség nagyban függ az árufajtától, azok méreteitől és az alkalmazott tárolási rendszertől. A másik jellemző mutatószám a raktári anyagmozgató rendszer átbocsátóképessége, ami a rendszer által egy bizonyos időszak alatt mozgatható árumennyiséget jelöli (Duleba, 2010).

Manapság egyre inkább elterjedt megközelítés a KPI (Key Performance Indicators), vagyis a kulcs teljesítménymutatók használata. A KPI-k segítenek a menedzsereknek és az alkalmazottnak számos olyan funkció és folyamat hatékonyságát mérni, amelyek fontosak a szervezeti célok eléréséhez (Reh, 2017). Emellett támogatják a döntéshozást, és minőségi visszajelzést nyújtanak (Baroudi, 2014).

Jellemzően a kulcs teljesítménymutatók folyamatorientáltak, vállalatokként eltérőek, ezért csak jól felépített teljesítménymérő rendszer adhat megfelelően és hatékonyan használható teljesítményjellemzőket (Oláh, 2016).

A logisztikai teljesítmény mérése nagyon nehéz feladat, mert minden vállalatnak olyan mutatókat kell meghatározni és alkalmazni, ami a vállalat profiljához jól illeszkedik, és hűen tükrözi a mérni kívánt teljesítményt. Ezért a szakmában sincs egységes megegyezés a témával kapcsolatban, minden vállalat saját maga alakítja ki a használt mutatószámok rendszerét, általában különböző viszonyszámok alkalmazása révén. Az Eredmények és azok értékelése fejezetben a vizsgált raktár teljesítménymérését szeretnénk bemutatni, amelyek jól tükrözik a logisztikai folyamatokat is.

A SCOR-modell

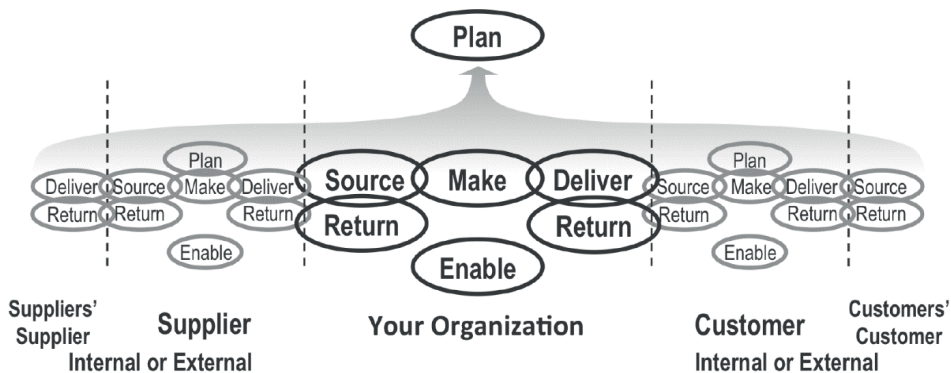
A SCOR-modell (Supply Chain Operations Reference Model) egy referenciamodell, amelyet a nemzetközi Supply Chain Council dolgozott ki. Ez egy független, nonprofit szervezet, amelyhez csatlakozhatnak mindazon vállalatok és szervezetek, amelyek érdeklődnek a legkorszerűbb ellátásilánc-menedzsmentben használható rendszerek és gyakorlatok alkalmazása és fejlesztése iránt. A SCOR-modell olyan egyedi keretet biztosít, amely összekapcsolja az

üzleti folyamatokat, a mutatókat, a legjobb gyakorlatokat és a technológiai jellemzőket egy egységes struktúrával az ellátási lánc partnerei közötti kommunikáció támogatására az ellátási lánc menedzsmentje és a kapcsolódó ellátási lánc-javító tevékenységek hatékonyságának javítása érdekében. A modell működésének alapja az, hogy a vállalatok önkéntesen vállalják a folyamatleírást, az elemzést és a fejlesztést, ezáltal a fogyasztók igényeinek kiszolgálását támogató üzleti tevékenységek minden szakasza megjelenik (SCC 2012).

A modell révén az ellátási lánc-menedzsmentben használt módszerek megoszthatóvá válnak, illetve lehetőséget teremt a résztvevő felek igényei szerinti közös fejlesztésre is (Domboróczky, 2013).

A SCOR-nak három alappillére van: a folyamat modellezése, a teljesítmény mérése és a legjobb gyakorlatok megosztása. A modellt tulajdonképpen azért fejlesztették ki, hogy leírja a fogyasztói igénykielégítéssel kapcsolatos üzleti tevékenységek minden fázisát.

Az első pillér, a folyamat modellezése keretében számos folyamatot nevesít a modell, melyek a következők: tervezés (plan), erőforrások biztosítása (source), előállítás (make), elosztás (deliver), visszárufolyamatok (return) és a támogatás (enable). Az 1. ábrán látható az előbb felsorolt hat elsődleges menedzsment-folyamat, illetve az is, hogy a modell a beszállító beszállítójától a vevő vevőjéig kiterjed az ellátási lánc egészére.



1. ábra: A SCOR-modell 6 fő menedzsmentfolyamata

Forrás: SCC (2012)

A tervezés keretében történik az aggregált kereslet és kínálat kiegyensúlyozása, a beszerzési, gyártási, elosztási követelményeknek legjobban megfelelő működési mechanizmus meghatározása. A következő irányítási folyamat az erőforrások biztosítása, azaz a tervezett és tényleges keresletnek megfelelő termékek és szolgáltatások és az ezekhez szükséges erőforrások biztosítása. Ezt követi a termelés: a késztermékeket előállító és leszállító folyamatok. Az elosztás a megrendelések kezelésével, elosztásmenedzsmenttel és a szállítások megszervezésével kapcsolatos irányítási teendőket foglalja magába, míg visszárufolyamatok alatt a visszaküldött vagy visszatérő termékek, göngyölegek menedzsmentjét, továbbá a kiszállítás utáni ügyfélszolgálatra történő kiterjesztést értik (Bolstorff–Rosenbaum, 2003). A támogató folyamatok tartalmazzák a teljesítménymenedzsmentet, az üzleti szabályokat, a szerződésmenedzsmentet, a létesítménygazdálkodást, az ellátásilánc-menedzsmentet, a szabályoknak való megfelelést és a kockázatmenedzsmentet. Ezeket a folyamat-építőköveket használva az ellátási láncok nagyon egyszerűen vagy akár komplexen is leírhatók köszönhetően a közös definíciók használatának. Ennek eredményeként gyakorlatilag bármilyen ellátási lánc szélessége és mélysége leírható összekapcsolva különböző iparágakat (SCC, 2012).

A második pillér a teljesítmény mérése. A modell több mint 150 olyan kulcs indikátort tartalmaz, mely az ellátási láncok teljesítményének mérésére szolgálhat. Ezek egyrészt a gyakorlati alkalmazók tapasztalatain alapulnak, és így folyamatosan bővül és tökéletesedik a teljesítménymutatók, mérőszámok köre, másrészt hierarchikus szerkezetet alkotnak. Ezáltal a legfelső szinten lévő mutatók az ellátási lánc teljesítményére vonatkozó aggregált adatokat tartalmaznak, amely a menedzsment döntéshozó munkáját képes segíteni, illetve lehetővé teszi az összemérést a versenytársak teljesítményével (SCC, 2012). A SCOR öt fő jellemzőt (attribútumot) azonosít az ellátási láncok teljesítményében: megbízhatóság, gyorsaság, agilitás, költség, hatékonyság. Ezek a jellemzők tulajdonképpen mutatószámok csoportjai, amelyeket arra használnak, hogy kifejezzék a stratégiát, kijelöljék a stratégiai irányt, mivel maga a jellemző nem mérhető. Például üzleti stratégiaként ki lehet jelölni, hogy az ellátási láncunk nyújtson kiváló teljesítményt a megbízhatóság terén. Különböző mutatószámok mérik az ellátási lánc azon képességét, hogy ezt a stratégiai jellemzőt elérjék, például hogy hány százalékban történt tökéletesen a megbízás teljesítése. Tehát a megbízhatóság az attribútum, a tökéletes rendelésteljesítés pedig a metrika. Az egyes jellemzőkhöz tartozó leírások az 1. táblázatban olvashatók.

Jellemző	Leírás
Megbízhatóság (Reliability)	A feladatok elvárásnak megfelelően történő elvégzésének képessége. A megbízhatóság a folyamat eredményének kiszámíthatóságára fókuszál. Tipikus mutatók: időben, megfelelő mennyiség, megfelelő minőség.
Gyorsaság (Responsiveness)	A feladatok teljesítésének sebessége. A sebesség, amellyel az ellátási lánc termékeket biztosít a vevőknek. Például a ciklusidő-mutatók.
Agilitás (Agility)	A képesség, hogy a külső hatásokra válaszoljon, illetve a képesség, hogy a vállalat képes reagálni a piac változásaira, hogy versenyelőnyt szerezzen, vagy azt fenntartsa. Ide tartoznak a rugalmasság és az alkalmazkodóképesség mutatói.
Költségek (Costs)	Az ellátáslánc-folyamatok működési költsége. Ez magában foglalja a munkaerőköltségeket, az anyagköltségeket, a kezelési és szállítási költséget. Egy tipikus költségmutató az önköltség.
Hatékonyaság (Assets)	Az eszközök hatékony hasznosításának képessége. Az ellátási láncban az eszközmenedzsment-stratégiák tartalmazzák a készletcsökkentést és az in- vagy outsourcingot. A mutatók tartalmazzák: a készletezési napokat és a kapacitáskihasználást.

1. táblázat: Teljesítményjellemzők a SCOR-modellben

Forrás: SCC (2010) és SCC (2012) alapján saját szerkesztés

A mutató (metrika) egy standard az értékesítési lánc vagy folyamat teljesítményének mérésére. A SCOR-mutatók diagnosztikai mutatók, hasonlóan ahhoz, ahogyan az orvosi rendelőben használják a diagnózist. A SCOR az előre meghatározott mutatók három szintjét azonosítja:

- *1. szintű mutatók:* diagnosztikát jelentenek az ellátási lánc általános állapotára vonatkozóan. Ezeket a mutatókat stratégiai mutatókként, illetve kulcsfontosságú teljesítménymutatókként (KPI) is ismerik. Ezek segítenek a reális célok létrehozásában, amelyek támogatják a stratégiai irányokat.

- *2. szintű mutatók:* diagnosztikaként szolgálnak az 1. szintű mutatók számára. A diagnosztikai kapcsolat segítséget nyújt az 1. szintű metrika hiányos teljesítményt kiváltó okainak azonosításához.
- *3. szintű mutatók:* diagnosztikaként szolgálnak a 2. szintű mutatók számára.

Az elsőtől a harmadik szintű mutatókig terjedő teljesítményelemzést metrikus dekompozíciónak, teljesítménydiagnózisnak vagy metrikagyökérok-elemzésnek is nevezik. Ez a dekompozíció az első lépés a további vizsgálatot igénylő folyamatok azonosításában (SCC, 2012).

A vizsgált raktár szempontjából relevánsnak leginkább a Megbízhatóságot mint jellemzőt találtam, ezért ezt mutatom be részletesebben a szakirodalmi feldolgozás alapján.

A megbízhatóságon belül a tökéletes rendelésteljesítés van megnevezve mutatóként. Ez azon rendelések százalékos arányát fejezi ki, amelyet sikerült a vevő eredeti megbízásának megfelelően teljesíteni, vagyis megfelelő mennyiségben, minőségben, hiánytalan dokumentációval és időben (amit a vevő ennek definiál).

A mutató számítása a következőképp történik:

Meg kell jegyezni, hogy egy megrendelés akkor tökéletes, ha minden egyes komponense is az. A tökéletes megrendelés teljesítése tehát az egyes részekhez (termék és mennyiség, dátum és idő, ügyfél, dokumentáció és állapot) tartozó 2. szintű komponens teljesítményén alapul. Ahhoz, hogy a rendelési tételek tökéletesek legyenek, az egyes komponenseknek is tökéletesnek kell lenniük:

- A megrendelés akkor tekinthető tökéletesnek, ha a megrendelt termékek a rendelésben megadott termékek, illetve a megrendelt mennyiség is megfelel a megadott mennyiségeknek (%-ban teljes).
- A szállítás akkor tekinthető tökéletesnek, ha a kiszolgáltatás a bizonylatban megadott helyen, a meghatározott ügyfélnek és a megrendelt szállítási időn belül megtörténik (Szállítási teljesítmény a vevői megbízási dátumig).
- A megrendelést támogató dokumentáció tökéletesnek tekinthető, ha mindez pontos, teljes és időben is pontos (Pontos dokumentáció).

- A termék állapota akkor tekinthető tökéletesnek, ha a termék szállítása / hiba nélküli telepítése (adott esetben) a specifikációnak megfelelően, a megfelelő konfigurációval, károsodás nélkül, történt, és használatra készen a vevő által elfogadottan áll rendelkezésre (Tökéletes állapot).

A tökéletes rendelésteljesítés kiszámítása a 2. szintű összetevőkön alapul:

- Minden komponens 1-es pontszámot kap, ha úgy ítélik meg, hogy tökéletes, és
- 0 pontot kap, ha nem tökéletes.

Ha a pontszámok összege megegyezik az összetevők számával (ebben az esetben 4), akkor a rendelés tökéletesen teljesül. Természetesen az egyes komponensekhez meg vannak adva 3. szintű mutatók is, mint például a teljes szállítmányok százalékos aránya, amely tartalmazza a helyes környezetvédelmi dokumentációt.

Természetesen minden attribútumnak meg vannak adva a különböző szintű mutatói, amelynek bemutatásától a terjedelmi korlátok miatt most eltekintünk.

Anyag és módszer

A primer kutatás során egy multinacionális cég raktárában vizsgáltuk meg a raktári teljesítménymérésre használt mutatókat. Ennek érdekében a raktárossokkal készítettünk interjúkat. „A kvalitatív interjú olyan interakció a kérdező és a kérdezett között, amelyben a kérdező ugyan tudja előre, hogy körülbelül mit szeretne megtudni, terve azonban sem az egyes kérdések konkrét megfogalmazására, sem a kérdések pontos sorrendjére nem terjed ki” (Babbie, 2003: 336).

A kutatásunk során strukturálatlan és félig strukturált interjúkat is készítettünk. A strukturálatlan interjú nem tartalmaz azonos sorrendben feltett, előre meghatározott kérdéseket, azaz nem formalizált. Az interjúkészítőnek törekedni kell arra, hogy csak olyan mértékben kontrollálja a beszélgetést, hogy a válaszadó ne térjen el nagyon a kutatás tárgyától. Az interjú során megszerzett információk az adott tárgykörhöz kell, hogy tartozzanak. A kutatás elején a raktárvezetővel strukturálatlan interjút készítettünk, hogy több információhoz jussunk magáról a vállalatról, a logisztikai szervezetről és a raktárról.

Azonban ahhoz, hogy a kutatási célt elérjük, elengedhetetlen volt, hogy a raktárosokkal félig strukturált interjúkat is készítsünk.

A félig strukturált interjúkban megjelennek bizonyos standard kérdések, viszont többnyire nyitott kérdéseket tartalmaznak, közepes mértékben formalizáltak. A kérdések feltétele során a szóhasználatot a válaszadó stílusához kell igazítani, így többnyire spontán fogalmazzuk meg a kérdéseinket. Különböző, lazán megfogalmazott, változtatható kérdéseket fogalmaztam meg a kutatott téma főbb területeire vonatkozóan, melyeket több, különböző műszakban és beosztásban dolgozó munkatársnak is feltettünk (Lehota, 2001).

A fent említett interjúk révén így alaposan fel tudtuk térképezni magát a raktár működését, a raktári folyamatokat, elsajátítottuk azokat az ismereteket, amelyek a kutatás során elengedhetetlenek voltak. A raktár teljesítménymérési rendszerét az abban alkalmazott különböző mutatószámokon keresztül ismertük meg. Ezt követően egyezőségeket kerestünk a SCOR-modell által javasolt teljesítményméréssel.

Eredmények és azok értékelése

A vizsgált raktárban napi teljesítményértékelési rendszer működik, ami azt jelenti, hogy minden nap ellenőrzik az előre meghatározott mutatókat, és értékeli az előző napi teljesítményt. 6 csoportba osztották a raktárban ezeket a mutatókat: biztonság; eszközök és gépek; minőség; költségek; termelés; rend és tisztaság. Ezek a kategóriák több mutatót tartalmaznak, amelyek abszolút értékben kerültek meghatározásra. A vállalat célja ezzel a rendszerrel az volt, hogy fokozza a teljesítményt (minőség, biztonság, költségek stb.), és kiküszöbölje a pazarlást (például a nem megfelelés, várakozások, felesleges munkaerő) azáltal, hogy az egyes folyamatokban bekövetkező zavarokat könnyen azonosíthatóvá, átláthatóvá teszi, és rögtön akciót kezdeményez rájuk. Ily módon egy standard bevezetése révén számottevő beruházás nélkül tudtak javítani a biztonságon, a gépeken, a minőségen, a termelékenységén és a fizikai jóléten is. A 2. táblázatban összegyűjtöttük az egyes kategóriákhoz tartozó mutatókat. A beszolgáltatás (gyárból a raktárba történő késztermékáramlás) és kiszolgáltatás (késztermék vevőhöz történő eljuttatása) teljesítményének mérése külön történik, az egyes kategóriáknak megfelelően meghatározott mutatókkal.

Oldalak	Beszolgáltatás	Kiszolgáltatás
Minőség	feltárt beszállítási hibák (db); beszállításból eredő készleteltérések (db)	előkészítési hibák száma (db); érvényesített reklamációk (db)
Termelés	időben megtörtént beszállítás betárolás, rögzítés (db); késve befejezett lerakodások száma (db)	késve befejezett rakodások szá- ma (db)
Költség	targoncával okozott károk nyo- monkövetése (db); targonca ütközésérzékelések száma (db)	kamionból kimaradt termékek száma (db)
Rend és tisztaság	szabványos raktári rendtől való eltérések (db)	
Biztonság	aktív résztvevők száma (fő); balesetek száma (db baleset)	
Eszközök és gépek	rámpáknál felmerülő üzemzavarok (db); nem használható targonca (db)	kiszállító kamionterefogat nyo- monkövetése (m ³)

2. táblázat: A raktárban alkalmazott teljesítménymérési rendszer elemei

Forrás: saját szerkesztés, 2016

A vizsgálat során nyilvánvalóvá vált, hogy az általunk vizsgált raktár nem vagy csak kis mértékben alkalmazza a SCOR-modell által javasolt standard teljesítménymérő mutatókat (az agilitás, a költség és az eszközök hatékonysága attribútummal kapcsolatban nem álltak rendelkezésünkre olyan jellegű adatok, amelyek a SCOR-modellben szerepelnek, így azokkal kapcsolatban nem tudtuk elvégezni az összehasonlítást). Egyezőségeket főleg a megbízhatóság területén találtunk, például a vállalat igyekszik a rendelései teljesítését tökéletesen elvégezni. Ehhez kapcsolódóan a minőség és a termelés kategóriákban alkalmazott mutatók relevánsak, hiszen közvetve a SCOR-modell által leírt tökéletes rendelésteljesítés mutatót ezekből ki lehetne számolni. Például

az érvényesített reklamációkból, késve befejezett rakodások számából, a kamionból kimaradt termékek számából és az előkészítési hibák számából már meg lehetne határozni a tökéletes rendelésteljesítések arányát. Véleményünk szerint azonban nem elég részletesek a vállalat által alkalmazott mutatók, hiszen a gyorsasággal kapcsolatos úgynevezett ciklusidőre vonatkozó teljesítménymérés nem jelenik meg a vállalat rendszerében. Erre vonatkozóan kizárólag csak a késéseket tartják számon, a késés mértékét, illetve az egyes ciklusidőket (az egyes tevékenységek elvégzésének tényleges idejét) nem.

Következtetések, javaslatok

A kutatás során először a raktárgazdálkodással, logisztikai teljesítményméréssel és magával a SCOR-moddal kapcsolatos szakirodalmat tekintettük át. Ezt követően megvizsgáltunk egy vállalat raktárában alkalmazott teljesítménymérési rendszert. Ezzel kapcsolatban elmondható, hogy két részre van osztva a rendszer: külön mérik a beszolgáltatással kapcsolatos tevékenységek, és külön a kiszolgáltatással kapcsolatos tevékenységek teljesítményét. A vállalatnál hat fő kategóriába sorolták az egyes részekhez tartozó mutatókat, amelyeket a vállalat lényegesnek tartott. A vállalat teljesítménymérési rendszerével kapcsolatban megállapítottuk, hogy releváns és logikusan felépített mutatókból építették fel, viszont számos területen úgy látjuk, ki lehetne egészíteni más, a teljesítményt jól leíró mutatókkal is, mint például a ciklusidőkkel és a tevékenységek sebességével kapcsolatos mutatók. Ehhez jó alapot szolgáltatna a SCOR-modell, hiszen abban rengeteg, az ellátási lánc teljesítményét megfelelően mérő metrika kap helyet, illetve számos cég tapasztalatát alapul véve került kialakításra. A vizsgált raktárban a SCOR-modell teljesítménnyel kapcsolatos jellemzői és metrikái közül a megbízhatósággal kapcsolatban találtunk bizonyos fokú egyezést, ami jó kiinduló alap lehet a jövőben, ha a SCOR-modellnek megfelelően szeretné a vállalat átalakítani a teljesítményértékelési rendszerét.

Köszönetnyilvánítás



Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-17-4 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

IRODALOMJEGYZÉK

- BABBIE, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, pp. 336.
- BÁNYAI T. (2013): A termelés logisztikája, készletezés, raktározás. In: Logisztika. Feltevések, példák, válaszok. (Szerk. Gubán Á.) Saldo Pénzügyi Tanácsadó és Informatikai Zrt., Budapest, pp. 47–97.
- BAROUDI, R. (2014): Key performance Indicators. Winning tips and common challenges. Performance, Volume 6, Issue 2, May 2014. Letöltés ideje: 2017. 04. 20. Forrás: <http://performance.ey.com/wp-content/uploads/downloads/2014/05/EY-Performance-Key-performance-indicators.pdf>
- BENSON, O. – BUGG, R. – WHITEHEAD, G. (1994): Transport and logistics. Woodhead-Faulkner (Publishers) Limited, New York, p. 217.
- BOLSTORFF, P. – ROSENBAUM, R. (2003): Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model, AMACOM, New York.
- DÉRI A. – KŐHEGYI A. (Szerk.) (2009): A logisztika szerepe a gazdasági életben. In: Logisztika az Európai Unióban és Magyarországon. Vállalkozók Európában 36. szám, Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, Budapest, pp. 9–20.
- DOMBORÓCZKY Z. (2013): A marketing-logisztika alkalmazhatóságának koncepcionális vizsgálata a katonai logisztika területén. PhD-értekezés. Budapest. Letöltés ideje: 2017. 01. 13. Forrás: http://www.uni-nke.hu/downloads/konyvtar/digitgy/phd/2013/domboroczky_zoltan.pdf
- DULEBA SZ. (2010): Logisztikai alapismeretek. Nyíregyházi Főiskola, Nyíregyháza, pp. 74–75.
- GUEDES, P. – SAW, R. – WALLER, A. (1993): Logistics Strategy Planning: Visual Interactive Modelling and Decision Support. In: Strategy Planning in Logistics and Transportation. (Szerk.: Cooper, J.) Cogan Page Limited, London, pp. 111–142.
- GYENGE B.- KOZMA T. (2015): Szimulációs modellezés a raktár logisztikában. Logisztikai Trendek és legjobb Gyakorlatok. 1(1), pp. 22–24.

- HÁGEN I. Zs. – BORSÓS E. (2015): BSC modellel a kereskedelmi tevékenységet végző vállalkozások versenyképességéért. *Controller Info* 2015. ISSN: 2063 -9309 III. Évf. 1 szám 2015 I. negyedév p. 42–47.
- HÁGEN I. Zs. – Méhesné B. Sz. (2015): A vállalati kontrolling alkalmazásának jelentősége. *Controller Info* 2014 ISSN: 2063 -9309 II. Évf. 1 szám 2014 I. negyedév p. 33–38.
- KNOLL I. (2006): Interdiszciplináris logisztika a gazdaságpolitikában. Kovásznai Kiadó, Budapest, pp. 86–89.
- KOVÁCS Z. – PATÓ GÁBORNÉ SZŰCS B. (2008): Raktározás. Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet, Budapest, p. 18.
- LEHOTA J. (2001): Marketingkutató az agrárgazdaságban. Mezőgazda Kiadó, Budapest. Letöltés ideje: 2016. 12. 13. Forrás: <http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/marketingkutatas/ch02s06.html>
- OLÁH J. (2016): A raktári szolgáltatások minőségi mutatói. *International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS)* Vol. 1. No. 1. Letöltés ideje: 2017. 03. 20. Forrás: <http://ijems.lib.unideb.hu/file/9/57a-a30b0d9afb/szerzo/Olah.PDF>
- PREZENSZKI J. (2010): Raktározás-logisztika (technika, technológia, szervezés, szolgáltatás). Ameropa Kiadó, Budapest, pp. 161–171.
- REH, F. J. (2017): The Basics of Key Performance Indicators (KPI). Examples and Meaning of KPI. *Management & Leadership*. Letöltés ideje: 2017. 04. 20. Forrás: <https://www.thebalance.com/key-performance-indicators-2275156>
- SCC (2010): Supply Chain Operations Reference (SCOR®) model Overview – Version 10.0 Letöltés ideje: 2017. 01. 20. Forrás: http://www.pessolutions.com/index_files/Web-Scor-Overview.pdf
- SCC (2012): Supply Chain Operations Reference Model Revision 11.0. Supply Chain Council, 2012. Letöltés ideje: 2017. 01. 20. Forrás: <http://docs.huihoo.com/scm/supply-chain-operations-reference-model-r11.0.pdf>

Szerzők:**Pauluk Júlia**

PhD-hallgató

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet,
Logisztika Menedzsment Tanszék

pauluk.julia@econ.unideb.hu**Prof. dr. Popp József**

egyetemi tanár

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet, Agrárközgazdasági Tanszék

popp.jozsef@econ.unideb.hu**Dr. habil Oláh Judit**

egyetemi docens

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet,
Logisztika Menedzsment Tanszék

olah.judit@econ.unideb.hu

RICE PRODUCTION IN VIETNAM: REMARKABLE SUCCESS BUT FARMERS' LOW INCOME

Pham Cong Nghiep

Summary

After implementing “Reform” (Doi Moi) process from 1986 rice industry in Vietnam has developed continuously and obtained some remarkable results. Vietnam became a top producer in the world. Vietnam produces about 29 million tons milled rice every year, in which 22 million tons milled rice is consumed in the domestic and about 7 million tons milled rice is for export. With over 60% of total population in Vietnam is living on rice production and so the development of rice industry created many works in the countryside, declined poverty and stabilized the economy, politics and society, etc. In addition, rice production has also inadequacies and limitations such as the low selling price and profit of farmers. This paper will concretely analyse the current situation of rice production in Vietnam to solve these obstacles.

Key words: *Rice production, Farmers, Profit, Stakeholders, Vietnam*

MARK: M30

Introduction

Vietnam has advantages in rice production such as appropriately natural conditions, 2 big alluvial deltas and 80% of farmers has experience in rice production (United Nations Environment Programme, 2005) and therefore, rice has an important role in agricultural production and food consumption in Vietnam. It is the country's main crop, consumed by nearly 90 million of the total population and an important source of income with about 44-51 percent of rural household revenue (United Nations Environment Programme, 2005) for more than 60 million people living in agricultural and rural areas (Le Trong Hai, 2012). According to FAO, Vietnam is the 5th largest rice producer in the world. The area of rice production in Vietnam was 7,816,000 ha, accounted for 40% of total land of agricultural production (GSO, 2014). Vietnam produced 44,974,000 tons paddy, occupied 4.74% of total amount of rice in the world (FAOSTAT, 2014).

But, there are obstacles in rice production in Vietnam what is negatively affecting on farmers' income. This paper will describe the rice production system in Viet Nam.

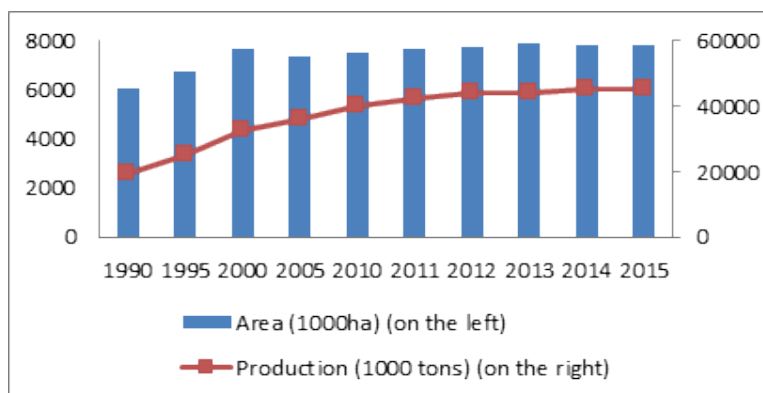
Material and methods

We collected the secondary datas from reliable sources such as General Statistic Office of Vietnam (GSO), FAOSTAT.

Results

Rice production in Vietnam

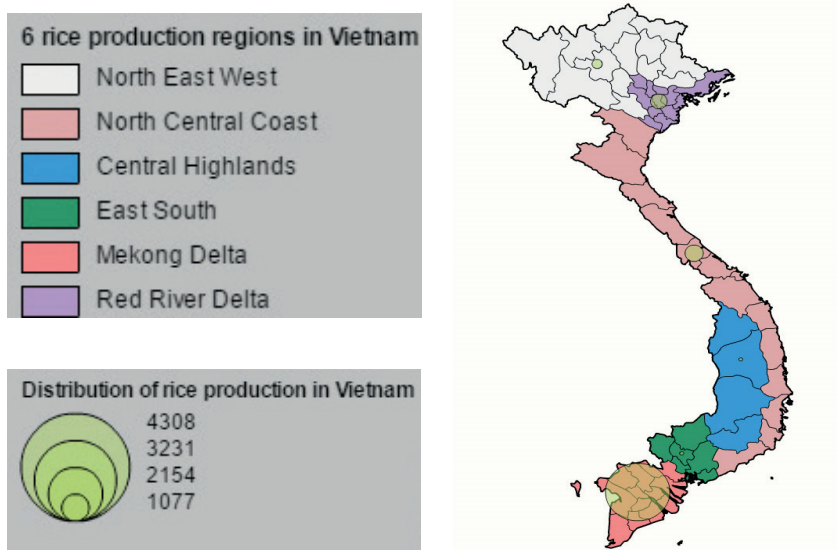
After Doi Moi process ("Reform") in 1986, rice industry of Vietnam has developed quickly and sustainably. This result achieved due to the increase of rice land, intensive production of farmers to raise rice yield, the application of advanced science and technology such as the introduction of different rice varieties, new production models, an efficient irrigation system and postharvest losses have also been greatly reduced due to the mechanization of rice harvesting and drying (Le Trong Hai, 2012). Rice production in Vietnam increased by 135% from 1990 to 2015 (19,225,000 tons to 45,215,000 tons) (chart 1). In this period, the area of rice production increased averagely by 1.18%/year, meanwhile the output of rice grew up by 5.4%/year.



