

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágazatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

Márk Joób¹

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

In my article I will delineate the most important components of my research project relating to the link between the monetary system and sustainability. First, I will present the mistaken traditional monetary theory which recognizes commercial banks as financial intermediaries and I will describe how money is created in reality. Then, I will summarize the problematic aspects of the current money and banking system in ten points all of which concern the issue of sustainability. Finally, as an alternative, I will present a sustainable money and banking system which would assign the task of money creation to the state and transform commercial banks into actual financial intermediaries.

Keywords: sustainability, monetary system, money creation, money theory, sovereign money system

JEL Codes: E40, E50, E60

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából

Cikkemben a pénzrendszer és a fenntarthatóság kapcsolatára irányuló kutatási projektem legfontosabb elemeit kívánom vázlatosan ismertetni. Először bemutatom a téves hagyományos pénzelméletet, amely a kereskedelmi bankokat pénzügyi közvetítő intézményekként írja le, majd ismertetem, hogy hogyan történik a pénzteremtés a valóságban. Ezután tíz pontba összefoglalom a jelenlegi pénz- és bankrendszerből fakadó problémákat, amelyek mind érintik a fenntarthatóság kérdését. Végül röviden bemutatok egy alternatív, fenntartható pénz- és bankrendszert, amely állami kézbe adja a pénzteremtést és a kereskedelmi bankokat valóban pénzügyi közvetítő intézményekké alakítja.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, pénzrendszer, pénzteremtés, pénzelmélet, közpénzrendszer

JEL kódok: E40, E50, E60

¹A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának címzetes egyetemi tanára (mark AT joob.org)

Acknowledgements: Research is supported by the project "Complex assessment of climate change impacts - preparing international R&D projects in the University of West Hungary (TÁMOP-4.2.2.D-15/1/KONV-2015-0023)". The project has been supported by the European Union, co-financed by the European Social Fund.

Traditional monetary theory

Generally, neither sustainable development professionals nor economists are aware of the central role the monetary system plays with regard to sustainability.² One of the main reasons is that for several decades economics has been dominated by a monetary theory that gives a false description of the monetary system and the role of money in the economy. According to this traditional monetary theory, money on the macroeconomic level is basically neutral and therefore an ignorable factor.³ A popular English textbook for instance states the following concerning economic growth: "Incorporating money in models of growth would only obscure the analysis" (*Romer, 2006, 3*).

According to the traditional monetary theory, money has three functions: it is a medium of exchange, a store of value and a unit of account.⁴ Money however has a more important role in the economy than these three functions suggest. Money is not only a neutral means which boosts economic transactions but money in fact rules the economy. The mechanisms of the monetary system largely determine the whole economy.

The mistaken traditional monetary theory recognizes neither the basic problems existing in the current money and banking system nor the negative impacts of this system on society and the environment. Therefore, it also ignores the key point that sustainable development essentially requires a money and banking system that is consistent with economic, social and environmental sustainability. Mainstream economics not only neglects this point but also rejects system-level criticism implicitly presupposing that there is no better or more efficient money and banking system than the existing one or that, at present, a fundamental transformation of the existing system is not possible.

The theory of financial intermediation

The theory of financial intermediation states that commercial banks are financial intermediaries. According to this theory, commercial banks collect savings as deposits in order to lend them out as loans. This way, they act as intermediaries between savers and borrowers. Depositors receive interest for allowing the bank to temporarily use their money while borrowers pay interest for the temporary use of the money provided by the bank; this money originally is the depositors' money so the actual creditors of the borrowers are the depositors. Commercial banks merely provide financial intermediation services for which they receive as an income the difference between the higher interest on loans and the lower interest on deposits – in addition to the banking fees charged on their customers.

The theory of financial intermediation underlines that money mediation performed by commercial banks is a complex activity since it includes three types of transformation: asset, maturity and risk transformation.⁵ Asset transformation stems from the fact that the collected deposits individually are of different – typically lower – amounts than the credits granted. Maturity transformation means that the pace of loan repayment differs from the deadlines within which depositors – with sight or term deposits – can demand the repayment of their deposits. Risk transformation, finally, means that the risk to depositors are significantly lower than the risks related to single loans, which results from the deposit insurance system and the diversification in lending.

From the theory of financial intermediation follows that the households' savings deposited at the commercial banks are necessary prerequisites for funding business

²With the exception of the internationally acknowledged Herman E. Daly (1996).

³See eg.: Lucas 1972.

⁴See Issing 2007, 1ff.

⁵See Gischer et al. 2012, 7f.; Erdős and MÉRÓ 2010, 19 ff.

investments by loans, in other words: that there cannot be any investments without savings. On the other hand, the theory of financial intermediation suggests that the money stock in the economy is an exogenous factor – independent from the activities of commercial banks – that is fully controlled by the central bank, which means that the amount of money that can be intermediated by the commercial banks is determined exclusively by the central bank. Based on the above it seems that within the existing framework of market-economy and the dual banking system commercial banks only provide assistance for the efficient investment of savings so they do not have an essential role on the macroeconomic level and it is needless to take them into consideration in macroeconomic models. The dominance of this mistaken concept in economics is confirmed by two IMF researchers, according to whom "...for practically the entire post-war period, macroeconomists did not see the private financial system as an important source of vulnerability that required an explicit model of banking. Banks were therefore not incorporated into macroeconomic models." (*Jakab and Kumhof, 2014, 4*)

Almost all textbooks and other reference books on economics published in the last decades describe the banking system based on the theory of financial intermediation. In a recently published Hungarian book for instance the authors write: "Deposits are the banks' major resources, and in the course of intermediation they finance their assets by the funds collected from their depositors, and their most important assets are the loans they grant." (*Erdős and Mérő, 2010, 45*) Richard A. Werner (*2014*) provides a comprehensive overview of the relevant English-language literature and summarizes his findings based on dozens of books that globally determine economic discourse and education, as follows: "Since the 1960s it has become the conventional view not to consider banks as unique and able to create money, but instead as mere financial intermediaries like other financial firms, in line with the financial intermediation theory of banking. Banks have thus been dropped from economics models, and finance models have not suggested that bank action has significant macroeconomic effects. The questions of where money comes from and how the money supply is created and allocated have remained unaddressed." (*Werner, 2014, 12*)

The money multiplication theory

An elaborated version of the financial intermediation theory is the money multiplication theory. The money multiplication theory recognizes that commercial banks create money and describes this process as a multiplication of already existing money by financial intermediation. There are actually two different variants of this theory: one starting with deposits and another starting with reserves.

The variant of the money multiplication theory starting with deposits asserts that a single bank alone cannot create money; it can do so only together with other banks through a chain of lending and borrowing among customers with bank accounts at different banks.⁶ The chain starts with a first deposit from which the bank must withhold a fraction as a reserve. If the deposit is 100 euros and the reserve ratio required by the central bank is 1% – as is the case in the Eurozone – then the bank has to withhold one euro. The bank now has loanable funds amounting to 99 euros (100 euros deposit minus 1 euro reserve) and may lend the 99 euros. The chain continues when this amount is deposited in another bank which again withholds the required reserve of 1% and may lend the remainder. If this chain is infinitely continued, then the total amount of newly created deposits could reach 9.900 euros which means that the starting deposit of 100 euros could be multiplied 99 times. The ability of the banking sector to multiply existing money, that is, to create new money depends on the reserve requirement. A reserve requirement of 100%, for example, would entirely stop the

⁶See: Werner 2014, 6ff.

banking sector's money creation. In the end, this theory assumes that the potential of the banks to collectively create money is a multiple of their reserves.

The other variant of the money multiplication theory starts with reserves instead of deposits and states that banks must have reserves before they can create deposits by lending money. The result of this theory is that commercial banks multiply their reserves when they lend to their customers. The potential and the limits of this multiplication is often described by a money multiplier that takes the reserve requirement and the demand for cash into account.⁷ Thus, this theory also claims that the potential of banks to create money is a multiple of reserves and these reserves therefore are only a fraction of the total amount of money in circulation.

The money multiplication theory in both of its variants is founded on the assumption of commercial banks being financial intermediaries since it starts with already existing money – a first deposit or reserves – that comes from outside the banking sector and is channeled and multiplied by the commercial banks in a process of financial intermediation.

Money creation in reality

Neither the intermediation theory nor the money multiplication theory is correct – as confirmed by the Bank of England: "Money creation in practice differs from some popular misconceptions – banks do not act simply as intermediaries, lending out deposits that savers place with them, and nor do they ‘multiply up’ central bank money to create new loans and deposits." (*McLeay et al., 2014, 14*)

In reality, banks can lend money without any deposits or reserves.⁸ This is possible since they can create money out of thin air through simple account entries – something Richard A. Werner (*2014*) has proven with an empirical test. When making loans, commercial banks just expand their balances by adding deposits to their liabilities and adding loans to their assets. The loans consist of newly created money. Only in a second step, commercial banks may have to get reserves (and cash) from the central bank. These reserves (and cash) are granted as loans from the central bank to the commercial banks and, like any other loans, they require collateral. Commercial banks in many cases are allowed to use the loans they have made to customers as collateral for reserves so, in reality, these reserves hardly ever limit their potential to create money. The only limits to their money creation are the creditworthiness of their borrowers and the existing equity rules (Basel I-III).

Negative effects of the present monetary system

Now that the traditional money theory has been disproved and a correct, that is: realistic concept of money creation has been introduced, it is possible to discover the critical effects of the monetary system as it exists in reality today. In the following, I will summarize the problematic aspects of the current monetary system in ten points.⁹ These points clearly show how the monetary system affects sustainability and they, consequently, demonstrate the strong link between sustainability and the monetary system. In this context, it is important to see that sustainability in a broad sense includes not only ecological but also economic and social aspects, such as financial stability and social justice.

⁷See e.g.: Vigvári 2008, 122f.; Sperber 2009, 217f.; Gischer et al. 2012, 72f.

⁸See: Huber 2013, 42-61.

⁹My summary was inspired by: Huber 2013, Binswanger 2009, Robertson 2012, Lietaer et al. 2012.

Money is created as debt

Today, money comes into existence by debt creation when commercial banks borrow from central banks and when governments, producers or consumers borrow from commercial banks. Thus, the money supply of the economy can only be maintained if the private or public economic actors get into debt. Economic growth requires a proportionate increase in the money supply in order to avoid deflation that would paralyze business, but an increase in the quantity of money involves a simultaneous increase in debt. This way, economic actors run into danger of excessive indebtedness and bankruptcy. It is not necessary to say that over-indebtedness causes serious problems to societies and individuals in the face of the ongoing debt crisis. It began as a debt crisis of private homeowners in the United States and then transformed into a debt crisis of commercial banks and insurance companies before being absorbed by national treasuries and so turned into a sovereign debt crisis. Reductions in national expenditure required to pay off public debt often lead to social unrest and are inequitable, because they impose burdens on citizens who did not profit equally from debt creation.

The money supply is under private control

Only a small fraction of the money circulating in public has been created by central banks. Central banks issue coins and banknotes which in most countries account for just between 5 % and 15 % of the money supply. The rest is created by commercial banks in an electronic form as account money when granting loans to customers or buying securities and goods. In fact, all money, whether cash or account money, is brought into circulation by commercial banks. Therefore, commercial banks *de facto* control the money supply. Commercial banks principally bear the credit risk for the loans they grant, which should induce them to carefully examine the creditworthiness of their customers. However, commercial banks decide which customers are granted loans and which investments are made according to their interest in maximizing their own profits. Whether an investment is socially desirable is definitively not the decisive criterion for commercial banks. This way, investments serving the common good but not being profitable enough are not supported by the banking system and have to be financed by government spending that depends on tax revenues and public debt creation. Instead of financing long-term investments in the interest of society as a whole, commercial banks with their credit business support short-term financial speculation and over the last two decades have actually established a gigantic global casino beyond any public control.

Bank deposits are not secure

Bank deposits refer to account money which in contrast to cash is not legal tender although it is handled as if it were legal tender. Account money is a substitute for money, just a promise from the bank to disburse the corresponding amount of money in legal tender if requested by the customer. In the present fractional reserve banking system, usually only a very small proportion of account money is backed by legal tender. Banks hold only a few percent of their deposits as cash and reserves at the central bank. That is the reason why banks are reliant on the trust of their customers. In the case of a bank run, when too many customers demand cash at the same time, they would run out of cash and such a shortage of liquidity can lead to sudden bankruptcy. Hence deposit insurance systems have been established to avoid the loss of bank deposits. In the case of chain reactions and large-scale bankruptcy as in 2008, however, government bailouts of commercial banks may be necessary, eventually with the assistance of the central bank as lender of last resort.

The money supply is pro-cyclical

Commercial banks grant loans by creating account money in order to maximize their interest revenues. The more money they issue, the higher their profits – as long as the debtors are able to pay. In times of economic growth, banks most willingly grant loans so as to profit from the boom, while in times of economic decline they restrict granting of credit in order to reduce their risks. This is how commercial banks induce an oversupply of money in booms and an undersupply of money in recessions, thus amplifying business cycles as well as financial market fluctuations and creating asset bubbles in real estate and commodities. Such asset bubbles may cause heavy damages to society and to the banking system itself when they burst. Again, the 2008 mortgage-triggered banking crisis after the burst of the US real estate bubble is the most illustrative example.

The money supply fosters inflation

Besides its pro-cyclical character in the short term, in the long term the money creation of commercial banks induces an oversupply of money that leads to consumer price inflation as well as asset price inflation. An oversupply of money arises if the increase in the quantity of the money in circulation exceeds the growth of the production of goods and services. The long-term oversupply of money results not only from traditional granting of credit to governments, corporations and individuals but also from credit-leveraged financial speculation of hedge funds and investment banks. Due to inflation, consumers usually face an annual loss of purchasing power, which means that they have to increase their nominal income in order to maintain their level of consumption. Since the ability to gain compensation for the loss of purchasing power by increasing one's nominal income varies among individuals, inflation causes a redistribution of purchasing power to the disadvantage of those individuals who are not in the position to effectively advocate for their own interests.

The privilege of creating money is a subsidy to the banking sector

Since money is debt, it carries interest. Therefore, interest has to be paid on all the money in circulation and virtually nobody can escape paying interest. Interest is primarily paid by customers who take loans from commercial banks and thereby ensure the money supply. Secondly, everybody who pays taxes and buys goods and services makes a contribution to the interest payment of the original borrower, because taxes have to be raised partly in order to finance the interest payments on sovereign debt. Furthermore, corporations and individuals providing goods and services must include the costs of their loans in their prices. This way, by using money, society pays an enormous subsidy to the commercial banks, though the banks pass on a part of this subsidy to their customers as interest payments on deposits. Interest is a subsidy to the banks because the account money they create is handled as legal tender. The magnitude of the subsidy society pays to the banks is reflected in the disproportionately high salaries and premiums of bankers as well as in the disproportionately large banking sector.

Money as debt contributes to growth pressure

Money created as debt carries interest and thereby contributes to a twofold growth pressure on the monetary system and on the real economy. When customers repay their loans to the commercial banks, the banks write off the returned amount of money and the amount of money in circulation correspondingly decreases. However, debtors need more money than they have borrowed because they also have to pay interest on their loans. Even if the debtors replace their old loans by new ones, they need additional income for interest payments and must therefore realize profits. Business on the whole cannot be profitable unless the quantity of money continuously increases. This leads to the dynamics of growth which is a core

characteristic of our economic system. The increase in the quantity of interest-bearing money exerts a monetary growth pressure on the real economy and the growth of the real economy simultaneously exerts an anti-deflationary growth pressure on the money supply. As a consequence of this twofold growth pressure, our economy is a kind of Ponzi scheme, since it cannot work properly without growing and therefore repeatedly falls into crises. Furthermore, the growth of the real economy, which is to a great extent forced by the monetary system, involves an excessive exploitation of natural resources and is a hindrance to sustainable development. Financial indebtedness thus leads to ecological indebtedness towards nature, which impoverishes mankind. Our current monetary system is just not compatible with a finite world.

Interest on newly created money fosters wealth concentration

Interest is commonly seen as a lending charge for using the money of someone else. Not only the customers who borrow money from banks but also the banks which hold customer deposits pay interest. When commercial banks create money by granting loans, they credit customer accounts and thereby expand the total of bank deposits. Since accounts usually carry interest, the banks spend a part of their interest revenues for interest payments to the account holders. Now, bank deposits and loans are not equally distributed among the customers. Some have mainly loans on which they pay interest whereas others mainly have deposits on which they earn interest. Because in general poorer people have more loans than deposits and richer people have more deposits than loans, interest payments are in total a transfer of money from the poorer to the richer people, especially to the few super-rich. Interest thus fosters wealth concentration. This concentration of wealth favours to a great extent the commercial banks which both make investments themselves and also earn the amount resulting from the considerable interest spread between borrowing and lending rates. Moreover, interest is added regularly to the initial investment and thus carries interest itself turning into compound interest and generating an exponential growth of monetary assets. However, monetary assets do not grow in value by themselves since they are per se not productive. Value-increasing interest on monetary assets can only be generated through human labour; and human labour is permanently under monetary pressure to increase its productivity and lower its costs so as to satisfy the demands of exponentially growing compound interest. Interest on newly created money is therefore a value transfer that favours capital investments to the disadvantage of labour income.

The monetary system is unstable

There is clear empirical evidence showing that the monetary system suffers from structural instability arising from the mechanisms described above. The financial crisis that started in 2008 and is still continuing, if not even worsening, is not a unique phenomenon. In the last decades, numerous crises related to the monetary system occurred around the world. Between 1970 and 2010 a total of 425 financial crises affecting member states of the International Monetary Fund was officially recorded: 145 banking crises, 208 monetary crashes and 72 sovereign-debt crises.¹⁰ The multitude of financial crises and their contagious effect on different national economies plainly demonstrate their structural-systemic character. The present monetary system inevitably evokes crises in finance and consequently in the real economy.

¹⁰See:Lietaer et al. 2012, 51f.

The monetary system violates ethical values

An ethical value is something that is seen as valuable from a general perspective after careful consideration. Ethical values embody the most rational and most important values of society. Hence, society is badly arranged if its monetary values are in an indissoluble conflict with its ethical values and these ethical values are permanently suppressed because of monetary values. Since the monetary system largely shapes the economy and the economy broadly forms society, ethical values not contributing to the profitability of capital are systematically neglected in today's policy making. This way, our current monetary system violates ethical values such as sustainability, including financial stability and social justice – values that are essential for a liveable society. A monetary system that violates these values is quite unreasonable and should be reformed.

The sovereign money system¹¹

The negative effects of the present monetary system that I listed above could to a great extent be removed by introducing a sovereign money system. The concept of the sovereign money system (the German term is: Vollgeld) has been elaborated by Joseph Huber (2013). On the political level, the Swiss Association for Monetary Modernization in 2015 has collected enough signatures in order to launch a referendum on the establishment of a sovereign money system in Switzerland by changing the constitution.

A core demand of the sovereign money concept is that electronic money should be declared legal tender and should remain in the possession of the bank customers. Thus a sovereign money reform would strengthen private property.

The concept also wants the central bank to have the exclusive power to issue electronic money as it has the monopoly over the issuance of cash today. This way the monetary system could serve democracy and the common good with the possibility of reducing national debt and financing the social safety net.

In a sovereign money system the unnecessarily complicated two-level banking system would be replaced by a single-level system, in which money is no longer backed by reserves, but money itself is the reserve. This way, a transparent, well ordered monetary framework could be established instead of the existing bad framework that governments attempt to straighten out with evermore complex regulation consisting of the fractional reserve system, deposit insurance and equity rules (Basel I-III).

The sovereign money concept aims to establish the central bank as a sovereign public authority with total control over the money supply, both cash and electronic money on current account holdings. This monetary authority would represent a fourth separate and largely independent section of the state besides the legislature, the executive and the judiciary. The monetary authority would be bound by law to expand the money supply according to the growth potential of the real economy. This would effectively reduce business cycle volatility which today causes severe harms to the economy.

The money created by the monetary authority would be transferred to the Treasury and would come into circulation by public spending; thus, it would benefit the public purse and contribute to the reduction of national debt.¹²

Public revenue would be especially high in the moment of transition to the sovereign money system when the money owed to commercial banks becomes owed to the monetary authority, which would significantly reduce public indebtedness. In the transition period,

¹¹For a short discussion of other monetary alternatives see: Joób 2014, 176-189.

¹²This is impressively demonstrated in an IMF working paper by Benes and Kumhof 2012.

commercial banks would be given a bridging loan from the monetary authority so as to avoid a credit crunch.

A great advantage of the sovereign money system is that money would be issued debt-free by the monetary authority and would therefore not carry interest – unless, in a following step after being created, it is lent by its owner as an investment, for example to a commercial bank. Debt-free money issuance would considerably alleviate the current social and ecological problems arising from interest, such as forced economic growth and redistribution in favour of capital. Commercial banks, on the other hand, would not be allowed to create electronic money any more. They would become what they are supposed to be today: financial intermediaries which can only grant loans from money that they have previously collected i.e. borrowed from customers or earned by income.

The sovereign money system faces some problems. The goal of establishing public control over money creation could be thwarted by the emergence of new financial instruments, especially bank-created securities, taking over the function of money. This is a serious danger to a sovereign money system, in particular with regard to the interbank market. Financial regulations would be needed to prevent the emergence of near monies which would impair the monetary authority's control over the money supply, for instance by prescribing a minimal holding period for financial instruments.

Another problem that needs to be resolved in a sovereign money system is how to secure the independence of the monetary authority. Since governments generally seek to increase public revenue in order to enlarge their scope of action, they would be tempted to put pressure on the monetary authority to issue more money than the potential of the real economy and the principle of sustainable development in a given situation allow. In the same way as the independence of the judiciary is guaranteed today, the monetary authority's independence from short-sighted political interests could be secured by an adequate institutional arrangement, which simultaneously warranted transparency in monetary decision-making and democratic accountability of those who rule the monetary system.

Conclusion

Three important conclusions should be drawn from my outline above. First, the textbooks in economics must be revised by replacing the financial intermediation theory and the money multiplication theory with a correct description of the money and banking system as it works in reality today. Second, an empirically correct monetary theory makes it possible to discover the strong link between the monetary system and sustainability which is clearly shown by the numerous deficiencies of the monetary system with regard to economic, ecological and social sustainability. Third, from the perspective of sustainability, the sovereign money system represents a promising alternative to the current money and banking system.

References

- Benes, J. – Kumhof, M. (2012). *The Chicago Plan Revisited*. IMF Working Paper, WP/12/202, August 2012., DOI: [10.5089/9781475505528.001](https://doi.org/10.5089/9781475505528.001)
- Binswanger, H. C. (2009). *Die Wachstumsspirale. Geld, Energie und Imagination in der Dynamik des Marktprozesses*, Marburg: Metropolis Verlag.
- Daly, H. E. (1996). *Beyond Growth*, Boston (MA): Beacon Press.
- Erdős, M. – Mériő, K. (2010). *Pénzügyi közvetítő intézmények*, Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Gischer, H. et al. (2012). *Geld, Kredit und Banken*, Heidelberg: Springer (3rd ed.), DOI: [10.1007/978-3-642-23257-2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-23257-2)
- Huber, J. (2013). *Monetäre Modernisierung. Zur Zukunft der Geldordnung: Vollgeld und Monetative*, Marburg: Metropolis Verlag.
- Issing, O. (2007). *Einführung in die Geldtheorie*, München: Vahlen Verlag (14th ed.).

- Joób, M. (2014). *Grundlagen einer neuen Wirtschaftsethik und die Notwendigkeit einer Geldreform*, Norderstedt: BoD-Verlag.
- Lietaer, B. et al. (2012). *Money and Sustainability. The Missing Link*. Axminster: Triarchy Press.
- Lucas, R. (1972). Expectations and the Neutrality of Money, In: *Journal of Economic Theory*, Vol.4, No. 2, pp. 103–124., DOI: [10.1016/0022-0531\(72\)90142-1](https://doi.org/10.1016/0022-0531(72)90142-1)
- McLeay, M. et al. (2014). Money creation in the modern economy, In: *Bank of England Quarterly Bulletin*, 2014 Q1, Vol. 54, No. 1, pp. 14-27.
- Robertson, J. (2012). *Future Money. Breakdown or Breakthrough?* Totnes: Green Books.
- Romer, D. (2006). *Advanced Macroeconomics* (3rd ed.).
- Sperber, H. (2009). *Wirtschaft verstehen*, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag (3rd ed.).
- Vigvári, A. (2008). *Pénzügy(rendszer)tan*, Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Werner, R. A. (2014). Can banks individually create money out of nothing? — The theories and the empirical evidence, In: *International Review of Financial Analysis*, Vol. 36, pp. 1-19., DOI: [10.1016/j.irfa.2014.07.015](https://doi.org/10.1016/j.irfa.2014.07.015)

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSZA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágzatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

KULCSÁR László¹

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Mottó

„Ha az Oscar díjas, öt Arany Glóbusz díjat besöpört és Simon & Garfunkel zenéjével fémjelzett „Diploma előtt” c. Dustin Hoffman filmet ma forgatnák, a főhős biztosan a Service Science területén készülne diplomázni, nem pedig a műanyag technológiákkal kapcsolatos tudományokban”.