1. chart: Paddy production area and output in Vietnam (1990–2015)

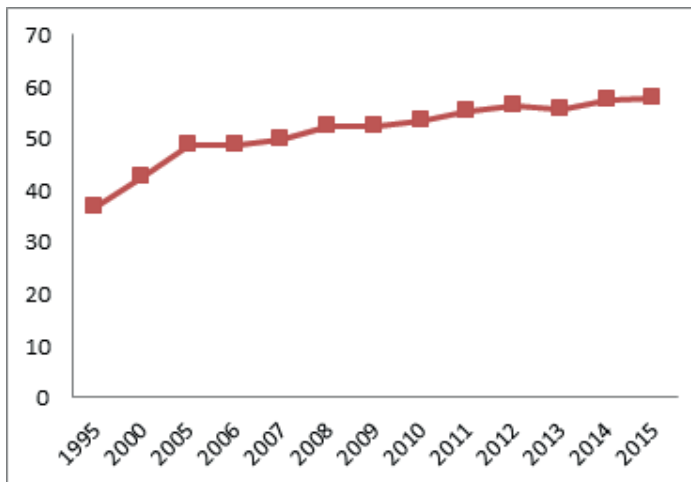
Source: GSO, 2016

Rice is grown in all provinces in Vietnam, but the most important region of rice production is Mekong delta (accounts for 55% of total area of rice production in Vietnam), followed by North Central Coast (16% of total area of rice production) and Red River delta (14%) (Map 1)



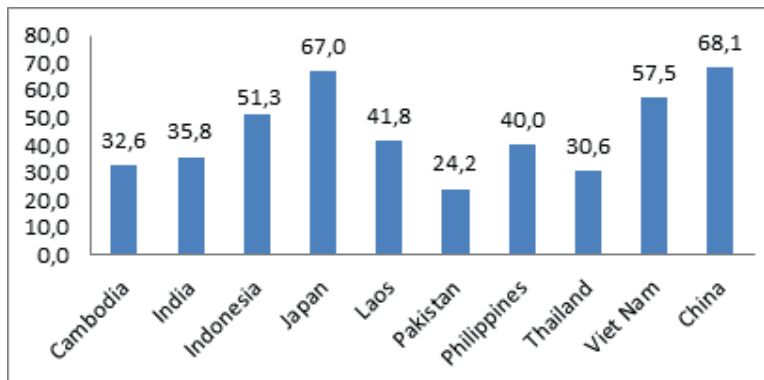
1. map: Distribution of rice production by region in Vietnam (2015)

According to GSO, 2016 and Nguyen Duc Thanh and Dinh Tuan Minh (2015), the average rice yield of Vietnam increased from 3.2 tons/ha in 1990 to 5.77 tons/ha in 2015. The recent yield in Vietnam is higher so much compared to Thailand, India and Pakistan (Chart 3).



2. chart: Yield of rice production in Vietnam (1995–2015)

Source: GSO, 2016 and Nguyen Duc Thanh; Dinh Tuan Minh, 2015

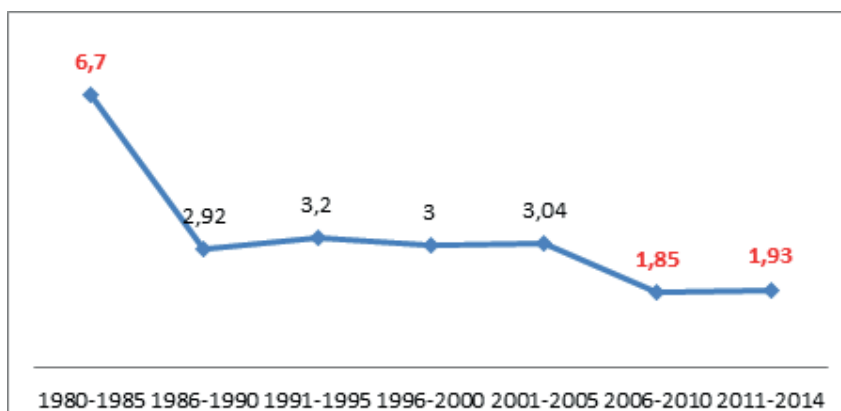


3. chart: Yield of rice in some countries in 2014 (quintal/ha)

Source: FAOSTAT, 2016

However, from chart 4 we can see that the rate of rice yield increase in Vietnam has a down trend and it is very hard to increase the rice yield in the future. Before 2005 the rate of rice yield increase was over 3%/year but now it

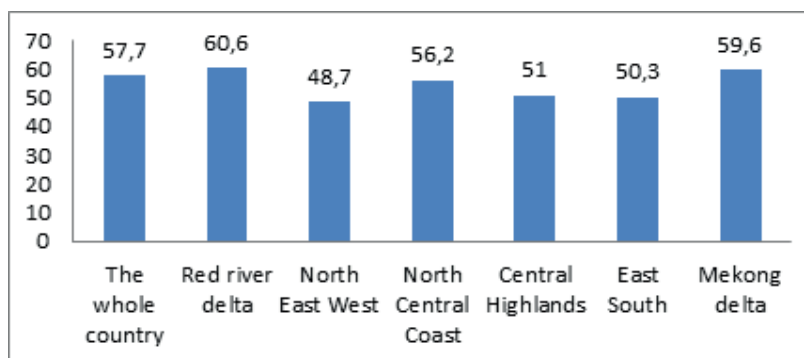
is under 2%/year. We can say that Vietnam is hard to increase rice output because almost of rice land has exploited and the rice yield touched upper limit.



4. chart: Rate of rice yield increase in Vietnam (%/year)

Source: FAOSTAT, 2016

The rice yields in Red River Delta and Mekong Delta are highest in Vietnam because these 2 regions have advantages on natural condition to grow rice and farmers have a lot of experiences in rice production. The average yield of rice in Vietnam is 57.7 quintal/ha, in which the rice yields in Red River Delta and Mekong Delta are 59.6 and 60.6 quintal/ha, respectively. The lowest yield of rice in Vietnam is in North East West because this is a mountain region.

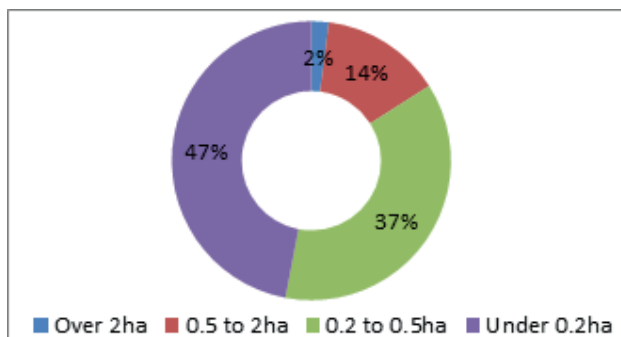


5. chart: Yield of rice by region in Vietnam in 2015 (quintal/ha)

Source: GSO, 2016

Therefore it is said that from 1980s to now the rice industry in Vietnam has developed according to an orientation of rice output increase. The rice production in Vietnam increased from 19.23 million tons paddy in 1990 to 32.53 million tons paddy in 2000 and to 45.22 million tons paddy in 2015. In 1990s the rice production increased due to the increase of rice production area, from 6,042,800 ha in 1990 to 7,666,300 ha in 2000 and from 2000 to now the rice production increased based on the increase of rice yield, the area of rice production didn't change so much (7,834,900 ha in 2015).

Another remarkable characteristic in rice production in Vietnam is that it is carried out by a large number of rice farmers who have tiny and fragmented farms, low mechanization and limited capital to invest (Tran Cong Thang, Do Lien Huong and Le Nguyet Minh, 2013). According to the study of Nguyen Duc Thanh and Dinh Tuan Minh (2015), the average area of rice production per farmer household was 0.44ha and about 47% of farmer households cross the country has less 0.2 ha for rice production. This ratio in Red River Delta is 63% and 8% in Mekong Delta.



6. chart: Percentage of rice households by farm size

Source: Tran Cong Thang et al, 2013

Farmers' profits in rice production

Some researches showed that the income of farmers in Vietnam from rice production is low because rice production field is small-scale production and the selling price is low. Rice farmers' income from rice production in Vietnam is 419 USD/ha, equivalent to 37.1% of Thailand farmers, 65.0% of Phillipine farmers and 42.2% of Indonesian farmers (Nguyen Van Bo, 2016).

According to Agriculture and Rural Development Ministry (2014), the rice production cost in Vietnam is quite low. The cost for 1 kg rice in Mekong delta in 2014 was 0.13 USD/kg, it was 0.15 USD/kg in India, 0.2 USD/kg in Thailand, 0.24 USD/kg in China, 0.24 USD/kg in Indonesia and 0.25 USD/kg in Phillipines. But the profit of Vietnamese rice farmers per 1kg rice was only 0.06 USD/kg, meanwhile, the profit of Thailand rice farmers was 0.2 USD/kg, Indonesia was 0.14 USD/kg, China 0.24 USD/kg and 0.09USD/kg in India. This proves that the rice selling price of Vietnamese farmers is very low. Nguyen Van Bo (2016) indicated that the farmers' profit of rice production is related considerably to the selling price and so it is said that market information is more important for farmers. The selling price of paddy in Can Tho city was 4,290 VND/kg, it was 5,192 VND/kg in India, 8,404 VND in Indonesia, 8,889 VND in Thailand and 7,700 VND in Philipine in 2014 (Nguyen Van Bo, 2016).

Farmers' income from rice depends on their rice field size. A study of World Bank (WB) in 2010 mentioned that income from rice production of over 3ha rice farmer household attained 1,300,000 VNĐ/person/month, 8.6 times higher than income from rice production of under 1ha farmer household with only 151,000 VNĐ/person/month (Agriculture and Rural Development Ministry, 2014). And over 90% of total farmer households in Vietnam has rice production area of under 1 ha (Nguyen Van Bo, 2016) and so it is said that rice farmers' income in Vietnam is so low.

Farm size	Total income per Capita (VND)	Rice income per Capita (VND)	Other crop income per Capita (VND)	Animal and Aquatic income per Capita (VND)	Non-farm income per Capita (VND)
< 1ha	849	151	84	82	533
1-2ha	1165	284	72	359	449
2.01-3ha	1901	658	26	728	490
>3ha	1933	1296	10	88	540
Total	1312	535	56	209	512

1. table: Farmers' income from different sources in Mekong delta

Source: Bernhard Liese and et al, 2014

Farmers are the most disadvantage stakeholder in the rice value chain. According to Hoang Thanh Tung and Yoshiro Higano (2011), farmers' profit from rice production in Mekong delta is 300USD/year, the lowest in the rice value chain, whereas the wholesalers are the most profitable one with 52,900 USD/year because the price that farmer sell to wholesalers and other stakeholders are usually much less than those of the wholesalers sell to export companies or final consumers. Nguyen Van Bo said that rice farmers had only profit with 240 USD/year, meanwhile profit of traders were 25,000 USD, millers 48,400 USD and export companies profited 2.22 million USD/year.

	Profit (VND/kg)	Average quantity/stakeholder/year (tons)	Profit/stakeholder/year (1000 USD)
Farmers	507	8.4	0.3
Traders	39	1,700	4.0
Millers	128	4,948	38.4
Polishers	50	1,300	3.9
Transporters	120	3,528	25.6
Wholesalers	727	1,200	52.9
Retailers	632	240	9.2

2. table: Profits of stakeholders in the domestic rice value chain

Source: Hoang Thanh Tung and Yoshiro Higano, 2011

Conclusions

Vietnamese rice production attained outstanding outcomes. Rice quantity produced has increased continuously to meet the demand of the domestic and export. After 30 years of "Reform" process from a country had to import rice Vietnam has became one of 3 top exporters and kept the 5th place about rice quantity in the world. Besides, rice industry has an important role in developing the rural, creating works, increasing farmers' income, reducing the poverty in the rural area (Nguyen Dinh Luan, 2013).

In addition to the above strengths, in rice production farmers' profits and income from rice is very low because of the low selling price, tiny and fragmented farms, low mechanization and limited capital to invest.

REFERENCES

- Agriculture and Rural Development Ministry (2014). Project for developing trademark of Vietnamese rice to 2020 and vision to 2030
- BERNHARD Liese and et al (2014). Economics of Southeast Asian rice production. (Agri Benchmark: Braunschweig, Germany)
- FAOSTAT. www.fao.org/faostat/en/
- General Statistic Office of Vietnam (GSO). www.gso.gov.vn
- HOANG THANH Tung and YOSHIRO Higano (2011). Risk management for Rice value chain to adapt with climate change in the Mekong river delta, Vietnam. Paper prepared for the 48th Japan Section of the Regional Science Association International (JSRSAI), Wakayama, Japan, 8-10 October 2011
- LE TRONG Hai (2012). The Rice Situation in Viet Nam. Support for the Association of Southeast Asian Nations Plus Three Integrated Food Security Framework
- NGUYEN Dinh Luan (2013). Rice export of Vietnam: Real situation and solutions. Economy and Development magazine, No. 193/2013
- NGUYEN Duc Thanh and Dinh Tuan Minh (2015). Rice market of Vietnam: Innovation to adapt, approach to market structure. Hong Duc publishing house
- NGUYEN Van Bo (2016). Developing rice in the context of climate change and integration of Vietnam. Paper at 2nd national workshop about plant sciences.
- TRAN CONG Thang, Do Lien Huong and Le Nguyet Minh (2013). Who has benefited from high rice prices in Vietnam?
- United Nations Environment Programme (2005). Integrated Assessment of the Impact of Trade Liberalization: A Country Study on the Viet Nam Rice Sector. ISBN: 92-807-2451-7

Authors:**Pham Cong Nghiep**

PhD student

Enyedi György Doctoral School of Regional Sciences,

Faculty of Economics and Social Sciences,

Szent István University, Hungary

[e-mail: pc_nghiep@yahoo.com](mailto:pc_nghiep@yahoo.com)

INNOVATÍV MOBILTECHNOLÓGIAI MEGOLDÁSOK A TURIZMUSBAN

Ráthonyi Gergely – Ráthonyi-Odor Kinga

Összefoglalás

Az internet megjelenésével és széles körű elterjedésével a turisztikai szolgáltatók ajánlataikkal felkerültek a világhálóra, mely azt eredményezte, hogy a turizmus platformja növekvő gyorsasággal a világháló lett. Napjainkban az okostelefonok és a mobilhálózatok fejlődése révén a szolgáltatóknak lehetőségük nyílt arra, hogy még közelebb kerüljenek a potenciális turistákhoz okoseszközeiken keresztül. A turisták, ezen technológiák révén egyre tájékozottabbá és kifinomultabbá váltak, melynek köszönhetően utazásaik során egyre több információs és kommunikációs technológiai eszközt használnak (okostelefon, táblagép, okoseszközök stb).

Jelen cikkben egyrészt az elmúlt években megjelenő innovatív mobilszolgáltatások – rövid hatótávú kommunikációs szabványgyűjtemény, kiterjesztett valóság – alkalmazásának lehetőségeit gyűjtöttük össze gyakorlati példákon keresztül a turizmus ágazatban, másfelől arra kerestük a választ, hogy hazánkban az internethasználó felnőtt lakosság körében milyen szerepet játszanak a mobileszközök a szabadidő célú utazás során.

Kulcsszavak: turizmus, mobiltechnológia, NFC, kiterjesztett valóság

JEL: Z39

Innovative mobile technologies in tourism

Abstract

Given the widespread use of internet, the tourism service providers with their promotions appeared on the web which indicated that the internet became the most rapidly increasing platform of tourism. Nowadays due to development of smart-phones and mobile networks tourism service providers have an opportunity to get even closer to the potential customers through their smart devices. Tourists, by using these technologies, become more informed and sophisticated which indicated the wider use of information and communication technologies tools (smartphone, tablet, smart devices ect.) during their travel.

In this paper, on the one hand we collected the application possibilities of recently appeared mobile services (near field communication - NFC, augmented reality - AR) in tourism through different practical examples. On the other hand, we wanted to explore the role of the use of mobile devices during leisure travels among the adult internet users in Hungary.

Keywords: *Tourism, Mobile technology, NFC, Augmented reality*

MARK: Z39

Bevezetés

A turizmus a világ egyik legnagyobb és leggyorsabban fejlődő ágazata, mely nemzetközi és hazai viszonylatban is jelentős mértékben hozzájárul a gazdasághoz. A WTTC (2015) legfrissebb kutatási eredményei azt mutatják, hogy a turizmus a világ GDP-jének – multiplikátor hatásokkal együtt – 9,8%-át adja, több mint 276 millió munkahelyet biztosít (ez az összes foglalkoztatás 9,4%-a).

Az információs és kommunikációs technológiák (IKT) dinamikus és töretlen fejlődése a turizmus számára is fontos változásokat hozott az elmúlt években. Az IKT folyamatos fejlődése rákényszerítette a vállalkozásokat arra, hogy a változásokat stratégiájukban és az üzleti gyakorlatok elfogadásában is figyelembe vegyék. Az elmúlt években új trendek jelentek meg a média és marketing területén, módosítva a vállalatok és fogyasztók alapvető jellemzőit és attitűdjét. Az internetes keresőmotorok széles körű használata, a közösségi média térnyerése és az innovatív mobiltechnológiai megoldások elterjedése – elsősorban az okostelefonok megjelenésének köszönhetően – jelentősen átalakították az online kommunikáció dinamikáját és a fogyasztói magatartást.

Az elmúlt évek technológiai környezetében és a turizmus fogyasztásában bekövetkező változásokat figyelembe véve az egyik új mód a turisták támogatására a mobil eszközök, különösen a széles körben terjedő okostelefonok, melyek nagy hatást gyakorolnak a fogyasztók hétköznapijaira és a turizmusra egyaránt. A turisták és a látogatók körében egyre markánsabban jelenik meg az a trend, mely szerint már nem „csak” ellátogatnak egy desztinációba, hanem gazdag, autentikus és emlékezetes turisztikai élményt szeretnének. A turisztikai élmény támogatásában is fontos szerepet tölthetnek be a mobilkommunikációs eszközök, melyek természetesen kielégítik az állandó online jelenlétre irányuló igényt is.

Jelen cikk célja egyrészt, hogy a legfontosabb innovatív mobilszolgáltatásokat (NFC, kiterjesztett valóság) összegyűjtse, valamint bemutassa azok gyakorlati alkalmazását a turizmusban, másrészt megvizsgálja a magyar felnőtt internethasználó lakosság okostelefon-használati szokásait a szabadidő-eltöltés céljából történő utazásaik során.

Mobilszolgáltatások a turizmusban

Az okostelefonok és más mobil vezeték nélküli eszközök egyre nagyobb szerepet játszanak mindennapi életünkben. Akárhová megyünk, mindig magunkkal visszük a telefonunkat, kommunikálunk, térképen keresünk, és számos más alkalmazást is használunk, hogy megkönnyítsük életünket. A modern információtechnológiák fejlődése egyre inkább elősegíti olyan termékek és szolgáltatások létrehozását (például NFC-alapú interaktív városi idegenvezető alkalmazás vagy kiterjesztett valóság alkalmazás), melyek kiváló lehetőséget biztosítanak a turisztikai élmények közvetítésben.

Az Egyesült Államokban a mobilinternet-felhasználók száma öt év alatt duplájára bővült, a mobilinternet-penetráció 2014-ben elérte a 60%-ot. Európában (Magyarországon is) is folyamatosan bővül a felhasználók száma, a mobilinternet-penetráció 2014-ben közel 40%-os volt. Az okostelefon-felhasználók száma is többszörösére emelkedett az utóbbi években, 2014-ben több mint 1,5 milliárd felhasználót regisztráltak világszerte, ami a mobiltelefon-felhasználók közel 40%-át jelenti. A jelenlegi trendeket figyelembe véve ezek a számok a következő időszakban tovább emelkednek majd, és többségbe kerülnek az okostelefonok. Ezzel párhuzamosan az online turizmus piaca is dinamikusan fejlődött. Az online foglalások száma az ötszörösére emelkedett, míg arányuk háromszorosára nőtt (40%) 2000 és 2012 között az USA-ban, továbbá egyre többen intézik foglalásukat okostelefonjaik segítségével (Kormos et al., 2015).

A Sticky Media (2014) szerint a szabadidő céljából külföldre utazók 85%-a használta okostelefonját, 45%-uk bejelentkezett egy adott helyről, és a válaszadók 72%-a osztott meg valamilyen formában utazás során készült képet.

A statisztikai adatok is alátámasztják, hogy az elmúlt néhány évben a mobiltechnológia rendkívüli fejlődésen ment keresztül. A turisztikai vállalkozásoknak létfontosságú, hogy reagáljanak a technológiai fejlődésére, melynek köszönhetően a különféle mobiltechnológiai megoldások egyre szélesebb körben jelennek meg az ágazatban.

NFC a turizmusban

A szakirodalomban többen is hangsúlyozták (Buhalis–Law, 2008; Ricci, 2011; Wang–Wang, 2010) a mobiltechnológia jelentőségét és lehetőségeit a turizmusban, kiemelték az okostelefonoknak a fogyasztók turisztikai élmé-

nyére gyakorolt hatását, valamint a mobil- és vezeték nélküli technológiák innovatív szerepét az iparágban. Az NFC (Near Field Communication – rövid hatótávolságú kommunikációs szabványgyűjtemény) lehet a következő mérföldkő a technológiai fejlődésben, mely hatással lehet a turizmusra, mely miatt fontos megvizsgálni a technológia által nyújtott lehetőségeket, mind a tudomány, mind pedig a turizmusban dolgozó szakemberek részéről.

Annak ellenére, hogy az NFC és a turizmus kapcsolatának vizsgálata újszerű témának tekinthető, számos kutató vizsgálatának tárgyát képezte már e terület (O’Ztaysi et al., 2009; Hui et al., 2009; Isaksson, 2010; Baldo et al., 2010; Berrego-Jaraba et al., 2011; Tsai–Chung, 2012; Egger, 2012; Pesonen–Horster, 2012; Arcese et al., 2014).

Az NFC egy rövid hatótávolságú, vezeték nélküli kommunikációs technológia, mely okostelefonok és hasonló (általában mobil) eszközök között egymáshoz érintéssel vagy egymástól kis távolságra (maximum pár centiméter) lévő eszközök között jön létre (Ok et al., 2010). A sokrétű alkalmazási lehetőségek közül többek között a kommunikációs kapcsolatok létrehozásához szükséges adatcsere (például bonyolultabb, magasabb szintű kapcsolatok, WiFi, Bluetooth, beállítás adatai) gyorsítását, valamint az eszközök közötti azonosítási folyamat (pl. mobiltelefon–headset) gyorsítását szokták kiemelni (Egger, 2012).

Az NFC-technológia egyik legnagyobb előnye a gyors készenléti idő, a magas adatbiztonság és az alacsony energiaigény (Dubey et al., 2011). A vezeték nélküli adatátviteli lehetőségek közül ennél a technológiánál az egyik legkisebb a felhasználói tudásigény (technológiai, hálózati). További előnyként sorolhatjuk az NFC-technológia kompatibilitását a meglévő RFID- (Radio-Frequency IDentification) technológiával, a RFID-matricákkal és az okoskártyákkal (Siira–Törmänen, 2010).

A turizmusra mint üzleti szektorra jellemző a magas fokú információközpontúság, mely számos különböző folyamatot foglal magába. A turisztikai szervezetek számára az NFC-nek elsősorban az operatív, strukturális és stratégiai szinteken lehet szerepe azáltal, hogy csökkenti a kommunikációs és egyéb folyamatok költségeit, ugyanakkor növeli a hatékonyságot, termelékenységet, rugalmasságot és a versenyképességet. Alapvetően az NFC egy adatátviteli standard, tehát ott érvényesíthetők az előnyei, ahol innovatív megoldásként alkalmazható (Egger, 2012). A következőkben két konkrét, megvalósult példán keresztül mutatjuk be a technológia lehetséges felhasználási területeit a

turizmusban. A stockholmi Clarion Hotel nyolc hónapon át tartó pilot projektje során 28 törzsvendégnek biztosította a lehetőséget arra, hogy kipróbálja, milyen kulcs nélkül használni egy szállodai szobát, és igénybe venni a kapcsolódó szolgáltatásokat. Öt cég összefogásával egy közel háromnegyed éves teszttüzem során a résztvevő hotel törzsvendégei NFC-képes telefonjuk segítségével számos kényelmi szolgáltatást tudtak igénybe venni. Az Assa Abloy (zár- és biztonságtechnika berendezések), a Nordic Choice hotellánc stockholmi szállodája (Clarion Hotel Stockholm), a Giesecke & Devrient (biztonsági nyomda), a TeliaSonera (telekommunikációs szolgáltató) és a VingCard Elsafe (elektromos zárok) együttműködésének köszönhetően a svéd főváros szállodájának hűségprogramjában részt vevő vendégek hotelkulcsát NFC-képes mobiltelefonnal helyettesítették (I5, I6).

A bejelentkezéskor a vendégek NFC-képes telefonjukra a recepció elküldte azt a mobilkulcs-alkalmazást, amely az adott vendég adott szobájába való bejutást biztosította. Ezt követően a résztvevőknek nem kellett sorban állniuk a recepción a ki- és bejelentkezéshez, mivel azt a mobilalkalmazás menedzselte. A közel harminc vendég a teszttüzem alatt rendszeresen megszállt a hotelben, melynek köszönhetően a felhasználók egyre nagyobb rutinnal kezelték az alkalmazást, egyre gyakrabban használták azt olyan egyéb szolgáltatások igénybe vételéhez, mint a szálloda éttermében való fizetés vagy éppen a szobaszerviz. Emellett az applikáción keresztül gyorsan elérhetőek voltak információk magáról a hotelről és szolgáltatásairól, egy kattintással megtekinthető volt a szálloda térképe, a szobaszerviz aktuális étlapja, a spa-val, az edzőteremmel, az étteremmel és a bárral kapcsolatos információk, sőt még a kapcsolódó tömegközlekedési adatokat is meg tudták jeleníteni telefonjukon a résztvevők (I5, I6).

A pilot programot követően a rendszert használókat megkérdezték, milyen tapasztalatokat szereztek a mobilkulcs-szolgáltatás használatával kapcsolatban. A visszajelzések alapján mindenki elégedett volt a rendszerrel, legfontosabb előnyeként azt hozták fel, hogy nem kellett sorba állni a recepciónál, illetve a szálloda szolgáltatásainak igénybe vétele is felesleges várakozás nélkül, zökkenőmentesen zajlott. A résztvevő szállóvendégek mindegyike pozitívan nyilatkozott azzal kapcsolatban, hogy használná-e a szolgáltatást, ha lenne NFC-képes telefonja. A pozitív fogadtatás megmutatkozott abban is, hogy minden második vendég az otthonában, minden harmadik az autójában, míg 80%-uk az irodájában is el tudna képzelni egy ilyen mobilkulcs-rendszert (I5, I6).

A Museum of London a Nokiával együttműködve egy, a smart poszterekhez hasonló megoldással olyan látogatói tájékoztatórendszert alakított ki, amely révén szinte mindent megtudhatunk egy-egy kiállítási darabról akár interaktív formában is. Az egyes kiállítási tárgyakhoz NFC-matricákat (tag) telepített, ami lehetővé teszi az erre alkalmas telefontal rendelkező látogatóknak, hogy okostelefonjukon minden fontos információt megkapjanak a kiállított műről. Mivel a tájékoztatás digitális formában történik, a kiállítás szervezői további érdekes adatokkal, videókkal, hanganyagokkal stb. tehetik színesebbé a tartalmat. A lehetőségek szinte végtelenek: háttérkép azonnali letöltése, további információkat tartalmazó linkek közzétele, fizetési lehetőség a múzeum ajándékboltjában. Természetesen azon túl, hogy a szolgáltatás teljesebbé teszi a kulturális élményt, össze van kötve a múzeum közösségimédia-csatornáival, így a látogatók a kiállítás hirdetői is lehetnek, jelezhetik a Twitteren vagy a Facebookon, ha valamelyik kiállított tárgy különösen megnyerte a tetszésüket. De a kapcsolódó alkalmazás egyben vouchert is jelent a múzeum shopjába és kávézójába (I7).

Kiterjesztett valóság a turizmusban

A kiterjesztett valóság napjaink egy viszonylag új, gyorsuló ütemben és egyre szélesedő körben elterjedő technológiája, melynek segítségével lényegében a valódi fizikai környezetet kiegészítjük, kibővítjük a számítógép által generált virtuális elemekkel. Az okostelefonok megjelenésével a kiterjesztett valóság platformja egy hétköznapi, könnyen hozzáférhető eszköz lett, mellyel a korábban főként tudományos környezetben alkalmazott technológia fejlődésében fordulat következett be, és a hétköznapi felhasználás, szórakoztatás került előtérbe (Balkányi–Orbán, 2011; Kajos–Bányai, 2011).

A következőkben ismertetjük a kiterjesztett valóság lehetőségeit a turizmusban:

- nyomtatott broszúra, turisztikai kiadvány,
- múzeumi felhasználás,
- idegenvezető alkalmazás,
- étteremi felhasználás,
- fordító alkalmazás.

A nyomtatott média az internet megjelenése előtt vitathatatlan szerepet töltött be a világ információterjesztésében. Jelenleg egy átmeneti időszakot figyelhetünk meg, mely során a tartalom előállítói egyre inkább a digitális formát választják az információ közlésére, mivel a célközönséget jobban el tudják érni ebben a közegben. Nem tartjuk valószínűnek, hogy teljes mértékben eltűnjön a nyomtatott média, ám a szakembereknek mindenképp követniük kell a technológia fejlődését, és integrálniuk kell az új média lehetőségeit. Erre egy lehetséges megoldást nyújthat a kiterjesztett valóság, mely segítségével a nyomtatott sajtóra jellemző egyirányú, lineáris kommunikáció és a statikus tartalom helyett egy dinamikus kétirányú interakció valósítható meg. A kiterjesztett valóság egy új típusú hirdetési forma lehet minden turisztikai papíralapú kiadványban, legyen az katalógus, szórólap, brosúra stb. Az elmúlt időszakban megjelentek a különféle újságokban és magazinokban a multimédiás tartalmak, melyhez mindössze az olvasó okostelefonjára van szükség (I8).

A szállodák, tematikus parkok és különféle turisztika attrakciók számára kiváló lehetőség az AR alkalmazása a nyomtatott kiadványokban, még jobban be tudják mutatni termékeiket, ezáltal jobb benyomást keltve a potenciális fogyasztókban (Kleef et al., 2010).

A múzeumokban nagyon ritkán érinthetők meg a kiállítási tárgyak, ezért a kiterjesztett valóság egy különleges interakciót tesz lehetővé. Egyre gyakrabban találkozhatunk a technológiával olyan kiállításokon, ahol az interakció elvárt része a látogatói élménynek. A kiterjesztett valóság vonzereje az alkalmazások nagy számában rejlik, hiszen ilyen módszerekkel játékok, tevékenységek, bemutatók, filmek vagy akár virtuális „nyomozások” kivitelezhetők. A kiterjesztett valóság olyan technológia, amely tökéletesen illeszkedik a múzeumok fő feladatához, az értelmezéshez (I3).