(Paul M. Horn, az IBM kutatási elnökhelyettese. *Business Week*. 21. January 2005.)

"I love engineering, but I want a much broader and more diverse background. Hopefully, that will be my competitive advantage."

(Kurt Koester, a 24-year-old graduate student in engineering at Berkeley. *The New York Times* April 18. 2006.)

A 21. század munkahelye a szolgáltatásban található. Ennek ellenére a szolgáltatások rendszere alig kutatott és oktatott Kelet-Európában. A tudományos kutatás alig foglalkozik vele és a magyar felsőoktatás területén sem jelentkezett, mint külön oktatási program. A gazdaság fejlődésének trendjei jelzik azonban, hogy a szolgáltatás tudomány és a gazdasági folyamatok összekapcsolása perspektivikus területet jelöl a felsőoktatás és kutatás számára. A felsőoktatás és a tudományos kutatás gyakran nem tart lépést a valóságos folyamatokkal a gazdaság és a társadalom területén.

Alapvetően a közgazdaságtan, az informatika és műszaki tudományok, valamint a társadalomtudományok közös érintkezési pontja jelzi azt a területet, amely új típusú szakemberek megjelenéséhez, a felsőoktatás terén új programok kidolgozásához vezetett a fejlett világban.

A tanulmány összefoglalja a szolgáltatástudomány alapjait, ismerteti szemléletét. Foglalkozik történetével és a világban történő elterjedésével. Javaslatot tesz a szolgáltatás tudomány MS szak kidolgozására a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karán.

Kulcsszavak: szolgáltatás tudomány, felsőoktatás

Jel kódok: I23, I25

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics

In the 21st century, the majority of jobs can be found in the service sector (80% in USA and more than 50% in Hungary). Despite of this, the service science barely researched and taught in the Research Centers and Universities of Eastern Europe. The service science is hardly known in the Hungarian higher education as a special education and research program. The economic trends indicate, however, that the service linking science and economic processes perspective areas for higher education and research. Unfortunately higher education and scientific research often takes no steps to the real processes of the economy and society.

Basically, economics, information technology and engineering, as well as a common point of contact with the social sciences indicates the area in which the development of new programs of service science resulted in the appearance of new types of professionals, students in higher education.

The article summarizes the basics of service science, describes the different approaches. It deals briefly with the historical development of service science in the world. Finally the article proposes a service science MS specialization for the University Of West Hungary Faculty Of Economics.

Keywords: service science, universities

JEL Codes: I23, I25

¹ A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának egyetemi tanára (kulcsar.laszlo AT ktk.nyme.hu)

Bevezetés

Mindennapi életünkben mi mindnyájan, ahogy Daskin írja (*Daskin, 2005*) a szolgáltatásoktól függünk. Ennek ellenére sok esetben úgy tűnik, nem veszünk róla tudomást. A szolgáltatástudomány a tudományos kutatás és a felsőoktatás viszonylag új ágazata. Egyfajta válasz arra az egyik kihívásra, amely a globalizáció korában elsősorban a fejlett térségeket érte. A globalizáció hanyatlását jelzi ugyan a legtöbb forgatókönyv (*Credit Suisse, 2015*), de az említett jelenségen ez nem változtat. Általánosan elfogadott már, hogy a 21. század munkahelye a szolgáltatásban található, így a felmerült problémákra a válasz ugyanitt lelhető fel. Az Egyesült Államokban a munkavállalók 80%-a, az Egyesült Királyságban, Hollandiában, Belgiumban több mint 70%-a, Magyarországon több mint 50%-a a szolgáltatások területén található. Nemcsak az Egyesült Államokat, vagy Európát hozhatjuk példaként. A szolgáltatás területén Kínában az elmúlt 25 évben a foglalkoztatottak száma 200%-al nőtt. Ennek ellenére azonban a szolgáltatások rendszere alig kutatott és oktatott Kelet-Európában.² A tudományos kutatás alig foglalkozik vele és a magyar felsőoktatás területén sem jelentkezett, mint külön diszciplína. A gazdaság fejlődésének trendjei jelzik azonban, hogy a szolgáltatás tudomány és a gazdasági folyamatok összekapcsolása perspektivikus területet jelöl a felsőoktatás és kutatás számára. Ez azonban nem egyszerű kérdés. A felsőoktatás és a tudományos kutatás gyakran nem tart lépést a valóságos folyamatokkal a gazdaság és a társadalom területén.

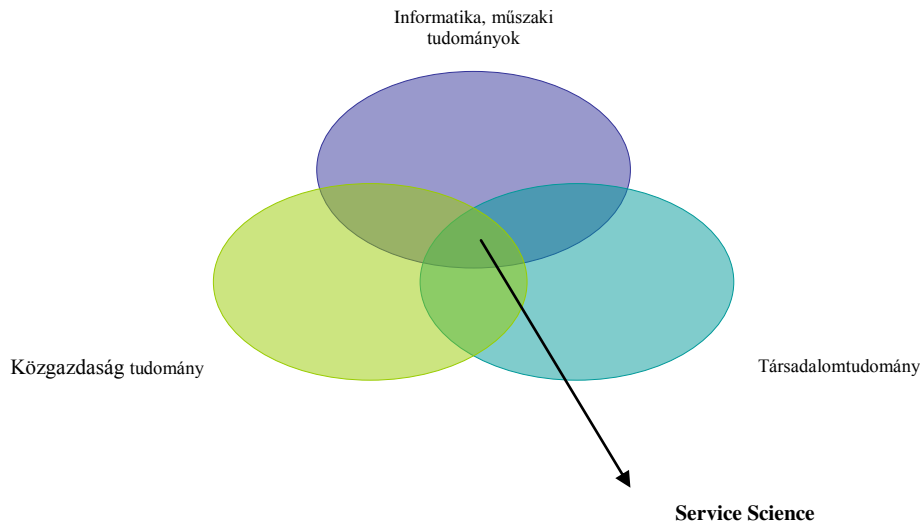
A cikkben áttekintjük a szolgáltatás tudomány és a felsőoktatás kapcsolatának jellemző területeit, a szolgáltatás tudomány történetét és javaslatot teszünk ennek a sokszor félreértelmezett, új, szokatlan területet átfogó oktatási és kutatási program bevezetésére a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karán.

Mi a szolgáltatástudomány (service science)

Mindenekelőtt azt kell jeleznünk, hogy nem egyszerűen arról van szó, hogy egyes diszciplínák, tudományterületek hogyan érintik a társadalom és a gazdaság területét, alkalmazzák-e eddig megszokott módszereiket, s elemzik az általuk fontosnak vélt problémákat, jelenségeket. Más szóval nem egyszerűen a marketing, vagy a menedzsment módszereinek alkalmazásáról beszélünk, vagy a HR menedzsment, a stratégiai menedzsment eredményeinek, összefüggéseinek oktatását hangsúlyozzuk. Nem is az informatika és a gazdaság kapcsolatát, vagy a társadalomtudományok és a gazdaság összefüggéseire irányítjuk a figyelmet. A szolgáltatástudomány több ennél.

Alapvetően a *közgazdaságtan, az informatika és műszaki tudományok, valamint a társadalomtudományok* közös érintkezési pontja jelzi azt a területet, amely új típusú szakemberek megjelenéséhez, a felsőoktatás terén új programok kidolgozásához vezetett a fejlett világban. Másképpen fogalmazva, a különböző, mikro- és makroszintű szektorális tudások szintetizálása és annak alkalmazása történik a szolgáltatástudomány keretében, a jelzett tudományágakat érintve (*Géczi, Izumi, Hasida, 2010*). Elsősorban a fejlettebb régiók hasznosítják a szolgáltatástudományt, s abban kiképzett embereket, mivel ott a legerősebb a szolgáltatási szektor tevékenysége, a gazdasági teljesítményre gyakorolt hatása és szolgáltatásban dolgozók aránya. Magyarország esetében ez az összefüggés illik a Nyugat-Dunántúli régióra is a Közép-Dunántúli és a Központi régió mellett. A három legfontosabb tudományág kapcsolatát és a szolgáltatástudomány területét az *1. ábra* szemlélteti.

² Kevés egyetemi oktató, tudományos kutató érinti a témát. Aki igen, mint pl. Marosán György (Marosán (2006), megközelítésében lényegesen eltér az általunk kifejtettektől.

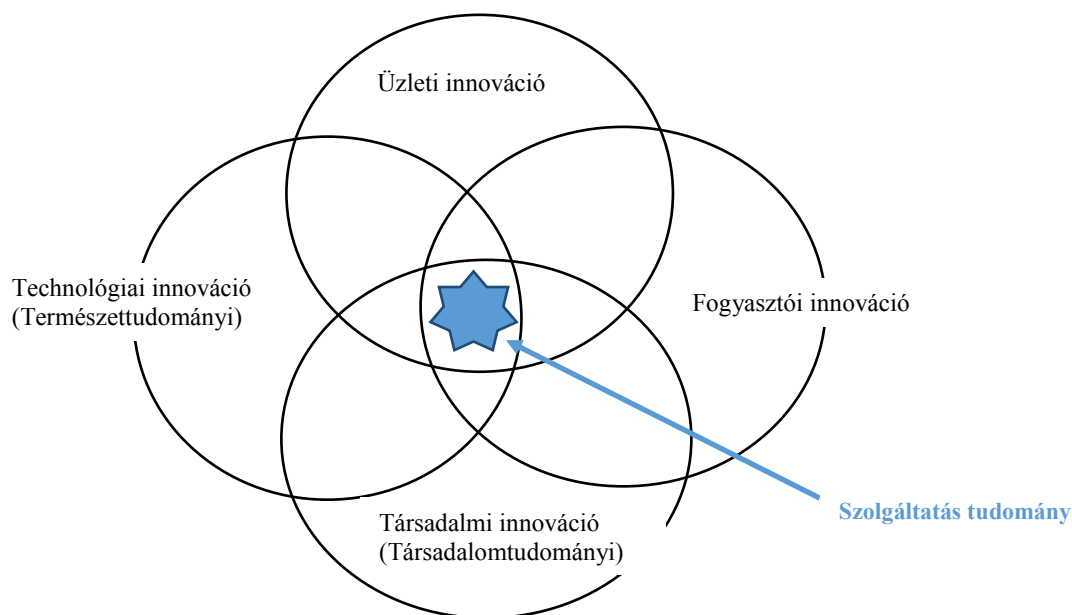


1. ábra: A szolgáltatástudomány diszciplináris helyzete

Forrás: A szerző saját szerkesztése

A szolgáltatási ágazatoknak nagy szükségük van olyan szakemberekre, akik egy személyben járatosak az informatikában, a számítástechnikai alkalmazásokban, a közgazdaságtudományokban (elsősorban management és marketing, e-business területén), és a társadalomtudományokban (szociológia, szociálpszichológia, jog). Ezek az emberek tudásukat jól alkalmazhatják az üzleti, a kormányzati, a szociális és egészségügyi szolgáltatások rendszerében, intézményeinél.

A szolgáltatás tudomány másik megközelítésben nem más, mint *tudás integráció*. Ebben a vonatkozásban az 1. ábrában jelzett területek tudásainak összekapcsolása történik. Más szóval az eddig különálló szakértői ismeretek együtt jelennek meg egy-egy jelenség, probléma értelmezésében, megoldásában. A 2. ábra ezt a kapcsolatot mutatja be.



2. ábra. A szolgáltatás tudomány, mint tudás, innováció integrátor

Forrás: Hidaka, 2006

Ez a kapcsolat, együttműködés az eddig különálló tudások szinergikus együttműködését teszi lehetővé. Ennek segítségével a technológia, a gazdaság és a társadalom területén létrejövő innovációk új értelmezést kapnak és hatékonyabb, fejlettebb minőségű szolgáltatásokat eredményeznek. A tudás-intenzív üzleti szolgáltatások hatékonyságát az tartja fenn a szolgáltatás tudományon belül, hogy erősen kötődnek az egyetemekhez, azok pedig a szolgáltatások társadalmi-gazdasági környezetének elemzésével befolyásolják azokat (Pinto, Fernandez-Esquinas, Uyarra, 2015). Ez az a pont, ahol jelentős problémákkal állunk szemben saját rendszerünkben. A jelenlegi oktatási rendszer Magyarországon sajnos nem támogatja (eléggé) azokat a képzéseket, s mind a legutóbbi időkig azokat a kutatásokat sem, amelyek multidiszciplináris jellegűek. A jelentkezőket közgazdásznak, mérnöknek, szociológusnak, vagy informatikusnak veszik fel, s sem az oktatók, sem pedig a körülmények nincsenek felkészülve arra a feladatra, amelyet a szolgáltatás tudomány kíván tőlük. Sok esetben a fragmentált érdekeltségi viszonyok, valamint az egyetemi oktatás erős hierarchizáltsága, túlzott centralizáltsága és formalizmusa akadályozza a szükséges új oktatási, kutatási kezdeményezéseket.

Az eredet

Vezető technológiai cégek, mint pl. mindenekelőtt az IBM³, amely 2004-óta tölt be katalizátor szerepet ezen a területen, továbbá a Hewlett-Packard, az Accenture és az Electronic Data System, néhány egyetem és kormányzati intézet 2005-ben, Washingtonban tartott konferenciáján megvitatták a téma iránt megnyilvánuló erőteljes érdeklődés növekedésével kapcsolatos feladatokat. 2006 áprilisában pedig a felsőoktatás és a Service Science kapcsolatáról tartottak megbeszélést a National Academy of Sciences szervezésében. Ezzel lezárult a diszciplína legitimációs folyamata az USA-ban. Európában még csak néhány helyen található felsőoktatási program a Service Science terén, míg az USA-ban már több helyen

³ Az IBM úttörő szerepet játszott a Service Science tematizálásában, jelenleg is a téma legnagyobb támogatója. Konferenciákat szervez, támogatásokat és ösztöndíjakat ad, kutatásokat finanszíroz, oktatási anyagok kifejlesztését támogatja.

akkreditált PhD. Program működik, s a témának több tudományos folyóirata és tudományos társasága van. Néhány példa:

- PhD programok: Arizona State University, McGill University, Oregon Health and Science University, University of California, Tilburg University Netherlands, Stockholm University, University of Milano-Bicocca, Milan, Italy.
- Kutatóintézetek: Swiss Institute of Service Science, California Center for Service Science, Karlsruhe Service Research Institute.
- Tudományos folyóiratok: Service Science, Service Science and Management Research, Journal of Service Science, International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology, Journal of Service Science Research.
- Tudományos társaságok: The Service Science Society of Australia, Society of Service Science

A szolgáltatás tudomány története körülbelül 2010-ig a közös nyelv, fogalomrendszer megteremtésének időszaka volt. Több mint tucatnyi koncepció fogalmazódott meg a service science mibenlétéről, vizsgálatának, kutatásának lényegéről. Az egyik szélsőség a cégér „újrifestéséről” szólt, azaz „csináljuk a dolgokat ugyanúgy, csak nevezzük másként” megközelítés a status quo fenntartásáról, de egyben az új források eléréséről szólt. Ez a megközelítés különösen népszerű lett (volna) Kelet-Európában. A másik szélsőség gyakorlatilag mindent újraépített: a diszciplínákat éppúgy, mint a kutatási megközelítéseket. A hullámok elültek néhány éve, néhány alapvető megállapodás, együttműködés megszületett. Bizonyos nehézségek most is adódnak, ezekről a későbbiekben szólnunk.

A jelen időszakra és a jövőre nézve biztonsággal állíthatjuk, hogy egy multi-diszciplináris megközelítéssel állunk szemben a tudomány területén, amely az egyetemi oktatás keretén belül biztosítja a hallgatók mély és széleskörű ismereteit és szintetizáló képességét az innovációk területén. Ez a szintetizáló képesség a szolgáltatás tudomány kereteiben hasznosítható az üzleti szférában éppúgy, mint a társadalomban (*IfM and IBM 2007*).

Elméleti és diszciplináris háttér

A szolgáltatások igen sokfélék, vannak olyanok, amelyek a legmodernebb technikákra támaszkodnak, s vannak olyanok, amelyekkel kapcsolatos munkavégzés alulfizetett, kulturálisan fejletlen és képzetlen munkaerőt foglalkoztat. A Service Science természetesen az előbbi csoportba tartozó tevékenységekkel kapcsolatos információkat, tudást közvetíti, illetőleg ösztönöz arra, hogy e csoportba tartozó szolgáltatások köre egyre bővüljön, s tevékenységük társadalmi és gazdasági értelemben is hatékonyabb legyen, szolgálva az emberi életminőség fejlődését. A Service Science tehát a tudás alapú gazdaság és társadalom térhódítását erősíti.

Paul M. Horn, az IBM korábbi (2007-ig) kutatási elnökhelyettese szerint, a szolgáltatástudomány olyan interdiszciplináris tudományos, kutatási terület, amely a munkaerőt és az intézményeket felkészíti a XXI. Századi kihívásokra. A felkészítés helyszíne pedig a felsőoktatás (*Horn, 2005*).

Hsu (2009) a szolgáltatás tudomány kezdeti lépései után már annak megújítását tartja szükségesnek. Ezt az elgondolását részben arra alapította, hogy egy olyan digitális korszakba léptünk be, amely soha nem látott új folyamatokat indított el, amiből a szolgáltatás tudománynak sem szabad kimaradni. Ezek a folyamatok még erősebben vetik fel a felsőoktatás reformjának kérdését. A második megjegyzését az asztronómiából vett kritikus megjegyzésből kölcsönözte, miszerint az asztronómia túl sok elméletből és kevés adatról építkezik (theoryrich and datapoor). Szerinte a megújult szolgáltatástudománynak sokkal inkább kell építeni a társadalmi folyamatokra, kulturális trendekre, mint az korábban tette,

ahol domináltak a technológiai megoldások és viszonylag háttérbe szorultak a közgazdasági és társadalomtudományi összefüggések.

Hasonló megközelítést képvisel Mochimaru (2014) is, aki a szolgáltatástudomány 2013-as tokiói konferenciájáról kiadott kötet előszavában szintén a 'serviceology' társadalomtudományok felé történő nyitásának jelentőségét hangsúlyozta annak érdekében, hogy a kutatók és az egyetemi oktatók szabaduljanak meg „csőlátásuktól” és használják az interdiszciplinaritás előnyeit. A Serviceology tudományos társaságát 2012-ben alakították Japánban.

Hu és Mochimaru bővítési törekvései tulajdonképpen visszatérést jelentenek az eredeti felvetéshez a szolgáltatás tudományról. A társadalomtudományok szerepének hangsúlyozása komplexebb nézőpontot érvényesít a szolgáltatás tudományban, s csökkenti a „csőlátás” veszélyeit, tehát nem mellékes kérdés. Ettől a látásmódtól még a Cambrige-i jelentés (*IfM and IBM, 2007*) sem mentes, mikor a termék-design és az alkalmazott művészetek szerepét hangsúlyozzák, s ezzel gondolják teljesítettnek a társadalomtudományok szerepének megfogalmazását és beépítését a modell gyakorlati lépéseibe.

A problematikus felfogások között találjuk azt is, hogy a kiinduló modellben szereplő tudományágak egyes képviselői szívesen helyezik tudományukat magasabbra egy képzeletbeli hierarchiában a többi diszciplínánál és kutatási területnél. Ez a jelenség nehezíti a service science céljainak elérését, s ami legalább annyira fontos, nem csökkenti a tudományágak közötti távolságot, s így akadályozza az együttműködést.

A szolgáltatástudomány keretébe tartozó együttműködések határozottan meg kell különböztetni a most divatos K+F együttműködésektől, amelyek a legtöbb esetben egy azonos tudományterületen belül mozognak, valamint az un. PPP programoktól, amelyek hatékonysága igen megkérdőjelezhető és szintén nem nyitnak olyan új területeket, ahol a szolgáltatások hatékonyan kapcsolódhatnak egymáshoz az eltérő diszciplínák területéről.

Az elsősorban érintett diszciplínák területei egyenként is keresett, kurrens ismereteket tartalmaznak, de a metszéspontjukban fellelhető Service Science olyan hozzáadott értéket képvisel, amelyet külön-külön eddig nem érhettek el. Mint láttuk, alapvetően a közgazdaságtan, az informatika, műszaki tudományok és a társadalomtudományok érintkezési pontja ez, amely a felsőoktatás terén is új programok kidolgozásához vezetett.

A szolgáltatás tudomány még közelebről – a célok

Spohrer, Anderson, Pass, Ager, Gruhl (2007) szerint a szolgáltatás tudománynak a fő céljai a következők:

- Jobban megérteni az erőforrások sajátosságait, elsajátítani azokat a módszereket, amelyek segítenek modellszerű működésüket megérteni, s megfelelő javaslatokat tenni
- Jobban megérteni az erőforrásokat és azok működését szabályozó intézményeket, szervezeteket, azok különbségeit, sajátos vonásait
- Jobban megérteni azokat a kormányzati mechanizmusokat, amelyek az intézmények közötti interakciókat szabályozzák annak érdekében, hogy ne szenvedjenek csorbát a domináns értékek
- Jobban megérteni azokat a működést szabályozó tényezőket, amelyek segítségével kialakulhat egy közös tudományos nyelvezet a szolgáltatás tudomány területén.

Ezek a célok burkoltan magukba rejtik azokat a szemléletmódbeli sajátosságokat is, amellyel a téma oktatási programjainak is rendelkeznie kell.

A szolgáltatástudomány nemcsak egy új oktatási program kifejlesztését igényli, hanem sajátos kutatási területek, témák megfogalmazását és sajátos szolgáltatások kifejlesztését az egyetemi gyakorlatban. Ez a körülmény az egyetem, a vállalkozások és a közigazgatás, valamint más intézmények szoros együttműködését kívánja meg.

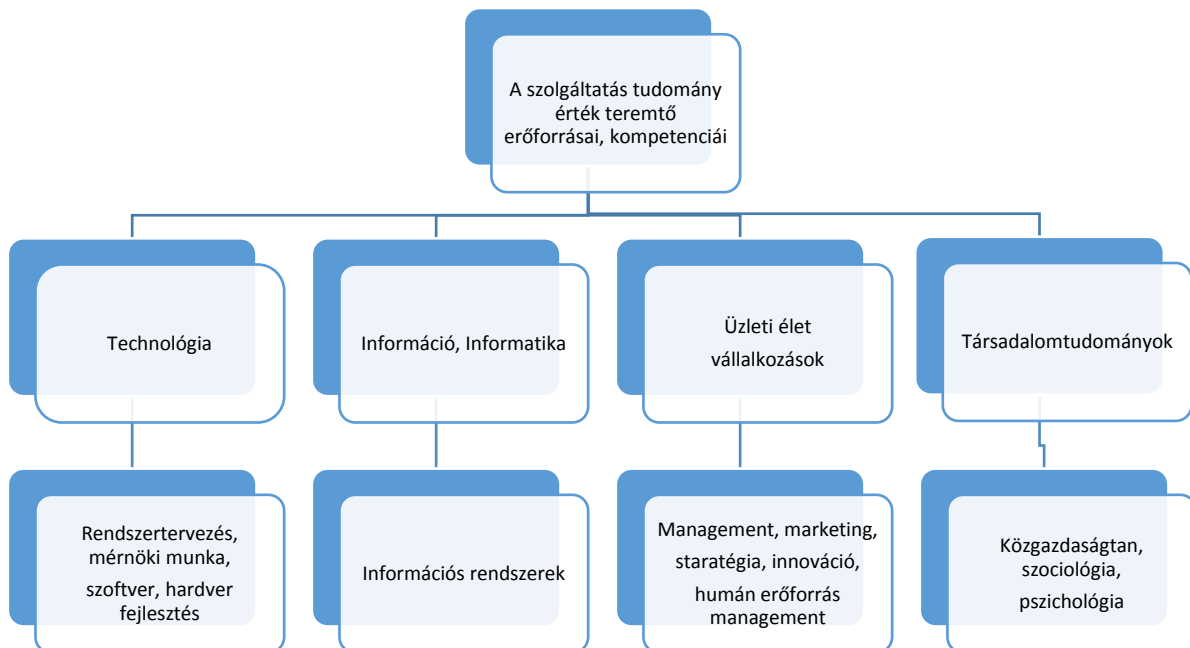
A szolgáltatástudomány legfontosabb területei:

- A kutatás: A kutatás új gondolkodási keretek és módszerek kifejlesztését igényli. A kutatás interdiszciplináris, egyaránt szintetizáló és analitikus jellegű.
- Az oktatás: A képzett service science szakemberek megfelelnek az új kihívásoknak, az információs technológia, a közgazdaságtan és a társadalomtudomány találkozásához kötődő szolgáltatások területén.
- Üzlet: Új gondolkodásmód, készségek, stratégiák szükségesek.
- Kormányzat: aktív tudás, konstruktív gondolkodás, együttműködés a tudományos- oktatási és az üzleti szektorral

A szolgáltatás tudomány (sok esetben szolgáltatás-rendszerként hivatkozott terület) a következő forrásokból táplálkozik (*IfM and IBM 2007*):

- Az üzleti és szervezeti bázisokon alapuló tudások (marketing, menedzsment, operáció menedzsment, stratégiai innováció, pénzügyi innováció, ipari marketing, humán erőforrás menedzsment)
- Technológiai, mérnöki tudások
- Közgazdaságtudomány, társadalomtudományi, tudások, ismeretek (szociológia, történettudomány, regionális tudomány, pszichológia)
- Informatikai tudások

A források rendszerét érzékelteti a 3. ábra. Az ábrából világosan kitűnik, hogy a szolgáltatástudomány szemlélete széleskörű, a felsorolt diszciplínákhoz illeszkedő tevékenységek a gazdasági életben és a társadalomban, valamint a felsőoktatásban igen sokféle erőforrást mozgósítanak, mozgósíthatnak.