A kiterjesztett valóságon alapuló alkalmazások közül a legnépszerűbb a kiterjesztett valóság böngésző. Az AR-böngésző lényegében egyesíti a kiterjesztett valóság technológiáját a klasszikus internetes böngészéssel, hogy az okostelefont használva (kamera, GPS, giroszkóp) digitális rétegeket jelenítsen meg a valóságon. A megjelenő plusz információ általában egy POI (Points Of Interest – érdekes pont) helyzete, melynek következtében a felhasználó az eszközön látja, hogy hol, merre található a POI a látómezőben. Ezek a rétegek szűrhetőek, kereshetőek, és kizárólag lokális információkat hordoznak, legyen szó szövegről, képről vagy 3D-animációról. Az AR-böngészők alapvetően térbeli vizuális megjelenítést és interakciót biztosítanak. Egy idegen országban

turistaként egy ilyen alkalmazás segítségével rá tudunk keresni, szűrni a látványosságokra, láthatjuk pontos helyzetüket, és részletes információt találhatunk róluk. A böngésző nem csak megjeleníti és érzékelteti egy étterem helyzetét a látótérben, hanem elérhetővé teszi az étteremmel kapcsolatos véleményeket és értékeléseket is, továbbá akár egy gombnyomással fel is hívhatjuk azt (I4; I8).

Az éttermek esetében elsődlegesen külföldi példákkal találkozunk. Egy londoni étterem példáján keresztül szemléltetem a technológia alkalmazási lehetőségeit, ahol a vendégek egy interaktív asztallap segítségével választhatnak az igen gazdag multimédiás tartalmak közül. Többek között az asztallap háttérstílusát is beállíthatják a vendégek, akik ezen túlmenően rendeléseiket is leadhatják, miután egy videón megtekintették, hogy az adott étel hogyan is készül, vagy akár megtekinthetik élőben, hogy éppen mi történik a konyhán (Retail Innovation, 2014).

Egy másik esetben az étterem menükártyáján található úgynevezett markereket, melyekre ráirányítva az okostelefon kameráját megjelennek az extra tartalmak a kijelzőn, mint például az adott étel vagy palack ital 3D-ben. Ezen kívül egyéb információk is megjelenhetnek, például egy videó az adott étel elkészítéséről vagy az alapanyagok, hozzávalók listájáról (I8).

Jelentős hatással lehet az ismeretlen környezet felfedezésére és a navigációra ebben az új közegben a nyelvismeret, valamint a megfelelő fordítás hiánya a különböző tájékozódást segítő eszközökön. Például az étlapok, a különböző menetrendek stb. esetén a turista számára telefonja kameráján keresztül, az adott kifejezésre irányítva azt, a saját anyanyelvén jelenik meg a szöveg fordítása. Ilyen fordító AR-alkalmazás a Word Lens, melyet nemrég vásárolt fel a Google, vagy éppen a CamDictionary, mely a kamera segítségével felismeri az adott kifejezést (Balkányi–Orbán, 2011).

A következőkben a teljesség igénye nélkül bemutatunk néhány, hazánkban is megvalósult alkalmazást. A Tisza-parti megyeszékhelyen, Szolnokon 2011-ben indult el a Virtuális Idegenvezető szolgáltatás. A szolgáltatás által a Szolnokra érkezők telefonjukat a kezükben tartva elérhetik a település turisztikai kínálatát, legfrissebb idegenforgalmi és programajánlatait, sőt segítségével a köztéri alkotások érdekességeit is könnyen megismerhetik. A kiterjesztettség-alapú alkalmazás használatával a helyiek is hasznos információkhoz juthatnak, mert telefonjuk kamerájával például egy étteremre fókuszálva megjeleníthetik annak napi menüjét, de akár az utcáról nehezen észrevehető boltok nyitvatartását is.

A rendszer úgynevezett audioguide-modult tartalmaz, amely a városnézés során valódi idegvezetőként, hangban mondja el a látottakat (I9).

2013-ban indult Pécs városának turisztikai mobilalkalmazása, a Visit Pécs, mely a város főbb látnivalóiról nem csupán tömör leírásokat és praktikus információkat tartalmaz, hanem lejátszható hanganyagot is. Az alkalmazás segít eligazodni a városban is, hiszen térképen megmutatja, miként tudunk eljutni az adott helyszínre, a „Körülöttem” funkció pedig a kiterjesztett valóság technológiáját használva azt is megmutatja, milyen látnivalók találhatóak körülötünk (I1).

Veszprémben 2011-ben a Pannon Egyetem gondozásában a gólyák számára kifejlesztett kiterjesztett valóságot használó alkalmazást hoztak létre. Az okostelefon kamerája által mutatott képre vetíti rá a digitális adatokat, amelyeket egy központi adatbázisból hív le a készülék pozíciójától függően, ezáltal a gólyák egyből tudni fogják majd, hogy merre keressék például a jegyzetboltot, a tanulmányi osztályt, illetve hogy milyen szórakozóhelyeket és kulturális helyszíneket érdemes felkeresni a városban (I2).

Az előző példákban említett innovatív megoldások a turisztikai vállalkozások számára stratégiai szempontból többek között olyan előnyökkel is járhatnak, mint például a minőségi szolgáltatás biztosítása, a szervezet hatékonyságának és az eredményességének növelése. Szintén előnyt jelenthet, hogy differenciálni tudja magát a piacon, illetve a hosszú távú versenyképességét is erősítheti. Az operatív működés szempontjából optimalizálni lehet a szolgáltató és a fogyasztó közötti információelosztást és a foglalási folyamatokat. Növelni lehet a vásárlói elégedettséget és a közösségi média által nyújtott marketingtevékenységeket is. A turista oldaláról tekintve elsődlegesen a kényelmes ügyintézés, a gyorsabb foglalási, bejelentkezési folyamatok, a magasabb biztonság (technológia jellemzője) és a szolgáltatások minőségében érzett magasabb színvonalat lehet kiemelni. Mindezek mellett ezen innovatív mobiltechnológiai megoldások önmagukban is növelhetik a turisztikai élményt (Egger, 2012).

Anyag és módszer

Kutatásunkban a turizmusban megjelenő fejlett mobiltechnológiák vizsgálata mellett kíváncsiak voltunk a turisták okostelefon-használati szokásaira az utazásuk során. A kutatást kismintás próbalekérdezés (N = 75) előzte meg 2014-ben egyetemisták körében, a kérdések pontosítása, az esetleges hibák

korrigálása és a magasabb fokú érvényesség érdekében. A végleges kérdőív lekérdezésénél (2014. december) CAWI-módszert (online kérdőív) választottunk. A minta reprezentativitását egy magyarországi piackutató cég online panelje biztosította. Az adatfelvétel lebonyolítását, illetve az adatok tisztítását szintén piackutató cég végezte. A kutatás nem a teljes népességet kívánta vizsgálni, hanem a felnőtt internethasználó korosztályt helyezte a kutatás középpontjába, ők alkották az alapsokaságot. A kérdőívet 636 fő töltötte ki értékelhetően, ez a minta reprezentálta a 18 év feletti internetező lakosságot, nemre, életkorra és régióra vonatkozóan. Az adatok az online adatfelvétel miatt külön kézi rögzítést nem igényeltek, a kódolást a piackutató céggel egyeztetve végeztük. Az adatok tisztítása után a statisztikai elemzést az SPSS 22.0 szoftverével végeztük. A kérdőív értékelésekor használt módszerek általános ismertségét figyelembe véve azok részletes bemutatását nem tartjuk indokoltnak.

A kérdőív a következő területekre vonatkozóan tartalmazott kérdéseket: (1) szocio-demográfiai adatok, (2) internet-, közösségimédia-használat, (3) utazási szokások, (4) mobilkészíték-használat az utazás során, (5) a közösségi média és a felhasználói tartalmak szerepe az utazás során, (6) a technológiaelfogadás-modellhez kapcsolódó kérdések. Jelen cikkben az utazás során használt mobilkészítékekre vonatkozó eredményeket ismertetjük.

A szabadidő céljából utazók (a teljes sokaság 70%-a, 440 fő) 49%-a férfi, míg 51%-a nő. A 18–29 évesek 29%-os, 30–39 évesek 27%-os, a 40–49 évesek 19%-os, míg az 50 év felettiak 25%-os aránnyal képviselték magukat a mintában. Szabadidő céljából a megkérdezettek közel fele évente, míg harmaduk félévente utazik elsődlegesen belföldi (60%) úti céllal. Az utazók harmadának az úti cél egyenlő arányban belföld és külföld, míg mindössze 6%-uk utazik csak külföldre a szabadidő eltöltése céljából. A megkérdezettek több mint fele 2–4 éjszakára utazik, míg 36%-uk az 5–7 éjszakás utazást választotta (Ráthonyi, 2016).

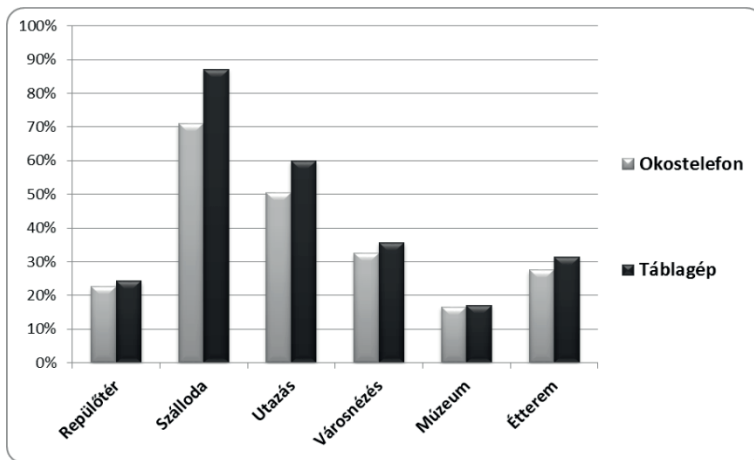
Eredmények

Vizsgálatunkban arra kerestük a választ, hogy az üdülés alkalmával milyen mobilkészítékeket visznek magukkal a megkérdezettek, mely funkcióit használják ezen eszközöknek, kiemelt figyelmet fordítva az okostelefonokra.

A megkérdezettek 80%-a az üdülése során elviszi magával az okostelefonját, mobilját vagy táblagépét, míg a válaszadók fele laptopot visz magával. A válaszadók 75%-a szokott üdülése, nyaralása során csatlakozni az internetre

azon az eszközön, melyet elvisz magával. Egy friss felmérés is alátámasztja, hogy az internet nemcsak a nyaralás megkezdése előtt, az információkeresés fázisában fontos, hanem az utazás alatt is. A Gfk piackutató cég 2016-os felméréséből kiderül, hogy a megkérdezettek 87%-a csatlakozik a világhálóra utazása során (110).

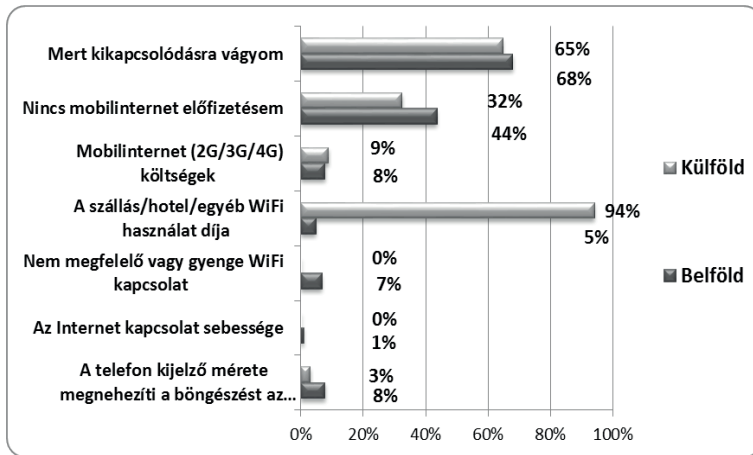
Az internethasználat helyszínét tekintve elmondható, hogy a megkérdezettek az okostelefont és a táblagépet elsődlegesen a szállodában használják, de magas azoknak a száma is, akik az utazás alkalmával használják készülékeiket (1. ábra) (Ráthonyi, 2016).



1. ábra: Az okostelefon és táblagép használatának helyszíne az üdülés során

Forrás: saját számítás

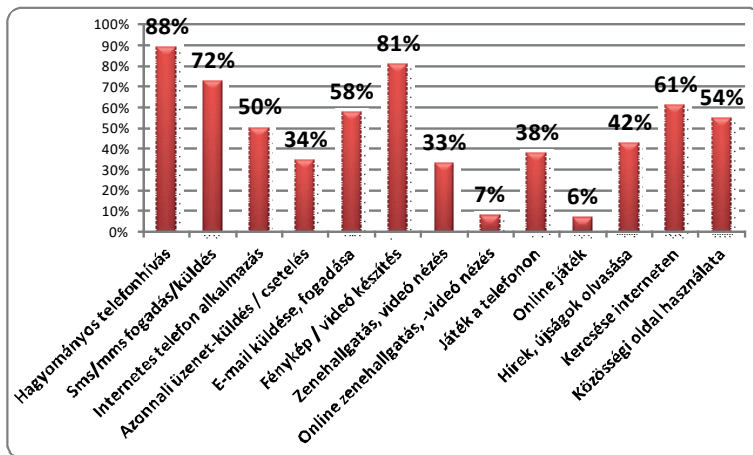
Érdekesnek tartottuk megvizsgálni, hogy akik nem csatlakoznak a világhálóra az üdülés során, miért döntenek így (2. ábra). Érdeemes két csoportra bontani a válaszadókat: belföldi, illetve az elsődlegesen külföldi utakat preferálóakra. Mindkét csoport esetében a válaszadók több mint 60%-a a kikapcsolódásra hivatkozva nem használja az internetet. A két csoport válaszában a legjelentősebb különbség a „szállás WiFi-használat díja” esetében mutatkozott, hiszen a külföldi utakat választók 94%-a, míg a belföldi utakat előnyben részesítők mindössze 5%-a indokolta ezzel az internethasználat elutasítását. A mobilinternet-előfizetések hiánya is magas arányt (32%–44%) képviselt a válaszok között, míg a többi lehetőséget a megkérdezettek kevesebb mint 10%-a választotta. (Ráthonyi, 2016)



2. ábra: Miért nem csatlakozik az internetre utazása során

Forrás: saját számítás

Az okostelefonok és a táblagépek esetén sem mutatkozott különbség az egyes szolgáltatások igénybevételére vonatkozóan (arányaiban megegyeztek), ezért a következő ábrákon (3. és 4. ábra) csak az okostelefonra vonatkozó eredményeket mutatjuk be, melyek a táblagépek használatára is vonatkoznak (Ráthonyi, 2016).

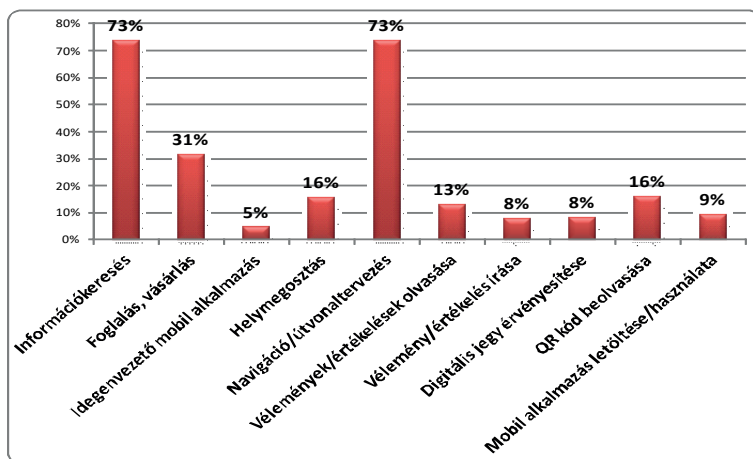


3. ábra: Okostelefonon végzett általános tevékenységek az utazás során

Forrás: saját számítás

Az üdülés során a válaszadók közül legtöbben természetesen a hagyományos telefonhívást vették igénybe. Ugyanakkor elmondható, hogy míg korábban vitathatatlan fölénnyel az elsődleges tevékenység a telefonhívás volt a mobiltelefonok használata során, mára ez nem mondható el az okostelefonok esetében. Ennek egyik oka lehet az ingyenes telefonalkalmazások használatának terjedése és széles körű alkalmazása (50%). Az eszközkonvergencia terén az okostelefon eddig kiválóan teljesít, ugyanis egyesíti magában a mobiltelefon, a digitális kamera, a médialejátszó, a videojáték, a rádió, a TV és a számítógép funkcióit. Mindez az utazás során is megjelenik, ugyanis a hagyományos telefonhívás mellett a legtöbbit végzett tevékenység a fénykép- és videókészítés (3. ábra). Ezt követi az sms vagy mms küldése, fogadása, majd pedig olyan tevékenységek, melyek használatához online környezet szükséges. Az üdülés során a válaszadók több mint fele keres az interneten (61%), közösségi oldalait látogatja (54%), elektronikus levelezését kezeli (58%), vagy éppen az online híreket, újságokat olvassa (42%) (Ráthonyi, 2016).

Az általános funkciók ismertetése után az utazás alatt használt specifikus tevékenységeket mutatjuk be (4. ábra), melyek közül a válaszadók által leginkább preferált az utazással kapcsolatos információkeresés, valamint a navigáció. A válaszadók harmada foglalt vagy vásárolt már utazással kapcsolatos tételt (rezerváció, szállás, belépők), 16%-uk osztotta meg a pozícióját valamely közösségi oldalon, és szintén 16%-uk olvasott be QR-kódot valamely turisztikai attrakciónál, étteremnél, szállodánál. A többi specifikus turizmussal kapcsolatos okostelefonon végzett tevékenység használata igen alacsony (10% körüli) jelenleg a fogyasztók körében. A kapott eredmények összecsengnek a GfK piackutató cég 2015-ös felmérésének eredményeivel, ahol az internet-használati szokásokat vizsgálták a nyaralás alatt. A felmérésből kiderült, hogy az utazók az online szolgáltatások közül elsősorban a térképeket használják, ill. útvonalat terveznek, vagy a legjobb vendéglátóhelyeket, turisztikai látnivalókat próbálják megtalálni. Ugyanakkor sokat használják arra az internetet, hogy a közösségimédia-oldalokon keresztül tartsák a kapcsolatot családtagjaikkal és barátaikkal (I11).



4. ábra: Okostelefonon használt turizmusspecifikus tevékenységek az utazás során

Forrás: Saját számítás

Összességében megállapítható, hogy a megkérdezettek utazásuk során az általános felhasználáson túl (kommunikáció, fénykép-, videóképzítés) elsődlegesen információkeresésre, navigációra használták okostelefonjukat. A válaszadók közel harmada foglalt vagy vásárolt utazása során a telefonja segítségével, míg a megkérdezettek mindösszesen 20%-a töltött már le turizmussal kapcsolatos alkalmazást telefonjára. Fontos megjegyezni, hogy a nemzetközi trendeket figyelembe véve a következő években folytatódik az okostelefonok és a mobilhálózat használatának növekedése, mellyel párhuzamosan növekedni fog a turisztikai mobilszolgáltatások használata is.

Következtetések, javaslatok

Az elmúlt évtizedben azok az IKT-megoldások, melyeket utazásunk során alkalmaztunk, egyre gyorsabbá, kisebbé, intelligensebbé váltak, és egyre jobban beépültek mindennapjainkba. Rendkívül fontos ez a változás, hiszen a turisták korunk legfejlettebb mobiltechnológiáját használják. Az új technológiákhoz történő alkalmazkodás hatással van az utazás egész folyamatára, és nagymértékben befolyásolja az utazási szokásokat és magát a turizmus szektort is.

Az okostelefonok széles körű elterjedésével és térhódításával az okostelefon-alkalmazások száma is robbanásszerűen megemelkedett. A fejlődés lehetővé tette a turisztikai vállalkozások számára, hogy sokkal személyesebb módon ériék el a fogyasztókat. A turisztikai vállalkozásoknak figyelemmel kell kísérniük a legfrissebb technológiai trendeket, hogy képesek legyenek a mobil környezetben is kapcsolatot teremteni a turistákkal, és aktív résztvevői legyenek a digitális életüknek azáltal, hogy saját mobilalkalmazást és mobiltelefonra optimalizált weboldalt hoznak létre. Az okostelefonok karakterisztikájából adódóan a turisták egyre gyakrabban keresik a legjobb ajánlatokat az utazásuk során (hol vacsorázzon?, hol vásároljon?, melyik a legjobb szórakozóhely a környéken?, milyen kirándulási lehetőségek vannak? stb.), ezáltal lehetőség nyílt a helyalapú, valós idejű interakcióra (személyre szabott ajánlatok, tanácsok). Az innovatív megoldások, mint például az NFC-alapú várostérkép vagy egy kiterjesztett valósággal támogatott múzeumi látogatás hozzájárulhat egy autentikus és emlékezetes turisztikai élményhez.

A fentiekkel kapcsolatban, eredményeinkkel összefüggésben megállapítható, hogy a megkérdezettek utazásuk során az általános felhasználáson túl (kommunikáció, fénykép-, videókészítés) elsődlegesen információkeresésre, navigációra használták az okostelefonjukat, és 20%-uk töltött már le kifejezetten turizmussal kapcsolatos alkalmazást telefonjára. Összességében megállapítható, hogy az okostelefont használók magukkal viszik telefonjaikat az utazásuk során, és többségük csatlakozik is vele a világhálóra. A nemzetközi trendeket figyelembe véve megállapítható, hogy a következő években az online szolgáltatások és az online marketing még dominánsabbá fog válni, különösen a mobilalkalmazások révén, melyet jól mutat egy nemzetközi felmérés eredménye is, ahol a megkérdezettek 95%-a utazása megszervezéséhez digitális forrásokat használ az információ- és inspirációgyűjtéshez, valamint az utazás utáni élménymegosztáshoz.

HIVATKOZOTT FORRÁSOK

- ARCESE G. – CAMPAGNA G. – FLAMMINI F. – MARTUCCI O. (2014): Near Field Communication: Technology and Market Trends. Technologies 2014. Volume 2. pp. 143–163.
- BALDO, D. – BENELLI, G. – POZZEBON, A. (2010): The SIESTA project: near field communication based applications for tourism. paper presented at CSNDSP 2010, the 7th International Symposium on Communication Systems, Networks & Digital Signal Processing, Newcastle upon Tyne, United Kingdom, 21–23 July 2010.
- BALKÁNYI P. – ORBÁN Zs. (2011): Virtuális információk a fizikai térben: a kiterjesztett valóság jövőképe. Információ és Társadalom. 11. évf. 1-4. sz. pp. 64–80.
- BORREGO-JARABA, F. – RUIZ, I. – GOMEZ, N. – MIGUEL, A. (2011): A NFC-based pervasive solution for city touristic surfing. Personal and Ubiquitous Computing, Volume 15. Issues 7. pp. 731–742.
- BUHALIS, D. – LAW, R. (2008): Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research. Tourism Management. Volume 29. Issues 4. pp. 609–623.
- DUBEY, A. – GIRI, M. – SAHERE, M. (2011): Step-up analysis and generalization approach for Trusted NFC application development for enhancing real time use location. International Conference on Communication Systems and Network Technologies (CSNT), IEEE, 3–5 June 2011. (pp. 318–322). Katra, Jammu, India.
- EGGER R. (2012): The impact of near field communication on tourism. Journal of Hospitality and Tourism Technology. Volume 4. Issues 2. pp. 119–133.
- HUI, E. – AMY, S. – GUO, J. – GUAN, S. (2009): Tourist applications made easier using near field communications. In: Encyclopedia of Multimedia Technology and Networking. (Eds. Pagani, M.), 2nd ed., IGI Global, Hershey, PA, pp. 1399–1400.

- Internet 1: <http://turizmus.com/fokusz/mostantol-mobillal-is-felfedezhetjuk-pecset-1118568>
- Internet 2: http://eduline.hu/felsooktatas/2011/8/3/20110803_veszprem_annon_egyetem_augmented_reality
- Internet 3: https://weblab.deusto.es/olarex/cd/museum/HUN/8kiterjesztett_valsg.html.
- Internet 4: http://layer11.blog.hu/2013/02/12/mobil_ar_bongeszok_es_ami_mogottuk_van
- Internet 5: <http://www.clarionstockholm.com/nfc-project>
- Internet 6: <http://www.assaabloy.com/Global/Products/Products-old/ASSA-ABLOY-Mobile-Keys/Report-ASSA-ABLOY-Mobile-Keys-Pilot-Clarion.pdf>
- Internet 7: <http://www.museumoflondon.org.uk/archives/nfc/>
- Internet 8: <http://thinkdigital.travel/wp-content/uploads/2013/04/10-AR-Best-Practices-in-Tourism.pdf>
- Internet 9: http://www.telekom.hu/rolunk/t-city/hirek/okostelefon_virtualis_idegen_vezeto
- Internet 10: <http://www.hirado.hu/2016/07/18/nyaralas-kozben-is-logunk-a-neten/>
- Internet 11: http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/a_magyarok_tobbsege_az_internetre_tamaszkodik_az_utazas_megtervezesenel
- Isaksson, S. (2010): Possible applications of RFID technology in tourism services. In: Proceedings of Umeå's 14th Student Conference in Computing Science. (eds. Bořstler, J. – Drewes, F. – Gulliksson, H.). Umeå, Sweden, pp. 51–59.
- KAJOS A. – BÁNYAI E. (2011): Valóságos csoda – Az augmented reality és a marketing kapcsolódási pontjai In: Paradigma- és stratégiaváltási kényszer a gazdaságban. (Szerk. Svéhlik) VI. KHEOPS Tudományos Konferencia, Mór, 2011. május 18. ISBN 978-963-87553-8-4, pp. 28–46.

- KLEEF, N. – NOLTES, J. – SPOEL, S. (2010). Success factors for augmented reality business models. Enschede: University Twente, Access date: 22. 12. 2015. <https://www.inter-actief.utwente.nl/studiereis/pixel/files/indepth/KleefSpoelNoltes.pdf>
- KORMOS G. – KISS F. – HORVÁTH A. (2015): A Balkáni régió turisztikai IKT helyzete és várható fejlődése, In: *Tourism and ICT Aspects of Balkan Well-being – a Balkán jóllét turisztikai és IKT vonatkozásai*, Információs Társadalomért Alapítvány, 2015, pp. 249–285.
- O'ZTAYSI, B. – BAYSAN, S. – AKPINAR, F. (2009): Radio frequency identification (RFID) in hospitality. *Technovation*, Volume 29. Issues 9. pp. 618–624.
- OK, K. – COSKUN, V. – AYDIN, M. – OZDENIZCI, B. (2010): Current benefits and future directions of NFC Services. *International Conference on Education and Management Technology (ICEMT)*, IEEE pp. 334–338. 2–4 Nov. 2010. Cairo, Egypt.
- PESONEN, J. – HORSTER, E. (2012): Near field communication technology in tourism. *Tourism Management Perspectives*. Volume 4., Issues 4. pp. 11–18.
- RÁTHONYI Gergely (2016): *Innovatív információtechnológiák alkalmazása a turizmus menedzsmentben*, doktori dolgozat, Debreceni Egyetem, 2016.
- Retail Innovation (2014): Digital restaurant tabletop ordering at Inamo in Soho, London, <http://retail-innovation.com/digital-restaurant-tabletop-ordering-at-inamo-in-soho-london/>, letöltés ideje: 2015. február 23.
- RICCI, F. (2011): Mobile recommender systems. *Information Technology & Tourism*. Volume 12. Issues 3. pp. 205–231. 217.
- SIIRA, E. – Törmänen, V. (2010): The impact of NFC on multimodal social media application. *Second International Workshop on Near Field Communication*, IEEE, 20 April 2010 pp. 51–56.
- STIKKY Media (2014): 2012 & 2013 Social Media and Tourism Industry Statistics, Access date: 22. 12. 2015. <http://www.stikkymedia.com/blog/2012-2013-social-media-and-tourism-industry-statistics>.

- TSAI, C. – CHUNG, S. (2012): A personalized route recommendation service for theme parks using RFID information and tourist behaviour. *Decision Support Systems*. Volume 52. Issues 2. pp. 514–527.
- WANG, H. Y. – WANG, S. H. (2010): Predicting mobile hotel reservation adoption: insight from a perceived value standpoint. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 29. Issues 4. pp. 598–608.
- WTTC (2015): *Travel & Tourism, Economic Impact 2014*, World Travel & Tourism Council, <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%20reports/world2014.pdf>

Szerzők:

Dr. Ráthonyi Gergely, PhD

ügyvivő szakértő

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Alkalmazott Informatika

és Logisztika Intézet

rathonyi.gergely@econ.unideb.hu

Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, PhD

adjunktus

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Sportgazdasági

és -menedzsment Tanszék

rathonyi-odor.kinga@econ.unideb.hu

AZ Y GENERÁCIÓ ÉS A NEMZETKÖZI KIKÜLDETÉSEK

Szabó Katalin – Tanyik Gabriella Edina – Csernák József

Összefoglalás

Tanulmányunk célja, hogy bepillantást adjunk az Y generáció nemzetközi kiküldetéseivel kapcsolatos motivációiról és elvárásairól. A témakörben rendelkezésre álló szakirodalom bemutatását követően a kérdőíves felmérésünk eredményeit mutatjuk be.

Nemzetközi kiküldetésnek nevezzük, amikor egy vállalat hazai munkavállalóját egy másik országban működő csoportcégehez küldi ki rövidebb-hosszabb időtartamra munkavégzés céljából, a kiküldött másképpen expatrióta. A nemzetközi kiküldetésekkel kapcsolatban eltérő elvárásokat támasztanak mind a munkáltatók, mind a munkavállalók. A helyzetet csak fokozza a munkaerőpiacon megjelenő fiatal Y generáció. Menedzselésük egyre több HR-innovációs kérdést vet fel. Kutatásunk eredményei azt mutatják, hogy a fiatal generáció tagjai nyitottak a külföldi munkavállalás felé, de a korábbi generációkhoz képest az Y generáció tagjai minél hamarabb szeretnének lehetőséget kapni külföldi munkavégzésre. A vállalatoknak tehát indokolt felkészülnie az Y generáció által generált új kihívásokra, és célszerű áttekinteniük a nemzetközi kiküldetésekre vonatkozó szabályzataikat és irányelveiket.

Kulcsszavak: multinacionális vállalat, külföldi kiküldöttek, expatrióták, Y generáció

JEL kód:M; M12; M54

Abstract

This study aims to give an insight into the motivations and expectations of Generation Y regarding international assignments. After review of relevant literature we are presenting some results of our research. In today's globalized world international assignments are particularly frequent. The word expat is generally used to refer to people who temporarily or permanently are sent to work in to a different country than the one they were born in or whose nationality they have. Employers and employees have different expectations about that, and generation Y requires new approaches and new HR innovations. In this paper we would like to give an opportunity to understand what motivates the young workers.

The results of our research show that member of the millennial generation are open to working abroad compared to previous generations. Generation Y would like to get a chance to gain experience abroad in earlier age. In our opinion companies should be prepared for the new challenges generated by Gen Y and should review their guidelines for international assignments.

Keywords: *multinational company, expat, international assignment, generation Y*

MARK:M; M12; M54

Bevezetés

A nemzetközi vállalatok szerepe jelentős korunk gazdasági és globalizációs folyamataiban. Simai (2008) úgy véli, hogy a globalizáció és a multinacionális vállalatok elterjedése között szoros a kapcsolat. Csath (2008) egyértelműen a globalizáció zászlóvivőinek nevezi a nemzetközi cégeket. A nemzetköziesedés, a globalizáció térhódításának eredményeképpen ma már egyre többen találkoznak az expatrióta kifejezéssel, amely alatt általában olyan munkavállalókat értünk, akik hosszabb vagy rövidebb ideig külföldön végeznek munkát. A vállalatok számára rendkívül fontos a nemzetközi kiküldetések eredményessége és az, hogy a résztvevők az ott-tartózkodásuk alatt megszerzett tudást és tapasztalatot később is kamatoztatni tudják itthon. A nemzetközi kiküldetések menedzselése tehát rendkívül fontos feladat, ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy kevés kutatás irányul erre a témakörre. Ezzel szemben napjainkban egyre nagyobb figyelem irányul a generációs különbségekre, különös tekintettel a munkahelyi kapcsolatokra. Számos tanulmány, könyv és újságcikk foglalkozik azzal, hogy a munkaerőpiacon egyre nagyobb létszámban megjelenő Y generáció milyen megváltozott elvárásokat támaszt a munkáltatókkal szemben, az őket megelőző generációkkal szemben. Ma már a cégek nem hagyhatják figyelmen kívül, hogy a különböző korosztályok képviselői ugyanazt a kérdést más nézőpontból közelítik meg, nem lehet őket ugyanazokkal az eszközökkel motiválni. Döntéseiket és vásárlói magatartásukat sok esetben teljesen eltérő jegyekkel lehet jellemezni. Az Y nemzedék tagjai már egy teljesen más világban nőttek fel, másképpen szocializálódtak. Tanulmányunkban arra keressük a választ, hogy az említett Y generáció milyen elvárásokat támaszt a multinacionális vállalatok felé a nemzetközi kiküldetésekkel kapcsolatban. Úgy gondoljuk, hogy a vállalatoknak indokolt felkészülnie az Y generáció által generált új kihívásokra, továbbá célszerű átalakítaniuk a nemzetközi kiküldetésekre vonatkozó szabályzatokat és irányelveket a sikeres jövőbeni kiküldetések érdekében, hogy azok jobban illeszkedjenek a fiatalabb munkaerő elvárásaihoz.

A külföldi kiküldöttek – expatrióták

A nemzetköziesedés folyamata modern értelemben véve az iparosodott országokban indult meg a XIX. században és terjedt el világszerte. A vállalatok nemzetközi tevékenységét, működését vizsgáló kutatások az 1950-es évektől kaptak egyre nagyobb figyelmet. Kezdetben a vállalatok nemzetköziesedésé-

nek okait és különböző formáit írták le, majd a figyelem később a külföldi tőkebefektetések révén kialakult multinacionális vállalatok irányába tolódott el (Czakó, 2010). A nemzetközi üzleti gazdaságtanhoz kapcsolódó elméletek, modellek és specifikus témakörök négy fő csoportba sorolhatók (Incze, 2012): a makrogazdasági irányultságú határokon átnyúló közvetlen tőkeáramlások magyarázata, a multinacionális vállalatok létezésének közgazdasági elméletei, a nemzetköziesedés folyamatának vizsgálata, valamint a multinacionális vállalatok vezetésének és szervezésének, a nemzetköziesedés szervezeti dimenzióinak a vizsgálata (nemzetközi menedzsment). Ez utóbbi csoportba soroljuk a külföldi kiküldetések kérdéskörét.

A külföldi kiküldöttek menedzselésének kérdései hívták fel elsőként a figyelmet a nemzeti és nemzetközi emberierőforrás-menedzsment különbségeire. Egy multinacionális vállalat nemcsak egy ország, hanem különböző országok munkavállalóit foglalkoztatja. A nemzetközi vállalatok az alábbi tipikus munkavállalói kategóriákat különböztetik meg (Poór, 2013):

1. Az anyaországbeli munkavállalók (angolul Parent Country National = PCN) jelentős része kizárólag az anyaországban dolgoznak. A globalizációs folyamatok eredményeként az anyaországi munkavállalók száma egyre csökken a multinacionális cégeken belül. E munkavállalók egy sajátos csoportját képezik az úgynevezett külföldi kiküldöttek (expatrióták), akik az egyik országból a másikba vándorolnak, ott pedig hosszabb-rövidebb távon a fogadó ország állandó lakosaivá válnak.

2. A külföldi cégek előszeretettel foglalkoztatnak külföldi kiküldötteként harmadik országbeli munkavállalókat (angolul Third Country National = TCN). Egy svéd nemzetközi vállalat például szívesen alkalmaz helyi leányvállalatainál a svéd kultúrához közelálló finn vezetőket. Az ázsiai cégek napjainkban egyre inkább európai vezetőket bízhatnak meg a kontinensen megtelepedett helyi leányvállalataiknak a vezetésére.

3. A leányvállalatoknál a helyiek (angolul Home Country National = HCN) alkotják a legnagyobb alkalmazotti csoportot.

Egy másik megközelítés szerint expatriótának vagy más néven nemzetközi kiküldötteknek tekintünk minden olyan munkavállalót, akit egy vállalat a saját hazájából egy másik országba küld dolgozni hosszabb vagy rövidebb időtartamra, ugyanakkor tervezi a munkavállaló hazatérését vagy további kiküldetését egy harmadik országba (Cascio, 1986). A szakirodalomban találkozhatunk a „nemzetközi menedzser” kifejezéssel is, ami olyan vezetőt takar, aki egy teljesen globális

szervezetnek dolgozik, és karrierje során különböző nemzetközi kiküldetéseken vesz részt (Edwards–Rees, 2006).

Napjainkban egyre többen döntenek úgy, hogy más országban próbálnak szerencsét, Magyarországon évről évre nő azok száma, akik külföldön vállalnak munkát. Fontos megjegyezni, hogy a külföldi munkavállalás különböző módokon valósulhat meg. Különbséget kell tennünk a külföldi munkavállalók és az expatrióták, azaz más néven nemzetközi kiküldöttek között. Külföldi munkavállalók alatt azokat az állampolgárokat értjük, akik hazájukat elhagyva egy olyan országban vállalnak munkát, ahol nem rendelkeznek állandó lakhellyel, és a külföldi munkavégzést nem egy anyaországbeli cég támogatja. Ezzel szemben az expatrióták saját országbeli vállalatok alkalmazásában állnak, akiktől megfelelő támogatást kapnak a külföldi munkavállaláshoz. Abban ugyan hasonlóságot mutat a két csoport, hogy a nemzetközi kiküldöttek sem rendelkeznek állandó lakhellyel a fogadó országban, ugyanakkor fontos különbség, hogy az expatriótákat a vállalat támogatja a külföldi munkavégzésben, és a kiküldetés lejártá után általában új pozíciót biztosítanak a munkavállalónak (Ang et al., 2003).

A külföldi kiküldetések

Fontos megvizsgálni a kiküldetés természetét és hosszúságát. Egy pár hónapos kiküldetés például sokkal kevesebb felkészülést igényel, és nem változtatja meg gyökeresen a kiküldött életét úgy, mint például egy hároméves kiküldetés. Nem szabad figyelmen kívül hagyni azt sem, hogy a kiküldöttek nem mindig ugyanolyan okokból fogadják el a külföldi megbízást, a munkavállaló leggyakoribb motivációi a következők (Edwards–Rees, 2006):

- *Karriercélok segítése*: egyes munkavállalók abban reménykednek, hogy a nemzetközi kiküldetés pozitív irányba mozdítja otthoni karrierjüket, illetve hozzáadott értéket jelent majd a munkaerőpiacon.
- *Pénzügyi ösztönzők*: más munkavállalókat leginkább a kiküldetés során kapott díjazás, illetve juttatások motiválnak.
- *Térség/ország iránti érdeklődés*: találunk olyan munkavállalókat, akiket korábbi tapasztalataik vagy az adott ország iránti érdeklődésük ösztönöz a kiküldetés elfogadására.
- *Utazás iránti érdeklődés*: főként a fiatal (25–35), egyedülálló vagy friss kapcsolatban élő, gyermektelen munkavállalók azok, akik a szakmai fejlődés mellett a kiküldetésben a szórakozás és izgalmas „kaland” lehetőségét is látják.

A munkáltató oldaláról vizsgálva kitűnik, hogy különböző okai lehetnek annak, hogy a vállalatok nemzetközi kiküldetésre küldik munkavállalóikat. A külföldi kiküldöttek foglalkoztatásának egyik leggyakoribb indoka a szükséges szakértelem hiánya az adott országban. Különösen a fejlődő országokban jellemző, hogy új termék, folyamat vagy technológia bevezetésekor külföldi szakember látja el a legfontosabb feladatokat, mivel a munkakör betöltésére nem sikerül megfelelően képezett helyi munkaerőt alkalmazni. Máskor a kiküldöttek ellenőrző szerepkört látnak el, és felügyelik az adott leányvállalat folyamatainak és működésének hatékonyságát. Egyes esetekben pedig személyzetfejlesztési céllal delegálnak vezetőket más országokba, hiszen az ilyen kiküldetések nagymértékben hozzájárulnak ahhoz, hogy a kiküldöttek jobban megismerjék a vállalati kultúrát, és fejlesszék vezetői készségeiket (Poór, 2006).

Az emberi erőforrás menedzselése szempontjából fontos kiemelni a kiküldetés előkészületi munkálatait, és a kiküldött körülmények felkészítését. Ennek hiányában a kiküldetés kudarcának nagy az esélye, ezért már az első szakaszban a kiküldetésre felkért munkatársak kiválasztását alapos tervezésnek indokolt megelőznie (Kozma, 2010). Az expatrióták toborzása, kiválasztása során nagy figyelmet célszerű fordítani a leendő kiküldött magánéletére, azon belül családi szükségleteire, mivel nemcsak az alkalmazottat, a leendő kiküldöttet kell ismerni, hanem családjának igényeit is. Ennek jelentőségére az hívta fel a figyelmet, hogy számos esetben a külföldi kiküldöttek sikertelenségét nem a kiküldött elégtelen munkája, hanem családtagjainak beilleszkedési, munkahegykeresési problémái okozták. Ezért a nemzetközi cégek igen nagy hangsúlyt helyeznek a kiválasztásnál a családtagokra és azok esetleges sajátos igényeire is. A kiküldetést vállaló alkalmazottak munkáját számos tényező befolyásolja, ráadásul különféle nehézségekkel kell megküzdeniük, mint például:

- az otthoni és meghitt családi együttlétek rendszeres megszakítása,
- a munkahelyszínek gyakori változása,
- az állandó utazásból adódó probléma és nehézség,
- az állandó stresszből adódó egészségügyi probléma,
- eltérő kultúrákhoz való alkalmazkodás (Poór, 2013).

Poór (2013) úgy fogalmaz, hogy a nemzetközi kiküldöttek további sikertelenségét okozhatják a fogadó ország környezetének speciális rizikófaktorai (pl. külföldiek kirablása, túszejtése), ahol egy-egy kiküldetés során dolgoznak.

Sokáig ebben a tekintetben élen jártak a harmadik világ egyes országai, míg 2001. szeptember 11. után ez a kérdés is új megvilágításba került. Az is előfordulhat, hogy a külföldi kiküldötteket a helyi munkaadók megalázzák vagy esetlegesen bántalmazzák a világ különböző régióiban. Az életmód, az élet-színvonal, a megélhetési költségek és az egészségügyi követelmények eltérőek a fogadó országban az anyaországi vagy harmadik országbeli munkavállalók számára, ezért elengedhetetlen, hogy a HR-osztály különös gondossággal járjon el a kiküldetés megszervezésénél. A HR-osztálynak fel kell készítenie a külföldre távozó dolgozókat arra, hogy megértsék a fogadó ország körülményeit, sajátos problémáit és azok kezelését. Ebben a tekintetben a HR-munkatársak „nemzetközi HR-szolgáltatásként” biztosítják és koordinálják a külföldi kiküldetést (Dowling et al., 2009). Simai (2008) szerint „a nemzetközi társaságok emberi erőforrás menedzsmentjének központi jelentőségű feladata annak meghatározása is, hogy nemzetközi hálózatukban, leányvállalataiknál milyen pozíciót töltsenek be a menedzsmentben a helyi szakemberek, s mit tartsanak fenn a külföldieknek”.

A globalizációnak köszönhetően a vállalatoknak minden eddiginél fontosabb a mobilis munkavállalók biztosítása. A megfelelő embereket a megfelelő helyre és megfelelő időtartamra küldeni azonban nem egyszerű. A korábbiakban összefoglaltak értelmében sok tényezőt kell figyelembe venni, a kiküldetés típusát és díjazását, a munkaerőbe és munkahelybe történő beruházás nagyságát vagy a szakmai, kulturális és családi oldalról érkező nyomást, amely még a legfelkészültebb cégeket is gyakran kihívás elé állítja.

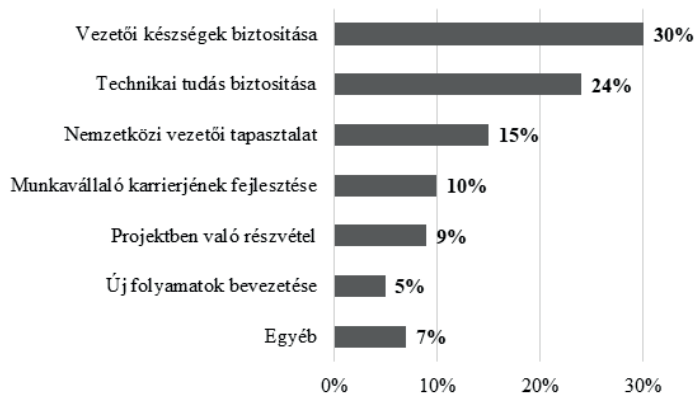
A PwC 2010-ben készített egy tanulmányt, mely a Talent Mobility 2020 nevet kapta. Ebben a szakértők a nemzetközi kiküldetéseket két fő szakaszra bontják, sőt egy lehetséges új korszakát pedig előrevetítik:

1. Első szakasz (1970–1990): A nemzetközi kiküldetések leginkább amerikai vagy európai nagyvállalatoknál fordultak elő. A cégek általában a központjukból küldtek vezetőket a világ más tájaira, hogy ott a leányvállalatok különböző részlegeit működtessék. Legfőképp az USA-ból Európába történő mozgások voltak jellemzőek, de az olaj- és gázkitermelő, valamint a bányászati vállalatok a nyersanyagok lelőhelyétől függően a világ távoli zugaiba is küldtek embereket külföldi megbízatásra. A kiküldetés ideje általában kettőtől három évig terjedt és vonzó expat juttatási csomagokkal ösztönözték a kiküldötteket (expat: olyan ember, aki szülőhazáján kívül él).

2. Második szakasz (1990–2010): A globálisan mobilis tehetségek iránti kereslet nőtt, mert az új piacok új vásárlóerőt jelentettek, és annak a lehetőségét, hogy a vállalatok alacsonyabb költséggel tudnak gyártani. A legtöbb kiküldetés még mindig Nyugatról Keletre történt, de a vállalatok egyre inkább kezdték kiaknázni a fejlődő országok gazdag tehetségbázisát, különösen Indiáét.
3. Harmadik szakasz (2020-tól): A felmérés a globális mobilitás további növekedését valószínűsíti a jövőben, de az előrejelzések szerint 2020-ra a kiküldetéseknek csak egy kis száma testesíti majd meg a hagyományosnak ítélt kiküldetést, amely rendkívül gazdag juttatásokat nyújt a kiküldött részére.

A Brookfield Global Relocation Services Ltd. minden évben elkészíti a globális mobilitási trendekről szóló felmérést. A legújabb, 2016-ban készült kutatásuk során 163 nemzetközi vállalatot kérdeztek meg. A kapott eredmények azt mutatják, hogy jelenleg a nemzetközi kiküldetések menedzselése a legtöbb vállalatnál nem része a karriermenedzsment-folyamatnak. Ugyanakkor egyre több cég ismeri fel, hogy a tehetségmenedzsment összehangolása a nemzetközi kiküldetésekre vonatkozó stratégiával hozzájárul a kulcsfontosságú tehetségek szervezethez történő vonzásához, fejlesztéséhez és megtartásához.

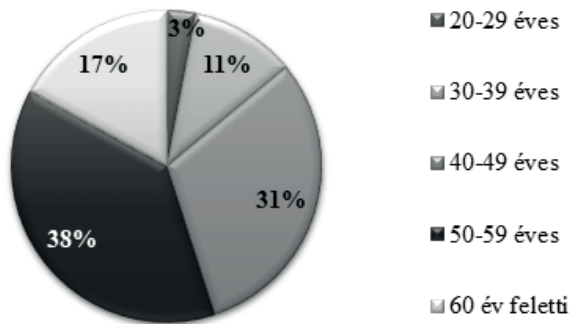
A kiküldetések célját vizsgálva azt láthatjuk, hogy elsősorban a vezetői (30%) vagy a technikai (24%) tudás hiánya miatt van szükség munkavállalók országok közötti mozgására (1. ábra). Ezt követi a nemzetközi vezetői tapasztalat biztosítása (15%), illetve a munkavállaló karrierjének fejlesztése (10%).



1. ábra: Kiküldetések céljainak megoszlása

Forrás: Brookfield Global Relocation Services (2016) alapján saját szerkesztés

A kiküldöttek összetételét tekintve azt mondhatjuk, hogy jelenleg a kiküldöttek legnagyobb csoportját a 40–49 éves munkavállalók teszik ki (38%), őket követi a 30–39 éves korosztály (31%), míg a 20 és 29 éves közötti fiatalok aránya mindössze 11% (2. ábra).



2. ábra: Kiküldöttek életkor szerinti eloszlása

Forrás: Brookfield Global Relocation Services (2016) alapján saját szerkesztés

Az Y generáció

A nemzetközi kiküldetéseket jellemző eltérő és változatos körülmények különböző elvárásokat támasztanak mind a munkáltató, mind a munkavállaló részéről. Egy dolog azonban minden kiküldetésben közös, ez pedig a magas költség, ugyanis expatrióták alkalmazásakor a vállalatoknak komoly költséggel kell számolniuk, a hosszabb kiküldetések nagy anyagi megterheléssel járnak a szervezetek számára. Egy kiküldetés közvetlen költségei akár háromszor, míg más felmérések szerint akár négyszer-öttször magasabb költséggel járnak, mint egy helyi vezető alkalmazása (Guzzo, 1997). A magas költségek mellett a kiválasztás folyamatában új elemek jelentek meg az utóbbi években. A munkaerőpiac fiatalabb generációi már számos meglepetést okoztak a munkaadóknak, menedzselésük új megközelítést igényel.

Egyre több kutatás foglalkozik a generációs különbségek témakörével, különös tekintettel a munkahelyi kapcsolatokra. A szakirodalomban legelterjedtebb felfogás szerint megkülönböztethetjük egymástól a veteránokat, a „Baby Boom” generációt, az X, az Y és a Z generációt. Az egyes generációkhoz az alábbi korosztályok tagjai tartoznak Szlávicz és Szretykó (2012) osztályozása alapján:

- A *veteránok* csoportjába tartoznak a II. világháború előtt születettek.
- A *Baby Boom* generáció tagjainak azokat tekintjük, akik 1946 és 1960 között látták meg a napvilágot.
- Az *X generációt* az 1960 és az 1980 között születettek alkotják.
- Az *Y generáció* megnevezés az 1981 és 2000 között született fiataloké.
- A *Z generációhoz* pedig a 2001 év után születettek tartoznak.

Napjainkban a laposabb szervezeti struktúrák következtében egyre jellemzőbb, hogy eltérő életkorú személyek dolgoznak egymás mellett. A globalizáció nagyfokú adaptációs készségeket követel a vállalatoktól, amelyben a sokszínűség nagy szerepet játszik (Zubány, 2008). A cégeknek fontos figyelembe venniük, hogy az eltérő generációk tagjai különböző elvárásokat támasztanak a munkáltatójukkal szemben, és különböző módon lehet őket motiválni.

A veteránok szemében a kemény munka és az elkötelezettség jelenti az értéket. Ők pályafutásuk során általában egy vagy két helyen dolgoztak. Motiválásukhoz fontos munkájuk elismerése, illetve a stabilitás biztosítása. A „Baby Boom” nemzedék tagjai a kevésbé hierarchikus rendszereket kedvelik. Szeretnek csapatban dolgozni, és nyitottabbak a fiatalok felé. Ösztönzésükhöz elen-

gedhetetlen a személyes kapcsolatok kialakítása és erőfeszítéseik elismerése. Ez a korosztály adja a mai vezetői réteg alapját.

Az X generáció tagjaira jellemző, hogy magabiztosak, önállóak, és könnyen alkalmazkodnak a változásokhoz. Ösztönzőleg hat rájuk, ha egyszerre több feladatot kell ellátniuk, és igénylik a folyamatos visszajelzést. Az Y generáció tagjai a korábbi generációkhoz képest nemcsak elfogadni próbálják a sokszínűséget, hanem ebben nevelkedtek. Rendkívüli kreativitás jellemzi őket. Munkahelyükön rugalmas feltételekre vágnak, megtartásuk a munkaadók számára igazi kihívást jelent (Zubány, 2008).

Az előrejelzések szerint 2025-re a globális munkaerő 75%-át teszik majd ki az Y generáció tagjai, és egy sor egyedülálló elvárást állítanak a cégekkel szemben a munkahelyek vonzóvá tétele, az elköteleződés és a megtartás tekintetében (Deloitte, 2014). Ebből kifolyólag a HR-funkció egyik fő feladata, azaz a tehetségek megszerzése a vállalat számára nehezebb és kritikusabb, mint valaha. Mivel a vállalatoknak határokon át kell mozgatni a munkavállalókat a globális növekedés érdekében, a globális mobilitás menedzselése nagy szerepet játszik siker elérésében. Az Y generáció tagjai közül többen gondolják úgy, hogy egy nemzetközi kiküldetés része az ideális karrierútjuknak, és 71%-uk szeretne külföldön dolgozni karrierje valamely állomásán (PwC, 2013). Míg a korábbi generációkra jellemző volt, hogy egy nemzetközi kiküldetés elfogadását legfőképpen az anyagi megfontolások vezérelték, addig az Y generáció legfőbb mozgatórugói nem csak az anyagi juttatások. Az millenárius korosztály tagjai minden korábbi generációnál nyitottabbak a kiküldetésekre, és azt fontos állomásnak tekintik a saját fejlődésük érdekében. Nem szeretnének olyan sokat várni nemzetközi kiküldetésre, és gyakran már azelőtt a külföldi munkalehetőségekről érdeklődnek, hogy egyáltalán felvételt nyertek volna a vállalathoz (Netexpat, 2015).

A cégeknek a jövőben sokkal kifinomultabb és összetettebb mobilitási stratégiát célszerű kialakítani annak érdekében, hogy menedzselni tudják a különböző generációkat képviselő munkavállalók eltérő igényeit és elvárásait a kiküldetésekkel kapcsolatban. A Baby Boom generáció tagjai már elérték karriercéljaik nagy részét, de – köszönhetően a hosszabb várható élettartamnak – tovább jelen szeretnének lenni a munkaerőpiacon. Legfőbb motivációjuk egy kiküldetés elfogadásakor az anyagi juttatás, így számukra a hagyományos expat csomag a megfelelő. Az X generáció tagjai rangidőn alapuló munkaköröket szeretnének betölteni, és megválogatják, milyen kiküldetést hajlandóak

elfogadni. Kétségeik lehetnek a nyugdíjjogosultságuk fenntartásával, valamint fontos számukra gyerekeik megfelelő iskoláztatásának biztosítása. Számukra a hagyományos, hosszú távú kiküldetések, esetleg az ingázással járó „Commuter” kiküldetések jöhetnek számításba. Ezzel szemben az Y generáció képviselői a munkahelyet és a világot is határok nélkülűnek képzelik el. Szívesen változtatnak területet, munkaköröket, kultúrát, és nem ragaszkodnak a hazájukba történő visszatéréshez, vagy csak későbbi karrierjük során. A hangsúly számukra inkább az érdekes lehetőségeken és nem a pénzbeli jutalmazáson van, emiatt alapvető változás jelentkezhethet a kiküldetés hosszában, a csomag típusában és az értékelésben (PwC, 2010).

A Brookfield 2016-os felmérése alapján a legtöbb vállalat még nem készített semmilyen tervet vagy programot arra vonatkozóan, hogyan feleljenek meg az Y generáció elvárásainak. A legtöbb cégről elmondható, hogy kiküldötteik többsége 40 és 49 év közötti életkorban van, míg a második legnagyobb arányt a 30–39 évesek teszik ki. A 20–29 éves korosztály az utolsó előtti a sorban, megelőzve ezzel a 60 évnél idősebb munkavállalókat. Az adatokból azt a következtetést lehet levonni, hogy a szervezetek inkább az idősebb és tapasztaltabb munkatársakat küldik kiküldetésre feltételezve, hogy esetükben a kiküldetésbe fektetett tőke könnyebben megtérül. Említést érdemel, hogy ez az eloszlás másképp néz ki azoknál a cégeknél, ahol a globális mobilitás menedzselését a tehetséggondozás stratégiai elemének tekintik. Ezeknél a vállalatoknál a kiküldetésen lévő Y generáció aránya kétszer olyan magas, és közel 10%-kal kevesebb a 40–49 év közötti kiküldött.

A kiküldöttek nemi eloszlását tekintve azt láthatjuk, hogy mindössze 25%-át teszik ki nők a teljes expat populációnak. Ugyanakkor a női munkavállalók körében soha nem volt még magasabb az igény a nemzetközi lehetőségek iránt. Az Y generáció női tagjai magasabban iskolázottak, és nagyobb számban lépnek a munkaerőpiacra, mint bármelyik korábbi generáció női tagjai. Sokkal magabiztosabbak, mint elődeik, és a legvonzóbb munkahelyeket célozzák meg. A női munkavállalók körében ennek a nemzedéknek a legnagyobb az igénye a külföldi tapasztalatra, a női munkavállalók 69%-a szeretne az anyaországán kívül is dolgozni. A nemzetközi szervezetek egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a vezetők képzésének és globálisan kompetens munkaerő kialakításának, így nem meglepő, hogy az Y generáció női tagjainak 63%-a érzi úgy, hogy a nemzetközi tapasztalat kritikus a karrierje szempontjából. Annak érdekében, hogy a cégek magukhoz vonzzák, megtartsák és fejlesszék a fiatal

női munkavállalókat, olyan modern megközelítést indokolt alkalmazniuk, amely széles körű megoldásokat nyújt a nemzetközi kiküldetésekre, és nem részesíti előnyben a férfi munkavállalókat (PwC, 2014).

Nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy egy nemzetközi kiküldetés elfogadása hatással van a munkavállaló partnerének pályafutására is. A kettős karriert folytató párok számának növekedése globális tendencia, amely mind a vállalatok mind a munkavállalók számára dilemmát jelent. Míg a múltban jellemzőbb volt, hogy a partner (legtöbbször feleség) elkísérte párját a kiküldetésre és ez nem jelentett gondot, addig napjainkra ez megváltozott (Dowling et al., 2008). Az Y generáció tagjai nagyobb valószínűséggel utasítanak el egy kiküldetést, ha partnerük karrierkilátásai nem megfelelőek a célországban, mivel nem szeretnék arra kényszeríteni, hogy válasszon a kiküldetés és a saját munkája között (Edwards–Rees, 2006).

Erre az akadályra jelenthet megoldást a rövidebb időtartamú vagy az úgynevezett „Commuter”, azaz „ingázó” típusú kiküldetés, melynek lényege, hogy a munkavállaló két ország között ingázik, és hetente, kéthetente vagy havonta hazautazik. A kiküldetések ezen típusának nagy előnye, hogy a kiküldött családjának nem kell a kiküldöttel tartania a fogadó országba, ennek eredményeképpen csökkenthető a vállalat költségei is, amelyet nagymértékben befolyásol a két ország közötti távolság és az ideiglenes szállás költsége a fogadó országban (Economist Intelligence Unit, 2010).

A nemzetközi kiküldetések költsége továbbra is kiemelkedő szerepet játszik a vállalatok számára. Az Y generáció körében egyre nagyobb a nemzetközi tapasztalat iránti igény, mely hatással van a szervezetek kompenzációval kapcsolatos irányelveire is. Számos példát találunk arra, hogy a hagyományos expat juttatási csomag, amely magas fizetést, rendkívül jutányos lakhatási támogatást és további ösztönzőket tartalmazott, ma már kevésbe kerül számításba, főleg akkor, ha alacsonyabb szintű pozíciókban lévő fiatal munkaerőről van szó. Ez nem azt jelenti, hogy a hagyományos expat csomag a múlté, inkább azt, hogy a magasabb pozíciókban lévő és főként fejlődő országokba kihelyezett munkavállalók számára van még érvényben, míg a fiatal generáció számára egyre több vállalat ajánl „Local Plus” csomagot. A „Local Plus” megközelítés főként a fejlett országokban népszerű. Legfontosabb jellemzője, hogy a fizetés és a szerződési feltételek a fogadó ország gyakorlatán alapulnak, de további juttatásokat is tartalmaz, amelyek segítik az áttelepülést, például lakhatási támogatás (PwC, 2010).

Anyag és módszer

Az Y generáció nemzetközi kiküldetésekkel kapcsolatos motivációival és elvárásaival kapcsolatban kérdőíves felmérést végeztünk. A kérdőívek kitöltése online történt, összesen 121 fő válaszolt a kérdésekre, melyek közül 106 fő tartozott az Y generációhoz. Vizsgálataink az ő válaszaikra támaszkodnak.

Hipotézisek:

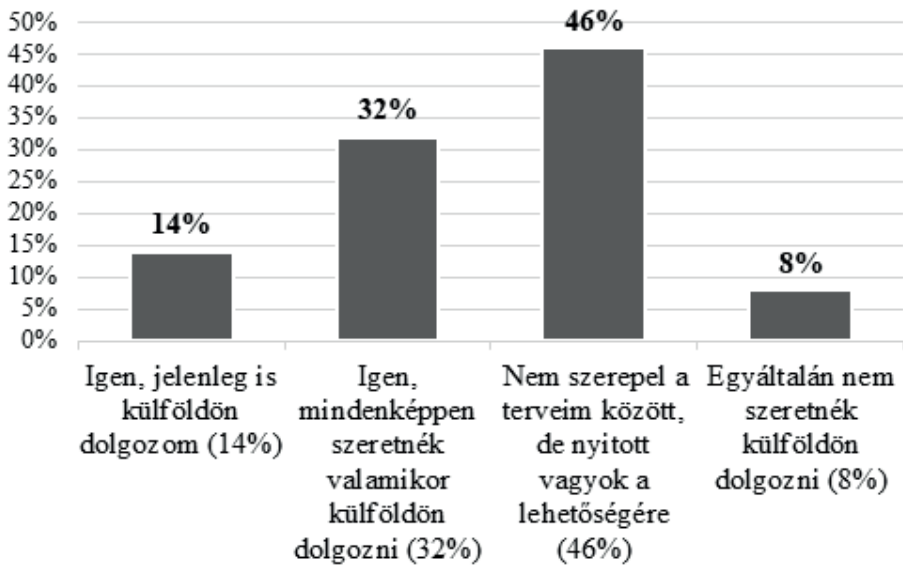
1. Az Y generáció munkavállalói szeretnék külföldön dolgozni, és fontosnak tartják a nemzetközi tapasztalatot karrierjük szempontjából.
2. Az Y generáció munkavállalói a fiatalabb élet éveket tartják ideálisnak külföldi kiküldetés elvállalására.