3. ábra. A szolgáltatás tudomány erőforrásai, kompetenciái

Forrás: IfM and IBM, 2007 alapján.

A Cambridge-i szakmai találkozó számos ajánlást fogalmazott meg a felsőoktatás számára, amennyiben a szolgáltatás tudományt fel kívánják venni az oktatási profiljukba. Ezek az ajánlások a Nyugat-magyarországi Egyetem számára is fontos tájékozási pontokat jelenthetnek. A következőkben kissé rövidítve közreadjuk az említett ajánlásokat (*IfM and IBM 2007*).

Ajánlások a felsőoktatás számára (az ajánlások a szolgáltatás tudomány mesterszak hallgatóira vonatkoznak):

- Lehetővé kell tenni a MS hallgatók számára, hogy mély és széleskörű (T-shaped professionals) tudással rendelkezzenek, alkalmazni tudják az innovációkat a szolgáltatás tudomány területén, hatékony tagjai legyenek a különböző tudományokat képviselő csapatoknak.
- Az integratív oktatási programokon keresztül sajátítsák el és fejlesszék a szolgáltatás tudománnyal kapcsolatos gondolkodás módjukat, készségeiket, képességeiket
- Vegyenek részt gyakorlati kutatásokban, projektekben, az üzleti életben, a közigazgatásban, a civil szférában és érvényesítsék a szolgáltatás tudománnyal kapcsolatos gondolkodás módját
- Biztosítsák a továbbképzés lehetőségeit a legkülönbözőbb formákban

A fentieknek megfelelően egy, a cambridge-i, hivatkozott 2007-es szimpózium által javasolt oktatási programban (MS) a következő tárgyak szerepelhetnek:

- Közgazdaságtan tárgyai
 - Marketing, ipari marketing
 - Innováció
 - Operációkutatás, többváltozós statisztikai módszerek
 - Stratégiai menedzsment
 - Emberi erőforrás menedzsment
 - Rendszerelmélet
- Jogi tárgyak
 - Gazdasági jog
 - Közigazgatási jog
- Mérnöki alapok
- Információ és kommunikáció technológia
 - Szoftver fejlesztés alapjai
 - Termék és szoftver architektúra
 - Információs rendszerek
- Társadalomtudományi
 - Szociológia és antropológia
 - Pszichológia
 - Szervezet elmélet és kultúra
- Esettanulmányok
- Kutatás/Diplomamunka

A tantárgyak kompetencia tartalmában központi szerepet kell, hogy kapjanak azok a kompetenciák, amelyek a szintetizáló készséget, az integratív készséget erősítik. Minden tantárgyi programnak kerülni kell a „csőlátást” és bizonyosságot kell tennie arról, hogy ismeri és átadja a kurrens szakirodalmat. A diplomamunka témája és tartalma is központba kell, hogy állítsa azt az összefüggést, amely a mérnöki, informatikai, közgazdaságtani és társadalomtudományi együttes gondolkodás hozzáadott értékét jelenti.

Szolgáltatás tudomány és a Nyugat-magyarországi Egyetem

A szolgáltatás tudomány megalapozása nem egyszerű feladat. Két kulcstényezőre kell figyelni az oktatás és a tudományos kutatás, valamint a tudományos szolgáltatás területén. Az egyik az együttműködések új típusainak elfogadása az egyetemen belül, amely természetesen érinti a meglévő érdekeket. A másik a szakértelem fejlesztése, amelynek szintén vannak jelentős akadályai, amelyek részben az adott személyekben, részben a személyeken kívül (infrastruktúra, gazdasági és jövedelmi helyzet, a menedzsment konzervativizmusa, stb.) található.

A fentebb ismertetett oktatási program jó kiindulást jelenthet a szervice science MS oktatási program kidolgozásához, a többi karral folyó együttműködés meghatározásához.

A szolgáltatástudomány nemcsak új oktatási program kifejlesztését igényli, hanem sajátos kutatási területek, témák megfogalmazását és sajátos szolgáltatások kifejlesztését az egyetemi gyakorlatban. Ez a körülmény az egyetem, a vállalkozások és a közigazgatás, valamint más intézmények együttműködését is megkívánja.

Az oktatás megalapozása

Legfontosabb feladatok:

- a kutatási és oktatási tapasztalatok áttekintése és begyűjtése (tanulmányutak),
- a szolgáltatástudomány képzési programjának kidolgozása egyelőre csak MA szinten,
- a szükséges tananyagok elkészítése, fordítása,
- a kutatási programok kidolgozása és a nemzetközi kapcsolatok kialakítása.

A tudományos kutatás megalapozása

Legfontosabb feladatok:

- A kutatás specifikus irodalmának beszerzése.
- Tapasztalatcserék más egyetemen és kutató intézetekben
- Szakmai konferenciákon való részvétel
- Workshopok szervezése meghívott előadókkal

Lehetséges kutatási irányok:

A Nyugat-magyarországi Egyetem többnyire rendelkezik olyan emberi erőforrásokkal, amelyek a szolgáltatás tudomány területén új oktatási és kutatási program kidolgozását és bevezetését lehetővé teszi. Természetesen ez a feladat több Kar együttműködésében valósulhat csak meg.

Példák a lehetséges kutatási területek alkalmazására:

- A szolgáltatás multidiszciplináris jellege, a hozzáadott érték vizsgálata
- Szolgáltatás tervezés
- A szolgáltatás története, életrajza
- A szolgáltatás tudomány nemzetközi trendjei
- A szolgáltatás módszerei
- Operációkutatás a szolgáltatás kutatásban
- Innováció a szerviz tudomány területén
- A szerviz innovációk fogyasztói adaptációja
- A kultúra szerepe a szolgáltatás alkalmazásában
- A szolgáltatás produktivitásának növelése: módszerek és eszközök
- Technológiafejlesztés és a szolgáltatás hatékonysága
- A szolgáltatás szektor közgazdaságtana
- Kockázat menedzsment a szolgáltatás projekteiben
- Szolgáltatás marketing
- Humántőke menedzsment a szolgáltatások területén
- A szolgáltatásfejlődés regionális összetevői
- Információtechnológia és szolgáltatás az üzletben és a közigazgatásban

További információforrások (a lista nem teljes)

Felsőoktatási intézmények szolgáltatástudományi programmal

- Division of Engineering and Information Science. Penn State Malvern, PA 19355, USA

- Department of Industrial Engineering and Logistics Management Hong Kong University of Science and Technology
- Operations and Strategic Management Department Carroll School of Management Boston College
- École Polytechnique Fédérale De Lausanne EPFL, 1015 Lausanne
- Arizona State University, Center for Services Leadership
- Carnegie Mellon University, IT Services Qualification Center (ITsqc)
- Georgia Institute of Technology, Tennenbaum Institute
- Hanken Swedish School of Economics and Business Administration
- India National Institute of Design
- Karlsruhe Institute of Technology, Scientific Alliance Organisation
- Karlstad University, CTF Service Research Center, Sweden
- Michigan Technological University, Service Systems Engineering
- Nirma University of Science and Technology Institute of Management
- North Carolina State University, Services Science, Management and Engineering
- Northern Illinois University, Services Science, Management, and Engineering
- The Ohio State University, Fisher College of Business, Initiative for Managing Services
- Penn State University, eBusiness Research Center
- Peking University, Service Science and Engineering
- Rensselaer Polytechnic Institute, School of Engineering, Center for Services Research and Education
- Stanford University, Center for Work, Technology & Organization
- Universidade do Porto, Master in Services Engineering and Management, MESH (Mestrado em Engenharia de Serviços e Gestão)
- Universidad Federal de Rio de Janeiro, Grupo de Produção Integrada
- University of Bridgeport, Technology Management Master's Program Service Management and Engineering Concentration
- University of Buffalo, Service Systems Engineering
- University of California at Berkeley, Services Science, Management, and Engineering
- University of California at Merced, School of Social Sciences, Humanities and Arts, Minor in Services Science
- University of California at Santa Cruz, Jack Baskin School of Engineering, Knowledge Services and Enterprise Management
- University of Glasgow, Complex Services Innovation Research Network
- University of Maryland, Robert H. Smith School of Business, Center for Excellence in Service, Services Sciences, Management and Engineering
- University of Pennsylvania, Wharton Business School, Fishman-Davidson Center for Service and Operations Management
- University of Sydney, School of Information Technologies, Services Science, Management and Engineering
- University of Tokyo, Service Innovation Working Group
- University of Trento, Professional Master in Technologies for E-Government
- University of Warwick Business School, University of Washington, Global Integrated Systems Engineering
- Wright State University, Information & Services Science Kno.e.sis Center

Összefoglaló

A szolgáltatástudomány (service science) egyetemi oktatási programként igen ígéretes jövő előtt áll. Az Egyesült Államokban és néhány Nyugat-Európai országban, valamint Japánban igen nagy karriert futott be az egyetemeken és az üzleti életben. Létjogosultságát indokolja, hogy a munkavállalók többsége már a szolgáltatási szektorban dolgozik. A szolgáltatás tudomány a műszaki tudományok, informatika, a közgazdaságtan és a társadalomtudományok integratív területe. Eltérő jellege, a megszokottól különböző oktatási és kutatási követelményrendszerei miatt nehezen ver gyökeret (az első javaslatot 2008-ban juttattuk el a NyME egyes karainak vezetőihez, minden visszhang nélkül) Kelet-Európában, ahol a felsőoktatás túlzott centralizmusa, alacsony innovativitása a jellemző. Ennek következtében az új kezdeményezések, különösen azok, amelyek több szervezeti egység (kar) együttműködésén alapulnak tradicionális felfogásokat és partikuláris érdekeket sértenek. A cikk felvázol egy lehetséges utat és programot a szolgáltatástudomány térnyerésére a Nyugat-magyarországi Egyetemen, amelynek megvalósulása azonban kétesélyes.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás a Nyugat-magyarországi Egyetem COOPERATIO FIDELISSIMA – Társadalmi és gazdaságtudományi kutatási hálózatok innovatív együttműködése a Nyugat-magyarországi Egyetemen (TÁMOP 4.2.1/D-15/1/KONV) projekt keretében valósult meg.

Irodalom

- Credit Suisse (2015). *The End of Globalization or a more Multipolar World*. Research Insitute.
- Daskin, M. S. (2010). *Service Science*. John Wiley & Sons., DOI: [10.1002/9780470877876](https://doi.org/10.1002/9780470877876)
- Géczy, P., Noriaki Izumi, Koiti Hasida (2010). Service Science, Quo vadis? *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, Vol. 1., Issue 1., pp. 1-16, January-March, DOI: [10.4018/jssmet.2010010101](https://doi.org/10.4018/jssmet.2010010101)
- Hidaka, Kazuyoshi (2006). Trends in Services Sciences in Japan and Abroad. *Quarterly Review* No. 19. April.
- Horn, P. (2005). *The New Discipline of Services Science*. Business Week. January 21.
- Hsu, Cheng (2009). *Service science. Design for Scaling and Transformation*. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., DOI: [10.1142/9789812836779](https://doi.org/10.1142/9789812836779)
- IfM and IBM (2007). *Succeeding through Service Innovation: A Discussion Paper*. Cambridge, United Kingdom: University of Cambridge Institute for Manufacturing.
- Marosán Gy. (2006). *A 21. század stratégiai menedzsmentje*. Műszaki Kiadó.
- Mochimaru, Masaaki, Kanji Ueda, Takeshi Takenaka, (Editors) (2014). *Serviceology for Services*. Selected papers of the 1st International Conference of Serviceology. Springer Japan., DOI: [10.1007/978-4-431-54816-4](https://doi.org/10.1007/978-4-431-54816-4)
- Pinto, Hugo, Manuel Fernandez-Esquinas, Elvira Uyarra (2015). Universities and Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) as Sources of Knowledge for Innovative Firms in Peripheral Regions. *Regional Studies*. Vol. 49., No. 11. pp. 1873-1891., DOI: [10.1080/00343404.2013.857396](https://doi.org/10.1080/00343404.2013.857396)
- Spohrer, Jim, Laura C. Anderson, Norman J. Pass, Tryg Ager, Daniel Gruhl (2008). Service Science. *Journal of Grid Computing* Vol. 6., Issue 3, pp. 313–324., DOI: [10.1007/s10723-007-9096-2](https://doi.org/10.1007/s10723-007-9096-2)

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSZA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágzatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

SOÓS Balázs¹

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

A vállalati szféra gazdasági helyzetének alakulása folytonosan újabb és újabb kihívások elé állítja a vállalatok vezetőit. A vállalatok alapvető céljait, vízióit és misszióit szem előtt tartva olyan stratégiákat, terveket szükséges megvalósítani, melyek hosszabb távon képesek biztosítani a fejlődést, a sikert. A stratégiai tervezés egyik fő elemeként a jövőbeli igényeknek való megfelelés megköveteli a trendekre való felkészülést, és a jövőkutatás eszközeinek alkalmazását. Bizonyos párhuzamok ugyan felismerhetők a stratégiai menedzsment, illetve az előrelátás elméletei között, de nem szabad elfelejteni, hogy a stratégiai tervezés és a stratégiai gondolkodás egymástól elhatárolható. A gazdasági válságok kapcsán sok elemzés és prognózis készült, melyek szisztematizálását kísérel meg a tanulmány. Bemutatásra kerülnek a stratégiai előrelátás definíciói, folyamatai, stílusai, módszerei, illetőleg ezek aktuális kutatási eredményei.

Kulcsszavak: stratégiai előrelátás, stratégiai gondolkodás, folyamatok, Future Scorecard
JEL kódok: L10, D70

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice

Today's leaders are constantly confronted with new challenges due to changing economic situations of the corporate sphere. Taking into account the basic goals, visions and missions of companies, such strategies need to be implemented that are in line with long-term development to ensure success. As one of the core elements of strategic planning, companies have to prepare for future needs. Therefore strategic planning helps to tackle future trends, by using methods of future research. There are certain parallels between theories of strategic management and theories of foresight can be identified, however it should not be forgotten that are main differences in the definitions of strategic management and strategic thinking. Regarding the current economic crises many scientific papers compare the complexity of organizations dealing with foresight. This review points out the definitions, processes, styles, methods and presents a systematization of current research results.

Keywords: strategic foresight, strategic thinking, processes, Future Scorecard
JEL Codes: L10, D70.

¹A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának PhD hallgatója
 (sbali4 AT freemail.hu)

Bevezetés

Relevancia

A stratégiai *foresight*, azaz a stratégiai előrelátás nagyon fontos elemévé vált a stratégiai tervezésnek. Már Fayol (1949, p. 43, idézve Amsteus, 2011b, p. 64.) is megjegyezte, hogy ha az előrelátást nem teljes menedzsmentként értelmezzük, legalább egy lényeges részeként kell, hogy tekintsük. Müller (2008, p. 17.) következtetési alapján, a fogalom szemantikus megfogalmazása a jövő- és a trendkutatás összevetéséből születhet. Az előrelátás, az előrelátó gondoskodás nem csupán a vállalati tevékenységet jellemzi, mindig is a mindennapi élet fontos eleme volt. Az emberi fejlődéstörténetre gondolva a vadászó-gyűjtögető életmód is implikálja az előrelátó gondoskodás fennállásának tényét, manapság ez a gondolatmenet adaptálható a takarékoskodó, természeti forrásokkal hatékonyan bánó embertípusra. Legyen szó egész gazdaságokat vagy csupán régiókat megrendítő válságokról, a közös nevező a jövőbeli környezeti kontextus változásaihoz való alkalmazkodás lehetőségeiben rejlik.

Problematika és célok

A stratégiai menedzsment diszciplínájának fejlődése során egy jelentős „fázis” fedezhető fel az 1960-as évekre jellemző hosszú távú vállalati tervezésben (long range planning). Ennek alapját az 50-es években jelentkező, hosszú távú prognózisok és a jövőtudomány megalapozása iránti igény teremtette meg. A hosszú távú tervezés a piacokat és a sikerpotenciálokat tekintve az elméleti és gyakorlati modellek középpontjába került.²

Az 50-es évekhez képest mára már lényegesen több elemből tevődnek össze a stratégiai elemzés, a tervezés és a döntéshozatal lépései. Mindemellett azonban mindig szem előtt maradt a hosszú távú tervezés öröksége. Ezzel kapcsolatban felfedezhető, hogy az elmúlt években a stratégiai előrelátás – főleg a gazdasági válságok kapcsán – ismét igen felkapott lett a tudományos kutatások és publikációk terén. Rengeteg „foresight” cikk és disszertáció készült, azonban hiányzik egy összefoglaló, illetve kissé generalizáló jellegű alkotás, mely elemzi ezeket a műveket. Cél, hogy adott szakterület kutatási eredményeit bemutató, összefoglaló jellegű ún. „review article” kerüljön megfogalmazásra. A következő sorok írásával az a kitűzött cél, hogy egy *összegzés* készüljön erről a kérdéskörrel. A cikk konkrétan az elmúlt időszak tudományos és gyakorlatbeli fejlődési tendenciáit foglalja össze az előrelátással kapcsolatban. A szem előtt tartott kutatási kérdések a következők:

Mely következtetések vonhatóak le az elmúlt években a foresight-tal kapcsolatban?

Milyen irányba vezetnek a kutatási súlypontok?

A szakirodalom elemzése

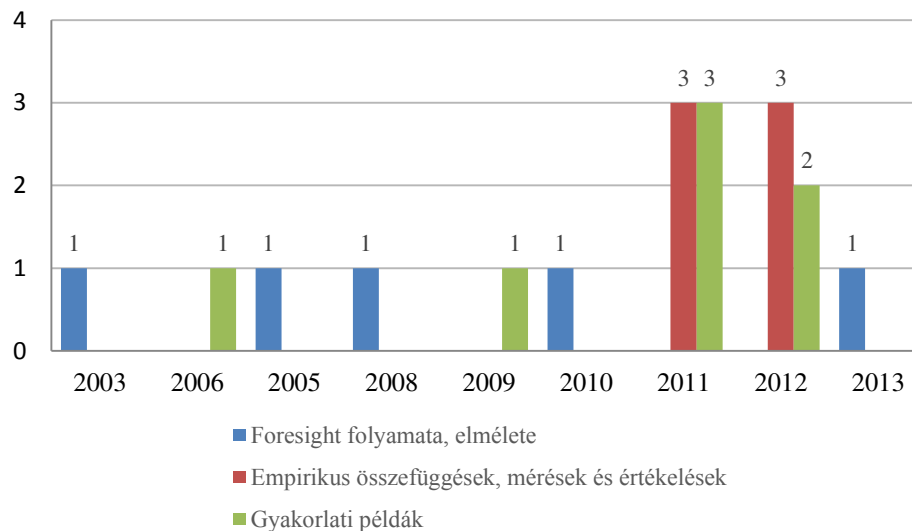
Kiindulási pont

A stratégiai előrelátás kapcsán a kutatás a 2003-tól 2013-ig terjedő időszak bizonyos cikkeit öleli fel. A publikációk sokasága közül 18 cikk – melyek az adott témakörrel foglalkoznak – került előzetes kiválasztásra, ezek közül 8³ alaposabban a review megírása céljából lett feldolgozva. A tudományos adatbázisokban (pl. Proquest, WISO) az egyik legfőbb keresőkritérium a „foresight” szó volt, mely az adott cikkek címében szerepel. A második kritériumként egy neves szakmai lapban való megjelenés és a tartalmilag és formailag adekvát módon való megfogalmazás mód lett meghatározva. Az *1. ábra* szemlélteti a cikkek fő irányvonalait, ahol szembevetendő, hogy a korábbi cikkek inkább elméleti kérdéseket, mint a

² Schreyögg, G. 1999, p. 387.

³ A reviewben részletesebben feldolgozott cikkek jellege: egy-egy a 2003-, 2005-, 2008- és 2010-es évekből (elméleti jellegű), 2 cikk 2011-ből (empirikus jellegű), 2012-ből 1 empirikus és 1 inkább gyakorlati jellegű.

foresight definíciója, folyamata vagy annak főbb jellemzőit vetették fel. Több cikkben szerepelt a vállalatok belső és külső környezetének hatása a stratégiai előrelátásra vagy épp az előrelátás „keretrendszeréről” alkottak egy átfogó képet. A 2011-es és 2012-es években sikerült több olyan elemzést, értekezést azonosítani, melyek gyakorlati, kézzel fogható példákkal tárták fel a stratégiai előrelátás világát. Ebben az időszakban párhuzamosan több olyan cikk is megjelent, melyek empirikus vizsgálatokkal, szignifikancia analízissel vagy épp mérési skálákkal⁴ (Likert-skála), illetve előrelátás-stílusokkal próbálták törvényszerű/kauszális összefüggéseket, generalizálhatóbb következtetéseket levezetni a gyakorlatból.



1. ábra: Az első körben kiválasztott cikkek főbb irányvonalai

Forrás: saját szerkesztés

A foresight definíciója és evolúciója

Schmid (2011) a stratégiai foresight alatt egy részfolyamatot ért, amelynek feladata korai fejlődési tendenciák azonosítása a vállalatok környezeti kontextusában. Cél, hogy ezeket az új tendenciákat a vállalatok vezetői azonosítsák és a hatásaikat, esélyek és kockázatok formájában a vállalat és a vállalati teljesítmény számára prognosztizálják. Schmid (2011) megjegyzi, hogy a globális gazdasági történések indikálták, hogy a jövő és trendkutatás módszereit intenzíven be vessék, hogy a legfontosabb trendek és scenáriók a napirendre kerüljenek.⁵

Amsteus (2011b) egyértelműen bizonyította, hogy a menedzserek előrelátása és a vállalatok teljesítménye között egy statisztikailag szignifikáns pozitív kapcsolat fedezhető fel. A másik oldalon logikus következtetés vonható le, ha arra gondolunk, hogy a vállalati teljesítmény kapcsolatban áll a munkavállalók jövedelmével, a nemzetgazdaság bevételeinek növekedésével és nem utolsósorban a háztartások vásárlóerejével.

A foresight evolúcióját tekintve Jemala (2010) rámutatott arra, hogy ennek is megvan a maga elődje és egy függő evolúciója. Az elemzésben több foresight generációt vizsgált, több országra vonatkozóan. Tanulmánya alapján az a végkövetkeztetés vonható le, hogy sok ország profitálhatott egy szinergikus, participatív hosszú távú tervezésből (Jemala, 2010).

⁴ Lásd Amsteus, 2011a

⁵ Schmid in Menz et al. 2011, p. 51.

Az előrelátás folyamata

Az előrelátás olyan előrelátó folyamatként értelmezhető, mely szem előtt tartja az új technológiák, piacok, társadalmi igények vagy új trendek közép-, ill. hosszú távú perspektíváinak a korai elemzését. Emellett fontos, hogy ezeknek a potenciáljait illetve megvalósításának feltételeit megvizsgálja, megbecsülje. (Zweck, Krüick és Braun, 2001, p. 66. idézve Müller, 2008, p. 24.)

Az előrelátás Voros (2003) érvelése alapján a stratégiai gondolkodás egy aspektusa, mely arra hivatott, hogy egy sor elképzelést tárjon fel a lehetséges stratégiai opciókat illetően, egy megfontoltabb stratégiaalkotás végett. Voros (2003) munkájával egy általános keretrendszer vázol fel az előrelátási folyamatról, munkásságában több elméleti konstrukcióra támaszkodik. Többek között felhasználja Mintzberg, Horton és Slaughter következtetéseit megteremtve egy megalapozott, létező kutatási eredményeket egyesítő, több elméleti síkot integráló elméletet, melynek gyakorlati hasznát vehetik az előrelátást formálni kívánó menedzserek.

Slaughter (2002a, p. 232) pragmatikus megközelítéséből kiindulva, miszerint felvetődik a kérdés, hogyan lehet biztosítani a túlélést a környezetben végbemenő verseny növekedésében, a keretrendszer több elméleti tapasztalatot egyesít. Voros kihangsúlyozza az előrelátással kapcsolatos széleskörű közös nyelvezet elterjedését, melynek bele kell ágyazódnia az emberek gondolkodásába. Ez jelentősen megkönnyíti a *foresight* bevezetését egy már létező stratégiai tervezésbe, továbbá ha a szervezet stratégiai folyamataiba sikeresen beágyazódik, már a szervezet foresight kapacitásáról beszélhetünk. Fontosnak tartja a fogalmi határok betartását a stratégiai gondolkodást, stratégiai fejlesztést és a stratégiai tervezést illetően. Mintzberg (1994) alapján a stratégiai tervezés az elemzésről kell, hogy szóljon, a célok és szándékok lépésekre való lebontása az implementálás végett kerül itt előtérbe. Az előrelátható következmények vagy a lépés eredményeinek megfogalmazásához szükséges az ilyen típusú gondolkodás. A stratégiai gondolkodás viszont intuíciót és kreativitást igényel a víziók megfogalmazása érdekében, ahol a pusztán logikus gondolkodás nem elegendő. Összegezve Voros alapján elmondható, hogy a foresight a gondolkodás egyik aspektusa, ami arra szolgál, hogy feltárjon egy széles körű észlelést a rendelkezésre álló stratégiai opciókat, annak érdekében, hogy a stratégiahozatal megfontoltabb legyen. Az utóbbi két tevékenységet a stratégiafejlesztés fekete dobozának tekinti. Nagyon fontos tehát felbecsülni az opciókat és többek között megvizsgálni a lehetséges választásokat. Röviden megfogalmazva leírja, hogy a stratégiai gondolkodás az opciók feltárása, a stratégiai fejlesztés a döntéshozatal és a irányítás szabályozása, a stratégiai tervezés pedig a tevékenységek implementálása. Mintzberg (1994) érvelése alapján a stratégiai gondolkodás a szintézisről szól, amibe beletartozik az intuíció és a kreativitás. Hangsúlyozza, hogy olykor problémát jelent, ha az egyik terület (stratégiai gondolkodás, fejlesztés, tervezés) túl dominánssá válik. A foresight ebben a kontextusban a stratégiai gondolkodás egyik eleme, a stratégiaalkotás egyik inputja, ami irányítja a stratégiatervezést és a stratégiai történést. Az előrelátás dúsítja azt a kontextust, ahol a stratégiai fejlesztés, a tervezés és a kivitelezés történik. Kombinálva a szükséges elméleti alapot, Voros arra a következtetésre jut, hogy az előrelátás általános folyamata az inputból, a foresightból, az outputból és a stratégiából tevődik össze. Az input alatt az információgyűjtést, a stratégiai szkennelést értjük. Maga a foresight munka, azaz a második fázis 3 további lépésre bontható, az elemzésre, az értelmezésre és a jövőbelátásra. Itt a jövőbelátás alatt előrelátó látásmódok generálása értendő, szcenáriók, normatív módszerekkel vagy akár *backcasting* módszerekkel. A következő output fázisban materiális és immateriális eredmények azonosíthatók. Néhány materiális outputban látjuk a lehetséges opciókat, melyet az előrelátás generál. Az immateriális eredmények, pedig leginkább a gondolkodás megváltozásában lelhetők fel, mivel itt a résztvevők észlelése alakul át stratégiává. Az opciókról való elmélkedés serkentése itt jelentős szerepet játszik. A generált output ezek után

a stratégiába árad. A jövő tulajdonságait vizsgálva Voros – felhasználva Henchey (1978) és Hancock – Bezold (1994) – tapasztalatait többfajta jövőt: a potenciális, lehetséges, plauzibilis, valószínű és a vonzóbb jövőket különbözteti meg. Mindemellett úgynevezett *wildcardokat*, alacsony valószínűségű, azonban magas hatású eseményeket is azonosít. Ezek segítenek olyan opciókat, stratégiákat kidolgozni, melyek robusztusabbnak bizonyulnak, vagy éppen új még kiaknázatlan lehetőségeket kínálnak. Ez alátámasztja azt, hogy a jövő megértése nem csupán a trendek elemzését jelenti. A bemutatott keretrendszer alkalmas a foresight folyamatok diagnosztizálására, formálására és újratervezésére egyaránt. (Voros, 2003)

Az előrelátás módszereinek választása

Az előrelátás módszereinek megválasztása során Popper (2008) igazolta, hogy ez multi-faktor folyamatként valósul meg. Itt két alapvető tulajdonság emelhető ki, egyrészt a természet, másrészt a képességek. Miles (2002) és Popper (2008) a választást szisztematikus folyamatként vázolja fel, 5 összehálózott és kiegészítő fázissal: előrelátást megelőző, toborzó, generáló, cselekvő és megújító fázisok. Ezeket a fázisokat és a különböző módszereket és eszközöket vizsgálja. A módszerek választásával kapcsolatban ezek természete és a módszer-mix meghatározó jellegű. A választást illetően elmondható, hogy három tényező relatíve nagy hatást gyakorolhatnak: a módszerek képessége (pl. információ gyűjtése szakértelem, kreativitás vagy interakció segítségével), a Geo K+F Kontextus (K+F Kiadások/GDP százalékos aránya) és a kódolt output (pl. scenáriók, kutatási prioritások, trendelemzések mennyisége). (Popper, 2008)

Az előrelátás mérése és értékelése

Amsteus (2011b) több neves kutató (Fayol 1949, Knight, 1921, Whitehead, 1967) megállapításával érvel, miszerint az előrelátás az üzleti teljesítmény egyik fő komponensének tekinthető. Courtney (2001) szerint a legsikeresebb stratégiai tervezés és a döntéshozatali folyamatok fő céljának tekinthető az előrelátás. Ily módon elmondható, hogy az előrelátás segítségével megteremthető az a tudás, mellyel proaktívan formálható az evolúció (Hamel, Prahalad, 1994, 2005 idézve Amsteus, 2011b). Uotila et al. (2005) megállapítása szerint, az előrelátás a bizonytalanságok és a kockázatok minimalizálására szolgál.⁶

Tudományos szemszögből Amsteus az előrelátás újabb definíciójával, különböző aspektusokra – analízis és idő – és dimenziókra – jelen szituáció, cél és a terv – hívja fel a figyelmet: Amsteus szerint az előrelátás a jelen kontingenciáinak elemzésének mértékét, továbbá ezen kontingenciák elemzésének időn keresztüli mozgásának mértékét takarja. Mindemellett leírja, hogy ügyelni kell a jövőbeli kívánt állapot vagy állapotok az időben egy fokkal tovább való elemzésének mértékére. Az elhangzott eszmeifuttatással kapcsolatban megjegyzi, hogy szintén jelentős szerepet kapnak a cselekvés sorozatok, melyek egy lépéssel tovább történnek az időben, hogy elérhetővé váljanak a jövőbeli állapotok. (Amsteus, 2008, p. 58 idézve Amsteus, 2011b, p. 66.)

A foresight stílusok vizsgálatánál van der Laan és Erwee (2012, p. 374) megjegyzi, hogy 2012-ben is elmondható, hogy kevés empirikus tanulmány foglalkozik ezzel a területtel. Egy átfogóbb tanulmányában van der Laan (2010) javasolta és támogatta azt a feltevést, hogy az előrelátás kompetenciája hatást gyakorol a stratégiai gondolkodásra. Leírja, hogy az előrelátás segítségével számos alternatív szervezeti jövő generálható, melyek elősegítik a stratégiai döntéshozatalt. Az előrelátás mérése érdekében Gary (2008) 4 fő stílusát alkalmazták, melyek a következők: a tervező, az adaptáló, a tesztelő és a reaktor. A négy stílus közül a tervezőt, a tesztelőt és az adaptálót illetően magas korreláció volt felfedezhető. Ezek az egyének hajlandóságát a jövőre való elkötelezettséget illetően magasabb

⁶ Amsteus, 2011b

egydimenziós mérceként értelmezhetők, mely tartalmazza az előrelátás stílusának mögöttes dimenzióit. (*van der Laan, Erwee, 2012*)

Mindemellett említésre méltó, hogy Amsteus (2011b) szignifikáns, pozitív irányú összefüggést fedezett a menedzserek előrelátása és a vállalati teljesítmény között.

Az elemzett adatok, a korrelációk és a különböző dimenziók egymásra való hatása mellett nem szabad megfeledkezni arról, hogy ezeket az eredményeket hasznosítaniuk kell a vállalatok vezetőinek, ahogy ezt már Coates (1985, p. 30. idézve Müller, 2008, p. 24.) is megjegyezte, hogy az előrelátás az információk létrehozásának, megértésének és megbecsülésének általános folyamata, mely az előre tekintés segítségével valósítható meg. Coates (1985, p. 30. idézve Müller, 2008, p. 24.) elmékedése szerint tartalmazza olyan kvalitatív és kvantitatív eszközöket, melyekkel monitoring alá lehet vetni a változó trendek és fejlemények nyomait, illetve indikátorait. Megjegyzi, hogy leghasznosabb esetben, az ezek közvetlenül kapcsolódnak politikai következmények elemzéséhez.

Coates hangsúlyozza, hogy az előrelátás felkészít a jövő szükségleteinek és lehetőségeinek párosításában. Példaként megfogalmazza, hogy az előrelátás a kormányzatban nem képes definiálni a politikákat, de szabályozást biztosíthat, hogy ezek a politikák úgy legyenek kialakítva, hogy tartósabbak legyenek az implementálásban. Fontos, hogy akkor is rugalmasak és megfelelőek maradjanak, ha az idők vagy a körülmények megváltoznak.⁷

Slaughter (2002b) definíciója jobban konkretizálja, mely stratégiai komponenseket érdemes bevonni a definícióba, a kutató a stratégiai előrelátás alatt a magas minőségű, koherens és gyakorlati előrelátó látásmód létrehozásának és fenntartásának a képességét érti. Mindemellett kihangsúlyozza, hogy a szervezet számára hasznos módon szükséges használni a keletkező ismereteket. Példaként megemlíti többek között a kedvezőtlen körülmények felismerését, a stratégia formálását, hogy új piacokat, termékeket valamint szolgáltatásokat fel lehessen fedezni. Munkásságában elhangzik, hogy az előrelátás a jövőkutató módszereinek (pl. Delphi-módszer, Backcasting, Szenárió elemzés) a stratégiai menedzsment módszereivel való egyesülését reprezentálja. Slaughter (2002b, p. 1)

Értelemszerűen Miles (2012) munkássága alapján is elmondható, hogy az előrelátási tevékenység outputja nagymértékben függ attól, hogy mennyire vannak a különböző stakeholderok, szponzor ügynökségek vagy egyéb csoportok bevonva, melyeket mobilizálni szükséges. Továbbá Calof és Smith (2012) is több példával támasztja alá, hogy a foresight hatással van a politikára/irányvonalakra.

The future Scorecard

A következő rész célja megvilágítani a stratégiai scenárió tervezés problematikáját, a külső és belső szemléletek figyelembevételével. Ennek kapcsán a Fink et al. (2005) által 2005-ben előterjesztett cikk tanulságainak rövid, ámbar sokatmondó összefoglalója alátámasztja a jövőbeli jelzőrendszerek kiépítésének relevanciáját és alkalmazhatóságának módszereit:

A foresight-ot illetően Fink et al. (2005) bebizonyítja, hogy lehetséges a külső (piaci-alapú) és a belső (forrás-alapú) nézőpontok kombinálása segítségével a stratégiai menedzsment számára egy korai jelzőrendszernek a kiépítése. Mint már elhangzott, a scenárió tervezési technika már a 70-es évektől fogva jelentős eszközévé vált a vállalatok vezetőinek. Ez hatékony eszköznek bizonyult, mellyel befolyásolható a stratégiai döntéshozatal. Fink et al. megjegyzi továbbá, hogy a scenáriótervezés a kezdetekben szorosan asszociálható volt a stratégiai hosszú távú tervezésnek a kialakulásával. A cikkben leírja, hogyan lehet a külső esélyeket és veszélyeket összehangolni a belső fejlődési lehetőségekkel, és veszélyekkel, természetesen a stratégiai tervezés keretei között. Feltárja, hogy a scenáriók egyik legfőbb haszna az, hogy képesek egy egyre bizonytalanabbá váló

⁷ Coates (1985) Foresight, p. 30. idézve Cuhls (1998) p. 17.

környezetben többféle perspektívának a megvilágítására, ennek köszönhetően feltérképezhetőek a rendelkezésre álló lehetőségek. (Fink et al. 2005)

Moore (1996) érvelését felhasználva hangsúlyozható, rendszergondolkodásra van szükség, hisz a tervezés során a vállalatoknak figyelembe kell venniük a komplex rendszerek fejlődési tendenciáit/viselkedéseit melyek egy nagyobb ökoszisztéma legfontosabb kulcstényezők kapcsolataival való bánásmódon alapulnak. Emellett Fink et al. jelentős szerepet tulajdonítanak a nyitott gondolkodásmódnak is. (Fink et al. 2005)

Összefoglalva tehát levonható az a következtetés, miszerint a scenárió menedzsment a rendszergondolkodás, a jövő iránti nyitott és stratégiai gondolkodás kombinált módszereinek a keverékeként értelmezhető. A kutatók egyfajta „scenario field” meghatározását implikálják, mely egy speciális elem, a scenáriótervezés szubjektuma. A legtöbb ilyen Field piaci-alapú, piacra-alapuló látásmódjára épül, iparokra, piacokra vagy éppen technológiákra koncentrálva. A scenáriótervezés négy fő lépésre osztható: egyrészt az olyan jellegű kulcs-, illetve domináns faktorok feltárására, melyek több más faktorra hatást gyakorolnak. Másrészt alternatív jövőbeli projekciók előrelátására, ahol a jövő horizontját definiálva meghatározandóak a kulcsfaktorok lehetséges fejlődési tendenciái, Fink et al. (2005) itt faktoronként több projekciót ajánl. Harmadik lépésként a scenáriók kalkulálását és megfogalmazását terjesztik elő, hangsúlyozza, hogy minden scenárió egy lehetséges és konzisztens jövőbeli helyzetet kellene, hogy visszaadjon, a scenárió szettként definiálja azt a készletet, ami az összes fennálló lehetőséget tükrözi. Rendkívül fontos a negyedik lépés, ahol a scenáriók analízise, feltérképezése és értelmezése zajlik. A szerzők arra is utalnak, hogy a scenáriótervezési folyamatok rendkívül sokrétűek lehetnek, példaként megemlítik az intuitív külső hozzáállást, mely az anglo-amerikai területre jellemző. A többféle scenáriótervezési folyamat közül még érdemes e ponton megemlíteni a dialógus útján végbemenő (intuitív, belső) és a munkacsoportok általi szisztematikus scenáriófejlesztést (szisztematikus, belső). (Fink et al. 2005)

A stratégiafejlesztés gyakori célja, a már létező stratégiák tartósságának vizsgálata, akár külső scenáriók segítségével. Ez hasznos, mivel lehetséges az inkonzisztenciák és a problémák azonosítása az aktuális stratégiát illetően és lehet új lehetőségeket alkalmazni. E módon Fink és társai leírják, hogy maga a stratégiaalkotás két nagyon extrém pólus között helyezhető el, egyrészt a fókuszált – 1 referencia scenárió alapú, másrészt a jövőt-álló – összes scenáriót figyelembevevő – stratégiák. A másik oldalon nem szabad megfelekedni a szervezetben létező különböző látásmódokról, melyek a problémákra, konfliktusokra vonatkoznak. Az emberek hajlamosak személyes vízióikat és ötleteiket a vállalati jövőt illetően beleágyazni a különböző stratégiai scenáriókba. Az effajta stratégiai scenáriók kialakításához szükséges a kulcselemek azonosítása, a jövőbeli lehetőségek fejlesztése és leírása, s a lehetőségek összevetése a stratégiai scenáriókkal, majd egy stratégiai térkép kialakítása. Marr és Schiuma (2001) klasszifikációjával élve Fink et al. a szervezeti források alatt a stakeholder források és a strukturális források összességét érti. A stakeholder források tovább bonthatóak stakeholder kapcsolatokra és emberi erőforrásokra. A strukturális források szintén tovább bonthatóak fizikai és virtuális infrastruktúrára (kultúra, rutinok/praktikák, intellektuális tulajdon). Szem előtt kell tartani, hogy az effektív stratégiák fejlesztése érdekében figyelembe kell venni ezen források természetét, dinamikus interakcióit. (Fink et al. 2005)

Fink és társai a scenárióalapú stratégiai tervezésről szóló modelljükben kombinálják a stratégiát és a piaci scenáriókat, ami jelentősen hozzájárul a stratégia megtalálásához. Nagy szerepet kap továbbá a külső környezet és a saját lehetőségek bizonytalansága. Mivel a prognózisok csupán rövidtávot ölelnek fel és a növekvő bizonytalansággal egyre nehezebb helytállni a versenyszférában, szükséges egy korai figyelmeztetőrendszer létrehozása. Ehhez jelentősen hozzájárul a trendmenedzsment (középtávon) és a scenárió monitoring

(hosszútávon). E ponton a gyenge jelek beazonosítása a cél, ahol a stratégiai tervezés és a stratégiai korai figyelmeztetőrendszer elősegíti a lehetőségek megragadását és a kockázatok elkerülését. Ez szoros kapcsolatban áll a stratégiai tervezéssel és a stratégiai kontrollinggal. Az egykor kifejlesztett stratégiák sikere nem csak a cégek implementálással kapcsolatos tevékenységeitől és teljesítményétől függ. Nem szabad figyelmen kívül hagyni az aktuális piaci, ipari és globális környezettel való lépéstartás és a témamenedzsment szerepét sem. A scenáriók új szerepet játszanak a jól strukturált tervezési folyamat és a kevésbé szervezett, mondhatni kaotikus korai figyelmeztetőrendszer kombinálása során. A scenárió lehet egyfajta mag, mert első eredményeket terjeszt elő, viszonylag rövid időn belül, továbbá helyet biztosít a monitoringnak. Az említetteken kívül a szerzők a gyenge jelek azonosítására is látják a lehetőséget, a korai figyelmeztetőrendszerek képesek új scenárió folyamatának inicializálására, továbbá hogy közös vonása a scenárióknak és a korai figyelmeztetőrendszereknek, hogy azonos fajta információt használnak fel. (Fink et al. 2005)

Az úgynevezett Future Scorecard előnyt jelent abban a tekintetben, hogy a monitoring biztosításával nem csupán a jelenlegi stratégiákat, hanem egyúttal a kritikus piaci indikátorokat is vizsgálja. Persze jelentős pozitívum, hogy nem csupán a belső teljesítmény indikátorai, hanem a változás indikátorai – melyek más alternatív stratégiákból születnek – is monitoring alá esnek. Az effajta stratégiai premisszák, a kritikus piaci indikátorok és a stratégiai indikátorok eredményezik a Future Scorecard-ot.⁸ Ennek kapcsán három lehetőség adódik a jövőbeli fejlődési tendenciákkal való szembesüléshez: Egyrészt az operáció változtatás, stratégiaváltoztatás nélkül, másrészt a stratégia változtatása anélkül, hogy változna a vállalat látásmódja a környezet vagy a saját lehetőségek jövőbeli alakulását illetően, vagy épp harmadrészt a jövőbeli látásmód megváltoztatása. Az említettek alapján levonható a következtetés, hogy a future scorecard jelentős eltolódást jelenthet az emberek gondolkodásában, mivel segít a hagyományos gondolkodásmód áthidalásában. (Fink et al. 2005)

Összefoglalás és következtetések

A stratégiai előrelátás gyökerei megtalálhatóak a 70-es években jelentkező scenáriótervezés (Fink et al. 2005) elterjedésében, ami mára egy komolyan figyelembe veendő korai figyelmeztetőrendszer alapját képezheti. A foresight effajta fejlődését többek között a gazdasági fejlődés és az egyre intenzívebbé váló verseny által veszélyeztetett túlélőképesség biztosításának a relevanciája ösztönözte. A gazdasági válságok után jelentős tanulmányok, tézisek készültek a terület folyamatát, módszereit és evaluációját illetően. Megállapítható, hogy nem létezik egyértelmű és pontos képlet, mellyel a sikeres előrelátás előidézhető. Az emberi intuíció és kreativitás szintúgy befolyásolhatja a sikeres stratégiaalkotást, mint az elemzésekből levonható objektív következtetések. Azonban nem elhanyagolandó, hogy az elmúlt évtized során rengeteg tapasztalatot nyerhettünk azzal kapcsolatban, hogy a mérhető faktorok könnyebben befolyásolhatóak, és mechanizmusai könnyebben megérthetőek. A felsorolt elméleti tapasztaltok összefoglalója tehát alkalmas arra, hogy dióhéjban felkészítse az olvasót azon jelentős faktorok működésére, melyekkel sikeresen helyt állhat a jövőben.

Irodalomjegyzék:

Amsteus, M. (2008). Managerial foresight: concept and measurement, In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 10 No. 1, pp. 53-66., DOI: [10.1108/14636680810856026](https://doi.org/10.1108/14636680810856026)

⁸ Az implementáláshoz lásd Fink et. al. (2005) pp. 377-379.

- Amsteus, M. (2011a). Managerial foresight: measurement scale and estimation. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 13, No. 1, pp. 58-76., DOI: [10.1108/14636681111109705](https://doi.org/10.1108/14636681111109705)
- Amsteus, M. (2011b). Managers' foresight matters. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 13, No. 2, pp. 64-78., DOI: [10.1108/14636681111126256](https://doi.org/10.1108/14636681111126256)
- Calof, J., Smith, J.E. (2012). Foresight impacts from around the world: a special issue. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 14, No. 1, pp. 5-14., DOI: [10.1108/14636681211214879](https://doi.org/10.1108/14636681211214879)
- Courtney, H. (2001). *20/20 Foresight*, Harvard Business School Press, Boston, MA
- Cuhls, K. (1998). *Technikvorausschau in Japan, Ein Rückblick auf 30 Jahre Delphi-Expertenbefragungen*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg GmbH.
- Fink, A., Marr, B., Siebe, A., Jens-Peter, K. (2005). The future scorecard: combining external and internal scenarios to create strategic foresight. In: *Management Decision*, Vol. 43, No. 3, pp. 360-381., DOI: [10.1108/00251740510589751](https://doi.org/10.1108/00251740510589751)
- Jemala, M. (2010). Evolution of foresight in the global historical context. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 12., No. 4, pp. 65-81., DOI: [10.1108/14636681011063004](https://doi.org/10.1108/14636681011063004)
- Marr, B., Schiuma, G. (2001). Measuring and managing intellectual capital and knowledge assets in new economy organisations, in Bourne, M. (Ed.), *Handbook of performance measurement*, Gee, London.
- Menz, M., Schmid, T., Müller-Stewens, G., Lechner, Ch. (2011). *Strategische Initiativen und Programme Unternehmen gezielt transformieren*. Gabler Verlag., DOI: [10.1007/978-3-8349-6965-1](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6965-1)
- Miles, I. (2002). *Appraisal of Alternative Methods and Procedures for Producing Regional Foresight*, report prepared by CRIC for the European Commission's DG Research funded STRATA – ETAN Expert Group Action, CRIC, Manchester.
- Miles, I. (2012). Dynamic foresight evaluation. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*. Vol. 14, No. 1, pp. 69-81., DOI: [10.1108/14636681211210378](https://doi.org/10.1108/14636681211210378)
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. In *Harvard Business Review*, Vol. 72., No. 1, pp. 107-114.
- Müller, A.W. (2008). *Strategic Foresight – Prozesse strategischer Trend- und Zukunftsforschung in Unternehmen*, Dissertation der Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften (HSG). pp. 412.
- Popper, R. (2008). How are foresight methods selected? In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 10, No. 6, pp. 62-89., DOI: [10.1108/14636680810918586](https://doi.org/10.1108/14636680810918586)
- Schmid, T. (2011). Strategische Initiativen und Programme als strategischen Prozess managen. In: Menz, M., Schmid, T., Müller-Stewens, G., Lechner, Ch. (Eds.): *Strategische Initiativen und Programme Unternehmen gezielt transformieren*. Gabler Verlag. pp. 49-70., DOI: [10.1007/978-3-8349-6965-1_2](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6965-1_2)
- Schreyögg, G. (1999). *Strategisches Management, Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven. In die Unternehmung*. 53 Jg, Heft 6. pp.387-407.
- Slaughter, R.A. (2002a). Where now for futures studies? In: *Futures*, Vol. 34., No. 3-4., pp. 229-233., DOI: [10.1016/s0016-3287\(01\)00040-4](https://doi.org/10.1016/s0016-3287(01)00040-4)
- Slaughter, R.A. (2002b). *Developing and Applying Strategic Foresight*. In: http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2002slaughter_Strategic_Foresight.pdf, letöltve 2014.11.02.
- Van der Laan, L. (2010). *Foresight competence and the strategic thinking of strategy-level leaders*, University of Southern Queensland, Toowoomba
- Van der Laan, L., Erwee, R. (2012). Foresight styles assessment: a valid and reliable measure of dimensions of foresight competence? In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 14, No. 5, pp. 374-386., DOI: [10.1108/14636681211269860](https://doi.org/10.1108/14636681211269860)

Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. In: *Foresight: the Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy*, Vol. 5, No. 3, pp. 10-21., DOI: [10.1108/14636680310698379](https://doi.org/10.1108/14636680310698379)

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágzatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

BERECZK Ádám¹

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágazatainak állóeszköz-bővítésére

A tanulmány a hazai feldolgozóipart elemezve arra keresi a választ, hogy a beruházások részeként megjelenő és szakágazati szinten összesített állóeszköz bővítési összegek kapcsolatban állnak-e a szakágazati nyereségességgel, illetve a munkaerőköltség relatív nagyságával. A vizsgálatot korreláció számítások segítségével végeztem. A vizsgált évben az állóeszköz bővítés és a munkaerőköltség között közepesen erős és pozitív irányú lineáris kapcsolat, a bővítés és a működési eredmény között ennél erősebb pozitív irányú kapcsolat mutatkozott. Az eredmények alapján a bővítési célú beruházások elsősorban a profitkilátásoknak megfelelően alakulnak az egyes szakágazatokban. Ezzel összefüggésben az alacsonyabb munkaerőköltség nem meghatározó tényező az új beruházások megvalósulása szempontjából.