Jelen tanulmányban a felmérés eredményeinek azon részletét közöljük, melyek az említett állítások vizsgálatára irányulnak.

Eredmények

Kerestük arra a kérdésre a választ, hogy mi az Y generáció általános véleménye a külföldi munkavállalásról, szívesen vállalnának-e munkát külföldön, egyáltalán mennyire nyitottak. Az eredményeket a 3. ábra szemlélteti, melyek azt mutatják, hogy a válaszadók mindössze 8%-a nem kíván egyáltalán külföldön dolgozni, míg 14% azoknak az aránya, akik jelenleg is már külföldön dolgoznak. A válaszadók 32%-a mindenképpen szeretne valamikor külföldön is szerencsét próbálni, 46%-uk pedig nem tervezi, de ha lehetősége adódik rá, akkor nyitott a külföldi munkavállalás felé. Kiemelést érdemel, hogy ha nekem szerint vizsgáljuk a kapott válaszokat, azt láthatjuk, hogy a férfiak közül senki nem vetette el teljesen a külföldi munkavégzés lehetőségét ellentétben a női megkérdezettek 12%-ával. Ebben szerepet játszhat valószínűleg az a tény is, hogy a külföldi munkavállalás elől teljesen elzárkózó női válaszadók felének van gyermeke, amely komoly visszatartó erőt jelenthet.

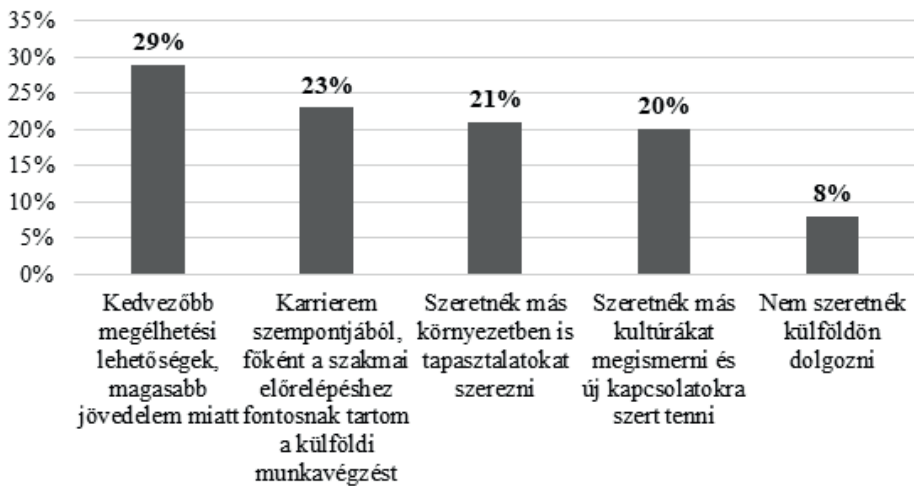
Összességében tehát megállapítható, hogy az Y generáció erősen nyitott a külföldi munkavállalás felé.



3. ábra: A válaszadók megoszlása a külföldi munkavállalás szempontjából (n = 106)

Forrás: szerzők saját szerkesztése, 2017

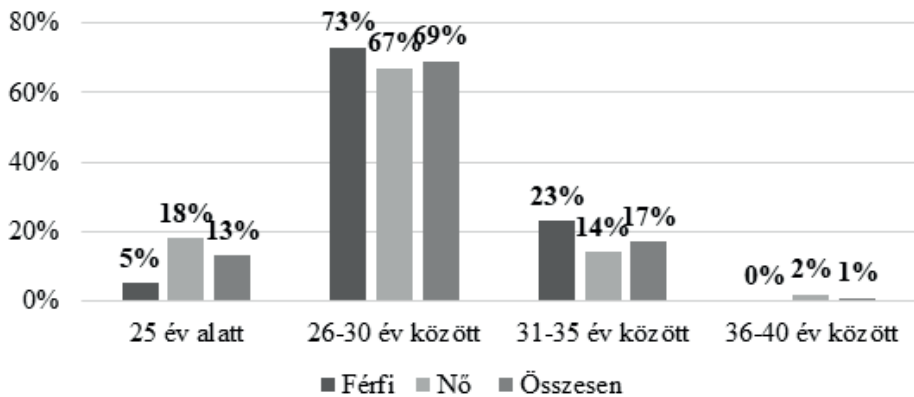
A 4. ábra azt összegzi, hogy miért dolgozna szívesen külföldön a munkavállaló. A válaszokból látható, hogy a legtöbben (29%) a kedvezőbb megélhetési lehetőségeket, a magasabb jövedelmet jelölték meg. Ugyanakkor számottevő azoknak a száma is, akik egyéb okok miatt tartják vonzósnak a külföldi munkavállalás lehetőségét úgy, mint a szakmai előrelépés (23%), tapasztalatszerzés új környezetben (21%) vagy új kultúrák és emberek megismerése (20%). Ez tehát azt jelenti, hogy a fiatal generáció nemcsak anyagi okok miatt tartja vonzósnak a külföldi munka lehetőségét, hanem fontos mérföldkőnek tekinti karrierje szempontjából, valamint sokan izgalmas kalandként tekintenek rá, mely során kipróbálhatják magukat új környezetben, új tapasztalatokra és kapcsolatokra szert téve. (4. ábra)



4. ábra: A válaszadók megoszlása a külföldi munkavállalási okai szempontjából (n = 106)

Forrás: szerzők saját szerkesztése, 2017

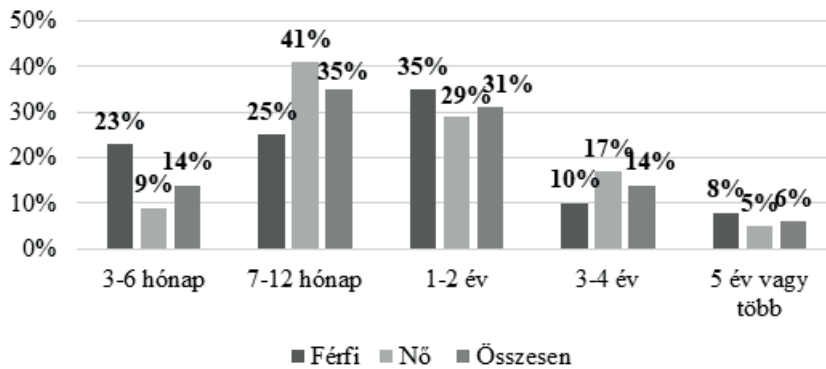
A rendelkezésre álló szakirodalom szerint napjainkban a nemzetközi kiküldetéseken legnagyobb számban a 30–49 éves korosztályt találjuk. Kérdőíves felmérésünkben arra kerestük a választ, milyen kort találnak leginkább megfelelőnek az Y generáció tagjai egy külföldi kiküldetésre (5. ábra). A válaszadók túlnyomó többsége, közel 70%-a véli úgy, hogy 26 és 30 éves kor között a legmegfelelőbb nemzetközi kiküldetésen részt venni. Érdekes, hogy a női megkérdezettek magasabb arányban jelölték meg a 25 év alatti lehetőséget (18%), mint a férfiak (5%), és kisebb azoknak az aránya, akik a 31–35 éves kort tartják ideálisnak (14%), míg a férfiak esetében ez az arány 23%-ot tesz ki. Ebben nagy valószínűséggel szerepet játszik, hogy napjainkban egyre több nő számára fontos a szakmai kiteljesedés, és a gyermekvállalás időpontja egyre inkább kitolódik, jellemzően 30–35 éves kor közé. Megállapítható ezen felül, hogy a fiatal generáció ideális kiküldetésről alkotott elképzelése nincs összhangban a jelenlegi tendenciával, ugyanis csak minimális azok száma (1%), akik 36 és 40 éves kor között tartanak ideálisnak egy nemzetközi kiküldetést, a 40 éves kor feletti lehetőséget pedig senki nem választotta. (5. ábra)



5. ábra: Külföldi kiküldetéshez ideális életkor megoszlása a válaszadók szerint (n = 106)

Forrás: szerzők saját szerkesztése, 2017

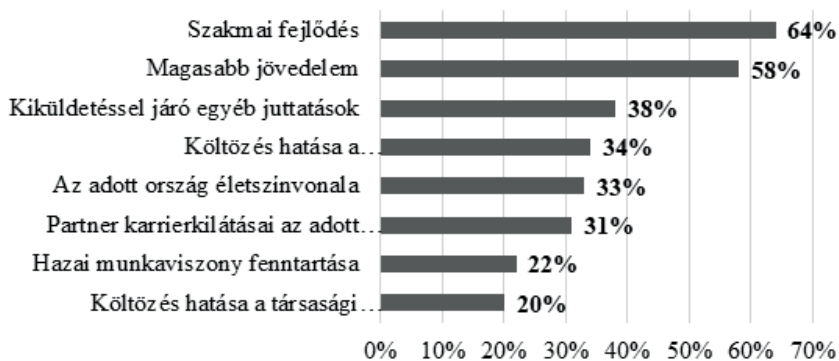
A felmérés során azt is vizsgáltuk, hogy milyen időtartamú kiküldetést preferálnak leginkább a mai fiatalok. Összességében azt mondhatjuk, hogy a válaszadók közel azonos arányban jelölték meg a 7–12 hónapos (35%), illetve az 1–2 éves időtartamot (31%), míg 14-14% azoknak az aránya, akik 3–6 hónapos vagy 3–4 éves időtartamot preferálnának. Említést érdemel, hogy eltérő arányokat tapasztalhatunk, ha nemenként vizsgáljuk a kapott eredményeket. A női válaszadók 41%-a szerint 7 és 12 hónap közé esik egy nemzetközi kiküldetés ideális időtartama, és csupán 9%-uk választotta a 3–6 hónapos lehetőséget. Ezzel szemben a férfiak kisebb arányban választották a 7–12 hónapos időtartamot (25%), ugyanakkor magasabb volt a 3–6 hónapot preferáló válaszadók aránya (23%). Általánosságban elmondható, hogy az Y generáció tagjai körében a rövidebb, 1, maximum 2 évnél nem hosszabb kiküldetési forma a legkedveltebb. (6. ábra)



6. ábra: A külföldi kiküldetés ideális időtartamának megoszlása a válaszadók szerint (n = 106)

Forrás: szerzők saját szerkesztése, 2017

Arra kértük a válaszadókat, hogy jelöljék meg a számukra legfontosabb tényezőket, amelyek alapján egy nemzetközi kiküldetés lehetőségéről döntenének. A lehetséges válaszok számát háromban maximalizáltuk annak érdekében, hogy pontosabb képet kapjunk a tényezők fontosságáról. A szakmai fejlődést jelölték meg legtöbbször, a megkérdezettek összesen 64%-a, ezt követi a fizetésemelés, amelyet a válaszadók 58%-a választott. A harmadik helyen 38%-kal a nemzetközi kiküldetésekkel járó egyéb juttatások végeztek, mint a lakhatási támogatás, vállalat által fizetett hazautak, napidíj stb. (7. ábra)



7. ábra: A nemzetközi kiküldetés választása okainak a megoszlása a válaszadók esetében (n = 106)

Forrás: szerzők saját szerkesztése, 2017

Közel azonos arányban (31–34%) sorolták a fontos szempontok közé a költözés hatását a családra, illetve a partnerre, a külföldi ország életszínvonalát, valamint a partner karrierkilátásait az adott országban. Megállapítható tehát, hogy ezeket a szempontokat sem szabad figyelmen kívül hagyni, ugyanakkor ezek kevésbé játszanak fontos szerepet a döntéshozatalban, mint a szakmai, illetve az anyagi szempontok. Ennek oka lehet a válaszadók családi állapota is. Ugyan 14%-uk házas, 58%-uk kapcsolatban él, de a többi 28% egyedülálló vagy házas. A hazai munkaviszony fenntartását csak a válaszadók 22%-a sorolta a 3 legfontosabb tényező közé. Ez igazolja a fiatal generációkról szóló feltételezést, miszerint ők sokkal könnyebben döntenek a munkahelyváltás mellett, és nem okoz számukra gondot a munkahelyek közötti váltás. Végül mindössze 20% volt azoknak a válaszadónak az aránya, akik számára fontos szempont, hogy milyen hatással lenne a kiküldetés társasági kapcsolataikra. Ebben valószínűleg nagy szerepet játszik az a tény, hogy a millenáris generáció tagjai minden napjaik jelentős részét az interneten élik, mivel ez a kapcsolattartás egyik legfőbb eszköze számukra, így a földrajzi távolság nem jelent gondot kapcsolataik ápolásában.

Következtetések

A szakirodalom szerint az Y generáció kiemelkedő szerepet tulajdonít a külföldön szerzett tapasztalatnak. Ezt igazolta felmérésünk is, mely alátámasztotta, hogy a mai fiatalok közel 46%-a mindenképpen tervez külföldi munkavégzést szakmai karrierje során, míg további 46% volt azoknak az aránya, akik nem rendelkeznek ugyan konkrét tervekkel, de nyitottak a lehetőségre.

A nemzetközi kiküldetésekkel kapcsolatos kutatások azt mutatják, hogy jelenleg a nemzetközi kiküldöttek legnagyobb számban a 30–49 éves korosztályból kerülnek ki, ezzel szemben az Y generáció tagjai korábban szeretnék lehetőséget kapni a külföldi munkavégzésre. Ezt bizonyította primer kutatásunk is, mely során a válaszadók döntő többsége, több mint 80%-a gondolta úgy, hogy 30 éves kor alatt ideális egy nemzetközi kiküldetésen részt venni. A legfőbb motivációs tényezők között az anyagi juttatások mellett megjelent a szakmai fejlődés, az új környezet, az új emberek megismerése és a kalandvágy is. A felmérés alapján azt a következtetést vontuk le, hogy az Y generáció nem kizárólag anyagi okokból szeretne külföldi kiküldetést vállalni, ugyanakkor az anyagi szempontoknak is nagy jelentőséget tulajdonítanak. A vállalatoknak ezért célszerű szem előtt tartaniuk, hogy készítsenek a fiatal korosztály számára igazságos juttatási csomagot a megfelelő támogatás nyújtása mellett.

HIVATKOZOTT FORRÁSOK

- ANG S. – DYNE L. V. – BEGLEY T. M. (2003): The employment relationship of foreign workers versus local employees: a field study of organizational justice, job satisfaction, performance, and OCB. *Journal of Organizational Behaviour*. 24. pp. 561–583.
- Brookfield Global Relocation Services (2016): Global Mobility Trends Survey 2016. <http://globalmobilitytrends.brookfieldgrs.com/assets2016/downloads/Full-Report-Brookfield-GRS-2016-Global-Mobility-Trends-Survey.pdf>. [Letöltés ideje: 2017. január 14.]
- CASCIO W. F. (1986): *Managing human resources: Productivity, quality of work life, profits*. New York, McGraw-Hill, pp. 578–581
- CZAKÓ E. (2010): A nemzetközi üzleti gazdaságtan mint elméleti háttér. in: Czakó E. – Reszegi L. (szerk.): *Nemzetközi vállalatgazdaságtan*. Alinea Kiadó. Budapest. pp. 33–59.
- CSATH M. (2008): *Interkulturális menedzsment. Vezetés eltérő kultúrákban*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. pp. 207–212.
- Deloitte (2014): The Deloitte Millennial Survey January 2014. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/Corporate_responsibility/ru_2014_MillennialSurvey_ExecutiveSummary.pdf. [Letöltés ideje: 2016. augusztus 26.]
- DOWLING, P. J. – Festing, M. – Engle, A. D. (2009): *International Human Resource Management. Managing people in a multinational context*. Fifth edition. Thomson South-Western CENGAGE Learning, London.
- DOWNLING P. J. – Festing M. – Engle A. D. (2008): *International human resource management: Managing people in a multinational context*. London, CengageLearning EMEA, pp. 181–201
- Economist Intelligence Unit (2010): Up or out: Next moves for the modern expatriate. http://graphics.eiu.com/upload/eb/lon_pl_regus_web2.pdf. [Letöltés ideje: 2016. június 3.]

- EDWARDS T. – REES C. (2006): International human resource management: Globalization, national systems and multinational companies. Harlow, FT/Prentice Hall, pp. 172–176
- GUZZO R. A. (1994): The expatriate employee. Trends in organizational behavior. 3: pp. 123–144.
- INCZE E. (2012): A vállalatok nemzetköziesedésének dinamikája – Egy kutatási modell. Vezetéstudomány. XLIII. ÉVF. 7-8. szám. pp. 32–40.
- Netexpat (2015): Are Your Global Mobility Policies “Gen Y Ready”? http://portal.netexpat.com/images/NetExpat_Are_Your_Global_Mobility_Policies_Gen_Y_Ready.pdf. [Letöltés ideje: 2016. június 3.]
- POÓR J. (2006): Nemzetköziesedés és globalizáció az emberi erőforrás menedzsmentben (1. rész). Humánpolitikai Szemle, XVII. évf. 2006. 11. sz. pp. 13–32.
- POÓR J. (2013): Nemzetköziesedés és globalizáció az emberi erőforrás menedzsmentben. Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft. Budapest. pp. 29–257.
- PwC (2010): Talent Mobility 2020. <https://www.pwc.com/gx/en/managing-tomorrows-people/future-of-work/pdf/talent-mobility-2020.pdf>. [Letöltés ideje: 2016 szeptember 3.]
- PwC (2010): Talent Mobility 2020. <https://www.pwc.com/gx/en/managing-tomorrows-people/future-of-work/pdf/talent-mobility-2020.pdf>. [Letöltés ideje: 2016 szeptember 3.]
- PwC (2013): PwC’s NextGen: A global generational study. <https://www.pwc.com/gx/en/hr-management-services/pdf/pwc-nextgen-study-2013.pdf>. [Letöltés ideje: 2016. szeptember 10.]
- PwC (2014): Next Generation Diversity: Developing tomorrow’s female leaders. <https://www.pwc.com/gx/en/women-at-pwc/internationalwomens-day/assets/next-generation-diversity-publication.pdf>. [Letöltés ideje: 2016. szeptember 10.]

- SIMAI M. (2008): A világgazdaság a XXI. század forгатagában. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 11–361.
- SZLÁVICZ Á. – Szretykó Gy. (2012): Az Y generáció munkával kapcsolatos elvárásai és a cégek EEM-rendszereinek új kihívásai. Humánpolitikai szemle, XXIII. évf. 2012. 12. sz. pp. 3–14
- ZUBÁNY E. (2008): Élünk a sokszínűséggel. Munkaügyi szemle, LII. évf. 2008. 1. sz. 35–38 p.

Szerzők:

Dr. Szabó Katalin PhD

tanársegéd

Szent István Egyetem, 2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.

Szabo.Katalin@gtk.szie.hu

Tanyik Gabriella Edina

hallgató

Szent István Egyetem, 2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.

gabriellatanyik@yahoo.com

Csernák József

tanársegéd

Eszerházy Károly Egyetem, Gyöngyösi Károly Róbert Campus,

3200 Gyöngyös, Mátrai út 36.

csernak.jozsef@uni-eszterhazy.hu

A NEMZETKÖZI PÉNZÜGYI BESZÁMOLÁSI STANDARDOK BEVEZETÉSÉNEK KIHÍVÁSAI

Tóth Gábor – Széles Zsuzsanna

Összefoglalás

A 2016-os évben jelentős változások következtek be Magyarországon a számviteli beszámolás területén. Ezek a változások minden aktív számviteli szakember munkájára hatással vannak. Egyrészt a biztosítók és egyéb pénzügyi vállalkozások, tőzsdén jegyzett társaságok és az anyavállalatuk felé a konszolidációhoz IFRS-adatcsomagot készítőök a 2016-os idei üzleti évtől kezdődően választhatják, hogy az egyedi beszámolójukat a magyar számviteli törvény helyett a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok alapján készítik el. Másrészt azon vállalkozások, akik nem tartoznak az előbbi vállalkozások közé, ugyancsak hatalmas változásokkal kell, hogy szembenézzenek. A 2015-ben elfogadott számviteli törvényt érintő módosítások minden eddiginél nagyobb változást jelentenek a 2016-os évről készítendő beszámolóikban. Ezek a változások, mint például a rendkívüli eredménykategória eltörlése és a mérleg szerinti eredmény megszüntetése tagadhatatlanul az IFRS-ekhez való konvergenciát testesítik meg. A kutatás célja bemutatni, hogy IFRS-ek bevezetése során milyen kihívásokat kell leküzdeni. Mindezt olyan kutatások eredményeinek bemutatása révén, melyek korábbi, külföldön megvalósított IFRS-bevezetésekről készültek.

Kulcsszavak: *IFRS, számviteli törvény, harmonizáció, adózás*

JEL: M41

The challenges of IFRS adoption

Abstract

In 2016 significant changes have occurred in Hungary in the field of financial reporting. These changes impact on all active accounting professional's daily lives. This is the first business year, when the insurance companies and other financial firms, the listed companies and the companies who reported according to the IFRS to their parent company because of the consolidation can prepare their separate financial reports in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS) instead of the Hungarian law of accountancy. The rest of the companies should also be tremendous changes to face. The amendments to the Hungarian law of accountancy adopted in 2015 are very significant and impact almost everyone in this area. These changes such as the abolition of the balance sheet profit and the extraordinary profit category are undeniable convergence to the IFRS. The aim of this paper is to show the challenges of the IFRS adoption through the presentation of recent foreign research results.

Keywords: *IFRS, Hungarian law of accountancy, harmonization, taxation*

MARK: M41

Bevezetés

A 2016-ban realizálódott változások több éves előkészítő munkának és a folyamatos IFRS-ekhez való konvergenciának köszönhetően következhetnek be. Ezek az események a magyarországi tőzsdei vállalkozások konszolidált beszámolója IFRS-ek szerinti elkészítésének kötelezővé tételéhez mérhetőek mind jelentőségükben, mind volumenükben. Egyrészt a biztosítók és egyéb pénzügyi vállalkozások, a tőzsdén jegyzett társaságok és az anyavállalatuk felé a konszolidációhoz IFRS-adatcsomagot készítőik az idei üzleti évtől kezdődően választhatják, hogy az egyedi beszámolójukat a magyar számviteli törvény (2000. évi C. törvény a számvitelről) helyett a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) alapján készítik el. Másrészt azon vállalkozások, akik nem tartoznak az előbbi vállalkozások közé, szintén hatalmas változásokkal kell, hogy szembenézzenek, mivel a 2015-ben elfogadott számviteli törvényt érintő módosítások (2015. évi CI. törvény a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény, valamint egyes pénzügyi tárgyú törvények módosításáról) minden eddiginél nagyobb változást jelentenek a 2016-os évről készítendő beszámolóikban. Ezek a változások, mint például a rendkívüli eredménykategória eltörlése és a mérleg szerinti eredmény megszüntetése tagadhatatlanul az IFRS-ekhez való konvergenciát testesítik meg. Ennek kapcsán szedtük össze a rendelkezésre álló irodalomból azokat a kutatásokat, tanulmányokat, amelyek a már megvalósult IFRS-adoptációk hatásait, előnyeit, kihívásait vizsgálják. Ennek bemutatása reményeink szerint segít közelebb vinni az olvasót a Magyarországon zajló változásoknak és azok hatásainak a megértéséhez.

Anyag és módszer

Jelen tanulmány korábbi témát érintő kutatások, cikkek, tanulmányok feldolgozásán alapuló szekunder kutatás.

Piaci várakozások, az IFRS-ek bevezetésének kihívásai

A 21. századi könyvvizsgálati botrányok folyamatosan felhívják a figyelmet arra, hogy a pénzügyi beszámolás minőségének javítása szükségessé vált. (Bouchareb, 2014) Bár a leginkább nyilvánosságot kapó és legtöbb érdekhordozót érintő botrányok, mint például a világszerte hírhedt ENRON- vagy a hazai Questor-botrány esetén nem tisztán a számviteli rendszerek hiányosságai voltak felelősek a kialakult helyzetért, ennek ellenére pozitívan hatottak a

számviteli szabályozás fejlődésének dinamikájára, ami kedvező hatással volt az IFRS-ek fejlesztésére, elterjedésére is. Ez nagyrészt köszönhető az úgynevezett elvárási résnek, ami a számviteli szakmával kapcsolatban egyértelműen létezik. Ez azt jelenti, hogy a számviteli szakma valós feladatai és felelősségi körei, illetve a társadalmi elvárások között eltérés van, többet vár el a társadalom például a könyvvizsgálóktól, mint ami valóban a feladatuk. (Füredi-Fülöp, 2014) Ettől függetlenül az ilyen eseményeket követően mindig aktivizálják magukat a szabályozók, és látványos, sokszor hatékony intézkedéseket fogantatósítanak a piaci szereplők bizalmának visszaszerzése érdekében. (Bouchareb, 2014) Bár ezek a folyamatok összességében pozitívak, a piac szereplőiben hamis reményeket ébresztenek a jövőbeni számviteliekönyvvizsgálói botrányokkal kapcsolatban. Hiszen ha a botrányok valódi oka nem egyedül a számviteli rendszerekre vezethető vissza, akkor kizárólag a számviteli rendszerek fejlesztése nem lehet kielégítő válasz rájuk. Magyarországon ezt felismerték, a Questor-botrány után gyökeres változtatásokat eszközöltek a felügyeleti rendszerben és a számviteli-könyvvizsgálói szabályozásban, képzésben egyaránt. Ezeknek a könyvvizsgáló szakma által vitatott reformoknak a hatékonyságát az elkövetkező évtizedek eredményeinek tükrében tudjuk csak elfogulatlanul, megalapozottan megítélni.

Az európai tőzsdék eredményei alapján a piaci szereplők várakozásai az IFRS-ek bevezetésével kapcsolatban egyértelműen pozitívak. Egy harvardi tanulmány az európai tőzsdék reakcióját vizsgálja az IFRS-bevezetéssel kapcsolatos fontosabb események kapcsán. Eseménynek nevezik azt a történést, ami 2002 és 2005 között következett be, és a piac szereplői számára valószínűbbé vagy kevésbé valószínűbbé tették az IFRS-ek bevezetését. A vizsgálat azt tekinti IFRS-bevezetésnek, hogy kötelezővé tették az európai tőzsdéken jelen lévő cégek konszolidált beszámolójának IFRS-ek szerinti összeállítását. Elmondható, hogy a kutatás eredményei szerint mind a vállalkozói, mind a befektetői oldal pozitívan fogadja az IFRS-ek bevezetését. Ezt a következtetést a piacok reakciói is alátámasztották. Először az összesített piaci reakciókat vizsgálták, az eredmények azt mutatják, hogy a befektetők pozitívan reagáltak az IFRS-bevezetésre, ezt mind az aggregált piaci reakciók, mind az egyes eseményekre való reakciók igazolták. Pozitívak voltak a változások, ha az események növelték az IFRS-ek bevezetésének valószínűségét (13 esetben), negatívak voltak a változások, ha csökkentették azt (3 esetben). Az előbbiekkal konzisztens az a tény is, hogy a befektetők szerint a bevezetés hasznai meghaladják annak költségeit,

tehát összességében véleményük szerint nettó haszon az IFRS-bevezetés. A befektetők várározása a jövőre nézve, hogy a közzétett információk minősége javulni, az információs asszimetria csökkenni fog, a standardok alkalmazása és a konvergencia pedig előtérbe fog kerülni. (Armstrong, 2008)

Konvergencia alatt azt a törekvést kell érteni, ami arra irányul, hogy az IFRS-ek és a nemzeti számviteli szabályozás között fennálló különbségeket csökkentse. Ezek a pénzügyi kimutatások készítésének gyakorlatában meglévő különbségek megnehezítik a különböző országokban jegyzett vállalkozások pénzügyi kimutatásainak összehasonlítását. Az ebből fakadó költségek és a külföldi tőzsdére való kijutásért folyó verseny keresletet generál a számviteli szabályozások konvergenciája iránt. A számviteli szabályozások konvergenciája önmagában nem javítja a pénzügyi kimutatások megbízhatóságát, a standardalkotóknak inkább az etikai kérdésekre kellene koncentrálniuk, amivel elősegítenék a pénzügyi kimutatások megbízhatóságának, összehasonlíthatóságának, konzisztenciájának és minőségének növekedését. (Ebimobowei, 2012)

A pozitív piaci várározások mindenképpen lendületet adnak, és jó hatással vannak az adott folyamatokra, viszont hosszú távon kizárólag a piaci elvárások nem képesek az elvárt eredményeket produkálni. A hamelini furulyás (pied piper) ősi története mára azoknak a vezetőknek a metaforájává vált, akik ráveszik az embereket, hogy kövessék őket úgy, hogy busás hasznot, nagy előnyöket kínálnak, elrejtve az ezért fizetendő költségeket és vállalandó kockázatokat. Az IFRS-monopólium kiépítése nem az első megjelenése a hamelini furulyásnak a modern gazdaság történetében. Az euró 1999-es bevezetésekor hatalmas népünnepélyt csaptak az érintett államok a nagy esemény tiszteletére, a bevezető államok állampolgárai számára kizárólag az új pénznem előnyei lettek prezentálva, a költségek és kockázatok nem. Azóta többször is megkérdőjeleződött az euró bevezetésének indokoltsága. (Sunder, 2011) A szélsőségesebbek egyenesen annak létjogosultságát vitatják, de az elmúlt évek euróvezetési válságai a feltétel nélküli támogatókat is a valódi gazdasági hasznok, költségek és kockázatok átgondolására készítették.

Vita tárgya, hogy az IFRS-ek valójában hozzájárulnak-e a fejlődéshez, vagy a vállalkozások csak azért adaptálják azokat, mert érvényesül az úgynevezett „hálózati hatás”. Az IFRS-eket a legtöbb helyi szabályozáshoz viszonyítva fejlettebb, jobb minőségű számviteli szabályozásnak tartják, melynek segítségével a pénzügyi kimutatások összehasonlíthatóbbá, jobb minőségűvé válnak.