Kulcsszavak: szakágazat, állóeszköz bővítés, munkaerőköltség, nyereségesség
JEL kódok: M20, M21, N60

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches

The main aim of this study is to analyse the correlation between profitability, staff cost and fixed asset expansion. The prior method is making comparison between Hungarian manufacturing sub-branches by calculating correlation coefficients and using regression functions. According to the research the correlation between fixed asset expansion and staff cost is positive and weak, the correlation between fixed asset expansion and profitability is positive and moderately strong in the given year. Based on the results the fixed asset expansion is mainly determined by the profit expectations. In this context the cost of the staff is not a significant factor when it comes to investment decisions.

Keywords: sub-branch, fixed asset expansion, staff costs, profitability
JEL Codes: M20, M21, N60

¹ A szerző a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának egyetemi tanársegédje (berezck.adam AT uni-miskolc.hu)

Bevezetés

A feldolgozóipari beruházások témaköre komoly szakmai- és közérdeklődésre számot tartó terület (pl. Wang-Szirmai, 2012; KSH, 2012; Wiengarten, 2011; Small, 2006). Kutatásaim során több éve foglalkozom a feldolgozóipar különböző ágazati jellemzőivel, idősoros adatokon vizsgáltam többek között a költségstruktúra, a kibocsátás, az eredményesség és a termelékenység kérdésköreit. Ebbe a sorba illeszkedik a kutatás azon szakasza, melyben a jövőbeli termelési szintet meghatározó (bővítési) adatok alakulását az annak hatótényezőiként feltételezett munkaerőköltség és eredményesség alakulásával összefüggésben vizsgálom. 2011-ben a magyar gazdaság a jelzálogpiaci válság okozta sok negatív következményeitől továbbra is hátráltatva, de már növekvő pályán állt. A nemzetgazdaság beruházásainak értéke 437 milliárd Forint volt, lényegesen kevesebb a válság előtti években tapasztalttól. A gazdasági növekedés lassú újraindulásában fontos szerepet játszott a feldolgozóipar bővülése, több ágazat viszonylag gyorsan visszatért a növekedési pályára a kitartóan növekvő exportnak köszönhetően (első félévben 12, második félévben 5 százalékos növekedés). A járműgyártás és kapcsolódó iparágainak ipari termelésben betöltött szerepe tovább nőtt, miközben a legnagyobb értékű beruházás is ebben az ágazatban valósult meg, Kecskemét térségében.

Kutatásom során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

1. van-e kapcsolat az állóeszköz bővítés és a munkaerő költsége között;
2. van-e kapcsolat az állóeszköz bővítés és a nyereségesség között;
3. amennyiben vannak statisztikailag értelmezhető kapcsolatok a változók között, milyen azok iránya, illetve a figyelembe vett független változók közül melyiknek erősebb a kapcsolata a bővítéssel.

Hipotézisek:

1, a nagyobb nyereségességű területeken nagyobb a beruházási hajlandóság, így nagyobb értékű bővítés valósul meg;

2, az alacsonyabb munkaerő költségű ágazatokban nagyobb összegű bővítés történik.

Irodalmi áttekintés

A szakmai vélemények megosztottak abban a kérdésben, hogy a fizikai tőkeállomány felhalmozása² mennyiben feltétele és elősegítője egy gazdaság modernizációjának³, versenyképességének (nagyobb a konszenzus a technológiai haladás, és a humán erőforrás⁴ minőségének szerepe tekintetében). Főként a délkelet-ázsiai államok sikertörténeteinek elemzéseiben találjuk a fizikai tőke nagymértékű felhalmozását. A környezeti és gazdasági válság fényében több kutató azt is megkérdőjelezi, egyáltalán célszerű-e, ha a feltörekvő országok a fejlődés nyugati útját követik (Tóth 2009, 2013; Szigeti et al. 2013a; Szigeti et al. 2013b). A 2008-as válság azonban kétségkívül nyomott hagyott mind a beruházások, mind az alkalmazott munkaerő számának alakulásán, ahogy ezt számos tanulmány és kutatás is

² 2013-as könyvükben Tóthné, Sáfrányné és Bartha hasznos szakirodalmi összefoglalást adnak a fejlődés belső és külső tényezőiről. Itt a tőkehiány negatív hatású, belső tényezőként jelenik meg. A szerzők ezen túlmenően széleskörű elemzési perspektívába helyezik a külföldi tőkebefektetések szerepét (is) a nemzetközi gazdasági rendszerben.

³ Napjainkban kiemelt jelentősége van a modern irodai és gyártási környezetet megteremtő számítógépekbe, infokommunikációs eszközökbe történő beruházásoknak, melyek új piaci lehetőségeket is jelentenek. Sasvári Péter 2012-ben kiadott könyvében szereplő kutatási eredmények alapján az elektronikus piacterekhez való hozzáférés szignifikáns árbevétel növelő hatásának bizonyult több magyarországi ágazatban is.

⁴ A humán erőforrás versenyképes alkalmazása, csakis a jól kidolgozott munkakörökön keresztül – amelyek a munkaköri leírásokban realizálódnak – valósulhat meg. (Pató, 2013; Pató, 2012)

bizonyítja (Csiszárík-Kocsir et al., 2012a, 2012b). Az állomány növelése önmagában nem garancia sem a technológiai színvonal, sem a termelékenység emelkedésére (Szalavetz, 2004). A gazdasági fejlődésben, tökevonzó képességben kiemelt tényező a képzettség, ugyanis kimutatható korreláció van a gazdasági aktivitás, a versenyképesség és a végzettség magasabb szintje között (Borzán et al., 2009). Az ipartelepítő tényezők sorában a vállalkozások többsége pozitívan értékeli az olcsó és megfelelően képzett munkaerőt (Borzán et al., 2008). A tőkeállomány megfelelő működtetéséhez szükség van képzett munkaerőre, de nem szabad figyelmen kívül hagyni a kulturális sajátosságokat és a vállalatirányítási módszerek sikeres adaptálását sem (Berényi, 2014).

Az ágazati beruházások alakulása az ágazatba tartozó, és az oda belépő vállalatok beruházási döntéseinek függvénye. A vállalkozások bővítési döntéseit számos gazdasági körülmény és vállalati jellemző befolyásolja (megtérülés, piaci lehetőségek, növekedési várakozások, finanszírozási költségek, kapacitáskihasználtság, stb.) ezeket azonban jelentős mértékben meghatározza az iparág, a cégméret, illetve az projektekben, megbízásokban elfoglalt jellemző pozíció (Szabó et al., 2014). Ágazatonként és döntési szituációként eltérő, hogy a vállalatok pontosan milyen szempontokat mérlegelnek, és milyen súllyal veszik azokat számításba (Bowhill, 2008). Ugyanakkor a jövedelmezőségi lehetőségek kihasználására való törekvést illetően általános egyetértés mutatkozik, miszerint a tőke elsősorban a megtérülési lehetőségek alapján „keresi a helyét” a gazdaságban (ezt az összefüggést támasztják alá jelen kutatás vonatkozó eredményei is). A megtérülést manapság gyakran értelmezik tágabban, az öko-hatékonysági szempontokat is figyelembe véve, ahol egyszerre jutunk környezeti és pénzügyi előnyökhöz (Kék 1998, Tóth 2002-2007). A béreket⁵ illetően Braconier és szerzőtársai azt találták, hogy a relatív béreknek jelentős hatása van a beruházásokra (Braconier, 2005). Hasonló kérdésfeltevéssel, a regionális különbségeket is vizsgálva Feenstra és Hanson azt találták, hogy a nagyobb bérkülönbségek, képzetten munkakerőt jelezvén nagyobb tökevonzó képességgel rendelkeznek (Feenstra, 1997). Jelen munka nem a regionális különbségek oldaláról közelíti a problémát (mely Magyarország esetében ilyen összefüggésben nem is feltétlenül lenne indokolt), de újat mutat abban, hogy a korábbiaknál mélyebb tevékenységek szerinti (szakágazati) bontásban vizsgálódik, és a beruházásoknak a szokásosnál szűkebb (pontosabb) kategóriáját, az összes állóeszköz bővítés adatát veszi alapul.

Eszközállomány és bővítés Magyarországon és az EU-ban

Az eredmények értelmezése előtt célszerűnek látszik áttekinteni röviden a 2011-es év általános beruházási helyzetképét Magyarországon és az Európai Unióban. A tárgyalt évben a beruházások az Unió egészét tekintve hozzávetőleg 1 százalékkal nőttek. Németország, Ausztria, Lengyelország és a balti államok teljesítettek a legjobban. A beruházási volumen ugyanakkor a legtöbb ország esetében még mindig nem érte el a válság előtti szintet. Magyarországon a megelőző évekre is jellemző (2008 eleje óta tartó) csökkenő tendencia folytatódott, 4,5 százalékos bruttó állóeszköz felhalmozás csökkenést láthattunk az év egészében. A változás irányát évek óta jelentősen befolyásolja az építőipari beruházások jelentős csökkenése. Ugyanakkor a gép és berendezések esetében erős, 8,8 százalékos bővülés valósult meg. A teljes feldolgozóiparra vonatkozóan nagymértékű, 24,2 százalékos növekedés történt. (KSH, 2012). A vizsgált évben a nemzetgazdaságban létrejött összes beruházás 28,6%-a valósult meg a feldolgozóiparban.

⁵ A beruházások ilyen szempontú összetevőit több aktuális kutatás is vizsgálja (Szilágyi et al. 2013, Szilágyi et al. 2015).

Kutatási módszer⁶

A vizsgálat módszertana korrelációs számítás volt a fenti változók között. A korrelációs számítások lehetőséget biztosítanak annak a vizsgálatára, hogy van-e lineáris kapcsolat az egyes változók között, illetve hogy az milyen irányú és erősségű. Magyarország vonatkozásában az Eurostat adatbázisában a legfrissebb adatsorok 2011. évre állnak rendelkezésre. Más forrásokból (pl. KSH) elérhetőek ugyan frissebb beruházási adatok, de megítélésem szerint a három vizsgált tényező vonatkozásában az elemzés szempontjából csak ez az adatbázis szolgáltat megfelelő tartalmi összefüggéseken alapuló, fogalmi szempontból teljesen letisztult és könnyen összehasonlítható kategória-használatot.

A 2009/250 EK rendeletben megfogalmazott beruházási definíció a beruházást az adott időszakban (év) történt állóeszköz beszerzéseként értelmezi. Beruházási értéknek a bruttó állóeszköz beruházás adatait használtam fel (a bruttó jelző itt az érték helyesbítés előtti tulajdonságot jelöli). Az állóeszköz bővítés értékeit a tárgyi eszközökbe történt beruházások és az adott évi értékcsökkenés különbségeként számítottam. Az értékcsökkenésnek megfelelő pótlást feltételezve, annak levonása után maradó összeg a beruházások bővítéseként értelmezhető része. A munkaerőköltség mutatószámaként az egy főre jutó átlagos munkaerőköltség adatát alkalmaztam. A működési eredményt a bruttó működési eredmény hozzáadott értéken belüli arányával jellemeztem, a hozzáadott értékek nagysága közötti különbségekből eredő torzítások kivédésének céljából. Az Eurostat bruttó működési eredményként értelmezi azt a működési tevékenység által létrehozott többletet, mely a munkaerő-tényező ráfordítás ellentételezése után keletkezik. A szakágazatok összesített adatai között szerepel minden kettős könyvvitelt vezető vállalkozás, mely biztosítja az eredmények reprezentativitását. A szakágazati bontás a legalacsonyabb olyan szint, melyhez megbízható nyilvános adatbázisból homogén tevékenységek szerinti adatok nyerhetők, így alkalmazása a lehetőségek szerinti legpontosabb mérésre ad lehetőséget. A vizsgálatban szerepel minden feldolgozóipari szakágazat a járműgyártáson kívül, mely a későbbiekben bemutatott adatok alapján kiugró (outlier) értéket képvisel, így számításba vétele növelné a mérés hibáját és torzítását. Beruházási adata alapján így huszonhárom szakágazatot vizsgáltam a NACE Rev. 2 kategória besorolást alkalmazva. A korrelációs számítás során a munkaerőköltség és jövedelmezőség adatsorainak legnagyobb és legkisebb értékeihez tartozó szakágazatokat is kizártam a vizsgálatból (így mindkét esetben huszonegy adatpár összehasonlítása történt). Az adatok az Eurostat Structural Business Statistics adatbázisából származnak, az alkalmazott kategóriák az Európai Bizottság 2009/250/EK rendeletében (*Rendelet, 2009*) definiáltak.⁷

Eredmények

Ahogy az az *1. ábrán* látható, a 2011-es szakágazatok állóeszköz-bővítéseként értelmezhető beruházási adatait tekintve a szakágazatok többségére a százmillió eurós nagyságrend jellemző. A mértékekben jelentős különbségek mutatkoznak. A legnagyobb összegű állóeszköz bővítés a járműgyártás szakágazatban valósult meg (1354 M EUR). A második legnagyobb bővítés az élelmiszeriparban történt (347 M EUR). A legalacsonyabb bővítési érték, mindössze öt millió euró a dohánytermék gyártásban valósult meg. A huszonnégy szakágazatból kilenc bővítési értéke ötven millió euró alatt marad. Efelett egy következő csoport látszik száznegyven millió eurós értékig, hat szakágazattal. A további nyolc

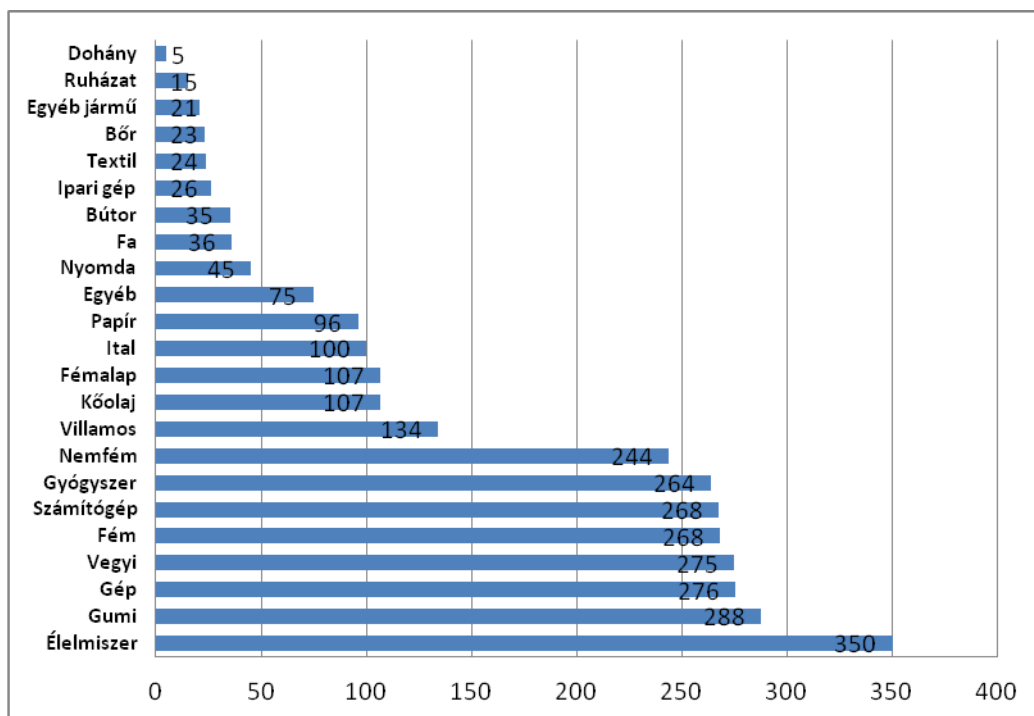
⁶ Az alkalmazott módszertan Pató 2014-es munkája alapján jól kiegészíthető lehet síkbeli, de akár térbeli modellekkel is, melynek végrehajtására a kutatás ezen fázisában még tudtam vállalkozni, de a továbbiakra nézve hasznos elképzelésnek látszik.

⁷ A szakágazatok megnevezései az ábrázolhatóság és könnyebb tárgyalhatóság érdekében rövidítve szerepelnek, besorolásuk a KSH által is alkalmazott, NACE Rev. 2 kategória csoportjai alapján készültek (*NACE, 2008*).

szakágazat bővítési értéke 240 és 350 millió euró közötti (az 1. ábrán a szemléltetést segítő a járműgyártás adatai nem szerepelnek, ahogyan a korrelációs számításokban sem).

A legkevesebb bővítést a dohány, ruházat, egyéb jármű, bőr feldolgozása területén eszközölték a vállalatok. Jól elkülönülő méretkategóriát alkot az a kilenc szakágazat, melyeknél a bővítések értéke 50 millió euró alatt marad. A százmillió eurós érték magasságában találjuk az „ital”, a „papír”, a „kőolaj”, a „fémalap” szakágazatokat. Ide sorolható a „villamos” is, 131 millió eurós értékével. 50 millió euró és 100 millió euró között egyedül az egyéb feldolgozóipar (72 millió euró) helyezkedik el. Növekvő sorrendben a következő szakágazat a 241 millió eurós bővítési értéket mutató „nemfém”, mely egy új méret csoport kezdetét is jelenti: 7 szakágazat bővítési értéke van 240 és 300 millió euró között. Ettől a csoporttól elkülönülve, de nagyságrendileg hasonló értékkel áll, és a második legnagyobb bővítést képviseli az „élelmiszer” szakágazat, 347 millió eurós értékkel. Ennek több mint négyszeresét érte el a lista vezetője, a járműgyártás, 1354 millió euróval.

A munkaerőköltség adatokkal való egybevetés alapján a korrelációs együttható értéke +0,42. A pozitív érték azt jelenti, hogy a magasabb munkaerőköltséghez nagyobb állóeszköz-bővítési értékek tartoznak. A munkaerőköltség alacsony mivolta tehát nem meghatározó az adott terület tökevonzó képességében. Ez a jelenség társadalmi és gazdasági értelemben is kifejezetten pozitívnak mondható.



1. ábra Állóeszköz-bővítési adatok a magyar feldolgozóiparban a közúti járműgyártás adata nélkül (M Eur, 2011)

Forrás: a szerző szerkesztése

További vizsgálat tárgyát képezte, hogy a nagyobb működési eredményű szakágazatokban nagyobb bővítési értékek fordulnak-e elő. A működési eredmény alkalmazott számbavételi módja (a hozzáadott értéken belüli arány figyelembevétele) azért előnyös, mert így a szakágazatok között egyébként meglévő jelentős árbevételi különbségekből fakadó torzítás csökkenthető (kiküszöbölhető). A korrelációs együttható értéke a két változó között +0,68, mely meggyőző erősségű, pozitív irányú kapcsolatot jelöl. Ez alapján megfogalmazható az az állítás, hogy a nagyobb működési eredményt felmutatni képes szakágazatokban nagyobb az állóeszköz bővítési hajlandóság.

Következtetések

Összefoglalásként, a feldolgozóipari bővítések szakágazati megoszlását tekintve kiemelendő, hogy 2011-ben a járműgyártás területén végbement bővítések messze felülmúlták a más szakágazatokban tapasztalt értékeket. Ezen kívül, három nagyobb csoport azonosítható: a legnagyobb bővítéssel rendelkezők bővítési értékei 250 és 350 millió euró között vannak, a „középmezőnyként” értelmezhető csoport 100 millió euró körüli értékeket mutatott, a bővítések szempontjából „lemaradó” szakágazatok lényegesen 100 millió euró alatti értékeket produkáltak.

Az állóeszköz bővítés és a munkaerőköltség közötti kapcsolat közepesen erős és pozitív irányú, a magasabb bérekhez alapvetően nagyobb bővítési értékek tartoznak. Ez az eredmény azt a nézetet erősíti, mely szerint a beruházási célú bővítések a magasabban képzett munkaerőt nagyobb arányban igénylő tevékenységek területén jelennek meg nagyobb mértékben. Az állóeszköz bővítés és a hozzáadott értékhez viszonyított működési eredmény között erős lineáris kapcsolat áll fenn. A tanulmány két fő eredményét összefoglalva az állapítható meg, hogy a bővítési célú beruházások elsősorban a profitkilátásoknak megfelelően oszlanak meg az egyes szakágazatok között, és ezek a beruházások megvalósulnak a magasabb munkaerőköltségek ellenére is. Más oldalról a vizsgált adatok alapján a magyar feldolgozóiparban az alacsonyabb munkaerőköltségnek önmagában nincs jelentős vonzereje az új beruházások megvalósulása szempontjából. Természetesen a vállalatok számára az igazán fontosnak bizonyuló magasabb működési eredmény elérhető nagyobb munkaerőköltségek mellett is, ha a magasabban képzett munkaerőt foglalkoztató, nagyobb hozzáadott értéket képviselő, termelékeny tevékenységekbe ruháznak be (mint megfigyelhető ez a járműgyártás esetében).

Az eredmények alapján az első hipotézis beigazolódott. A második hipotézist – annak ellenére, hogy más szerzők kutatási eredményeinek felhasználásával fogalmazódott meg, el kellett vetni. A munkaerőköltség és a bővítés közötti kapcsolat a feltételezettől eltérő, pozitív irányú (és közepesen erős): a magasabb bérekhez egyértelműen nagyobb állóeszköz-bővítési értékek tartoznak. További kutatási lehetőséget rejt magában a szakágazati bővítéseknek a K+F kiadásokkal és a hozzáadott értékkel esetlegesen fennálló kapcsolatának elemzése. A vizsgálat Kelet-közép európai, vagy Európai Unió összehasonlításaként még több hasznos információval szolgálhat. Az említetteknek megfelelő kutatási eredmények megjelenése a következő években várható.

Irodalomjegyzék

- Az Európai Bizottság 2009/250/EK Rendelete (2009). Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L86/1.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:086:0001:0169:EN:PDF>
(2014.03.07)
- Bartha, Z. – Sáfrányné, G. A. – Tóthné, Sz. K. (2013). *Intézményi megoldások, fejlődési modellek*. Miskolc: GNR Szolgáltató és Kereskedelmi Bt.
- Berényi, L. (2014). *A minőségmenedzsment módszerei és eszközei: Megközelítések és általános technikák*. Budapest: Publio Kiadó.
- Borzán, A. – Gurzó, I. – Kovács, M. – Krajcsóné, K. I. – Simon, I. – Szabóné, B. M. – Tóth J. (2008). A differenciált vállalkozásösztönzés megalapozása Békés megyében: Kutatási jelentés a Békés megyei vállalkozók körében végzett interjúk és kérdőíves fölmérés alapján. In Simon Imre (szerk.). *A Békés Megyei Területfejlesztési Tanács és a TSF Gazdasági Főiskolai Kara együttműködése keretében*, pp. 1-117.
- Borzán, A. – Krajcsóné, K. I. – Kovács, M. – Simon, I. – Szabóné, B. M. (2009). A vállalkozások versenyképességi helyzetének, innovációs és tökevonzó képességének térségi különbségei Békés megyében. *Körös Tanulmányok*, Szent István Egyetem Gazdasági Kar, Békéscsaba, pp. 24-49.

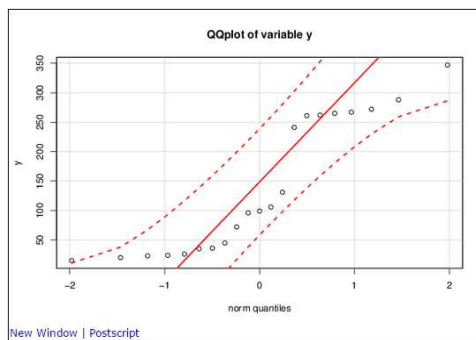
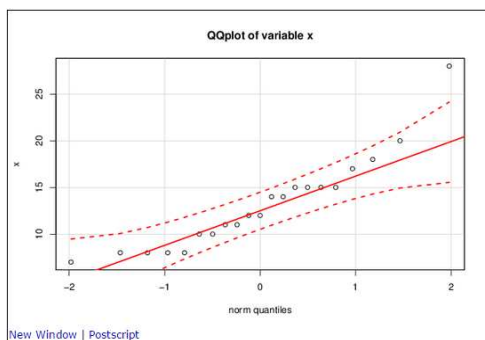
- Bowhill, B. (2008). *Business planning and control: integrated accounting, strategy and people*. West Sussex (England): John Wiley & Sons.
- Braconier et al. (2005). Multinational enterprises and wage costs: Vertical FDI revisited. *Journal of International Economics*, 67, 446–470., DOI: [10.1016/j.jinteco.2004.08.011](https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2004.08.011)
- Csiszárík-Kocsir, Á. – Fodor, M. – Medve, A. (2012a). The Effect of the Sub-Prime Crises on Workplace Safety in Hungary Based on a Primary Research, *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, Vol 4. No. 2., July 2012., Publisher: The Social Sciences Research Society, 11-25 pp.
- Csiszárík-Kocsir, Á. – Medve, A. (2012b). Életünk mindennapjai a válság után – avagy a válság hatásainak személyes észlelése kutatási adatok alapján, *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században II. – Tanulmánykötet*, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, 135.-145. oldal,
- Feenstra, R. – Hanson, G. (1997). Foreign direct investment and relative wages: Evidence from Mexico's maquiladoras. *Journal of International Economics*, 42, 371–393., DOI: [10.1016/s0022-1996\(96\)01475-4](https://doi.org/10.1016/s0022-1996(96)01475-4)
- Illés, M. (2008). A könyv szerinti és a piaci érték eltérései. In Illés M., *Vezetői gazdaságtan* (pp. 204-260). Budapest: Kossuth Kiadó.
- Kék, M. – Nemcsicsné, Zs. Á. – Tóth, G. (1998). Zöldülő bankok. *Bankszemle*, 1998/1-2, pp. 73-88.
- Központi Statisztikai Hivatal (2012). Jelentés a beruházások 2011. évi alakulásáról. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jelberuh/jelberuh11.pdf> [2014.03.10]
- NACE Rev. 2 statistical classification of economic activities in the European Community (2008). *Eurostat Methodologies and Working Papers*, Eurostat, European Commission. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-07-015/EN/KS-RA-07-015-EN.PDF [2014.02.22]
- Pató, G. Sz. B. – Kovács, Z. – Bódy, K. (2012). A logisztikai munkaköri leírások empirikus szerkezeti vizsgálata. *Munkaügyi szemle*, 56. évf. I. sz. pp. 59-72.
- Pató, G. Sz. B. (2013). Munkaköri leírások SWOT elemzése, *Munkaügyi szemle*, 57. évf. II. sz. pp. 46-53.
- Pató, G. Sz. B. (2014). A model consisted of 5 tetrahedral network, as a scientific research appliance. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics, *Journal L'Association 1901 "SEPIKE"*, Vol. 4. pp. 63-68. ISSN: 2196-9531
- Sasvári, P. (2012). The significance of ICT development stages in the national economies – quantitative analysis on the development of ICT in the economic sectors in Hungary – based on a primary research. Saarbrücken, Deutschland: Lambert Academic Publishing.
- Small, M. H. (2006). Justifying investment in advanced manufacturing technology: A portfolio analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 106, 485-508., DOI: [10.1108/02635570610661589](https://doi.org/10.1108/02635570610661589)
- Szabó, D. R. – Kovács, N. – Páthy, Á. – Tóth, P. (2014). Risks in the Hungarian construction industry: Interpretations, evaluations and patterns In Dermol V, Smrkolj M, Đaković G (szerk.) *Human Capital without Borders; Knowledge and Learning for Quality of Life: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2014*. Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2014. 597-603.
- Szalavetz, A. (2004). Eszközállomány és műszaki megújulás Magyarországon. *MTA Világgazdasági Kutatóintézet*, Budapest. <http://mta.hu/fileadmin/news/files/644/vkiI3.pdf> [2014.03.09.]
- Szigeti, C. – Borzán, A. – Farkas, Sz. (2013a). Alternative indicators: can socio-economic advancement be measured? *Tér-Gazdaság-Ember* (ISSN: 2064-1176) 1: (3) pp. 88-102.
- Szigeti, C. – Tóth, G. – Borzán, A. – Farkas, Sz. (2013b). GDP Alternatives and their Correlations, *Journal of Environmental Sustainability* (ISSN: 2159-2519) 3: (3) pp. 35-46., DOI: [10.14448/jes.03.0002](https://doi.org/10.14448/jes.03.0002)
- Szilágyi, T. – Almádi, B. – Tóth, T. (2015). Az építőipari, beruházási - projekt kockázatok vizsgálata és feltárt dimenziói, In *A XX. Fiatal Műszaki Tudományos Ülészak Előadásai*. 356 p., Románia, Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület, 2015. pp. 287-290. (ISSN:2393-1280)
- Szilágyi, T. – Medve, A. – Tóth, T. (2013). Beruházási folyamatvizsgálat a megrendelői döntéshozataltól a megvalósulásig, In Nagy, I. Z. (szerk.) *Vállalkozásfejlesztés a XXI.*

- században III.: tanulmánykötet.* 260 p. Budapest: Óbudai Egyetem, 2013. pp. 53-72.
(ISBN:978-615-5018-61-9)
- Tóth, G. (2009). Miért van szükség új közgazdaságtanra? *Valóság*, 2009. május, LII. évf. 5. szám, 68-84. o.
- Tóth, G. (2013). Mi legyen a gyerek neve? A haszonökonómiától a gazdasági teológiáig. *Valóság*, 2013/4, 43-63. o.
- Tóth, G. (et. al.) (2002-2007). Ablakon bedobott pénz – Magyarországi szervezetek esettanulmányai környezeti és gazdasági megtakarítást egyszerűen hozó intézkedésekről. *KÖVET (I. – VI. kötet)*, Budapest
- Wang, L. – Szirmai, A. (2012). Capital inputs in the chinese economy: Estimates for the total economy, industry and manufacturing. *China Economic Review*, 23, 81–104., DOI: [10.1016/j.chieco.2011.08.002](https://doi.org/10.1016/j.chieco.2011.08.002)
- Wessa, P. (2015). Free Statistics Software, Office for Research Development and Education, version 1.1.23-r7, URL <http://www.wessa.net/>
- Wiengarten, F. et al. (2011). Exploring the impact of national culture on investments in manufacturing practices and performance: An empirical multi-country study. *International Journal of Operations & Production Management*, 31 (5), 554 – 578., DOI: [10.1108/01443571111126328](https://doi.org/10.1108/01443571111126328)

Függelék - a keresztkorrelációs tesztek eredményei

A, A munkaerőköltség és az állóeszköz bővítés kapcsolata

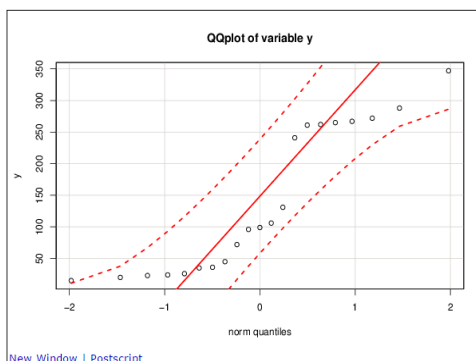
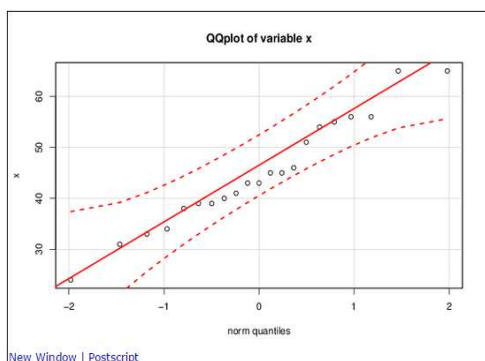
Pearson Product Moment Correlation - Ungrouped Data		
Statistic	Variable X	Variable Y
Mean	13.1428571428571	139.571428571429
Biased Variance	23.6462585034014	12579.1972789116
Biased Standard Deviation	4.86274187094085	112.157020640313
Covariance	238.814285714286	
Correlation	0.417026182754251	
Determination	0.173910837102582	
T-Test	1.99998464244608	
p-value (2 sided)	0.0600038262243605	
p-value (1 sided)	0.0300019131121803	
Degrees of Freedom	19	
Number of Observations	21	



Forrás: Saját szerkesztés a Wessa szoftver felhasználásával

B, A működési eredmény és az állóeszköz bővítés kapcsolata

Pearson Product Moment Correlation - Ungrouped Data		
Statistic	Variable X	Variable Y
Mean	44.9047619047619	139.571428571429
Biased Variance	111.038548752834	12579.1972789116
Biased Standard Deviation	10.5374830368943	112.157020640313
Covariance	835.757142857143	
Correlation	0.673484252320722	
Determination	0.453581038124002	
T-Test	3.97137927320951	
p-value (2 sided)	0.000817958318180434	
p-value (1 sided)	0.000408979159090217	
Degrees of Freedom	19	
Number of Observations	21	



Forrás: Saját szerkesztés a Wessa szoftver felhasználásával

E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSZA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágazatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita¹
KÖVÉR György²
PARÁDI-DOLGOS Anett³
SZÓKA Károly⁴

Kisvállalkozási méret felosztása

Jelenleg Magyarországon a vállalatok méretét a 2003/361/EK bizottsági ajánlás alapján "a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról" szóló 2004. évi XXXIV. törvény határozza meg. A 2012. évi adatok alapján a magyarországi kis- és középvállalkozások 99 százalékát a kisvállalkozások teszik ki. Jelen kutatásban arra szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy a törvényi besorolás alapján nem lehet kellő biztonsággal tudományos elemzéseket készíteni. Ennek kiküszöbölésére a teljes magyarországi vállalati adatokra alapozva, K-közép klaszterezés módszerével javaslatot teszünk olyan értékhatárookra, melyek megfelelően elkülönítik a vállalkozásokat egymástól és így alkalmassá válnak arra, hogy felfedjünk vállalati méret szerinti sajátosságokat a pénzügyi, likviditási, vagy jövedelmezőségi elemzések során.

Kulcsszavak: K-közép klaszterezés, vállalati struktúra, KKV
JEL kódok: C38, M21, L22, L25

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises

The size of the companies in Hungary is defined by the law of XXXIV year 2004 based on the nomination of committee (2003/361/EK), which is namely „The development and support of the small and medium enterprises”. Based on the data of year 2012, the 99% of the small and medium enterprises are the small firms in Hungary. We would like to pay your attention with our analysis that based on the categories of the law; there is no sureness option to have scientific analysis. Therefore we assay the data of all Hungarian companies, and we suggest value limits with the method of K-means clustering, which will separate the companies by their real size. The result will be appropriate to disclose the specialty of the size of the Hungarian enterprises with the analysis their financial situation, liquidity and profitability.

Keywords: K-means clustering, structure of enterprises, SMEs
JEL Codes: C38, M21, L22, L25

¹ A szerző a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar Gazdálkodás és Szervezéstudományi Doktori Iskolájának hallgatója (koroseczne.rita AT ke.hu)

² A szerző a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Karának egyetemi docense

³ A szerző a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Karának egyetemi docense

⁴ A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának egyetemi docense (kszoka AT ktk.nyme.hu)

Bevezetés

A vállalatok méretét leggyakrabban kvantitatív mérőszámok segítségével fejezik ki. A szakirodalomban a vállalati méretet megalapozó mutatókra vonatkozóan többféle gazdasági és pénzügyi mutatószámmal találkozhatunk. A legelterjedtebb indikátorok között szerepel a foglalkoztatottak száma, az összes értékesítés volumene, a forgalom értéke, az összes eszköz (vagyon), az összes profit, a hozzáadott érték. A szakirodalomban nemcsak kvantitatív módon, hanem kvalitatív eszközökkel meghatározott vállalati méretbesorolásokkal is találkozhatunk. Például Haarhoff (2002) kutatásaiban négy faktor („Menedzsment (Nyereségesség)”, „Piacok és termékek (Növekedés)”, „Szervezet (Termelékenység)”, „Teljesítmény (Méret)”) került meghatározásra 1.300 közepes vállalkozás vizsgálata alapján. E faktorok alapján a vállalkozások megfelelően elkülöníthetők a többiektől méret szerint.

A vállalatok kvantitatív elemzésének kvalitatív módszerekkel történő kiegészítése pontosabb besorolást tesz lehetővé, azonban ilyen mértékű információ leginkább a hitelezői valamint tulajdonosi környezet tulajdonát képezi. Országos valamint regionális elemzés során azonban nem tudjuk az összes vállalkozást felkeresni, így csak a kötelezően nyilvánosságra hozott éves beszámolókra (2000. évi C. törvény) tudunk támaszkodni.

A vállalati szektorral kapcsolatos kutatások során jelentős nehézségekkel jár a vállalkozás méretkategória szerinti összehasonlító elemzése. A vállalati méretek esetében ugyanis a legelfogadottabb megoldás az elkülönítésre a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló törvény (2004. évi XXXIV. törvény) alkalmazása, mely Európai Unió ajánlásnak (2003/361/EK bizottsági ajánlás) megfelelően harmonizáltan kerül alkalmazásra a tagállamok között. A törvényben meghatározott értékhatárok a vállalati éves beszámoló, valamint foglalkoztatotti létszám alapján különítik el a szektor egyes szereplőit mikro-, kis-, illetve középvállalkozás kategóriába.

1. táblázat Kis- és középvállalkozások méret szerinti besorolása

Vállalkozás típusa	Alkalmazottak száma	S E	(Nettó árbevétel	VAGY	Mérlegfőösszeg)
Középvállalkozás	< 250 fő			≤ 50 millió euró		≤ 43 millió euró	
Kisvállalkozás	< 50 fő			≤ 10 millió euró		≤ 10 millió euró	
Mikro vállalkozás	< 10 fő			≤ 2 millió euró		≤ 2 millió euró	

Forrás: a 2004. évi XXXIV. törvény rendelkezései alapján saját szerkesztés

A törvényben meghatározott határértékek természetesen lényegesek az Európai Unió jogharmonizációjában valamint a vállalkozásokat érintő adókedvezmények és pályázati lehetőségek meghatározásakor, azonban nehézségeket okoznak a vállalati elemzések során a tág értékhatárok miatt.

Elemzésünkben a hazai vállalkozási méretstruktúra részletesebb vizsgálatán keresztül meghatározzuk azoknak a pénzügyi adatoknak a körét, mely által a kisvállalkozási méretbe sorolt vállalatok elemzése hatékonyabbá tehető.

Módszertan

A vizsgálat alapját a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar birtokában lévő adatbázis jelenti. Az adatbázisban megtalálható minden magyarországi vállalkozás éves beszámoló, valamint cégkivonat adatállománya anonim módon tárolva.

Az elemzés elkészítéséhez MySQL adatbázis kezelő, Microsoft Excel táblázatkezelő programot használtunk, az adatelemzéshez pedig az R programcsomagot vettük igénybe.

A vállalkozásokból kiszűrtük azokat a szervezeteket, melyek nem feleltek meg bizonyos törvényi feltételeknek. A szűrések a vállalkozásokkal kapcsolatban az alábbi korlátozásokra terjedtek ki:

1. egész gazdasági évvel rendelkezzenek, annak érdekében, hogy az éves átlagos adatok megalapozottak legyenek,
2. saját tőkéjük értéke legalább nulla legyen, ezzel tulajdonképpen kiszűrjük a gazdaságilag értelmezhetetlen kategóriát,
3. nettó árbevételük pozitív legyen, az úgynevezett "alvó vállalkozásoktól" eltekintünk,
4. a mérleg eszköz és forrás oldala megegyezzen, megfeleljen a legalapvetőbb számviteli elvárásnak,
5. 2012. üzleti évről nyilvánosságra hoztak éves beszámolót, ugyanis a rendelkezésünkre álló legfrissebb adatokkal, erre az évre készítjük az elemzést,
6. székhelyük irányítószáma abban a megyében található, mely az adószám szerinti megyekód. Az anonimitás során a vállalkozások adószámának utolsó két számjegye, mint megyekód fellelhető az adatbázisban, valamint a székhelyhez tartozó irányítószám is (ez sok esetben nem egyezett meg, ezzel pedig nehezítheti a megyei illetve regionális összehasonlítást),
7. csak a kisvállalkozásokat vizsgáljuk, mint elemzésünk alapját képző kategóriát,
8. nem áll végelszámolás alatt. A végelszámolási eljárás a vállalkozás saját elhatározásából történő befejezését jelenti, melyek adatai szintén torzítanak az eredményeinket.

A megfelelő adattisztítási munkálatok után az adatszeleteket az ország egyes régiói alapján (Budapestet, mint fővárost külön kezelve) külön soroltuk osztályokba.

A vizsgálatunk célja a megfigyelési egységek csoportosítása, közelségük, rokonságuk, hasonlóságuk feltárása, azaz klaszterek felismerése, beazonosítása. Ehhez a több osztályozó változó szerinti csoportosításhoz alkalmas eljárás a klaszteranalízis. A csoportképzés alapja a sokaság elemeinek elhelyezkedése az N dimenziós térben, amikor a sokaság egy-egy eleme a tér egy-egy pontja.

A klaszterezés megfelelő adatbányászati technika abban az esetben, ha a sokaságot nem találjuk homogénnek. A feladat a sokaság homogén osztályokba sorolása. Ezen a sokaság olyan felbontását értjük, hogy a kapott részhalmazok, vagyis a csoportok diszjunktak (egymást kizáróak) legyenek, együttesen a teljes sokaságot adják, és homogének legyenek valamilyen, a kutató által definiált értelemben. A jó klaszterezési módszer olyan klasztereket eredményez, amelyekre igaz, hogy magas az osztályon belüli hasonlóság és alacsony az osztályok közötti hasonlóság. A gyakorlati felhasználásával kapcsolatban hasznos jellemzője, hogy nem szükséges előzetesen meghatározni a csoportokat, illetve azok egyes jellemzőit ugyanis a módszer az ismérvek egyidejű figyelembevételével tárja fel az adatok szerkezetét (*Simon, 2006*).

A klaszterezés alapjaként kiválasztott adatsorok két kivétellel megfelelnek a törvényben előírt adatoknak. Az adatbázisunkban sajnos nem állnak rendelkezésre foglalkoztatotti létszámra vonatkozó értékek, így azt nem tudtuk figyelembe venni. A törvény által előírt mérlegfőösszeg és nettó árbevétel adatokat kiegészítettük a vállalat saját tőke, valamint adózás előtti eredmény adataival.

Az egyes vállalkozások esetében a teljes működésük során jellemző átlagos értékeket határoztuk meg, így összehasonlíthatóvá váltak az adatok.

Eredmények

Az elemzés során a hazai kisvállalkozási szektor felbontását tűztük ki célul. A kisvállalati szektor mélyreható vizsgálata elengedhetetlen a vállalkozási szféra jellegzetességeinek

megismerése céljából, ugyanis a magyarországi vállalkozások több mint 90 százaléka a KKV kategóriába sorolható (KSH, 2011).

Az egyes csoportok vizsgálatánál eltekintettünk azoknak a vállalkozásoknak az adataitól, melyek működése a hatályos törvényeknek (2000. évi C. törvény) nem felel meg, és azon vállalkozásoktól, melyek a jövőben nem kívánnak vállalkozásként működni (2006. évi V. törvény).

A csoportképzés alapjának a törvényi előírásoknak (2004. évi XXXIV. törvény) megfelelő mérlegfőösszeg, valamint nettó árbevétel adatot alkalmaztunk, majd kiegészítettük a saját tőke, valamint az adózás előtti eredmény értékével. A négy mutatóval képzett klaszterek alapján, a vállalatok négy lényeges tulajdonosági alapján tudtuk a csoportokat kialakítani. A mérlegfőösszeg megmutatja a vállalata teljes eszköz (illetve forrás) állományát (azaz a számviteli értelmezés szerinti vagyont), a nettó árbevételből jól látszik a vállalat értékesítési volumene, a saját tőke értékéből a tőkeerősségre következtethetünk, míg az átlagos adózás utáni eredmény megmutatja, hogy a vállalkozás átlagosan mekkora éves (már leadózott) eredményt volt képes elérni. Véleményünk szerint adatállományunk további adatainak vizsgálata már nem pontosítaná a besorolást, ugyanis az éves beszámoló további adatai szoros kapcsolatban állnak az általunk használt négy adattal.

A klaszterek kialakítása során megvizsgáltuk a hierarchikus klaszterezés módszerével a kialakítandó csoportok számát dendrogram alapján, mely három klaszter elkülönítését mutatta. A három klaszter jelölésére "s" (small-kisvállalkozás) "xs" (extra small-extra kis vállalkozás) valamint "xxs" (extra-extra small; extra-extra kisvállalkozás) kódokat választottunk.

A K-közép klaszterezés során tehát a négy pénzügyi adatnak (mérlegfőösszeg, nettó árbevétel, saját tőke, adózott eredmény) az átlagos értéke alapján három csoportba sorolta módszer a vállalkozásokat. Kiinduló feltételezésünk alapján arra számítottunk, hogy a mikrovállalkozási szektorban található egy olyan vállalati réteg, melynek jóval alacsonyabb pénzügyi értékeivel szembesülünk. A vizsgálat során egyértelműen külön csoportként sikerült meghatározni a legalacsonyabb értékekkel rendelkező vállalati méretet. A régiónkénti vizsgálat során közel azonos eredményeket kaptunk, melyeket a továbbiakban részletesen mutatunk be.

A legkisebb méretkategóriába (xxs kategória) országosan 220.485 vállalkozás került besorolásra, melyek jelentős része a fővárosban működik. Az adózott eredmény alacsony értéke, mely alig haladja meg az éves nettó átlagkeresetet, feltételezhetően arra utal, hogy a tulajdonosok elsődleges célja nem a közgazdaságtanilag meghatározott profitmaximumra való törekvés, hanem inkább az adóoptimalizálás jelenti a tevékenység folytatásának alapját. E vállalkozási réteg működésének, viselkedésének és finanszírozási lehetőségeinek vizsgálata teljesen más érdekeket feltételez, mint a nemzetközi szakirodalomban jellemzett kis- és középvállalkozási szektor vállalkozásai esetén.

2. táblázat A K-közép klaszterezés alapján az "xqs" kategóriába sorolt vállalkozások regionális bontásban

Régiók/Főváros	Vállalkozások száma (db)	Atlag_ae ⁵ (Ft)	Atlag_mfo ⁶ (Ft)	atlag_nab ⁷ (Ft)	atlag_st ⁸ (Ft)
Budapest	76 489	2 322 450	25 089 641	30 711 091	10 976 818
Pest megye	31 034	1 963 119	20 429 055	28 628 577	9 275 445
Észak Magyarország	15 598	2 030 648	22 579 929	29 354 447	10 902 337
Észak-Alföld	20 820	2 154 707	23 927 341	31 605 441	11 806 046
Dél-Alföld	21 521	2 117 632	24 978 033	33 709 965	11 832 838
Közép-Dunántúl	19 937	2 277 635	24 046 571	31 649 962	11 933 644
Nyugat-Dunántúl	18 285	2 382 581	26 297 406	31 349 006	12 383 352
Dél-Dunántúl	16 801	1 980 524	23 929 496	29 910 919	11 490 432
összesen/átlag	220 485	2 153 662	23 909 684	30 864 926	11 325 114

Forrás: R programcsomag outputja alapján saját szerkesztés

A 2. táblázatban látható nettó árbevétel, valamint a mérlegfőösszeg átlagos értékéből megállapíthatjuk, hogy mindkét adat tekintetében bőven a törvényi előírásoknak megfelelő (2004. évi XXXIV. törvény) mikrovállalkozási méret felső határa alatti értékekkel szembesülünk.

Továbbá az "xqs" méretű vállalkozásoknál az átlagos mérlegfőösszeg, valamint az átlagos saját tőke értékét érdemes még összevetni, ugyanis abban az esetben, ha eltekintünk a passzív időbeli elhatárolások értékétől, melyek értéke nem számottevő e méretkategória esetén, megállapíthatjuk, hogy az átlagos saját tőke nem haladja meg az átlagos mérlegfőösszeg 50 százalékát, mely a jelentős külső finanszírozásra utal.