A globalizáció, a határon átívelő üzletmenet egyszerűsítése, a külföldi tőke megszerzésének lehetősége és egyéb intézményi tényezők teszik vonzóvá az IFRS-ek alkalmazását. A korábbi bevezetések tapasztalatai azt mutatják, hogy a hatékony bevezetéshez szükséges a megengedő intézményi keretrendszer, a megfelelő számviteli képzés, oktatás és egy hatékony kapacitásbővítő program, ami lehetővé teszi, hogy felkészítsék a különböző érdekhordozókat a közelgő átmenetre és a kihívásokra. (Odia, 2013)

A bevezetést ellenzők véleménye szerint túlzás, amit a bevezetést támogatók az IFRS-ek széles körű elterjedésétől várnak a pénzügyi kimutatások globális összehasonlíthatóságának javulásával kapcsolatban. A számviteli standardok nem csupán súlyok és mértékegységek uniformizált rendszere, sokkal inkább olyan, mint a nemzeti fizetőeszköz, mindkettő összetett szerepet tölt be a modern nemzetgazdaságokban. Az IFRS-ek monopóliumának egyértelmű hátránya lenne, hogy megszüntetné annak a lehetőségét, hogy alternatív megoldásokat hasonlítsunk össze bizonyos problémák számviteli kezelésével kapcsolatban. Ezen kívül megszűnik annak a lehetősége, hogy a számviteli szabályozások a helyi gazdasági környezetre legyenek szabva. Az IFRS-eknek a befektetők döntése alapján versenykörnyezetben való fejlesztése minden további nélkül elfogadható. Ha piacok és szereplőik úgy döntenek, hogy ezeket a standardokat alkalmazzák, akkor legyen úgy. De ne tévesszük szem elől, hogy mekkora károkat okozhat a piacoknak és a gazdaságnak, ha az IFRS-eknek a nemzeti kormányok felhatalmazása alapján világmonopóliumot garantálunk! (Sunder, 2011) A szabad piaci körülmények között működő szervezetek, így a standardalkotók is folyamatos ösztönözés alatt vannak, hogy innovatívak legyenek, ugyanez nem mondható el az állami hátszéllel, monopóliumként működő szervezetekről. A standardalkotó szervezetek rugalmatlansága hatalmas károkat okozhat a piac szereplői számára, hiszen olyan területet szabályoz, aminek folyamatosan le kell követni a vállalkozói szektor fejlesztéseit, amik nemegyszer szándékosan a számviteli szabályozás hiányosságait szeretnék kihasználni, azoból szeretnének előnyt kovácsolni. (Karim, 2014) A rendszer lassúságát jól szemlélteti, hogy a lízingek átstrukturálásának szükségességéről már 2000-ben közzétettek tanulmányokat (Nailor and Lennard, 2000 in [Karim, 2014]), viszont az új lízingstandard (IFRS 16) a 2019. január 1-jén vagy azt követően kezdődő éves beszámolási időszakokra érvényes. (Deloitte Magyarország, 2016) A hosszú szolgálati időnek köszönhetően a feltárt kiskapukat évekig használhatják a vállalkozások, és ha ezek nem kapnak megfe-

lelő nyilvánosságot, akkor az ENRON-botrány által okozott károkhoz mérhető veszteségeket okozhatnak a piac többi szereplője számára. Az ENRON megtévesztő pénzügyi beszámolási gyakorlatát vizsgálva megállapítható, hogy az adott szabályozási környezetet kihasználva olyan gazdasági tranzakciókat terveztek, amelyek révén eltitkolhatták a vállalatcsoport valós eladósodottságát, veszteségeit megtévesztve a befektetőket és a hitelezőket, mesterségesen magasan tartva ezzel a részvényárfolyamaikat. Egy leegyszerűsített példa: az ENRON létrehozott úgynevezett SPE (Special Purpose Entity)-ket, melyeket a hatályos US GAAP-ek szerint nem kellett konszolidálni, úgynevezett „off balance sheet”-tétel volt. Ezután ezekbe az SPE-kbe csoportosították át az adósságokat és veszteségeket. Egy tipikus tranzakció során az ENRON saját részvényt adott el az erre a célra létrehozott SPE-nek, emellett közvetetten vagy közvetlenül garanciát vállalt az SPE-k értékéért. Az SPE-kben lévő eszközökre hitelt vett fel, amit az SPE értékével fedezett, amiért az ENRON garanciát vállalt. Így a befektetők is kockázatmentesnek ítélték meg a tranzakciókat, és az ENRON részvényárfolyamai is tovább emelkedhettek. (Schwarcz, 2003) A fenti példa is jól szemlélteti, hogy a standardalkotóknak ébernek kell lenniük, figyelniük kell a piacokat és azok változásait, hogy a dinamikus és rendkívül gyorsan változó piaci körülményeket szabályozni tudják, az esetleges visszaélések lehetőségét minél előbb le tudják zárni. 2002-ben az amerikai számviteli botrányokat követően kiadásra került a SOX-ként emlegetett Sarbanes Oxley Act. Ebben a törvényben visszautalnak a National Capital Markets Efficiency Act of 1996-ra, amelyben az Amerikai Kongresszus utasította a Securities and Exchange Commissiont (SEC), hogy támogassa magas színvonalú nemzetközi számviteli standardok fejlesztését, amint lehetséges. Gyakorlatilag a SOX alapján az amerikai rendszernek el kellett mozdulnia az IFRS-ek felé. Ebben a törvényben az Amerikai Kongresszus megköveteli a SEC-től, hogy készítsen tanulmányt az amerikai beszámolási rendszernek az elvalapú számviteli rendszerekre történő átállításáról. (Fosbre, 2009) Így elmondható, hogy ezeknek az Egyesült Államokban bekövetkezett számviteli botrányoknak nagy szerepe volt a US GAAP IFRS-ekkel szembeni alulmaradásában. A standardalkotók monopolhelyzetének és az új standardok kötelezővé tételének további következményei is lehetnek. Tegyük fel, hogy a standardok a vállalkozók többségének előrelépést jelentenek, ettől még vannak olyan vállalatok, sőt régiók is, ahol semmi nem teszi szükségessé a pénzügyi beszámolás alapjának leváltását. Erre mutat rá egy Romániával foglalkozó tanulmány. Románia már az

EU-s tagsága előtt lépéseket tett az IFRS-ek bevezetése felé. A kutatásba a Bukaresti Értéktőzsde (BSE) felső két szintjén jegyzett vállalkozások lettek bevonva, melyek gyakorlatilag Románia legjelentősebb vállalkozásait jelentik. A tanulmány célja, hogy bemutassa a legjelentősebb romániai vállalkozások pénzügyi igazgatóinak véleményét az IFRS-bevezetésről a saját cégüknél és általánosan. Az eredmények szerint a legtöbb vállalkozás nem önkéntes alapon vezette be az IFRS-eket, hanem kizárólag a szabályozási követelmények miatt. Nem a saját akaratuk volt, hogy esetleg hozzájuthassanak a nemzetközi pénzügyi piacok nyújtotta forrásokhoz, nem a menedzsment elvárásai, esetleg részvényesi nyomás volt a fő mozgatórugó. A kutatásból kiderül ennek az oka is. Romániában a pénzügyi piacok igen fejletlenek, alacsony szinten vannak. A vállalkozások finanszírozzák a saját tevékenységüket, a fejlesztéseket pedig bankok segítségével vagy saját forrásaikkal hajtják végre, ilyen finanszírozási struktúrával is fent tudták tartani a tevékenységüket, nem volt szükségük a külföldi pénzpiacok felé jobban nyitni. Ebből adódóan érthető, hogy nem saját elhatározásból tértek át az IFRS-ekre, aminek a legnagyobb ösztönzője, hogy a külföldi pénzpiaci forrásokat könnyebben elérhetővé teszik az alkalmazóik számára. (Munteanu, 2011) Ezek az előnyök természetesen nem garantáltak, amik biztos, azok az áttérés kezdeti költségei és az áttérésből adódó kockázatok.

Ahhoz, hogy megértsük a jövő kihívásait, át kell tekintenünk, hogy melyek azok a tényezők, amik az IFRS-implementációra és -fejlesztésre hatással vannak. Ilyen faktorok a kulturális és szociális értékek, jogi rendszer, politikai rendszer, gazdasági környezet, üzleti tevékenységek, tőkepiacok, standardalkotási folyamatok és az országok együttműködési hajlandósága. Ha ezeket a kihívásokat teljesen megértjük, akkor a jövőbeli standardbevezetések során az ebből adódó nehézségek mérsékelhetővé válnak. (Abusef, 2014) Minden vállalkozásnak, akinek IFRS-ek szerint is el kell készítenie a beszámolóját, meg kell határoznia azokat a területeket, ahol szignifikáns változások következnek be az eszközökben, tőkeelemekben és külső forrásokban. Továbbá azokat a területeket, melyek változásai hatással vannak a beszámoló vállalkozásról alkotott képére. (Čejková, 2005) Az Egyesült Államok valószínűleg a projekt előterében lesz, a lobbisták és politikusok biztosítani fogják, hogy a hazai vállalkozások semmilyen hátrányt ne szenvedjenek a számviteli standardok közötti konvergencia eredményeként. Ezen felül minden számvitelt érintő területre (adózás, könyvvizsgálat, pénzügy, menedzsment, oktatás) hatással lesz

a konvergenciaprojekt. (Harper, 2012) A kihívások tehát nem csak mikro-szinten értendők, makro- és nemzetközi szinten is meg kell határozni azokat a területeket, amelyek érintettek lehetnek. Nem szabad figyelmen kívül hagyni az egyes országok, régiók vagy akár kontinensek érdekérvényesítő erejét. Törekedni kell az egyensúly fenntartására, ezzel is biztosítva a standardalkotás és szabályozás függetlenségét. Az IFRS-ek intézményrendszerének és a standardalkotás folyamatainak kialakításánál ezeket a tényezőket is figyelembe vették.

Az Indiai Nemzeti Bank (Reserve Bank of India) alelnöke, Chakrabarty szerint az IFRS-ek implementációjának sarokkövei a képzés, oktatás és a készségek fejlesztése. Minden érdekhordozónak el kell sajátítania a standardok rendelkezéseit, természetesen szakterületétől függően különböző mélységben. Minden szereplőnek tisztában kell lennie a kötelezettségeivel, teendőivel. A képzési intézményeknek proaktívan kell fellépniük, és a képzésben résztvevőknek is törekedniük kell, hogy az új keretrendszerrel magabiztos elméleti tudásra tegyenek szert. Nem csak számviteli kérdéskörrel van szó, és az, hogy a nem számviteli vonatkozásokat miképp kezeljük, meghatározza az IFRS-ek bevezetésének sikerességét. (Chakrabarty, 2011) Az előbbieket teljesítése a jövőre nézve a felsőoktatási intézmények, politechnikumok és a szakmai kamarák képzésének IFRS-ekkel való kibővítése útján érhető el. (Akanke, 2012) Jelenleg Magyarországon a felsőoktatásban megtalálható számviteli jellegű szakokon, mint például a pénzügy, számvitel alapszakokon és a számvitel mesterszakokon a hallgatók találkoznak nemzetközi számviteli standardokkal foglalkozó kurzusokkal, szemináriumokkal, ezen tárgyak abszolválása semmilyen IFRS-ekkel a kapcsolatos tevékenységre nem jogosítja fel őket, de segíti az IFRS-ek általános megismerését, terjedését, és a későbbi specializációhoz is alapokat nyújt. Magyarországon, mint szerte Európában elérhetőek a számviteli szakemberek számára a különböző nemzetközi számviteli képzések, mint például a DipIFR, az ACCA vagy az ICAEW IFRS. Ezen kívül a magyar képzési rendszerbe illesztve elindításra kerültek IFRS mérlegképes könyvelő képzések (240 óra, ~190 eFt), és az okleveles könyvvizsgálók is szerezhettek IFRS-minősítést a regisztrációjukhoz (80 óra, ~200 eFt). Nagy előrelépés, hogy aki jelenleg végzi az okleveles könyvvizsgáló képzést, a számvitel és elemzés modulon belül a számvitel nemzetközi szabályozása részmodult, amelyben az IFRS-ek oktatása zajlik, emelt óraszámban (80 óra) fogja hallgatni, ezáltal regisztrációja megszerzésekor IFRS-minősítésre jogosult. A képzések igénybevételének lehetősége még nem garantálja a tudás rohamos terjedését,

főképp, ha figyelembe vesszük, hogy az előbb említett képzések önköltséges formában hozzáférhetőek, és a képzések, vizsgák és a jegyzetek együttes költsége a magyar fizetésekhez mérve igen magas. Szükség van ösztönzőkre, rendszeren belüli garanciákra, amelyek biztosítják, hogy csak a megfelelő tudással és kompetenciával bíró személyek végezhesenek könyvviteli, könyvvizsgálói szolgáltatásokat az IFRS-ek szerint. Ezt szolgálja, hogy jelenleg Magyarországon IFRS-ek szerinti beszámolót csak olyan regisztrált mérlegképes könyvelő készíthet, aki IFRS mérlegképes képesítéssel rendelkezik, továbbá ezen beszámoló könyvvizsgálatát kizárólag olyan bejegyzett könyvvizsgáló vagy olyat foglalkoztató könyvvizsgáló cég láthatja el, aki rendelkezik IFRS-minősítéssel. A nem számviteli szakemberek oktatása nem akkreditált keretek között folyik, számukra IFRS-tudással és -tapasztalattal rendelkező szakemberek tartanak továbbképzéseket, számukra a megértés és átállás minden bizonnyal több időt fog igénybe venni, köszönhetően a jóval alacsonyabb érintettségnek és képzési intenzitásnak.

Amikor a számvitel és adózás kapcsolatrendszerét vizsgáljuk, feltételezünk egy speciális, pénzügyi kimutatások adatait felhasználó szereplőt, az államot. A számvitelnek el kell fogadnia ezt, és olyan eljárásokat, elszámolási rendszereket kell kialakítania, hogy ennek a szereplőnek az adatigényét is ki tudja elégíteni. (Anton, 2015) Az ötlet, hogy a pénzügyi kimutatásokat használjuk kiindulási alapként az adóalap meghatározásához, elméleti és praktikus okokra egyaránt visszavezethető. Az elméleti megalapozottságként a valódi gazdasági haszon megadóztatásának igényét tudjuk felmutatni. Gyakorlati ok pedig, hogy sok országban nem fejlesztették külön az adószámvitelt függetlenül a pénzügyi számviteltől (költség-haszon elv), így adózási célra is a pénzügyi számvitel adatait tudják felhasználni. Ahol kialakult adószámvitel, ott a pénzügyi számvittel azonosak az értékelési elvek. A részletszabályok ugyan eltérnek, de a jövedelem fogalma ugyanazon logika alapján épül fel. (Fakile, 2013) A különböző nemzetek kormányai eltérő válaszokat adnak az IFRS-átterésből fakadó adózással kapcsolatos kérdésekre. Van, ahol továbbra is a nemzeti számviteli szabályozás szerint vezetett könyvek adataiból kell kiindulni az adóalap meghatározásakor, máshol az adószabályok kerülnek kiegészítésre, hogy ezzel is támogassák az IFRS-implementációt. Továbbra is a nemzeti számviteli szabályokat alkalmazzák többek között Líbiában, Tunéziában, Nigériában, Németországban, míg az IFRS-eket is használhatják már adózási célra például az Egyesült Királyságban és Kanadában. (Mulyadi, 2012) Az

az elképzelés, miszerint egy vállalkozásnak kötelezően több számviteli szabályozás szerint kell vezetnie a könyveit és készítenie a pénzügyi kimutatásait, első hallásra alapvetően elhibázottnak tűnik, feltételezhető, hogy ideiglenes jelleggel kell csak így működnie vállalkozásoknak. Azonban sajnos vannak tapasztalatok, melyek ennek éppen az ellenkezőjét bizonyítják. Csehországban 2004 óta vannak vállalkozások, melyeknek kötelező jelleggel az IFRS-ek szerint kell vezetniük könyveiket és készíteniük a beszámolójukat. A cseh adótörvények ennek ellenére nem fogadják el az IFRS-eket az adóalap megállapításának alapjául, változatlanul a cseh számviteli szabályozás alapján kell kalkulálni az adókötelezettségeket. (Jiraskova, 2013) A cseh példa immáron több mint 10 éve kényszeríti az IFRS-ekre kötelezett vállalkozásokat a párhuzamosan több számviteli szabályrendszernek való megfelelésre, ami nemcsak a józan észnek, de az IFRS-ek elterjedése egyik céljának, a társadalmi költségek csökkentésének is ellentmond. A kérdéskör magyarországi kezelésének vizsgálatához tisztában kell lenni azzal, hogy melyek azok az adókötelezettségek, melyeket a pénzügyi beszámolók adataiból kiindulva kell meghatározni, így az IFRS-bevezetéssel érintettek. Az adók csoportosítása többféleképpen történhet, a szokásos megközelítések közé tartoznak az alábbiak: közvetett vagy közvetlen adók, helyi adók vagy a központi költségvetés adói, vállalkozásokat vagy magánszemélyeket terhelő adók, nyereséget, forgalmat vagy vagyont terhelő adók. Először nézzük meg azokat a kategóriákat, amelyeket nem érinti az IFRS bevezetés. A közvetett adókat nem érinti ez a probléma, mert azok alapja egzaktul meg van határozva a kapcsolódó adószabályokban, így már jelenleg is a számviteli rendszereknek nyilván kell tartaniuk pl. külön áfaértéket az egyes könyvelt tételekkel kapcsolatban, hogy mind a számviteli törvénynek, mind az adótörvényeknek meg tudjanak felelni. Ahol a jelenlegi szabályozást megfelelően támogatta a számviteli rendszer, ott az IFRS-áttérés után sem adódhat ebből fennakadás. Ugyanez igaz a forgalmat terhelő adókra is, tekintve, hogy ezek gyakorlatilag lefedik a közvetett adók körét. A vagyont terhelő adók helyi adók, melyek kivetéssel kerülnek megállapításra, és megállapításuk során ingatlan-nyilvántartási adatok jelentik a kiindulási alapot, melyek az IFRS-ek bevezetése okán nem változnak. A magánszemélyeket terhelő adók értelemszerűen nem okozhatnak problémát. Az, hogy egy adó helyi adó, vagy a központi költségvetéshez tartozik, indifferens ebből a szempontból, mindkét kategóriában vannak az IFRS-átállással érintett és nem érintett adónemek egyaránt. A vállalkozásokat terhelő közvetlen adók, nyereségadókat érintettek

az IFRS-áttérés által. A konkrét érintett adónemek a következők: társasági adó, innovációs járulék, helyi iparűzési adó. A társasági adó törvény egy új alapelvvel egészült ki: az IFRS-ek rendelkezéseivel való összhang azon adózók esetében, akik az IFRS szerint állítják össze beszámolójukat, kivéve, ha a társasági adó törvény kifejezetten nem utal a számviteli törvény szerinti alkalmazásra. (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2015a) Az innovációs járulék alapja a helyi adókról szóló 1990. évi C. törvény 39. § (1) bekezdése szerint meghatározott adóalap, csökkentve a Htv. szerint kimutatott, külföldi telephelyre jutó iparűzési adóalaprészt összegével. (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2015b) Az előbbiekből következően a társasági adó és a helyi iparűzési adó alapjának vizsgálata szükséges. A 2016-ban hatályba lépő változások mindkét érintett törvényben olyan módosításokat tartalmaznak, melyek szándékuk szerint eliminálják az IFRS-ek alkalmazásából eredő eltéréseket. Ez a gyakorlatban úgy valósulhat meg, ha mind az áttéréskor fennálló kumulált eltérések, mind az évről évre megjelenő különbözetelek korrigálásra kerülnek. A kettős adóztatás és az adóelkerülés megakadályozása érdekében az áttérés évében speciális korrekciókat kell végrehajtani a kumulált eltérések feloldásának érdekében. Ezek jellemzően a korábban leadózott tételek újbóli leadóztatásának visszakorrigálását, illetve a le nem adózott, IFRS-ek szerint már korábban leadózendó tételek adóalapba való visszatételét jelentik. A helyi iparűzési adó évről évre megjelenő különbözeteinek kiszűréséhez a nettó árbevétel, az eladott áruk beszerzési értéke és az anyagköltség fogalmának meghatározása volt a legfontosabb feladat. A társasági adónál pedig a fogalmak definiálásán túlmenően az adóalap meghatározásánál kiindulási alapként figyelembe veendő „adózás előtti eredmény” meghatározása volt az egyik kulcskérdés. A fogalmak többsége követi az iparűzési adóban használt fogalmak logikáját, sőt van, hogy konkrétan vissza is utal rájuk. Az adózás előtti eredmény meghatározása pedig az IFRS-ek szerint nem adózás előtti eredmény terhére elszámolt tételek (jellemzően pl.: az iparűzési adó, innovációs járulék ráfordításai) és egyéb speciális tételek visszakorrigálását jelenti. Minden áttérőnek bejelentési kötelezettsége van a NAV, a KSH és az MNB által felügyelt társaságoknak az MNB felé is, ezen felül az áttérni szándékozó társaságoknak az áttérésre való felkészültségét igazoló könyvvizsgálói jelentéssel is rendelkezniük kell, amit a hatósági szándékbejelentéshez csatolni kötelesek. Garanciális szabályként egy kvázi IFRS jövedelem- (nyereség-) minimumot is bevezettek, miszerint az áttérés és az azt követő adóév adóalapja nem lehet kisebb az áttérést megelőző adóév adó-

alapjánál. A társasági adó jövedelem- (nyereség-) minimumához hasonlóan nyilatkozattal ez a kötelezettség is kiváltható. (Deloitte Magyarország, 2016) Hogy a semlegesítés valóban sikerrel járt-e, azt az áttérés utáni adóalapok részletes vizsgálatával lehetne csak bebizonyítani. Belátható, hogy ez a terület hatalmas kockázatokat rejt magában mind vállalkozói, mind költségvetési oldalról. Ennek kivédése érdekében ajánlott lenne az adóhatóság és az érintett vállalkozások szoros együttműködése annak érdekében, hogy egyik fél érdekei se sérüljenek feleslegesen az áttérés kapcsán.

Következtetések, javaslatok

Az IFRS-ek piacvezetői pozíciója, ha így folytatódik a terjedésének dinamikája, monopóliumszerű állapotot eredményezhet, ami több veszély is rejt magában: mint például a számviteli szabályozás reagálóképességének romlása, alternatív kezelési módok hiánya stb. Az átállás előfeltétele a megfelelő képzés biztosítása az érintettek számára. Figyelembe kell venni a bevezetés ütemezését, az oktatók hatalmas tömegét és az oktató ismeretek bonyolultságát is. Illetve azt, hogy a megfelelő tudás és kompetenciák nélkül ne készülhessen IFRS-alapú számviteli beszámoló, könyvvizsgálói jelentés. Az adózás is érintett, mivel a vállalkozók által fizetett nyereségadó alapjának számítása a pénzügyi számvitel adataiból indul ki. Ez vitathatatlanul nagy kihívást jelent a nemzetállamok számára, a Magyarország által erre a kihívásra adott válaszok (adótörvények IFRS-ekhez igazítása garanciális szabályok mellett) megfelelőnek tűnnek, amit majd az éles bevezetés tapasztalatai fognak megerősíteni vagy cáfolni. Ha mindezen kihívásra megfelelő válaszokat tudunk adni, akkor jutalmul az IFRS-ek bevezetése az elvárások szerint átláthatóságot, összehasonlíthatóságot, globálisan elterjedt, magas színvonalú standardok alapján készült pénzügyi kimutatásokat ad számunkra. A társadalmi költségek csökkenni fognak, a nemzetközi befektetések és a határon átnyúló kereskedelem pedig fejlődni fog.

HIVATKOZOTT FORRÁSOK:

- ABUSEF, E. O. A. – RATHI, N. S. (2014): Innovations in international accounting and taxation. *International Journal of Management (IJM)*, 5/2, 69–74.
- AKANDE, A. O. – IKPEFAN, O. A. (2012): International Financial Reporting Standard (IFRS): Benefits, obstacles and intrigues for implementation in Nigeria. *Business Intelligence Journal*.
- ANTON, C. E. (2015): Fiscal and accounting policies on the income taxes. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 5/8/57/2, 245–252.
- ARMSTRONG, C. S. – BARTH, M. E. – JAGOLINZER, A. D. – RIEDL, E. J. (2008): Market Reaction to the Adoption of IFRS in Europe. Harvard Business School Working Paper, 1–48.
- BOUCHARB, M. – AJINA, A. – SOUID, S. (2014). Does the Adoption of IAS/IFRS with a Strong Governance Mechanism Can Deter Earnings Management? *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3/1, 264–282.
- ČEJKOVÁ, V. – HÝBLOVÁ, E. (2005): International Financial Reporting Standards. *BIATEC*, 13/11, 26–28.
- CHAKRABARTY, K. C. (2011): Introduction of International Financial Reporting Standards (IFRS) issues and challenges. Nyilvános beszéd, Mumbai 2011. február 11.
- Deloitte Magyarország (2016): www2.deloitte.com
- EBIMOBOWEI, A. (2012): Convergence of Accounting Standards: The Continuing Debate. *Asian Journal of Business Management*, 4/2, 159–165.
- FAKILE, A. S. – FABOYEDE, O. S. – NWOBURU, O. (2013): The Impact of International Financial Reporting Standards on Taxation. *International Journal of Business and Social Science*, 4/10, 169–174.

- FOSBRE, A. B. – KRAFT, E. M. – STOCKTON, R. – FOSBRE, P. B. (2009): The globalization of accounting standards: IFRS versus US GAAP. *Global Journal of Business Research*, 3/1, 61–71.
- FÜREDI-FÜLÖP, J. (2014): A könyvvizsgálati elvárásai rész létezésének vizsgálata. Letöltve 2016. 07. 19-én a SZAKma című könyvvizsgálati és adózási szakportál weboldaláról: http://szakma.hu/data/cikk/10/355/cikk_100355/FurediFulop_Judit_A_konyvvizgalati_elvarasi_res_letezesenek_vizsgalata.pdf
- HARPER, A. – LEATHERBURY, L. – MACHUCA, A. – PHILLIPS, J. (2012): The Impact of switching to International Financial Reporting Standards On United States businesses. Letöltve: <http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JIER/article/viewFile/7374/7442>
- JIRASKOVA, S. (2013): Range data reported to the requirements of the IAS 12 and impact of the IFRS adoption. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae*, 61/4, 961–966.
- KARIM, J. – SUNDER, S. (2014). Monopoly versus Competition in Setting Accounting Standards. *ABACUS*, 50/4, 369–385.
- MULYADI, M. – SOEPRİYANTO, G. – ANWAR, Y. (2012): IFRS adoption and taxation issue. *International Journal of Arts and Commerce*, 1 / 7, 159–165.
- MUNTEANU, L. (2011): The Benefits of IFRS Adoption – A survey of Chief Financial Officers of Romanian Listed Companies. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. 5/11, 1520–1525.
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2015): 41. számú információs füzet: A társasági adó legfontosabb szabályai 2016. Letöltve: https://www.nav.gov.hu/nav/inf_fuz/2016
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2015): 68 számú információs füzet: Az innovációs járulék legfontosabb szabályai 2016. Letöltve: https://www.nav.gov.hu/nav/inf_fuz/2016

- ODIA, J. O. – OGIEDU, K. O. (2013): Issues, Challenges and Lessons for Nigeria and other Adopters. *Mediterranean Journal of Social Sciences* MCSER Publishing, 4/3, 389–399.
- PLOYBUT, S. (2012): Financial Reporting by Small and Medium Enterprises in Thailand. The thesis is submitted in partial fulfillment of the requirements for the award of the degree of Doctor of Philosophy of the University of Portsmouth.
- SCHWARCZ, S. (2003): Enron and the use and abuse of special purpose entities in corporate structures. *University of Cincinnati law review*, 70, 1309–1318.
- SUNDER, S. (2011): IFRS Monopoly: The Pied Piper of Financial Reporting. *Accounting and Business Research* 41/3. 291–306.

Szerzők:

Tóth Gábor

számviteli kiemelt szakértő

MÁV SZK Zrt.

toth.gabor.17@gmail.com

Dr. habil. Széles Zsuzsanna

egyetemi docens

Gazdaságtudományi Intézet

Budapesti Metropolitan Egyetem

szeles.zsuzsanna@gmail.com

THE THEORY OF INTERNATIONAL AND NATIONAL
ACCOUNTING AND ITS PRACTICAL USEFULNESS
TO BUSINESS EXECUTIVES AND INVESTORS

Zéman Zoltán – Bárczi Judit

Summary

Accounting statements are not always suitable as bases for business analysis and valuation. Accounting measurements require careful practice in usage, especially when used to support management decisions for performance measurement or planning. Accounting indicators are based on accounting data, which only serve to comply with reporting obligations legally ordained. Numbers are not designed for performance measurement, and reports may be rather different, even within their legal framework. These problems show up all the more serious when we try to compare international accounting data. In our days, enterprise valuation might be necessary in a number of situations; it can be categorized as separate valuation, valuation for transaction, and continuous valuation. Continuous valuation can be done to manage corporate value, to maximize shareholder value, and to choose between different investment outlets, while separate valuation is usually performed when raising capital. A number of different methods are used in different situations of valuation to analyse enterprises and to their performance analysis. A certain common agreement exists in economic literature, that the one and only way to measure company performance is to measure value-creation; enterprises performing better will create more value for each group of interest (shareholders, creditors, management, employees, clients/suppliers, social environment of the enterprise), than those performing weakly.

Key Words: *accounting, investment, accounting standards*

MARK: M 41

Nemzetközi és nemzeti számvitel gyakorlati hasznosítása az üzleti vezetők és a befektetők számára

Összefoglalás

A számviteli kimutatások nem mindig alkalmasak az üzleti elemzésre és értékelésre. A számviteli mérésekhez gondos gyakorlatra van szükség a használat során különösen akkor, ha az a menedzsmentdöntéseket is támogatja a teljesítményméréshez vagy a tervezéshez kapcsolódóan. A számviteli mutatók olyan könyvelési adatokon alapulnak, amelyek csak a törvényben elrendelt jelentési kötelezettségek teljesítésére szolgálnak. (Lukács 2009) A számokat nem a teljesítményméréshez tervezték, és a jelentések meglehetősen eltérőek lehetnek, még a jogi kereteken belül is. Ezek a problémák komolyabban jelentkeznek, amikor megpróbáljuk összehasonlítani a nemzetközi számviteli adatokat. Napjainkban a vállalati értékelés szükségessé válhat számos helyzetben, különböző területeken. Folyamatos értékelést lehet végezni a vállalati értékek kezelésére, a részvényesi érték maximalizálására és a különböző befektetési üzletágak közötti választásra. Számos különböző módszert alkalmaznak az értékelési helyzetekben a vállalatok elemzéséhez és a teljesítményelemzéshez. A gazdasági szakirodalomban létezik egy közös megállapítás arról, hogy a vállalat teljesítménymérésének egyetlen módja az értékteremtés mérése; a jobb teljesítményt nyújtó vállalkozások több értéket fognak létrehozni minden egyes érdekcsoport számára (részvényesek, hitelezők, menedzsment, alkalmazottak, ügyfelek/beszállítók, a vállalkozás társadalmi környezete), mint azok, akik gyengén teljesítenek. (Zéman et al. 2011)

Kulcsszavak: számvitel, befektetés, számviteli standardok

Jel kód: M41

Introduction

Accountancy is a special branch of economy within the larger category of social sciences. Fundamentally, accountancy is a means of documenting, recording, reflection and monitoring of financial processes. It follows the various elements of the changing economic trends and records them separately and in conjunction with each other as well. In its contents, it keeps reflecting the live economic processes' applying the categories and notions deduced from them. Though historically known under different names, accountancy is just as old as the separation of economic activities on the basis of the division of labour, and of their growing into distinct entities.

The subject of accountancy is to study the assets and their change within the enterprise.

The change of assets includes: firstly, the whole process of operating (business) activities (purchasing, production, marketing), and secondly, the financial transactions and operations of extraordinary events. Economic events are the elements of operating (business) and other activities which can be expressed by means of some unit of measure. Accountancy, therefore, is an objective accounting and information system, which means the organizational study, quantitative description, measurement, systematic documentation and recording of economic operations (events) embodying the business activity. An express objective of accountancy is an unbiased reflection, monitoring and summary of the results of the processes of the operating (business) and other processes. Accountancy records actual data, by which it reflects the past and the present, however, these data can be utilized with perspectives for the future.

Functions of accountancy include exhibiting the assets and protection of equity, and by this, the assessment of the actual and real equity situation of the company. It is a means of company administration and management, which continually provides information for internal and external company analyses, for the evaluation of activities and for the examination of effectiveness; also, it serves as a database foundation for business decisions. (Abdel-Kader et al. 2006)

With this feature, accountancy is more than a tool of registration of past (factual) events. By assisting the analysis and evaluation of present, it helps determine future goals, preparation of decisions and operational (business) plans. The principles of accountancy are determined in accordance with the

directives of the European Economic Community and the Council of the European Union, also taking their amendments into consideration. The accounting policy of an enterprise is set up on the basis of the accounting philosophy of the entrepreneur, with regard to the principles, in order to receive a full, true and fair view of the company. (Asbaug et al. 2001) The general parts of the accounting policy are:

- the choice of the method of accounting,
- the specification of the system of accounting: the chart of accounts,
- the choice of the method and procedures of valuation of assets and liabilities,
- the choice of the method of depreciation,
- the choice of the form of financial statements and the profit and loss statement,
- determination of the time of preparation of financial statements etc.,
- the preparation of the chart of accounts,
- and the preparation of a document protocol.

Material and methods

The theory of international and national accounting and its practical usefulness to business executives and investors

An investor may not know every information about the enterprise, and even the information accessible may be subject to misinterpretation. Whenever a lack of information occurs, investors are apt to prefer more optimistic scenarios, and to substitute facts with expectations.

An investor with funds has the choice to invest in securities, land and buildings or in an operating company. A rational investor's choice, supposing the availability of true and fair information about the possibilities, is based upon the principle of the highest return of capital.

A classical form of investment is when the owner of funds invests the money in (the activity of) a company either being established for a particular activity or already having existed, with the expectation of receiving a return of capital or profit. This kind of investment is usually considered more difficult to handle and more risky than government securities or securities dealt in on a stock exchange. It is not necessarily true (not impossible though) that higher risk will result in higher investment returns. The return in this case depends on multiple factors. Only a part of these multiple factors can be accessed by

the investor; a majority of these are related to reasons and processes beyond his powers (e.g. changes in the range of competitors, market requirements, product substitutions, economic regulations, the activity of the management etc.). These factors can be managed (though not fundamentally influenced) by obtaining and properly using the necessary information. Venture capital investors find themselves in a challenging situation when they wish to get relevant information about the economic organization that they intend to invest in, as no up-to-date computing information system is available about it. In such cases investors may turn to the following sources of information:

- Information from employees of the company to be financed.
- Information from the Hungarian Central Statistical Office.
- Special information and statistical data.
- Information from other investors.
- Valuation reports and surveys by the company.
- Reports of auditors and consultants.
- Information included in the business plan (e.g. balance sheet, profit and loss and plan data.
- Sales and marketing information.
- Information about production technologies and utilisation of capacities.
- Biographical details of executives.
- Information about competitors.

Information from co-investors is considered less relevant as they may contain exaggerative elements. Investors consider the information about products less relevant, and publicly available statistical data are also considered less useful as basis of investment decisions.

Surveys show that investors ranked their own experience as of highest importance, the second in importance was the information from consulting agencies, and investors also consider sales and marketing information as significant. In this way, the importance of market information takes precedence in importance over balance sheet data, profit and loss data and plan data contained in the business plans of the companies. Accounting statements are not always suitable as bases for business analysis and valuation'. (Ball et al. 2000)

Accounting measurements require careful practice in usage, especially when used to support management decisions for performance measurement

or planning. Accounting indicators are based on accounting data, which only serve to comply with reporting obligations legally ordained. Numbers are not designed for performance measurement, and reports may be rather different, even within their legal framework.

These problems show up all the more serious when we try to compare international accounting data. In our days, enterprise valuation might be necessary in a number of situations; it can be categorized as separate valuation, valuation for transaction, and continuous valuation. Continuous valuation can be done to manage corporate value, to maximize shareholder value, and to choose between different investment outlets, while separate valuation is usually performed when raising capital. A number of different methods are used in different situations of valuation to analyse enterprises and to their performance analysis. A certain common agreement exists in economic literature, that the one and only way to measure company performance is to measure value-creation; enterprises performing better will create more value for each group of interest (shareholders, creditors, management, employees, clients/suppliers, social environment of the enterprise), than those performing weakly. If shareholder interests are prioritized, then this, indeed, is the best way to take due account of the interests of all stakeholder groups. Nevertheless, there is no general agreement upon which method should be used to measure value creation. It would be a mistake to think that one method of measurement or analysis is suitable for supporting all kinds of financial decisions. In fact, every method can serve well, but the aims they serve to achieve might well be different. In many cases, the methods differ even in the axioms they rely on, therefore, they will give different answers to questions about the performance and prospects of an enterprise.

The focal question is whether we are able to choose the method which supports the given aim to the highest extent, and whether we possess the quantity and quality of information needed to feed into the chosen method. When studying the literature on the methods of value measurement, we encounter an intricate mass of procedures set up by various consultants and academic schools. Information about the efficacy of various methods are rather limited, as the original authors have strong financial interest in the results of their research, as far as the efficacy of the method is concerned. Each author insists that their method should be used, though they hardly differ from the methods of measurement of other competitor scholars. To show up the multitude

of value creation measurement methods, some of the most well-known and important can be seen on Figure 2 (arranged in groups for easy understanding). The methods differ in a number of factors: they calculate with different cash flow, there may be differences in the way they interpret the cost of capital used for discounting, or they may differ in the used indicators of profit and loss or assets. Accounting indicators were developed for reporting and controlling purposes, even in our days, this is their main field of utilisation. Accounting indicators provide a good deal of information about past business performance, and besides that, they are often used as decisive criteria when setting up plans for various spans of time. Indicators serving the accounting measurements include, among others, categories of accounting earnings, Earnings per Share (EPS), Price/Earnings (P/E), and different rates of return.

By an estimation of multipliers, we can use as the basis of valuation, among others, the sales revenue, the accounting value, or the earnings before taxes, and when doing so, the value is settled as a multiple of the given indicator, primarily, by using comparative market data.

The main advantages of accounting indicators is easy calculation and that the necessary data are readily available, all open to public, and easy to communicate. Due to the fact that they are easy to communicate, accounting indicators are often used both internally in management reporting and externally in investor's reporting. Accounting indicators give a detailed description of facts and provide information about past performance and the present state of the enterprise. Accounting indicators focus on past and short periods, and disregard risk or the time value of money. Many accounting data focus, primarily, on the profit and loss statement, and does not take into full account the cash flow deduced from the balance sheet. Those enterprises which concentrate on the net earnings of the current year, take a short view, and are apt to neglect the potentials displayed in the balance sheet and the capital elements, such as circular capital economy, or the efficacy of capital expenses.

The driving forces to maximize accounting earnings and accounting rates of return may easily lead to unwanted consequences. Furthermore, accounting indicators show little correlation with the current market value of the enterprise, both empirically and theoretically. As a result of the systematic categorizations of the differences, the literature, taking the national peculiarities into consideration, divides the accounting practices into two basic type models. The division categories appear in the literature under various names.

Obviously, this does not mean that some features of either model cannot appear in the other, on the contrary, there are countries where the name „mixed system” is the one that best describes the regulation practice and the resulting accounting practice. In our opinion, the similarities and differences reflect the fundamentals of the theoretical approaches. Several scholars agree that the factors influencing the applied accounting practice include the national culture, the circle of capital investors, miscellaneous influencing factors, national practices of accounting, the system of taxation and legislation. (Barth et al. 2008)

The formation of accounting standards, the factors affecting their introduction, and the hypotheses used to elaborate a given accounting standards were subject of studies in many cases. This matter was in the core of interest of a scholar who, on the basis of the principle of maximization of profit, argued that company executives make their business decisions between accounting alternatives with regard to the question whether applying them would be an economic advantage or disadvantage during the accounting practice. It is pointed out that the lobbying activity at the regulating bodies has its traces in the process of establishing the accounting standards. (Pál et al. 2006)

Consequently, any accounting regulation which subordinates the possible ways of representations, accounts, valuations, to the lobbying activity of various interest carriers (by propagating accounting methods which are economically more advantageous for certain interest groups), may lead to the distortion of the objective view. If we observe global accounting practices in national systems, we can study their effects in terms of macro- or micro-economic orientation.

Macro-oriented regulation is better known as the continental (European) model, and it focuses on accountancy-related legislation and codified law, whereas micro-oriented regulation is in accordance with common law and is known as Anglo-Saxon or Anglo-American model. In our opinion, the administration system, the philosophy and the willingness of investors and the cooperation of the management and the shareholders are equally determinant in a given national economy.

In addition to the extensive legal requirements of disclosure, Anglo-Saxon countries have recently witnessed a certain decline of prudential norms, which is a sign of the secondary regulating power of direct intervention of the authorities besides the primary regulating effect of the market, while in

the continental (European) model the primary fund-raiser is the state and government bodies.

The word-of-law nature and conservatism of regulation aims at the protection of creditors and at long-term stability of the companies, therefore, the principle of prudence plays a dominant role in accounting regulations.

Definitive characteristics	Anglo-America'n model	Continental-European model
Legal system	<ul style="list-style-type: none"> – Common law – Micro-oriented resolution – Limited number of regulations <p>The regulation focuses remedying various legal case</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Codified law – Macro-oriented resolution – Regulations within acts of different levels – Bindins standards
Financing system	<ul style="list-style-type: none"> – Shareholder dominance – Capital funding through many small investors is important 	<ul style="list-style-type: none"> – Dominance of government bodies
Accounting reporting system	<ul style="list-style-type: none"> – Shareholder- and investor-oriented reporting system – Primary need for reporting in terms of capital, assets and their changes 	<ul style="list-style-type: none"> – Authority-oriented reporting system – Primary need to enforce the principle of prudence, o protect creditors
Administration system	<ul style="list-style-type: none"> – Statement of capital change in shareholders' equity 	<ul style="list-style-type: none"> – Presents adherence to prudential regulations
System of taxation	<ul style="list-style-type: none"> – Self-reporting system – Link to accountancy is negligible 	<ul style="list-style-type: none"> – Multiple links to the system of financial reporting – Determinant on accountancy in terms of accounting, valuation and reporting
Auditing	By auditors and stock exchange	Auditors, fiscal auditors
Philosophy	To give a true and fair view.	True, fair, full, legal

Table 1: Summary of the features of the two systems

Source: own compilation. Based on Nobes 1997.

Results

The features described above are also determinant on how the two models are macroeconomically related to the economic policy of a given country. The English model concentrates on supplying the operators with relevant information, therefore the system of taxation is separate from the accountancy requirements. In contrast, in the continental (European) model, in many cases, taxation laws determine the mode of accounting and valuation of business transactions and the presentation requirements of reporting. The elaboration and maintenance of international accounting standards is in the hands of the International Accounting Standards Board, seating in London. International Accounting Standards, as in the Anglo-Saxon practice, contain problem-solving, technical regulations. Bank financing is more common in European states, which resulted in the fact that protection of creditors plays a prominent role in legislation. Accounting and taxation laws are closely intertwined, therefore, the law on taxation of companies plays a dominant role in the preparation of financial statements. Having reviewed the international regulation practices it can be argued that the primary requirements of compilation of the financial statements include the publishing of information, presentation of assets and the presentation of the elements of financial and income situation, which the Hungarian regulation of accountancy is presently well suited to. As a result of the foregoing, there are three main accounting rule units which serve as the basis of the global regulation of accountancy. (IFAC 2002) The framework of the European accounting regulation was established by EU directives (directive 4 and 7), which also serve as basis to International Accounting Standards (IAS/IFRS), whereas the third pillar is the United States Generally Accepted Accounting Principles (US GAAP). The International Accounting Standards Committee (IASC) was founded in 1973 in London, in order to elaborate International Accounting Standards (IAS) harmonized with general interests. The founders were Australia, France, Canada, Germany, Japan, Mexico, the Netherlands, United Kingdom, Ireland and IJSA. IASC was reformed in March 2001; a new constitution was put into effect by the trustees, and a non-profit company³ the IASC Foundation was established, so that it supervises the work of the International Accounting Standards Board (IASB). The naming of standards was changed from 2001.

The standards elaborated by IASC are called International Accounting Standards (IAS), while those elaborated by IASB are called InternationalF

financial Reporting Standards (IFRS). The objectives of IASB, according to the revised constitution. (IFAC 2005) are:

- „to develop, in the public interest, a single set of high quality, understandable, enforceable and globally accepted financial reporting standards [...] that require high quality, transparent and comparable information in financial statements and other financial reporting to help investors, other participants in the world's capital markets and other users of financial information make economic decisions.
- to promote the use and rigorous application of those standards
- to promote the convergence of national accounting standards and IFRS”.

The objective of establishing the Hungarian accounting standards was to prepare a unified accounting practice, by bringing the Hungarian accounting legislation, the accounting regulations of the European Union and the International Financial Reporting Standards in accordance. National legislation is not replaced by standards-based regulation, but it includes, by supplementing it, detailed regulations, methods and procedures. The international development of accounting indicates the emergence of national and international standards. (Becker et al. 2009)

Reporting under unified standards helps the investors to be informed with clarity, so a number of member countries in our region have broadened the circle of companies which are obliged to IFRS-compliant reporting. The enterprises facing the phenomenon of globalization experienced accounting difficulties in certain areas. Firstly, when they tried to compare enterprises in different countries, in terms of establishing business and investment connections; secondly, at the compilation of consolidated statements of multinational enterprise groups, and thirdly, on the creation at stock exchanges of other countries. (Beke J. 2013)

In Hungary, the main national regulations of valuation at fair rate are contained in Act C of 2000 on Accounting, and further details are elaborated in Act 250 of 2000. (XII. 24.) about special requirements of reporting and accounting obligations of credit institutions and financial institutions. The primary legislative will for the Hungarian adaptation was a gradual adaptation of the international rules of financial instruments, as the relevant standards were under fundamental reworking and Hungary had a more closely intertwined

accounting and taxation practice, and as executive authorities were not yet prepared to a full conversion. IAS standard 1 divides financial reports into the following types: balance sheet, income statement (which presents any changes in equity and any changes in capital which are unrelated to shareholders), cash flow statement, accounting policy, and the supplement of other explanatory notes. Accounting standards in the global economy have elements with strong influence on accounting policies.

The efforts of the participants of global economy to ensure unity of accounting to provide comparable financial statements are influential on the standards established. It is essential for the regulation of those small and medium-sized enterprises which do not fall under IFRS reporting obligation, to have a system of rules based on professional grounds. Theoretically, the anomaly of uncertainty in the preparation of the accounting statements is dissolved by the introduction of standards. The introduction of international standards is in process in Hungary, though their home elaboration is not yet finished.

The Hungarian Accountancy Act includes provisions about accounting standardization, also providing its limits. As it is known, only companies with stock exchange presence are obliged to prepare IFRS-compliant annual report in Hungary. (Böcskei E. 2016) Considering that only a negligible proportion of Hungarian companies have stock exchange presence, IFRS-compliant reporting is only required of a tiny segment of companies. Those enterprises which prepare non-IFRS-compliant statements take the principles within the standards into account.

Preparing fully IFRS-compliant reporting would put an unreasonable burden on small and medium-sized enterprises, consequently, very few of them opt to prepare such reporting. The national standards are primarily intended to provide solutions for those companies which do not compile their financial statements according to IFRS, but of course, these standards are also applicable by those obliged to comply with IFRS. There is an international effort to establish standards which provide a simplified regulation for small enterprises, without involving further administrative burden. This matter is within the competence of IASB, who, however, do not hold out the prospect of a full-fledged solution in the short run.

Conclusion

In summary, we can say that the main objective of standardization in Hungary is the harmonization with international accounting standards, which is done with regard to the existing IAS/IFRS standards. Our research, in this regard, is focused on accounting policy, and this is the segment which is to be analysed to receive a full view. IAS 8 Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors, being in effect in Hungary, is most influential and determinant on the main elements in our financial researches. This will, in due course, be replaced by the Hungarian accounting standard, which, being a theoretical conception, is under elaboration. Until it is fully elaborated and introduced on the level of practice, IAS 8 international standard will be determinant in terms of accounting policy. The objective of the standard is the harmonization of the Hungarian accounting legislation with international financial reporting systems. Accounting policy is the solid choice of rules, regulations and methods founding business decisions that are necessary for the enterprise to meet their obligations under the accounting legislation, with regard to the particularities of the enterprise. The requirements necessary to meet the aforesaid obligations are presented within the framework of the accounting policy. Such factors are the numerical assessment of the accounting entries important/unimportant, significant/insignificant, in terms of valuation. The final goal always must be to ensure a most optimal view of the company to external operators.

In our research, we will introduce the notion of subjective and fair view. This notion indicates the external, distorting effects that appear during the evolution of the accounting policy. It is not only the distortions resulting from assessment or lack of information which are meant here, but also the entirety of factors affecting the logic of decisions of the financial management. A number of subjective elements which affect the accounting policy can also arise within the state of interest of management, such as bonus priorities, the will to saving tax, the emergence of potential acquisition, dividend maximization etc., which may all influence the possibility of true and fair view. IAS 8 is an accounting standard which regulates the processes of financial assessments and error corrections within the enterprises.

Thereby, it contributes to the presentation of financial statements in terms of relevance and reliability and to the comparison of time bases of the statements. In addition, it ensures comparability to other enterprises. Accounting

policies and financial assessments have a correlativer elation with the notion of error, as principles, fundamentals, conventions and rules improperly chosen and applied are often the sources of errors in financial assessments. IAS 8 includes provisions for the interpretation and proper handling of financial assessment errors discovered within the enterprise. It also provides guidance on accounting policy choices and implementation, and sets up standard requirements against the accounting policy.

REFERENCES:

- ABDEL-KADER, M. – LUTHER, R. (2006): IFAC's Conception of the Evolution of Management Accounting, *Advances in Management Accounting*, Vol. 15, p. 244, ISSN 07623-135
- ASBAUGH, P. – M. PINCUS (2001): Domestic Accounting Standards, International Accounting Standards. and the predictability of earnings, *Journal of Accountins Research*, 39/3, december, 417–434.
- BALL, R. – S. P. Kothari – A. Robin, (2000): The Effect of International Institutional Factors on Properties of Accountirrg Earnings, *Journal of Accounting and Economics*, 29, 1–51.
- BARTH, M. – R. L. Landsman – M. Lang (2008): International Accounting Standards and Accountirrg Quality, *Journal of Accounting Research*, június, 46/3, 467–498.
- BECKER W. – Baltzer B. (2009): *Controlling Eine Instrumentelle Perspektive*, Universitat Bamberg, p. 67.
- BEKE J. (2013): *Nemzetközi számviteli harmonizáció elvi és gyakorlati lehetősége*. Budapest, Typotex Kiadó Kft.
- BÖCSKEI E. (2016): A gazdálkodás iránytűjéül szolgáló számviteli szabályzatokról, értékelési lehetőségekről, társadalmi felelősségvállalásról. *CONTROLLER INFO* 4:(2) pp. 17–22. (2016)
- IFAC (2002): *Competency Profiles for Management Accounting Practice and Probationers*, International Federation of Accountants, New York.

IFAC (2005): Home Page, International Federation of Accountants accessed at <http://www.ifac.org/> on 28 April 2005.

LUKÁCS J. (2009): Valódiság vs. óvatosság elvének érvényesülése válság idején – NYME, Közgazdaságtudományi Kar „Válság a pénzügyekben – pénzügyek a válságban” Konferencia 2009. 09. 28–29.

NOBES, Christopher – PARKER, Robert (1995): Comparative International Accounting (Prentice Hall, New York, London)

PÁL T. et al. (2006): Az IFRS-ek rendszere: A Nemzetközi pénzügyi beszámolási standardok rendszere: előírások – fogalmak és összefüggések, értelmezési és alkalmazási kérdések. Budapest MKVK OK

ZÉMAN. Z – BÁRCZI J. – GRÓSZNÉ SZ. M. (2011): The Information- Connection between the Strategic Management-Accounting and the Company Valuation pp. 1–20. (SSRN)

Authors:

Zéman, Zoltán PhD

full professor

Szent István University, Faculty of Economics
and Social Sciences, Gödöllő

zeman.zoltan@gtk.szie.hu

Bárcki, Judit PhD

associate professor

Szent István University, Faculty of Economics
and Social Sciences, Gödöllő

barcki.judit@gtk.szie.hu

TURIZMUSTERVEZÉS AZ EGÉSZSÉGTURIZMUSBAN

Zsarnóczky Martin

Összefoglalás

A turizmus sajátossága a terek speciális használata. A turizmus térhasználata során rendelkezésre álló terek mind az urbánus, mind a vidéki területeken egyformán használhatók, viszont egymástól eltérő tulajdonságokkal rendelkeznek. Az egészségturizmus egyik jellemzője, hogy valamilyen természeti tényező igénybevételevel, annak lehetőségével vagy orvosi felügyelettel történik meg a szolgáltatások használata. Az egészségturisztikai célhelyek és desztinációk zömében a vidéki környezetben találhatók, amelynek kialakulásában nagy szerepet játszott a történeti fejlődés. Az egészségturisztikai szolgáltatók számára az urbánus környezet nem kizáró ok, de ez esetben nem egy turisztikai desztináció helyét, hanem a saját vállalkozásnak vagy speciális gyógymódjának használati helyét jelöli meg egyfajta saját márkás desztinációként. A turizmus tervezése, térbeli elhelyezése kiemelten foglalkoztatja a tervező mérnököket és a beruházók fantáziáját. A verseny óriási, és világszintű újdonsággal csak azok a projektek tudnak kitűnni, amelyek megfelelően magas színvonalú tudással rendelkeznek a turizmus komplex folyamatáról. Jelen munkámban egy ilyen magas színvonalú és komplex tértervezéssel párosuló új egészségturisztikai desztináció esettanulmányán keresztül kívánom bemutatni a professzionális turisztikai tervezés lehetőségeit.

Kulcsszavak: *turizmus, turisztikai tervezés, turisztikai tér, egészségturizmus, Matra Resort*

JEL: R11, I31, J26, H55, L83, O20

Spatial Design in Health Tourism

Abstract

The special use of space is among the distinctive features of tourism. The spaces available for tourism can be utilised both in urban and rural areas; however, they usually have different characteristics. One of the special characteristics of health tourism is that the services – that often rely on the use of natural assets - are offered under medical supervision. Health tourism destinations are mostly located in rural areas, with a long historical development background. Of course, urban regions can also offer health tourism services, but in these cases they are more often referred to by the name of the service provider or the service itself (as a brand), and not by the name of their location. Tourism space planning is an important issue for spatial designers and tourism investors. Because of the fierce competition within the field, state-of-the-art projects must have an excellent knowledge of the complex processes of tourism. My study aims to explore the opportunities in professional tourism planning by introducing a case study of a new health tourism destination which was implemented with the use of world class complex spatial design.

Key words: *tourism, tourism planning, space of tourism, health tourism, Matra Resort*

MARK: R11, I31, J26, H55, L83, O20

Bevezetés

Az egészségturizmus iparága napjainkra egy állandóan fejlődő, rengeteg új innovációs lehetőséget magában foglaló ágazat, és jelentős bevétellel rendelkező turisztikai terméket tartalmaz. Ezeknek a típusú turisztikai termékek az egészségmegőrzés, az egészségi állapot javítása és a jó közérzet elérése a célja (Michalkó, 2012). Mivel a termék piaca mind az egészséges, mind az egészséges állapotot elérni kívánó egyének nyújt szolgáltatásokat, ezért a népesség körében mára elterjedt terminológiává váltak a wellness, a prevenció, a terápia, a rehabilitáció és a fitness szavak. A terminológia nem fed le földrajzi értelemben vett helyszíneket, de evidensé vált, hogy például a gyógyturizmus a gyógyulók számára kínál szolgáltatásokat, a wellness-turizmus az állapotukat a jó kondíció fenntartására és a megelőzésre használó egyének számára lett uniformizálva. Magyarországon a legnépszerűbb egészségturisztikai alszektor a jó adottságú és könnyen elérhető gyógyvizekhez kapcsolódik. A wellness-turizmushoz kapcsolódó hazai statisztikai adatbázisokban kiemelkedik, hogy a lakosság döntő többségét kielégítő „élményfürdőzés” a szabadidőprogramok nagysikerű eltöltési módozata. Pedig a nagyvilágban egészen más húzóterületek kapcsolhatóak össze az egészségturizmus alszektorainak fogalmaival, mind a szolgáltatások típusai, mind a szolgáltatást igénybe vevők csoportjai között. Az egészségturizmus legújabb wellness-trendjei számára ma már nem szükséges a felhasznált vizek/gyógyvizek helyben megléte, mivel a korszerű iparági technológiáknak köszönhetően a szolgáltatásokhoz kapcsolódó víz nem hagyja el a külső üzemi területet, hanem fenntarthatósági szempontok figyelembevételével teljes egészében újrahasznosításra kerül. A nemzetközi gyógyturizmus üzemelési keretein belül jelenleg a gyógyfürdők legnagyobb bevételforrásai már nem a fürdő-belépőjegyek ára, hanem a hozzájuk kapcsolódó, de külön önmagukban is igénybe vehető olyan egészségügyi szolgáltatások, mint a plasztikai sebészet, a keringési betegségek gyógyászata, a szemészet, a meddősségi kezelések, illetve a professzionális fogászat. A turisták elvárásai folyamatosan növekednek, a turisztikai szereplők csak úgy őrizhetik meg attraktivitásukat, ha nemzetközi összehasonlításban is egyedi, kreatív és minőségi szolgáltatásokat képesek nyújtani (Keller, 2017). Az iparági jövő nagy fejlődési, fejlesztési céljai már messze meghaladták az egészségturizmus ma ismert lehetőségeit. Fontos, hogy megfelelő hosszú távú tervezéssel, a fejlesztési folyamatok megismerésével olyan koncepció alakuljon ki, amelynek megvalósulása minden turisztikai érdekel számára kínál fenntartható folyamatokat.

Anyag és módszer

Jelen munkámban a turizmus tervezését kívánom az egészségturizmus szögéből feldolgozni. A kutatásom során szakemberek és szakirodalmak segítségével vizsgáltam az alábbi területeket: turizmus, egészségturizmus, turizmustervezés és turizmusfejlesztés. Esettanulmány keretében kérdőíves kutatási elemzést végeztem az egészségturisták szegmensében. A munkám eredményeképpen szeretném bemutatni a turizmustervezés komplexitását, az ezzel járó folyamatok összetettségét, amelyben a turizmus fejlesztési környezete meghatározza a kereteket. A stratégiai tervezésben ma már a fenntarthatóság, a turistaközpontú szemlélet és a kiszámítható vállalkozói környezet meghatározó elemmé vált, így a kutatási témám remek alapot kínál a további kutatások számára.

A turizmustervezés szerepe

A modern kori turizmus történetében a társadalom széles rétegei számára kötelező szabadidő törvényi előírása és a szabadság munkajogi intézményének bevezetése komoly lendületet adott a turizmus fejlődésének. A múltban a gazdagok kiránduló vágya és az alacsonyabb státuszú társadalmi rétegek ilyen irányú szimbóluméhsége kikényszerítette a turizmus iparaggá alakulását. A 18–19. századi ipari forradalmat követően vált értelmezhetővé a turizmusban a szabadon eltölthető idő, avagy a cselekvés szabadságának gyakorlata és az ezzel járó pozitív érzelmi állapot átélése. Kialakultak például olyan társadalmi csoportok, akik számára csökkent, és olyanok, akik számára nőtt a rendelkezésre álló szabad idő (free time), a szabadidő (leisure time) és a szabadon elkölthető jövedelem mértéke. A rendelkezésre álló szabadidő és a szabad idő fogalma a turizmus szempontjából külön tartalommal rendelkezik. A turizmusban a rendelkezésre álló szabadidő és az elkölthető jövedelem nagysága nagyban befolyásolja a turizmus keresletét.

Napjainkban a fogyasztói társadalomban a szabadidő élvezete párosul az anyagi javak élvezetével, ezáltal a szabadidős cselekvés élményorientált időtöltéssé alakult át. A turizmus WTO által elfogadott definíciója alapján az összes olyan tevékenység turisztikainak mondható, amelyet az ilyen típusú szolgáltatást igénybe vevő a lakóhelyén kívül végez. Ugyanez a turisztikai tevékenység a desztináció vagy a vendégfogadó terület szempontjából úgy értelmezhető, hogy amennyiben egy látogató legalább egy éjszakát eltölt a helyszínen, akkor

turistának számít, ha nem tölt el minimum ennyit, akkor kiránduló. Abban az esetben, ha csak átutazik a helyszínen, akkor tranzit utasnak számít.

A turista számára a rendelkezésére álló szabadidő és a szabadon elköltethető jövedelem az alapja annak a turisztikai keresletnek, amely az utazási döntés meghozatalában szerepet játszik. A turista az utazási döntéseikor saját motivációi alapján választja ki a számára legmegfelelőbb utazási opciót. Korábbi kutatásaim alapján a turisztikai döntéshez kapcsolódó motivációs kényszerben a turisták számára a desztinációk attrakciói és azok igénybevételének költségei jelentős szerepet képviselnek az utazási döntések meghozatalakor (Zsarnóczy, 2017a). A turisztikai döntés mellett a fogyasztás során alapfeltétel a jövedelemtöbblet megléte. Ez a jövedelemtöbblet utalhat a személy vagy környezete gazdasági potenciáljának szerepére.

A turizmus iparának fejlődése a II. világháború utáni nyugati típusú gazdasági fellendülés következtében indult be. A kezdeti kulturális turizmust, amelyben más kultúrák megismerése volt az elsődleges cél, felváltotta a széles társadalmi rétegekhez elérő megfizethető turizmus, amelyben nagy szerepe volt a technológiai fejlődésnek és az azzal párhuzamosan lépést tartó infrastrukturális fejlesztéseknek. Ezek hatására alakult ki a tömegturizmus, amely létrehozta a piacot, az árut, az árat, a keresletet és a kínálatot. Az UNWTO 2014-es jelentése szerint ez a népszerű turisztikai fajta adja mára a nemzetközi turizmus közel 70%-át. Az egyes turizmusfajták egymástól különböző turisztikai tereket vesznek igénybe, de ezek a terek a földrajzi elhelyezkedéstől függetlenül, sajátos ismérvei révén azonban jól beazonosíthatók.