A legkisebb "xqs" méretkategóriánál szignifikánsan magasabb értékekkel rendelkező vállalkozások adatait szemlélteti a 3. táblázat. E kategóriába 12.303 vállalkozást sorolt a K-Közép klaszterezés módszere, melyek jelentős része, éppúgy, mint az előbbi esetben, Budapesten valamint Pest megye területén működik. A magyarországi kis- és közép-vállalkozási szektor két ötöde szintén itt helyezkedik el (KSH, 2011).

Az "xs" kategória átlagos adózás előtti eredménye már közel havi 2 millió forint összegnek megfelelő összeget mutat, mely az "xqs" kategóriához képest komolyabb gazdálkodásra utal. Megvizsgálva a saját tőkét, magas értékekkel szembesülünk, azonban összevetve a mérlegfőösszeg értékével ez esetben is 50 százalék alatti aránnyal találkozhatunk. Azt természetesen meg kell jegyezni, hogy e vállalkozásoknál már magasabb passzív időbeli elhatárolások értékével találkozhatunk a magasabb támogatási értékű projektek megvalósulásával kapcsolatban. A törvényi besorolás alapján (2004. évi XXXIV. törvény) a mikrovállalkozási méretnek az "xs", illetve az "xqs" azonosítható. A 3. táblázat adataiból jól látszik, hogy jelentősen magasabb értékekkel szembesülünk e méretkategória esetén az "xqs" kategóriákhoz viszonyítva.

⁵ Átlagos adózott eredmény

⁶ Átlagos mérlegfőösszeg

⁷ Átlagos nettó árbevétel

⁸ Átlagos saját tőke

3. Táblázat A K-közép klaszterezés alapján az "xs" kategóriába sorolt vállalkozások regionális bontásban

Régió/Főváros	Vállalkozások száma (db)	Atlag_ae (Ft)	Atlag_mfo (Ft)	atlag_nab (Ft)	atlag_st (Ft)
Budapest	4 760	25 948 941	430 329 099	440 135 903	183 953 347
Pest megye	1 461	23 331 035	364 631 856	481 076 541	164 652 233
Észak Magyarország	706	24 583 765	426 483 654	457 372 465	202 429 006
Észak-Alföld	1 294	23 382 888	371 394 638	450 358 984	179 329 275
Dél-Alföld	1 255	22 821 407	387 528 826	495 781 166	189 700 313
Közép-Dunántúl	918	20 028 629	462 597 873	491 283 814	216 297 623
Nyugat-Dunántúl	1 114	27 685 772	407 054 835	460 024 767	196 731 736
Dél-Dunántúl	795	21 176 648	411 258 890	494 719 994	192 180 777
összesen/átlag	12 303	23 619 886	407 659 959	471 344 204	190 659 289

Forrás: R programcsomag outputja alapján saját szerkesztés

A kisvállalkozások felosztása során a legfelső kategóriába 2.991 vállalkozást sikerült besorolni. A mérlegfőösszeg, valamint a nettó árbevétel adatokból jól látszik, hogy a törvényi előírásoknak megfelelő (2004. évi XXXIV. törvény) közel 3 milliárd forintos értékhatárt még a legnagyobb kisvállalati kategória sem közelíti meg a maga közel 1,5 milliárdos átlagos értékével. Az adózott eredmény, valamint a saját tőke esetén is jóval magasabb értékeket találunk az első két csoporthoz képest.

4. Táblázat A K-közép klaszterezés alapján az "s" kategóriába sorolt vállalkozások regionális bontásban

Régió/Főváros	Vállalkozások száma (db)	Atlag_ae (Ft)	Atlag_mfo (Ft)	atlag_nab(Ft)	atlag_st (Ft)
Budapest	1 310	71 068 304	1 379 326 868	1 279 974 606	613 329 943
Pest megye	331	77 557 169	1 185 336 972	1 529 874 266	540 895 415
Észak Magyarország	168	55 688 653	1 354 549 535	1 566 681 035	622 932 253
Észak-Alföld	286	64 614 319	1 264 481 939	1 485 767 849	595 460 723
Dél-Alföld	312	70 518 395	1 209 921 599	1 562 462 872	611 335 572
Közép-Dunántúl	216	42 883 993	1 290 573 715	1 577 162 024	637 367 139
Nyugat-Dunántúl	230	71 481 466	1 313 314 700	1 521 273 364	639 989 072
Dél-Dunántúl	138	56 058 277	1 434 244 327	1 432 883 972	860 213 112
összesen/átlag	2 991	63 733 822	1 303 968 707	1 494 509 999	640 190 404

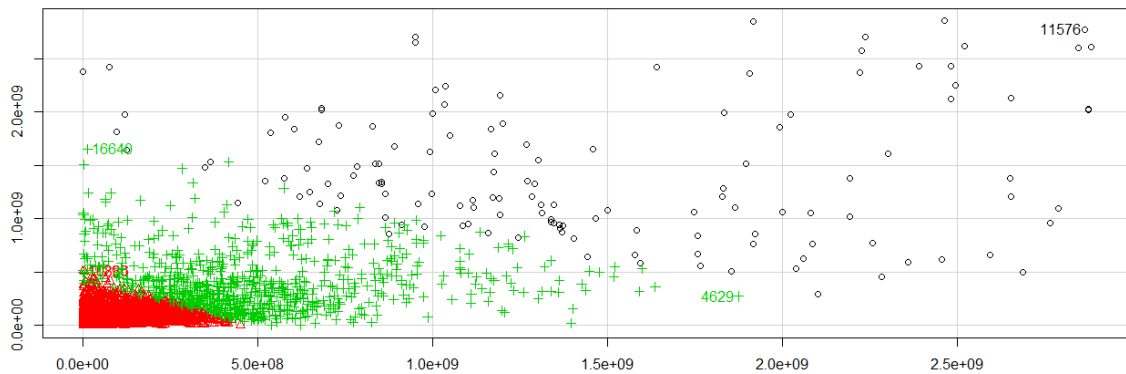
Forrás: R programcsomag outputja alapján saját szerkesztés

A fentiek alapján megállapíthatjuk, hogy a kisvállalkozási szektor erőteljesen heterogén vállalkozásokat tartalmaz, így elemzésük nehézségekbe ütközik. A mikrovállalkozási kategória olyan vállalkozásokat tartalmaz, melyek működési célja gyökeresen eltér a pénzügyi, illetve közgazdasági elmélettől, így pedig értékelésük esetén is külön kezelendők.

A kialakított klaszterek adatainak összegzése után megvizsgáltuk, hogy e vállalkozások adatai mennyire különíthetők el az egyes pénzügyi adatok alapján.

Az 1. ábra a törvényi előírásoknak megfelelő mérlegfőösszeg, valamint nettó árbevétel adatokat szemlélteti. Függőleges irányban az előbbi, míg vízszintes irányban az utóbbi van

feltüntetve. Piros színnel az "xxs", zöld színnel az "xs", míg fekete színnel az "s" méretbe sorolt nettó árbevétel és mérlegfőösszeg adatok láthatók.

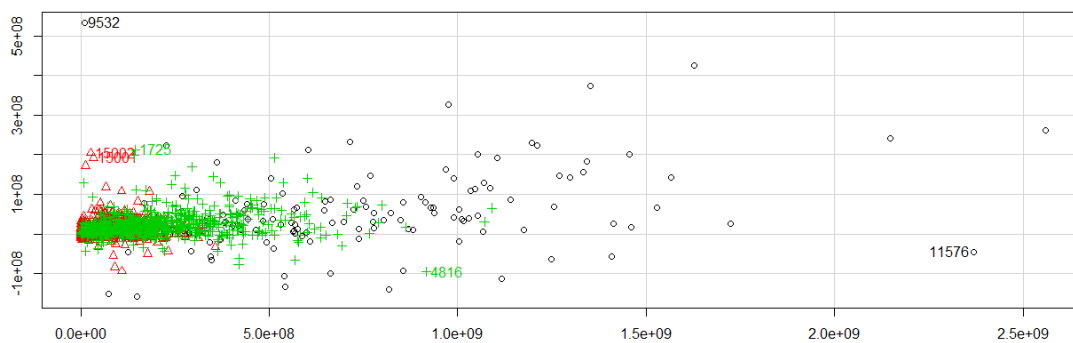


1. ábra Kisvállalkozások mérlegfőösszeg és nettó árbevétel értékei klaszterenként

Forrás: R programcsomag Scatterplot ábrája saját szerkesztés alapján

Az 1. ábra alapján jól látszik, hogy az egyes klaszterekbe sorolt vállalkozások adatai látványosan elkülöníthetők. A teljes adathalmaz a magyarországi kisvállalkozási szektort mutatja, melyből látható, hogy közel sem homogén kisvállalkozási szektorral szembesülünk, így a hozzájuk kapcsolódó elemzések is nehézségekbe ütköznek. Az általunk elvégzett klaszterezés által a különböző színnel jelzett csoportok egymástól jól elkülönülnek és az egyes csoportokba sorolt vállalatok kellően homogének a vállalatok elemzéséhez.

A 2. ábrán az adózás utáni eredmény, valamint a saját tőke szerinti elkülönítést ábrázolja. Előbbi a függőleges, míg utóbbi a vízszintes adatsoron van feltüntetve. Jól látszik, hogy a saját tőke, valamint az adózás utáni eredmény kevésbé különíti el az egyes méretkategóriákba tartozó vállalkozásokat, mint az 1. ábrán látható mérlegfőösszeg és nettó árbevétel.



2. ábra Kisvállalkozások adózott eredmény és saját tőke értékei klaszterenként

Forrás: R programcsomag Scatterplot ábrája saját szerkesztés alapján

Következtetések

Jelenleg Magyarországon a vállalatok méretét a 2003/361/EK bizottsági ajánlás alapján "a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról" szóló 2004. évi XXXIV. törvény határozza meg. Elemzésünkben e törvényi szabályozás alapján meghatározott kisvállalkozási szektort osztottuk fel három részre. Az elemzéshez az adatokat a Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar birtokában lévő, a teljes magyarországi vállalati szektor éves beszámoló, valamint cégkivonat adatait tartalmazó adatbázis adta.

A K-közép klaszterezés módszerével javaslatot tettünk három kisvállalati szektor kialakítására az alábbiak szerint.

- "xxs" vállalati szektor: 30 millió forint alatti nettó árbevétellel és 25 millió forint alatti mérlegfőösszeggel rendelkező vállalkozások.
- "xs" vállalati szektor: 500 millió forint alatti nettó árbevétellel és mérlegfőösszeggel rendelkező vállalkozások.
- "s" vállalati szektor: 1.500 millió forint alatti nettó árbevétellel és mérlegfőösszeggel rendelkező vállalkozások.

Az általunk használt négy mutató közül az igazán látványos elkülönítést a mérlegfőösszeg valamint a nettó árbevétel értékeinek figyelembe vételével készített elemzés mutatta.

Az "xzs" méretkategória alacsony értékei alapján feltételezhetjük, hogy elsődleges céljuk nem áll összhangban a közgazdasági értelemben használt profitmaximalizálási céllal, hanem sokkal inkább kényszervállalkozóként vagy adóoptimalizációs céllal tevékenykednek, őket tekinthetjük az úgynevezett "roncsgazdaságnak", melyek pénzügyi döntéseinek vizsgálata nem elemezhető együtt az "xs" vagy "s" kategóriába sorolt vállalkozásokéval.

Irodalomjegyzék

2000. évi C. törvény a számvitelről.

2003/361/EK bizottsági ajánlás.

2004. évi XXXIV. törvény a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról.

2006. évi V. törvény a cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról.

Haarhoff, K. (2002). *The UK's Middle Market – A statistical approach to defining the UK's Mittelstand*. International Conference on Medium Enterprise Development (old.: 8.oldal).

Collingwood College, University of Durham: <http://www.lark-rise.u-net.com/articles/C24%20UK%27s%20Middle%20Market.pdf>.

KSH. (2011). *A kis- és középvállalkozások helyzete a régiókban*.

Molnár, T. (2007). *Egyszerűen statisztika*. Perfekt.

Simon, J. (2006). A klaszterelemzés alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban. *Statisztikai Szemle*, 629.

Snaithe, B.-W. (2002). *The Definition of a Medium Enterprise: A Management Accounting and Control Systems Approach*. Collingwood Collage, University of Durham.

E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágazatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

VAJAY Zsuzsanna¹

A KKV–k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

A hazai KKV szektor számára 2004. május 1.-jével, az Európai Unió csatlakozást követően több lehetőség nyílt meg a vissza nem térítendő támogatások terén, mint addig bármikor. Magyarország az Európai Unió tagjaként nagyobb mértékben vehet részt a finanszírozott fejlesztésekben, mint az előcsatlakozási időszakban.

Tanulmányomban bemutatom azokat a bírálati szempontokat, melyek meghatározzák a pozitív bírálatú pályázatok kiválasztását. Vizsgálataimat a 2007-2013 közötti időszakra vonatkozóan végeztem el. A KKV szektor pályázati lehetőségeinek skálája a vizsgált időszakban egyre szélesebb lett, aminek hatására jelentősen megnövekedett a pályázói kedv is.

Kulcsszavak: KKV szektor, pályázati rendszer, támogatás
JEL kódok: H32, O39, P25

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions

From 1 of May, 2004, after joining the European Union, the Hungarian SME sector gets more and more opportunities in the field of non-repayable grants than ever before. As a member of the Union, the financed developments have been easier to reach than in the pre-accession period.

In my study, those tender selection criteria will be presented which determine the choice of positive appraised applications. These data will be analysed between the period of 2007 and 2013. Under the reviewed period the range of the application possibilities of the SME sector grew wider and wider. Parallel with this trend, also the willingness to apply increased significantly.

Keywords: SME sector, application system, support
JEL Codes: H32, O39, P25

¹ A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának PhD hallgatója
(vajay.zsuzsanna AT gmail.com)

Bevezetés

Az Európai Unió csatlakozást követően Magyarország számára újabb és újabb lehetőségek nyíltak meg a fejlődésre. A KKV szektor volt talán a legnagyobb haszonélvezője a csatlakozás biztosította új perspektíváknak, mivel a gazdaságfejlesztés és gazdaságélénkítés az EU elsődleges célkitűzése volt, és napjainkban is az. A jól működő vállalkozások a gazdaság eredményes működésének fontos pillérét jelentik, ezért a 2007-2013-as fejlesztési ciklusban jelentős támogatási forrásokra pályázhattak Magyarországon a vállalkozók.

Az EU legfontosabb támogatási eszközeit a Strukturális és Kohéziós Alapok képezik, a tőlük származó források elosztásának nemzeti stratégiáját a 2007-2013 közötti időszakra – 2007-2010 között – az Új Magyarország Fejlesztési Terv, valamint – 2011-től – az Új Széchenyi Terv tartalmazta. Hazánk közel 22,4 milliárd euró, azaz közel 6000 milliárd Ft támogatásra volt jogosult a 2007 és 2013 közötti periódusban. A rendelkezésre álló forrást 8 ágazati és 7 regionális operatív program keretében osztották el.

A kkv-k finanszírozási forráshoz jutása, a vállalkozásfejlesztés elsősorban a Gazdaságfejlesztési Operatív Programhoz kapcsolódott, amelyre körülbelül 700 milliárd Ft-os keret állt rendelkezésre. A GOP pályázatai 4 prioritás köré csoportosultak:

1. K+F és innováció a versenyképességért,
2. A vállalkozások, kiemelten a kkv-k komplex fejlesztése,
3. A modern üzleti környezet erősítése,
4. Pénzügyi Eszközök Intézkedése (JEREMIE program).

Az első három prioritási tengely pályázataival vissza nem térítendő támogatások, míg a negyedik prioritással kedvezményes pénzügyi eszközök voltak elérhetők. (Dávid, 2009., p. 61-64.)

2007-ben 16 pályázat került meghirdetésre, míg 2008-ban 18, amiből 6 még 2009-ben is pályázható volt, az újonnan meghirdetett 10 másik mellett. 2010-ben a korábbi évek pályázatai mellett 6 újat nyitottak meg, míg az átalakított rendszerben, a Széchenyi Terv keretében ismét 18 pályázati kiírás közül választhattak a vállalkozások. A GOP pályázatok mellett számos regionális operatív program, vagy egyéb OP pályázatai is a vállalkozásokat célozták meg, az egyik legelterjedtebb és legkeresettebb ezek közül a telephely fejlesztési pályázat.

A 2007-től 2013-ig összesen 90 konstrukciót nyitottak meg a pályázni szándékozó vállalkozásoknak, melyek szempontrendszerének összehasonlítását mindenképpen érdemes tanulmányozni.

2014. január 1-jétől a magyarországi KKV-k számára a korábbi évekből még megmaradt források felhasználása mellett újabb lehetőségek kezdtek körvonalazódni, a 2014-2020 közötti pályázati ciklus tervezett kiírásainak köszönhetően, azonban a programozási időszak elején a pályázati konstrukciók véglegesítéséig és Európai Unió elfogadásáig lényegesen leszűkültek a lehetőségek.

Célkitűzések

A KKV szektor számára elérhető 90 pályázat 95%-a rendelkezik tartalmi bírálati szempontrendszerrel, a jogosultsági vizsgálat mellett. Főként ezekre a pályázatokra kívánok hangsúlyt helyezni a konkrét vizsgálatok elvégzéséhez.

Megvizsgálom a rendelkezésre álló adatok alapján, hogy mely szempontok, gazdasági mutatók jelentenek úgymond belépőt a sikeres bírálatok közé.

Vizsgálatomat a teljesség igénye nélkül a legkedveltebb – nem csak jogosultsági feltételekkel, azaz automatikus döntéssel rendelkező– konstrukciókra építettem, melynek

során a rendelkezésre álló dokumentumok szekunder elemzését, adatbázis készítését végeztem el.

A vizsgálatot a konvergencia régiókra vonatkozóan készítettem el.

A KKV szektor megoszlása

A KKV szektor Magyarország gazdaságában jelentős szerepet játszik. A vállalkozások 99,8%-a ebbe a szektorba tartozik, a foglalkoztatásban és a termelésben is jelentős a részesedése.

A magyar gazdaság a rendszerváltás óta számos változáson esett át. A hazai mikro-, kis- és középvállalkozások szerepe, piaci jelentősége egyre inkább előtérbe került ebben az időszakban. A legnagyobb hangsúlyt azonban csak az Európai Unió csatlakozást megelőzően 2000-től kapta a vizsgált csoport, amikor lehetővé vált a vállalkozói szektor erősítése, az előcsatlakozási időszak pályázataival révén, melyek elsődleges célja a felzárkóztatás volt. Az EU Előcsatlakozási Alapokból több fejlesztést is finanszírozott 1990-től, azonban a csatlakozási szándék bejelentésétől 4 évig a felzárkóztatás jegyében, csak innen igénybe vehető forrásokat kapott a vállalkozói szektor a Phare, az ISPA és a SAPARD programok keretében. (*Lehmann – Nyers, 2009., p. 134.; Nemes, 2003., p. 57-58.*)

Ebben az időszakban jelentős mértékű fejlesztések indultak el, melyek egyre inkább ösztönözték a vállalkozói kedvet, valamint segítették az új vállalkozások létrejöttét.

A csatlakozást követően a vállalkozások száma hullámzó tendenciát követett, a kezdeti kismértékű ingadozást 2012 végére összességében véve közel 10%-os csökkenés jellemezte, majd 2013-tól ismét megugrott a vállalkozások száma.

1. táblázat. A vállalkozások száma 2004-2014 között (db)

Létszám	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
1-4 fő	702 221	693 050	679 214	672 674	696 002	681 220	694 434	686 961	630 520	558 454	n.a.
5-9 fő	41 265	41 869	42 486	41 229	40 946	38 251	39 226	39 371	38 819	38 179	n.a.
1-9 fő	743 486	734 919	721 700	713 903	736 948	719 471	733 660	726 332	669 339	596 633	752 481
10-19 fő	18 902	19 240	19 612	18 906	19 343	17 693	18 612	18 574	17 697	17 140	n.a.
20-49 fő	11 050	11 201	10 620	10 143	10 231	9 256	8 770	8 667	8 835	8 958	n.a.
10-49 fő	29 952	30 441	30 232	29 049	29 574	26 949	27 382	27 241	26 532	26 098	30 102
50-249 fő	5 130	5 067	5 085	5 145	5 222	4 811	4 696	4 734	4 630	4 587	5 217
250 fő és felette	959	927	926	929	962	875	877	870	874	875	965
összesen	779 527	771 354	757 943	749 026	772 706	752 106	766 615	759 177	701 375	628 193	788 765

Forrás: Saját szerkesztés KSH adatok alapján (*KSH, 2012, 2015a, b, c, d*)

*Saját becslés a KSH adatok és a 2004-2013-as időszak átlagos arányai alapján

A válság előtti időszakban egyre jobban fellendült a vállalkozási kedv, melyet a vállalkozások viszonylag egységes, 770.000 cég körüli száma mutat. Volt ugyan egy visszaesési hullám 2006-2007 körül, de 2008-ra – a válság előtti időszakra – ez az eredeti állapotra emelkedett. 2009-től viszont drasztikusnak nevezhető visszaesés következett be, melynek oka elsősorban azon, főként mikro- és kisvállalkozások megszűnése, melyek nem rendelkeztek megfelelő saját tőkével, felvevőpiacra. Elsődlegesen ezeknél a méretű vállalkozásoknál látható visszaesés, a kis-, közép és nagyvállalatok esetében ez nem volt számottevő. (*Vajay, 2013., p. 334-335.*)

A 2010-es adatok alapján elmondható, hogy csak a közép- és nagyvállalatok esetében történt megszűnés, a mikro- és kisvállalkozások száma tovább növekedett. 2009-hez képest a

mikrovállalkozásoknál közel 2%-os, míg a kisvállalkozásoknál 1,6%-os mértékű volt a növekedés.

2011-től ismét csökkenő tendencia indult el, újabb vállalkozások szűntek meg, annak köszönhetően, hogy a válság minden piacra begyűrűzött, illetve szigorúbbá váltak azok az ellenőrzések, amelyek segítségével kiszűrték a ténylegesen nem működő cégeket.

A becslt adatok alapján elmondható, hogy 2013-tól növekedni kezdett a gazdaságban működő vállalkozások száma, amely a válság mérséklődésének, a kilábalás kezdeti jelének tekinthető. Emellett az is nagymértékben befolyásolta ezt a növekedést, hogy olyan gazdaságpolitikai intézkedéseket tett a kormány, olyan lehetőségeket biztosított, melyek egyenes ági következménye a vállalkozások számának emelkedése. Ilyen intézkedés egyrészt a Munkaügyi Központok által az induló vállalkozások számára 6 hónapig folyósított támogatás, illetve az Európai Unió pályázati rendszerben a fiatalok vállalkozóvá válását célzó, szintén 6 hónapra igénybe vehető lehetőség. Ez utóbbinak köszönhetően 1300-1500 vállalkozás – egyéni vállalkozás, betéti társaság és korlátolt felelősségű társaság – kezdte meg működését az elmúlt 2 évben.

Pályázati finanszírozás

A vissza nem térítendő támogatásokat a benyújtott pályázatok sikeres elbírálása esetén úgy folyósítják, hogy a beruházási összeg bizonyos részét átvállalják – Európai Unió és hazai költségvetési forrásokból támogatják –, főképp olyan gazdaságpolitikai célok megvalósítását ösztönözve, mint a versenyképesség erősítése, a munkahelyteremtés vagy a környezetterhelés csökkentése. A vizsgált időszak folyamán 2013-ig az Új Magyarország Fejlesztési Terv és az Új Széchenyi Terv kiírásai nyújtottak lehetőséget a források lehívására.

A támogatási összegek megpályázásánál az operatív programok keretében az önerő biztosításához európai uniós visszatérítendő források is felhasználhatók, mint például a kamattámogatásos módszerek. Ezek a konstrukciók a visszatérítendő hitelekhez hasonló gazdaságpolitikai célokhoz kötődnek, melyekhez olyan kis- és középvállalkozások férhetnek hozzá, amelyek egy refinanszírozást folytató intézménnyel szerződve piackonform módon kaphatnak hitelt. (*Csubák, 2003., p. 99-121.*)

Számos támogatási lehetőséget biztosítottak az Európai Unió pénzeket juttató gazdaságfejlesztési operatív programok (GOP, JEREMIE) is, amelyek a KKV-k vállalati innovációjának, kutatás-fejlesztési tevékenységének támogatását, ösztönzését szolgálták, segítették tartós beszállítóvá válásukat, valamint hozzájárultak technológiai fejlesztéseikkel kapcsolatos eszközök beszerzéséhez, információs, minőség- és környezetirányítási rendszerek megvalósításához.