Az Európai Unióban és a turizmusból jól prosperáló térségekben a külföldi és a belföldi (tömeg)turizmus egyaránt jól működik. Az olyan európai fejlett tagállamok, mint Franciaország, Olaszország vagy Spanyolország a bevételük legalább akkora részét tudják megtermelni a belföldi turizmusból, mint az oda látogató külföldiek bevételeiből (Eurostat, 2016). A tömegturizmus iparában az üzleti alapú „haszonmaximálás” mind a kínálat, mind a kereslet számára elvárás. A fogyasztói elvárásoknak megfelelő turisztikai élményszerzésben a biztonság, a kiszámíthatóság csak egy kontrollált környezetben teremthető meg (Bryman, 1999). Ezen elvárások okán indultak el azok a típusú speciális célcsoportú fejlesztések, mint például a tematikus szabadidőparkok, üdülőfalvak vagy a luxus óceánjárók páratlan világa. A piac minden szereplője számára nagyon fontos minimalizálni a külső negatív hatásokat a kockázatmentes környezet biztosításával. A turizmustervező szakemberek számára mind

a megfelelő földrajzi elhelyezkedés, mind a földrajzi helyszínen belüli magas színvonalú szolgáltatások számára kialakított terek létrehozása komplex feladat. A tervezési feladat során nemcsak az aktuális turizmus trendjeit szükséges figyelembe venni, hanem a konkrét tevékenység során esetlegesen fellépő veszélyeket, kitérteket is meg kell előzni (Zsarnóczky, 2017b).

Turisztikai terek különbségei

A turizmus iparága szinte mindenhol jelen van a teljes globalizált világunkban, és a turista ezáltal egy jól megkülönböztethető térhasználó. Az urbanizálódott globális nagyvárosokban a szolgáltatóipari kínálat erősen koncentrált magsterű pontokban, így a nagyvárosok utcateréin a nemzeti sajátosságoktól független globális franchise-hálózatok termékei, jelképei tájékoztatnak, útbaigazítanak a turizmus nemzetközi nyelvezetéhez hasonlóan. A globális nagyvárosok mezőnye és egymással való vetélkedése nagyon erős, hiszen a nagyvárosok csak akkor képesek a még nagyobb léptékben gondolkodó transznacionális nagyvállalatok központjait magukhoz vonzani, ha egyúttal képesek koncentrálni a fejlett termelést segítő szolgáltatásokat (Cséfalvay, 1999) ezzel is biztosítva a turizmus további térnyerését. Azok a transznacionális vállalati központok, amelyek versenyben vannak egymással (például a világvezető könyvvizsgálók, PR-cégek, konzultánsok, jogi tanácsadók és reklámügynökségek kegyeiért), ma már nemcsak a globális folyamatok irányításáért felelős centrumok, hanem a szolgáltatások speciális helyei és ezáltal speciális térhasználók is. A turizmushoz hasonlóan kiépült univerzális infrastruktúrával és egységes mintákkal lehet azonosítani ezeket a tereket is. A fejlett globális városokban, ahol a fejlett termelést segítő szolgáltatások termelése folyik, olyan tudás- és információgazdálkodás zajlik, amely nélkül nem működik az új globális gazdaság (Bryson et al., 2004). Ezekben a globális városi központokban a fejlett térszerkezetű turizmus megléte egyfajta elvárássá vált.

A professzionális turizmusban komoly jelentősége van a turisztikai tér tervezésének. A turizmus iparágában azok a települések, térségek válnak jól elérhetővé a turisták számára, amelyek minimalizálni tudják az elérhetőséghez szükséges gazdasági és időtávolságot (Witherick et al., 2001). Amennyiben ezt egyfajta versengésnek fogjuk fel, akkor a városok és a vidéki területek a fejlettségi szintjük és a helyi érdekeik alapján ellentétes törekvéseket képviselnek. A jobb szolgáltatásokat elősegítő törekvések túlnyomóan nagy horde rejű, például infrastrukturális változások során jönnek a felszínre, és gyakran

felkészületlenül érik a településeket fejlesztő tervezőket (Vago, 2002). Helyi szinten problémát okozhat, hogy az egy településre kiterjedő infrastrukturális beruházás hátrányait kezdetben kizárólag a helyi lakosság éli át. A turizmus szempontjából elérendő, kedvező beruházás pozitív eredménye helyben csak időben később, akár egy évtized csúszással jelentkezik, amikor a helyiek sokszor vagy megcsömörlenek, vagy ellenségesen fognak a projekthez viszonyulni. Ez azért jelenthet problémát, mert a turisztikai/desztinációs életciklusok megegyeznek a piaci termékek életciklusával (Butler, 1980).

Kedvezőtlen időbeni egybeesés esetén, amikor a helyi lakosság támogatása korán elfogy egy turisztikai projekt iránt, amikor még nem sikerült elérni a megfelelő ipari üzemméretet előfordulhat, hogy finanszírozási szempontból hirtelen „döglött” vagy „elátkozott” projektnek kezd tűnni a beruházás. Legtöbb esetben a helyi lakosság negatív misztifikációjának tárgyává válik a „turisztikai termék” és hamar ellenérzéseket válthat ki a helyiekből. Településmarketing szempontjából ez azért jelent komoly problémát, mert a helyiek negatív turisztikai imázsa – amely kihat az odalátogatókkal kapcsolatos viszonyukra is – nehezen változtatható. Főleg amennyiben a turisztikai beruházás már nem élvezzi a helyiek támogatását.

A turizmusfejlesztés hazai koncepciója

A 2016-os év decemberében Magyarország Kormánya elfogadta a nemzeti turizmusfejlesztésről szóló törvényt (T12737). Ebben a törvényben, amely nem egy turizmusról szóló, hanem egy fejlesztési elképzeléshez kapcsolódó törvény, érdekes koncepcióként szemlélteti a döntéshozók vízióját. A jogalkotó több olyan fogalmat definiál az értelmező részben, amely korábban nem volt jellemző. A törvény a 2. §-ban az alábbiakat határozza meg:

„E törvény alkalmazásában:

1. turisztikai térség (desztináció): egy vagy több megye (főváros) területén belül földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész, amely a turisztikai kínálati piacon egységes fogadóterületként jeleníthető meg, épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotják, ezért egységes koncepcióban történő tervezéséhez, fejlesztéséhez és térségi turisztikai márka kialakításához országos érdek fűződik;

2. *kiemelt turisztikai fejlesztési térség: olyan turisztikai desztináció, amely a beutazó turizmus szempontjából kiemelkedő jelentőségű vagy célzott fejlesztések eredményeként azzá tehető, ezért koncentrált fejlesztéséhez országos érdek fűződik;*

3. *kiemelt állami turisztikai beruházás: a turisztikai desztináción belül 100%-ban az állam tulajdonában álló ingatlanon megvalósuló turisztikai fejlesztés, amelyhez országos érdek fűződik;*

4. *turisztikai fejlesztés: minden olyan beavatkozás, amely az egyes turisztikai kínálati elemek kapacitásainak (különösen szálláshely, vendéglátás, egyéb turisztikai szolgáltatások, turisztikai vonzerővel bíró rendezvények, attrakciók, a turisztikai látogatóforgalmat és tartózkodást támogató infrastruktúra stb.) bővítését vagy minőségének javítását, piacra jutásának elősegítését közvetlenül célozza, vagy ahhoz közvetetten hozzájárulhat.”*

A munkám szempontjából jelentősége van a jogalkotói szándékot kifejező és az első pontban szereplő *turisztikai térség (desztináció)* meghatározásának. A jogalkotó a leírtak alapján a következő módon határozza meg a turisztikai térség fogalmát: a jogalkotói elképzelés szerint földrajzilag behatárolható és összetett elemekkel rendelkező fogadóterületet szükséges kialakítani, valamint az ahhoz tartozó márka kidolgozását kell a fejlesztések alaptervekenységéhez megvalósítani. Mindezek után az egységes turisztikai tervezés és fejlesztés érdekében kiemelt turisztikai fejlesztési térségek fognak kialakulni, amelyhez országos érdek fűződik.

A jelenlegi elképzelés felülírja a korábbi kilenc turisztikai régió kialakításának létjogosultságát, amely létrehozása és szabályozása a többször módosított 28/1998. (V. 13.) IKIM rendelettel függött össze.

Az ebben szereplő idegenforgalmi régiók az alábbiak voltak:

- Budapest–Közép-Duna-vidék turisztikai régió (Budapest és környéke)
- Észak-Magyarország turisztikai régió
- Észak-Alföld turisztikai régió
- Tisza-tó turisztikai régió
- Dél-Alföld turisztikai régió
- Balaton turisztikai régió
- Nyugat-Dunántúl turisztikai régió
- Közép-Dunántúl turisztikai régió
- Dél-Dunántúl turisztikai régió

A korábbi jogalkotói elképzelések szerint a turisztikai régiók lefedték Magyarország teljes területét. Az új elképzelések szerint a turisztikai fejlesztendő térségek nem fogják lefedni a teljes Magyarország területét, és még az is elképzelhető, hogy nem alkotnak statisztikai alapú egységeket. Ez hazánkban egy újfajta jogalkotói elgondolás és tervezési gondolkodásmód, amelynek megértését a törvény 3. §-ában felsoroltak segítenek megérteni.

„A turisztikai fejlesztések tervezése

(1) A turisztikai célú fejlesztések tervezésének alapegysége a turisztikai desztináció.

(2) A turisztikai desztinációvá nyilvánítás célja az adott földrajzi térség turisztikai vonzerejének növelésére irányuló, egységes turisztikai fejlesztések tervezési keretének meghatározása.

(3) A turisztikai desztináció fejlesztésének célja a térség

a) turisztikai célú látogathatóságának javítása, látogatószámának növelése,

b) a turisztikai kínálatban betöltött szerepének erősítése, egyedi természeti, táji, kulturális karakterének megőrzése, fenntartása mellett, annak egyedi jellegét, környezeti fenntarthatóságát nem veszélyeztetve.

(4) Az állam feladata

a) a turisztikai fejlesztések szakpolitikai céljainak és irányelveinek kidolgozása,

b) a turisztikai desztináción belüli turisztikai fejlesztés szakmai tervezése, valamint a megvalósítás desztináción belüli és desztinációk közötti szakmai összehangolása,

c) szakmailag meghatározni, megtervezni és összehangolni az egyes turisztikai desztinációkon belül és a desztinációk között a turisztikai fejlesztések tekintetében
ca) a turisztikai desztináció megközelítését biztosító térségi és helyi infrastruktúrához,

cb) a kulturális örökség védelméhez,

cc) az épített és természeti környezet védelméhez, a társadalmi, környezeti fenntarthatósághoz, továbbá

cd) a turizmussal összefüggő marketingtevékenységhez

kapcsolódóan szükséges turisztikai kapacitásokat, feladatokat és szakmailag összehangolni azok végrehajtását.

(5) Az állam a (4) bekezdésben foglalt feladatokat a Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. útján látja el.”

A törvény szövegrészének értelmezése során kiderül, hogy a jogalkotó a turisztikai desztináció fogalma alatt a földrajzi értelemben vett térséget érti. Ennek alapján a valószínűsíthető elképzelés az, hogy a térségfejlesztés, elsősorban a vidéki térségekben turisztikai tartalommal valósuljon meg. A törvényben szereplő további elképzelés, hogy a 4. pontban felsoroltak alapján állami szintű (szubjektív) döntés várható arról, hogy mely térségek lesznek jogosultak desztinációt alkotni, és azokon belül is mely régiók válhatnak kiemelt fejlesztési területté a turizmus szempontjából.

A jogalkotó a törvény általános indoklásában a turizmus fejlesztésével kapcsolatosan kétféle értelmezést említ. Az első értelmezés során a turizmusfejlesztés kapcsán desztinációpozicionálást fogalmaz meg, amelyet államháztartás-bevételi célokkal párosít. A második, tágabban vett turizmusfejlesztés értelmezése kapcsán a vidékfejlesztéssel párosítja a célokat, amely térségfejlettségi szintekkel és közvetett hatásokkal van összefüggésben. A törvény jelen leírása nem tér ki a gyakorlati alkalmazásra és arra, hogy milyen további szempontok alapján kerülnek majd kiválasztásra a fejlesztendő térségek. Jelenleg a Balaton, a Sopron és Fertő-táj és Tokaj mondhatja magát kiemelt turisztikai régiónak. Ezeket a régiókat vélhetően több más régió követi majd.

A turizmus iparági sajátossága, hogy amennyiben az eladott termék maga a település vagy a térség, úgy a sikerhez szükség van a térségi szereplők megfelelő együttműködésére, illetve ennek a komplex rendszernek a menedzsmentjére is (Patkós, 2011). A fenntartható, versenyképes turizmushoz a legjobb eszköz, ha kiépül a saját helyi TDM-szervezet (Remenyik et al., 2016). A TDM-szervezetek által megfogalmazott célterület, célhely, desztináció jellemzői az alábbiakban foglalhatók össze (Eisenstein, 2013):

- a desztináció a turista utazási célja,
- a desztinációt a turista szemszögéből kell kialakítani,
- a desztináció szolgáltatásokat nyújt,
- a desztináció földrajzilag behatárolható területet jelent,
- a desztináció rendelkezik imázssal és szükségszerűen márkával,
- a desztináció vállalkozásalapú és működéséből gazdasági előnyök származnak,
- a desztinációban alulról építkező TDM-szervezet működik, amely felülről is támogatást kaphat.

A turizmusszakemberek számára a desztináció a turista utazási célját jelenti, amely több jelentéssel rendelkezik. Ebben az esetben a desztináció meghatározása a turista szemszögéből történik. Ilyen desztináció lehet maga a fogadóterület, ahol a vendég komplex turisztikai termékeket és szolgáltatásokat vehet igénybe, valamint összefüggő imázs- vagy márkaelemekkel. Minden desztináció rendelkezik imázzsal (Tasnádi, 2006). A piaci verseny során egy desztináció értékesítése hatékonyabb a turisztikai márka kialakításával együtt (Lengyel, 2000). A földrajzi, statisztikai határokat általában mesterségesen alakítják ki, amelyek sokszor nem veszik figyelembe a turista preferenciáit és a hagyományos turisztikai együttműködések határait (Hall, 2000).

Az egészségturizmus tervezési kihívásai

A turizmus, egészségturizmus tervezése során napjainkban elsődleges szempont a fenntarthatóság kialakítása, a turizmus működéséhez szükséges szereplők meghatározása és az érintettek széles körű bevonása. Fontos a rövid, közép- és hosszú távú célkitűzés. Több beruházás korábban csupán a turisztikai infra- és szuprastruktúra (Michalkó, 1999) megépítésére, majd a csodavárára koncentrált. Korszerű tervezéssel, előkészítéssel a korábbi gyakorlatokat egyre inkább felváltja a modern projektszemléletű tértervezés. Ilyen projektszemléletű tervezést jelent például a vidéken található gyógy- és termálfürdők kiépítése során a helyi turisztikai infrastruktúra kiépítése a főváros és a Balaton hatalmas előnyének ellensúlyozására. Más térségekben is adottak a lehetőségek az egészségturizmus professzionális fejlesztésére. Az egészségturizmust akár jellemezhetik olyan területi prioritások, amelyek valamilyen tényezőn vagy adottságon alapulnak a versenyelőny fejlesztése érdekében. A nemzetközi referenciákkal rendelkező Roland Berger kutatóközpont az innovatív és versenyképes európai egészségügyre vonatkozó tanulmányában¹ több egészségturizmus iparági stratégiai célt fogalmazott meg a globális versenyben részt vevő intézmények számára. Ezekben olyan ajánlások találhatók, amelyek a piaci versenyhez igazított feltételeket sorolják fel az saját kutatási preferenciáik alapján. Eredményeik alapján kedvező esetben akár az összes tényező egyszerre is teljesülhet.

¹ https://www.rolandberger.com/media/pdf/rb_press/RB_Trends_in_European_health-care_20070901.pdf

Ilyen sikerességi tényezők:

- kiváló menedzsment,
- komplex termék mix,
- tudatos életmód promóciója,
- specializáció térnyerése,
- ár-érték arány mérhetősége,
- az önálló intézményi sztenderdek kialakítása,
- magánintézmények elterjedése,
- közös termékkínálat kialakítása a kereslet igényei szerint,
- intézményi mobilitás megteremtése.

Matra Resort² esettanulmány

Az Észak-magyarországi régió jelentős egészségturisztikai történeti hagyományokkal rendelkezik (Zsarnóczy 2017c). Az Észak-magyarországi régióban a 24-es főút mentén a Mátrában egy egészségturisztikai füzérként értelmezhető településláncolat (Mátraháza, Kékestető, Parádsasvár, Parádfürdő, Mátraderecske, Bükkszék) található. A mátrai egészségturisztikai füzérben Magyarország legsokrétűbb szolgáltatási kínálata vehető igénybe:

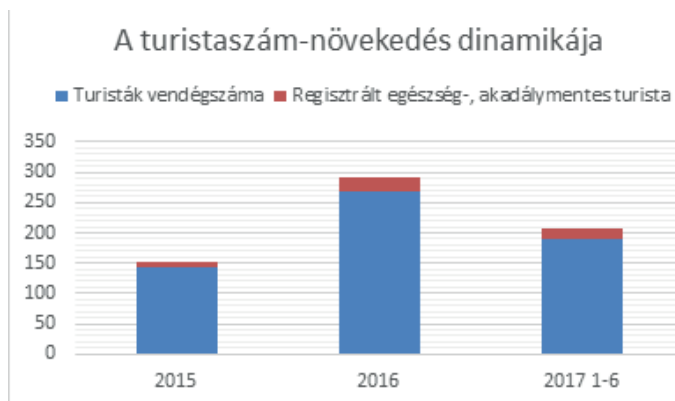
- klimatikus gyógyhely,
- idősök wellnessturizmusa,
- rehabilitációs szakintézet,
- széndioxid-szárazfürdő,
- gyógyfürdő.

A Mátrának kiemelkedő turizmusmutatói vannak az Észak-magyarországi turisztikai régióban és hosszú távú folyamatos fejlődés előtt áll (Zsarnóczy, 2015). A Matra Resort projekt Parádsasvár község területén kezdődött 2011-ben. A 300 éves üveggyártási hagyományairól híres hegyi település egészségturisztikai, ezen belül is az aktív idős- és akadálymentes turizmusra rendelkezik be a projekt keretében. Európában a Matra Resort az első és egyetlen olyan idősbarát turisztikai fejlesztés, amely a településbe szorosan integrált és teljesen akadálymentesített tereket kínál. Az akadálymentes turizmus tervezése egy sokrétű, valamint komplex szemléletű folyamatot foglal magában. Az akadálymentes turizmus során nemcsak a turisták, hanem minden ember szá-

² Matra Resort – <http://matraresort.com>

mára egyetemleges cél a saját fogyatékoságától függetlenül, hogy bármilyen turisztikai desztinációba eljuthasson, és ott bármilyen turisztikai szolgáltatást igénybe vehessen (Zsarnóczky 2017d). Ezek az egészségturisztikai terek biztonságosak mindenki számára, hiszen biztonság nélkül a turizmus fogalma a turisták számára nem értelmezhető (Zsarnóczky 2016). Egy ilyen projektnél kiemelt tervezési szempont, hogy a desztináció kialakítása során a klímaváltozás hatásaitól, a természetikatasztrófa-területtől, a kitétségtől és kockázatoktól megfelelő távolságban helyezkedjen el (Zsarnóczky 2017e).

A Matra Resort kifejezetten az idősekre, az egészségturizmusra szakosodott vállalkozás, amelyhez párosul az akadálymentes turizmus területe. Magyarországon elsőként és a jelen pillanatban egyedüli szervezetként van regisztrált tagságuk, minősítésük az ENAT³, a Pantou⁴ és a Europe For All⁵ szakmai szervezeteknél. A közvélekedéstől eltérően nemcsak idős vagy kerekesszékes turisták látogatják vendégházaikat, hanem olyan egyéb belső szervi problémákkal élők is, mint akik gyógyvizes ivókúrán vesznek részt, esetleg közös túrán szedett erdei gyógyfüvekből készült teákat fogyasztanak. A statisztikáik adatai szerint a fogyatékkal élő vendégeik nem egyedül, hanem valamilyen kísérettel, ismerőssel vagy családtaggal érkeznek. A vendégeik többnyire visszatérők, akik mindig kíváncsiak az új dolgok iránt, és szívesen ajánlják a Matra Resortot más fogyatékkal élők figyelmébe.



1. ábra. Turista- és egészségturista-szám növekedése

Forrás: Matra Resort

3 European Network for Accessible Tourism – <http://accessibletourism.org>

4 Promoting Accessible Tourism in Europe – <http://pantou.org>

5 Europe for All – <http://europeforall.com>

Az 1. ábrán látható, hogy mind a turista vendégéjszakák száma, mind azon belül az egészség-, akadálymentes turizmushoz sorolható vendégéjszakák száma növekszik. Bár a 2017-es évben csak az első féléves adatok voltak elérhetőek, de tendenciáját tekintve megállapítható, hogy az indulási év kezdeti 5%-os akadálymentes vendégéjszakák aránya mára elérte a 10%-ot, amely 100%-os növekedési ütemnek fogható fel, feltételezve, hogy a tendencia kitart az év folyamán.

A Matra Resort beruházás kezdeti ötletbörzójén sokat foglalkoztak az akadálymentesség kiépítésével. Elgondolásuk szerint a beruházás kezdetén kell eldönteni a pontos turisztikai funkciót, mert később a meglévő adottságokból aránytalanul sokba kerül az akadálymentes átépítés. A szakosodott turisztikai vállalkozások életében meggyőző a kompetens személyzet alkalmazása, ezért rengeteg tréninget folytatnak a személyzet mentális akadályainak felszabadításához. A szállás és kiegészítő szolgáltatások igénybevételéhez szükséges más turisztikai szolgáltatók hajlandósága és a településen élők támogatása. Véleményük szerint hatalmas szerencse, hogy Parádsasvár Község Önkormányzata támogatja turisztikai tevékenységüket, és minden olyan kezdeményezés mellé áll, amely a helyi turizmust fellendíti.

Kutatási eredmények

A kérdőívek felvétele a Matra Resort – Au Naturel Vendégházak vendégei körében történt. Jelen munkámban azoknak a kérdőíveknek az adatai kerülnek bemutatásra, amelyekben a turisták egészségturistaként definiálták önmagukat. A kérdőívek felvételének időpontja 2017. június, július és augusztus hónapok.

A kérdőívek feldolgozása és értékelése alapján az alábbi adatokat kaptam.

Objektív tényezők:

- A teljesen kitöltött kérdőívek száma 71 db, amely az összes kitöltött kérdőív 71%-a.
- A megkérdezettek neme: 69%-a nő, 31%-a férfi.
- A megkérdezettek lakóhelye, helyezés szerint (1-5): Budapest, Kecskemét, Debrecen, Szeged, Nyíregyháza.
- A megkérdezettek kora: a legtöbben az 51–64 éves korosztályt képviselték (56%). Ezt követi a 36–50 (28%), a 75–84 (7%), a 21–35 (6%) és a 6–20 (3%) közötti korosztály.

- A megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettsége: 1% tudományos fokozattal, 29% egyetemi diplomával, felsőfokú tanulmánnyal, 28% középiskolai érettségivel, 23% szakmunkás végzettséggel, 17% általános iskolai végzettséggel, 2% semmilyen elvégzett iskolai tanulmánnyal, végzettséggel nem rendelkezik.
- A megkérdezettek családi állapota: 48% házas; 29% elvált, párkapcsolatban él; 18% egyedülálló, élettárral él; 3%; hajadon, nőtlen, 2% özvegy.
- A megkérdezettek közül évente legalább egyszer belföldön utazik 52%; legalább kétszer belföldön utazik 29%; legalább háromszor belföldön utazik 11%; legalább négyszer belföldön utazik 5%; legalább ötször vagy több mint ötször belföldön utazik 3%.
- Az alábbi közlekedési eszközöket vette igénybe az utazáshoz: saját autó 71%; bérautó 4%; távolsági autóbusz 11%; helyi járat 8%; kétkerekű kategória 6%.
- Az utazásait saját maga családi szervezésben 79%, szervezeten iroda vagy utazásszervező által 21% végzi. Az online utazási vásárlások és utazások tekintetében a saját szervezés (98%) és a telefonos érdeklődés (2%) jelentős.

Összefüggések vizsgálata

Az eredmények alapján az alábbi megállapításoknak van kiemelt szerepe:

- a jó közlekedési elérhetőség prioritást élvez,
- az attrakciók megközelíthetőségét ugyanolyan fontosnak tartják, mint a szálláshely minőségét,
- kíváncsiak az új szolgáltatásokra,
- a turisták igénylik az egyenjogú bánásmódot és a kompetens személyzetet,
- szezonalitástól függetlenül utaznak,
- fontosnak tartják az ár-érték arányt,
- preferálják a természet közelségét és a nyugodt környezetet,
- utazási döntéseikben szívesen hagyatkoznak mások jó tapasztalataira,
- családdal, barátokkal szívesen utaznak együtt,
- igénylik a korszerű és univerzális információkat.

A kérdőívek elemzése során összegyűjtésre kerültek a turizmustervezés folyamatában szerepet játszó fogalmak. A kérdőívet kitöltők a szófelhőben kiemelt szavakkal jellemezték az egészségturizmusban számukra legfontosabb elvárásokat. A 10 leggyakoribb elvárás jelentős része a korszerűség, innováció, információ kombináció volt, ami fontos mondanivalót képvisel az iparág számára. Az egészségturisták több és jobban elérhető információt szeretnének kapni a mai igényeknek megfelelő korszerű módon.



2. ábra. Egészségturisták által megalkotott szófelhő

Forrás: Matra Resort kérdőíves felmérés

Következtetések

A turizmus tervezése egy komplex feladat, amelynek folyamatában sokféle mechanizmus játszik szerepet. A turisztikai terek sokrétűek, de földrajzi elhelyezkedésüktől függetlenül a turizmustípus-minták alapján felismerhetők, beazonosíthatók. A hazai turizmusfejlesztési törvény kereteket ad a turizmus fejlesztésének, amelyben az átgondolt egészségturisztikai desztinációk komoly szerephez juthatnak. A jogalkotói elképzelésekben egy felülről irányított fejlesztési stratégia szerepel, amely más módon értelmezi a jelenleg már működő Turisztikai Desztinációs Menedzsment szervezetek turizmusban játszott

szerepét. Az egészségturizmus versenyképességének elengedhetetlen része egy jól működő egészségügy, amelyben nemcsak az adottságok, hanem a tudatos menedzselés, a specializáció, a kompetens vezetés egyaránt hozzájárulnak az iparág sikerességéhez. A Matra Resort esettanulmánya során bemutatásra került, hogy egy innovatívan működő vállalkozás, a helyi érdekeltekkel összhangban milyen hatékonyan tud felépíteni egy professzionális szemléletű egészségturisztikai desztinációt. Az egészségturizmus lehetőségei bővülnek, és megfelelő tervezés figyelembevételével a lakótér, a turisztikai tér olyan további speciális térhasználattal bővíthet, mint például az akadálymentes turizmus, amelynek biztonságos és kontrollált környezete a társadalom számára is pozitív hatásokkal jár.

IRODALOMJEGYZÉK

- BRYMAN, A. (1999): Theme Parks and McDonaldization. In: Smart, B. (ed) *Resisting Mcdonaldization*, Sage, London. 18–47. o.
- BRYSON, J. R. – DANIELS, P. W. – WARF, B. [2004]: *Service Worlds – People, organizations, technologies*. Routledge Publishing, London. 79–93. o.
- BUTLER, R. W. (1980): Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resorces. *Canadian Geographer*, XXIV, Ontario, Kanada, 5–10. o.
- CSÉFALVAY, Z. (1999): *Helyünk a nap alatt*. Kairosz Kiadó, Budapest, 37–71. o.
- EISENSTEIN, B. (2013): *Grundlagen des Destinationsmanagements*. 2., überarbeitete Auflage. OldenburgVerlag München, 156. o.
- Eurostat (2016): *Tourism Statistics of Top Destinations*
http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_-_top_destinations
- HALL, C. M. (2000): *Tourism Planning: Policies, processes, relationships*. Harlow, England; New York, Pearson/Prentice Hall. 91–183. o.

- KELLER, K. (2017): A turizmusmarketing környezete. In: Lőrincz K. – Sulyok J. (szerk.): Turizmusmarketing. Budapest, Akadémiai Kiadó Zrt. 45. o.
- LENGYEL, M. (2000): A turizmus általános elmélete. Heller Farkas Gazdasági és Üzleti Szolgáltatások Főiskolája. 22–67. o.
- PATKÓS, Cs. (2011): Térség és településmenedzsment. Eszterházy Károly Főiskola, Eger. 187. o.
- REMENYIK, B. – SZABÓ, L. – GUTH, L. – ABDULLAYEV, A. (2016): Településmenedzsment és turizmus a TOP városokban. In: Szerk.: Árpási Zoltán, Bodnár Gábor, Gurzó Imre A magyar gazdaság és társadalom a 21. század globalizálódó világában 2. kötet: „30 éves a békéscsabai felsőoktatás” jubileumi konferencia. Békéscsaba: SZIE Gazdasági, Agrár- és Egészségtudományi Kar. 130–136. o.
- MICHALKÓ, G. (1999): A városi turizmus elmélete és gyakorlata MTA FKI Budapest 165. o.
- MICHALKÓ, G. (2012): Turizmológia. Akadémiai Kiadó, Budapest. 178–181. o.
- TASNÁDI, J. (2006): Turizmus az EU-ban és Magyarországon. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, Budapest.
- VAGO, P. (2002): Egy mozgalmas élet. Holnap Kiadó, Budapest. 51–63. o.
- WITHERICK, M. – ROSS, S. – SMALL, J. (2001): A modern dictionary of geography. Oxford University Press, New York, 73–84. o.
- ZSARNÓCZKY, M (2015): Medical Tourism in the Matra Region. Conference paper, Sustainability of rural areas in practice. 3-4/12/2015 Nitra, Slovakia.
- ZSARNÓCZKY, M. (2016): Az idősek szegmensének hatásai az egészségturizmusban. Acta Carulus Robertus 6 (2). Gyöngyös. 318–332. o.
- ZSARNÓCZKY, M. (2017a): Silver Economy & Silver Tourism in the European Union. In: Parikshat Sighn Manhas, Anil Gupta, Suvidha Khanna: Sustainable Tourism – Issues & Challenges. Black Prints India Inc., Delhi. 201. o.
- ZSARNÓCZKY, M. (2017b): A falusi turizmus sajátosságai Egercsehiben. Acta

Regionis Rurum 10. Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar.

ZSARNÓCZKY, M. (2017c): Egészségturizmus történeti fejlődése Észak-Magyarországon. In: Nagy Zita Barbara LIX. Georgikon Napok: A múlt mér-földkövei és a jövő kihívásai. Pannon Egyetem Georgikon Kar, Keszthely.

ZSARNÓCZKY, M. (2017d): Accessible & Senior Tourism in the European Union. Engines of regional and urban development. 6th Central European Conference, Banská Bystrica.

ZSARNÓCZKY, M. (2017e): The Future of Sustainable Rural Tourism Development – The Impacts of Climate Change. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. Annals of The Polish association of agricultural and agribusiness economists. Tom XIX, Zeszyt 3. Poznan. 337–344. o.

Szerző:

Zsarnóczy Martin

doktorjelölt

Szent István Egyetem

Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola

martin@aunaturel.hu

Lektorok listája

Baranyi Aranka

Bujdosó Zoltán

Dávid Lóránt

Fenyves Veronika

Hágen István Zsombor

Szabóné Benedek Andrea

Tangl Anita

Tégla Zsolt