A JEREMIE kifejezetten a mikro-, kis-, és középvállalkozások számára tervezett pénzügyi konstrukciók segítségével mozdította elő azok pénzügyi forrásokhoz való jobb és olcsóbb hozzáférését. Célja a mikro- és kisvállalatok fejlődését gátló piaci elégtelenségek közül az egyik legfontosabb, a piaci hitel-, tőke- és garanciaforrásokhoz való korlátozott hozzáférés orvoslása volt. (*KSH, 2011.*)

2014-től a Széchenyi 2020 program keretében kerülnek kiírásra az újabb pályázati lehetőségek, melyek célja teljes mértékben megegyezik a korábbi pályázatok alapvető célkitűzéseivel. 2015. március 24-én született meg a döntés a vállalkozásokat leginkább érintő Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP) 2015. évre szóló éves fejlesztési keretéről. Az év folyamán közel hetven pályázati kiírás várható, melyek azonosító száma, keretösszege, eljárásrendje és megjelenésének ideje a vonatkozó 1173/2015 Kormányhatározat alapján a Magyar Közlöny 2015. évi 38. számában található.

A jogszabály szerint hozzávetőlegesen 750 milliárd forint keretösszegű támogatási forrás kerül majd kiosztásra a 2014-2020-as időszakban, melyből mintegy 530 milliárdra tud pályázni a versenyszféra.

A pályázati források igénybevétele

Az EU-s társfinanszírozással megvalósuló pályázatok 2011-től induló vállalkozások számára is elérhetőek voltak, kombináltan, kedvezményes hitellehetőségekkel. Legelőször a 2011-ben újonnan megjelent mikrovállalkozások fejlesztése konstrukcióban volt lehetőség a teljesen kezdő vállalkozások számára is támogatáshoz jutni. 2012-től úgy alakították át a kiírást, hogy még több, esetleg nagyobb gazdasági jelentőséggel bíró, de mikrovállalkozási státuszú cég is igénybe tudja venni, ennek köszönhetően a gazdaságélénkítés egy újabb hulláma indult el.

Általánosan az tapasztalható, hogy könnyebb dolguk, nagyobb lehetőségeik vannak a kisvállalkozásoknak, vagy ennél nagyobb cégeknek, melyeket – amellet, hogy nem kell figyelniük a települési korlátozásra – sokkal több pályázat érint, mint az induló- vagy mikrovállalkozásokat, hiszen ezek jövője a kezdeti szakaszban még elég bizonytalan, ezért kockázatosabb a támogatásuk. A 2007-2013-asperiodusban főként eszközbeszerzési lehetőségek álltak rendelkezésükre, melyeket esetenként ingatlanhoz, infrastruktúrához kapcsolódó fejlesztésekkel is igénybe lehetett venni. A feltételek alapján egy 10 fő létszámmal rendelkező cég gyakorlatilag települési mérettől függetlenül, bárhol megvalósíthatott beruházást. Ezzel szemben a mikrovállalkozások korlátozott területen, az úgynevezett települési lista által meghatározott, minimum 5000 fő lakossággal rendelkező településeken hajthattak csak végre fejlesztéseket. A Magyar Közlöny 2012. április 12-i száma szerint az Európai Bizottság elé került az a tervezet, melyben a kistépüléseken működő mikrovállalkozások is tudnának pályázni a jelenleg elérhető támogatásokra. Az intézkedés célja az lenne, hogy ne csak a városok körül tömörüljenek a vállalkozások, mert így a kistépülési önkormányzatok és a települések egészének fenntartási, fennmaradási esélyeit veszélyeztetik azáltal, hogy jelentős helyi adó bevételektől esnek el. A javaslattal kapcsolatban azonban még a mai napig sem született döntés.

A KKV-k számára igénybe vehető pályázatok szigorú feltételek mellett pályázhatóak meg, az elmúlt években azonban törekvések születtek a pályázás megkönnyítésére. Mind az adminisztráció, mind a pályázás folyamata tekintetében történtek egyszerűsítések, melyek leginkább a pályázati adatlap által kért információk körének leszűkítésében, relevánsabbá tételében nyilvánultak meg.

A vállalkozások számára nemcsak a beruházásokhoz, hanem a működéshez is készítették igénybe vehető konstrukciókat, a növekedési célok támogatására. Egyike ezeknek a mikro-, kis- és középvállalkozások munkahely-teremtési képességének támogatása, melyben a településektől függetlenül lehetséges az újonnan teremtett munkahelyeken a munkavállalók bérére és járulékaira támogatást igényelni. (Vajay, 2012., p. 789-790.)

2013 februárjától kevesebb lehetőség volt elérhető, mivel a programozási időszak végéhez közeledve egyre gyakoribbá vált a keretösszegek kimerülése az egyes pályázati konstrukciónál. Az év folyamán a korábban felfüggesztett kiírások újra megnyitása a maradványösszegek lehívására irányult. 2014. 3. negyedévéig pedig nem is hirdettek meg újabb kiírásokat, mivel az úgynevezett régi ciklus már lezárult, az új pedig még nem kapta meg az Uniótól a szükséges engedélyeket, az operatív programok jóváhagyása csak 2015.02.16-án történt meg. Ennek köszönhetően a 2014 októberétől elérhető, KKV-k számára kiírt 2 pályázati konstrukció első körben hazai forrásból, saját felelősségre került meghirdetésre, bízva az operatív program elfogadásában.

Vizsgált konstrukciók a már lezárult programozási időszakban (Széchenyi 2020, 2014a, b, c)

2007 és 2013 között 90 konstrukciót nyitottak meg országos szinten a KKV-k számára, így ezek főbb jellemzőire térek ki. Fontos megjegyezni, hogy a pályázati kiírások mindenhol megegyeznek a konvergencia régiókban, maximum a régió fejlettségétől függően támogatási

intenzitásbeli eltérések merülhetnek fel, amelyek a 37/2011. (III.22.) Korm. rendeletben szabályozott regionális támogatási térkép alapján követhetők nyomon. Az áttekintett kiírások mindegyikénél szempont volt a létszámhoz kapcsolódó adatok vizsgálata, a kötelező létszámtartás vállalása, ezáltal az időközben begyűrűző válság ellenére is biztosítva volt a munkahelyek megtartása, a foglalkoztatás szintjének fenntartása.

Kutatás-fejlesztés (GOP 1. prioritás)

Az időszak elején ezek a pályázati lehetőségek nem voltak túl népszerűek, mivel főként nagyobb volumenű alapkutatáshoz voltak igénybe vehetők. 2011-től kezdődően az alkalmazott kutatás-fejlesztés és akár az innovatív technológiák megvásárlása, fejlesztése és bevezetése – iparjog védelmi költségek támogatásával – is elérhetővé vált a cégek számára, mikrovállalkozási mérettől függően minimálisan 50%-os támogatási intenzitással, települési korlátozás nélkül. A vállalkozások számára elérhető legnagyobb támogatási mérték 65% volt, minimum 5 millió forintos támogatási összeg felhasználásával.

Eszközbeszerzés, informatikai fejlesztések (GOP 2. prioritás, jellemzően „A” komponens – kisebb összegű beruházások)

Az időszak folyamán végig elérhetőek voltak kisebb összegű eszközbeszerzési, illetve informatikai fejlesztési pályázatok. Ezek a lehetőségek minimum 35%-os, maximum 50%-os támogatási intenzitással jelentek meg. Leginkább a városias településeken működő mikrovállalkozások és a megyében bárhol működő kis- és középvállalkozások vehették igénybe, feltéve, ha 2 lezárt, teljes üzleti évvel rendelkeztek. Összességében az első kiírások lehetőségét kihasználva az 1-10 millió forintos támogatási összegű – ehhez kapcsolódóan 2,5-25 millió forintos elszámolható összköltségű – projektek tudtak pályázni. Ezt követően az időszak folyamán többször változott mind a támogatási összeg alsó és felső korlátja, mind pedig a támogatás intenzitása. A felső támogatási összeg legmagasabb értéke 2009-ben 50 millió forintig emelkedett. Az Új Széchenyi Terv kiírásaiban a legkisebb projektméret nettó 7,5 millió forintot kellett, hogy elérjen; míg a maximális támogatási összeg lehívásához 50 millió forintos elszámolható projekt összköltségre (támogatási összeg és pályázó önéreje együttesen) volt szükség.

Komplex fejlesztések (GOP 2. prioritás, jellemzően „B, C, D” komponensek – nagyobb összegű és komplex összetételű, valamint területi elmaradottság szerint különböztetett konstrukciók)

Az eszközbeszerzési konstrukciókhoz képest, a komplex fejlesztések esetén nagyobb támogatási összeg volt igénybe vehető, kisebb támogatási intenzitással, akár infrastrukturális fejlesztésekhez is. Ezeknél, a külön tartalmi bírálati szempontrendszerrel is rendelkező kiírásoknál 20-35%-os támogatási intenzitás volt elérhető, akár milliárdos fejlesztések megvalósításához. Ide érthetők az eszközbeszerzésen kívül az infrastrukturális, informatikai vagy munkahelyteremtésre irányuló fejlesztések, illetve a képzések is.

Modern üzleti környezet erősítése (GOP 3. prioritás)

2007 és 2013 között csak néhány konstrukció került kiírásra ezen a területen, melyek jellemzően jogosultsági kritériummal, azaz automatikus döntési folyamattal rendelkeztek.

Vizsgált konstrukciók az újonnan induló programozási időszakban (Széchenyi 2020, 2015a)

2014 és 2020 között új időszámítás indul az Európai Unió pályázati rendszerben. Új kiírások jelennek meg, új forrásokat biztosítanak az egyes országoknak, így hazánk számára is. A rendszer sajátossága, hogy addig nem jelenhetnek meg a konkrét pályázatok, amíg Brüsszelben nem fogadják el az általános célkitűzéseket tartalmazó operatív programokat, aminek célja az Unió stratégiához történő minél hatékonyabb illeszkedés megvalósulása, ami akár többszöri átdolgozást is jelenthet. Ebből fakadóan előfordulhat 1-1,5 éves csúszás is az időszak elején, mire a várt kiírások ténylegesen pályázhatóak lesznek. Az országoknak azonban van arra lehetőségük, hogy saját felelősségre megjelentessenek és pályáztassanak olyan konstrukciókat, melyeket később az operatív programok alatt, uniós társfinanszírozással tudnak majd megvalósítani a kedvezményezett pályázók.

Az új időszakban a korábbi fejlesztési irányvonalakat igyekeznek tovább folytatni, mivel elsődleges cél a vállalkozói szektor, és ezáltal a gazdaság fejlesztése. 2014-2020 között a prioritási tengelyeket más-más felosztás jellemzi, mely a következőképpen alakul.

Kis- és középvállalkozások versenyképességének javítása (GINOP 1. prioritás)

Ide tartoznak a következő fejlesztési területek:

- vállalkozói szellem előmozdítása, vállalkozóvá válás elősegítése, melynek keretében a cél a mikro-, kis- és középvállalkozások körében az uniós átlagtól elmaradó vállalkozói aktivitás növekedése és a vállalati élettartam meghosszabbodása, a vállalkozói inkubáció és mentorálás elérhetőségének biztosításán keresztül,
- versenyképes vállalkozói ismeretek terjesztése,
- a KKV-k növekedési lehetőségeinek megteremtése, a növekedési potenciállal rendelkező, nem kutatáshoz köthető innovációt végző KKV-kon keresztül (Ennek köszönhetően növekedni fog a korszerű infrastruktúrával ellátott telephelyek használata, javulni fog a KKV-k eszköz- és tőkeellátottsága a stabil növekedés és foglalkoztatás szempontjából ígéretes vállalkozások körében.),
- modern üzleti infrastruktúra megteremtése,
- kapacitásbővítés támogatása, eszközbeszerzésekkel, infrastrukturális fejlesztésekkel,
- piacképes és együttműködő KKV szektor megteremtése, mely a vállalkozások együttműködési intenzitásának növelésén keresztül, különös tekintettel az export tevékenységet végző cégekre vonatkozóan fog szerepet kapni,
- vállalkozások hálózatosodásának és piacra jutásának elősegítése.

Kutatás, technológiai fejlesztés és innováció (GINOP 2. prioritás)

- K+I aktivitás növelése a tudás- és technológia-intenzív vállalkozások körében,
- stratégiai K+I hálózatok számának növelése a K+F tevékenységet folytató vállalatok, valamint a közfinanszírozású és nonprofit kutatóhelyek (kutató-ismeretterjesztő szervezetek) között,
- a K+I kapacitások megerősítésével növekvő Horizon 2020 részvétel a közfinanszírozású és nonprofit kutatóhelyek (kutató-ismeretterjesztő szervezetek), valamint a vállalkozások körében.

Infokommunikációs fejlesztések (GINOP 3. prioritás)

- az infokommunikációs technológiai szektor, azaz az IKT szektor termékértékesítési képességének növelése,
- infokommunikációs megoldások használati szintjének növelése a vállalkozások körében,

- digitális gazdaság fejlődésének előmozdítása,
- állampolgárok IKT-hoz való hozzáféréseinek növelése a digitális kompetenciák terén leszakadással veszélyeztetettek IKT-hoz való hozzáféréseinek elősegítése révén, valamint e technológiák használatának fokozása segítségével,
- újgenerációs szélessávú hálózatok és hozzáférés biztosítása az NGA fehér foltok csökkentésével, az újgenerációs szélessávú hálózatok kiépítésének ösztönzésével, valamint a nagy sávszélességű kapcsolat biztosításával az állami és önkormányzati intézményeknél.

Energia (GINOP 4. prioritás)

A fejlesztések célja a vállalkozói szektor versenyképességének erősítése a közvetlen energiaköltségek összesített csökkentésével, az energiahatékonyság és a megújuló energiaforrások alkalmazásának növelése által, amely úgy tud megvalósulni, hogy az alacsony energiahatékonysággal rendelkező termelő és szolgáltató vállalkozások körében a versenyképesség fokozása erőforrás-hatékonyságuk érdekében, környezetbarát módon történik.

Foglalkoztatás (GINOP 5. prioritás)

- álláskeresők, különösen az alacsony iskolai végzettségűek növekvő körének munkaerőpiaci integrációja tudjon megvalósulni,
- a társadalmi célú vállalkozások foglalkoztatási kapacitásai erősödjenek,
- a nem állami szervezetek által szervezett munkaerő-piaci programokban résztvevő inaktívak és munkanélküliek száma növekedjen,
- fiatalok fenntartható munkaerőpiaci integrációjának erősítése, amely úgy tud megvalósulni, hogy a sem foglalkoztatásban, sem oktatásban vagy képzésben nem résztvevő 25 év alatti fiatalok Ifjúsági Garanciához való hozzáférést biztosítják, illetve a fiatalok részvétele nő a gyakornoki és a vállalkozóvá válást segítő programokban,
- a belső és külső munkaerő-piaci rugalmasság erősítése, mely intézkedés célja, hogy a rugalmasság munkahelyi feltételei és a munkaerőpiac rugalmassága egyaránt erősödjön,
- a jogszerű foglalkoztatással kapcsolatos tudatosság erősítése a munkáltatók és a munkavállalók körében, melynek célja a munkahelyi egészség és biztonság, a munka minőségének javítása, valamint hogy elterjedté váljon a bejelentett, legális foglalkoztatás.

Versenyképes munkaerő (GINOP 6. prioritás)

A munkaerő-kínálat fejlesztését kívánja támogatni egyrészt a kompetencia-fejlesztés és a felnőttképzés támogatásával, másrészt a képzési rendszernek a gazdaság igényeihez igazodó fejlesztésével. Mindez azt a célt szolgálja, hogy a munkaerő-kínálat rövid- és hosszú távon egyaránt jobban igazodjon a gazdaság munkaerő-keresletéhez, segítse a növekvő gazdaság munkaerő-igényének kielégítését, hozzájáruljon a versenyképesség javításához.

Turizmus (GINOP 7. prioritás)

Célja a természeti és kulturális örökség megőrzése, védelme és fejlesztése a belföldi és nemzetközi turistáktól származó bevételek növelésével a kulturális és természeti örökségi helyszíneken.

Bírálati szempontok a vissza nem térítendő támogatásoknál

Mivel a két különböző időszakra eltérő feltételrendszerek és szempontrendszerek érvényesek, ezért vizsgálataimat külön végeztem el.

Bírálati szempontok a 2007-2013 közötti időszakban, az Új Magyarország Fejlesztési Terv és az Új Széchenyi Terv programok pályázatainál (Széchenyi 2020, 2014a, b, c):

A tartalmi bírálati szempontrendszerek esetén elmondható, hogy alapvetően 4 fő részből épülnek fel:

1. A bírálati szempontrendszer a projektjavaslat realitását, költségvetési megalapozottságát célzó kérdésekkel indul.
 - Igen válasz esetén további szempontok kerülnek vizsgálatra,
 - míg a nemleges válasz a pályázat elutasítását vonja maga után.
2. Ezt követően a „pályázó adatai” rész következik, mely a működésre, gazdasági eredményekre tér ki. (Az ide tartozó mutatókat a későbbiekben részletezem.)
3. A bírálat következő részében a projekt adatai is vizsgálatra kerülnek, annak megállapítására, hogy mennyire jelentős a fejlesztés gazdaságélénkítő hatása. (Az ide tartozó mutatókat a későbbiekben részletezem.)
4. A szempontrendszer utolsó részét pedig a horizontális céloknak való megfelelés vizsgálata adja.

A legnagyobb hangsúlyt jellemzően a pályázó adatai és a projekt adatai rész kapja a pályázatok bírálati pontrendszerében. A vizsgált kiírások esetében a két részterület együttesen 80-90%-át adja az elérhető 100 pontnak.

2. táblázat. A leggyakrabban alkalmazott mutatószámok a pályázó beszámolójára vonatkozóan

Mutató neve	Kiszámítás módja
Likviditás (A pályázati felhívás szerint harmadfokú, tárgyévi likviditási mutató)	$\frac{\text{(készletek + követelések + pénzeszközök)}}{\text{rövid lejáratú kötelezettségek}}$
Saját tőke arány	$\frac{\text{utolsó lezárt év saját tőke értéke}}{\text{utolsó lezárt év mérlegfőösszege}}$
Éves nettó árbevétel változás mértéke az utolsó lezárt két év adatai alapján	$\frac{\text{utolsó lezárt év éves nettó árbevétele}}{\text{utolsó előtti év éves nettó árbevétele}}$
Működés időtartama	a működés éveinek száma
Korrigált eredmény mutató (%)	$\frac{\text{(utolsó lezárt év ÉCS}^2 \text{ + ÜÜTE)}^3}{\text{(utolsó előtti lezárt év ÉCS + ÜÜTE)}}$
Eszközfianzírozási mutató (%)	$\frac{\text{utolsó lezárt év befektetett eszközök}}{\text{(utolsó lezárt év ST}^4 \text{ + hosszú lejáratú kötelezettségek)}}$
Bővített összvagyon jövedelmezőség (ROA) (%)	$\frac{\text{(utolsó lezárt év SZVE}^5 \text{ + kamatráfordítás)}}{\text{utolsó lezárt év mérlegfőösszeg}}$
1 főre eső hozzáadott érték (ezer Ft/fő)	$\frac{\text{(utolsó lezárt év AEE}^6 \text{ + ÉCS + SZJR}^7)}{\text{utolsó lezárt év létszám}}$
Nettó árbevétel növekmény	2 év átlagos nettó növekménye, %-ban megadva
Exportból valamint közösségen belüli értékesítésből származó árbevétel aránya (%)	$\frac{\text{utolsó lezárt évben exportból származó árbevétel}^8}{\text{utolsó lezárt év éves nettó árbevétele}}$
Adófizetési mutató (%)	$\frac{\text{(Adófizetési kötelezettség az utolsó két lezárt évben)}}{\text{(Korrigált összes árbevétel}^9 \text{ az utolsó két lezárt évben)}}$

Forrás: Saját szerkesztés a Széchenyi 2020 weboldal pályázati kiírásai alapján (*Széchenyi 2020, 2014a, b, c*)

Az említett mutatók különböző módon csoportosítva, de mind-mind visszatértek a vizsgált időszak kiírásaiban. A bírálati pontszámok közül az egyes mutatók 2-12 pont között mozogtak, sávos beosztás szerint, ezzel az összes pontszámból 10-50 pontot adva.

A projekt gazdasági megvalósíthatósága szempontjából néhány kiírásnál speciális mutatókat is kértek, ilyen volt például a GOP-2.1.4. Környezeti célú fejlesztések kiírása, melyben a speciális adatok teljes mértékben az energia- és vízfelhasználásra, illetve a hulladék kibocsátásra tértek ki.

Az innovációs pályázatok esetében az eltérés abból adódott, hogy a fejlesztésnek milyen innovációs eredménye lesz, milyen területen lesz hasznosítható – néhány esetben még azt is pontosították, hogy a hazai, vagy a nemzetközi piacot érinti-e a fejlesztés. Ennek köszönhetően az ilyen jellegű kiírások esetén az összes pontszámból akár 50-80 pontot is jelenthetett, ha ezeket a szempontokat megfelelően teljesítette a pályázó szervezet.

² értékcsökkenési leírás

³ üzemi (üzleti) tevékenység eredménye

⁴ saját tőke

⁵ szokásos vállalkozási eredmény

⁶ adózás előtti eredmény

⁷ személyi jellegű ráfordítások

⁸ utolsó lezárt évben exportból, valamint közösségen belüli értékesítésből származó árbevétel

⁹ korrigált összes árbevétel = értékesítés nettó árbevétele + egyéb bevételek + pénzügyi műveletek eredménye – ELABÉ – eladott közvetített szolgáltatások értéke

3. táblázat. A projekt adatai, azaz a gazdasági megvalósíthatóság vizsgálata során alkalmazott mutatószámok

Mutató neve	Kiszámítás módja
Saját tőke arányos saját forrás érték (%)	$\frac{\text{összes elszámolható költség}}{\text{utolsó lezárt év ST}}$
Nettó árbevétel arányos saját forrás érték (%)	$\frac{2 * \text{összes elszámolható költség}}{\text{utolsó két év nettó árbevétele}^{10}}$
Befektetett eszköz arányos saját forrás érték (%)	$\frac{\text{összes elszámolható költség}}{(\text{utolsó lezárt év immateriális javak} + \text{tárgyi eszközök})}$
Nettó árbevétel növekmény vállalása a támogatási összeg százalékában, 2 év alatt (%)	$\frac{\text{projekt eredményéhez kapcsolódó nettó árbevétel}}{\text{kifizetett támogatás}} > 30\%$
Projekt elszámolható költsége/igényelt támogatási összeg	$\frac{\text{projekt elszámolható költsége}}{\text{igényelt támogatási összeg}}$
Mérleg szerinti eredmény arányos beruházási érték (%)	$\frac{\text{összes elszámolható költség}}{\text{utolsó lezárt év MSZE}^{11}}$

Forrás: Saját szerkesztés a Széchenyi 2020 weboldal pályázati kiírásai alapján (Széchenyi 2020, 2014a, b, c)

A mutatók egyenként 5-10 pontot jelentettek, szintén sávós beosztás szerint, mint a pályázói adatoknál, de összpontszám tekintetében 50-70 pont között mozogtak. Az eszközbeszerzési és komplex fejlesztési pályázatoknál ugyanolyan súllyal szerepeltek a pályázói adatok és a gazdasági megvalósíthatóság mutatói, mindkét rész 45-45% körül számított a bírálókat során.

A 100%-os pontozás eléréséhez mindezek mellett még a kötelezően vállalandó horizontális szempontok teljesülését is vizsgálták, mely a fennmaradó 10-15 pontot jelentette pályázatonként. Ezek a szempontok (a teljesség igénye nélkül):

1. Esélyegyenlőségi szempont:

- Esélyegyenlőségi munkatárs, felelős alkalmazása,
- Esélyegyenlőségi terv (foglalkoztatási ET) megléte,
- Részmunkaidős foglalkoztatottak száma (fő),
- Fogycsökkenéssel élő alkalmazottak száma (fő),
- Roma foglalkoztatottak száma (fő),
- Rugalmas munkaidő szervezés vagy csúsztatható munkakezdés lehetősége,
- Vállalati, szervezeti gyermekintézmények fenntartása,
- A szervezet támogat esélyegyenlőségi célcsoportok helyzetét javító alapítványokat, szervezeteket.

2. Környezeti fenntarthatósági szempont:

- A vállalkozás környezeti szempontú tanúsítás szerint működik,
- A fejlesztés időszakában a pályázó növeli az ökohatékonyra, környezetegészségügyi, környezettudatosságot erősítő feladatokra fordított kiadások arányát (eFt),

kiszámítás módja: $\frac{\text{projekt környezeti célokra fordított költsége}}{\text{projekt összköltsége}}$

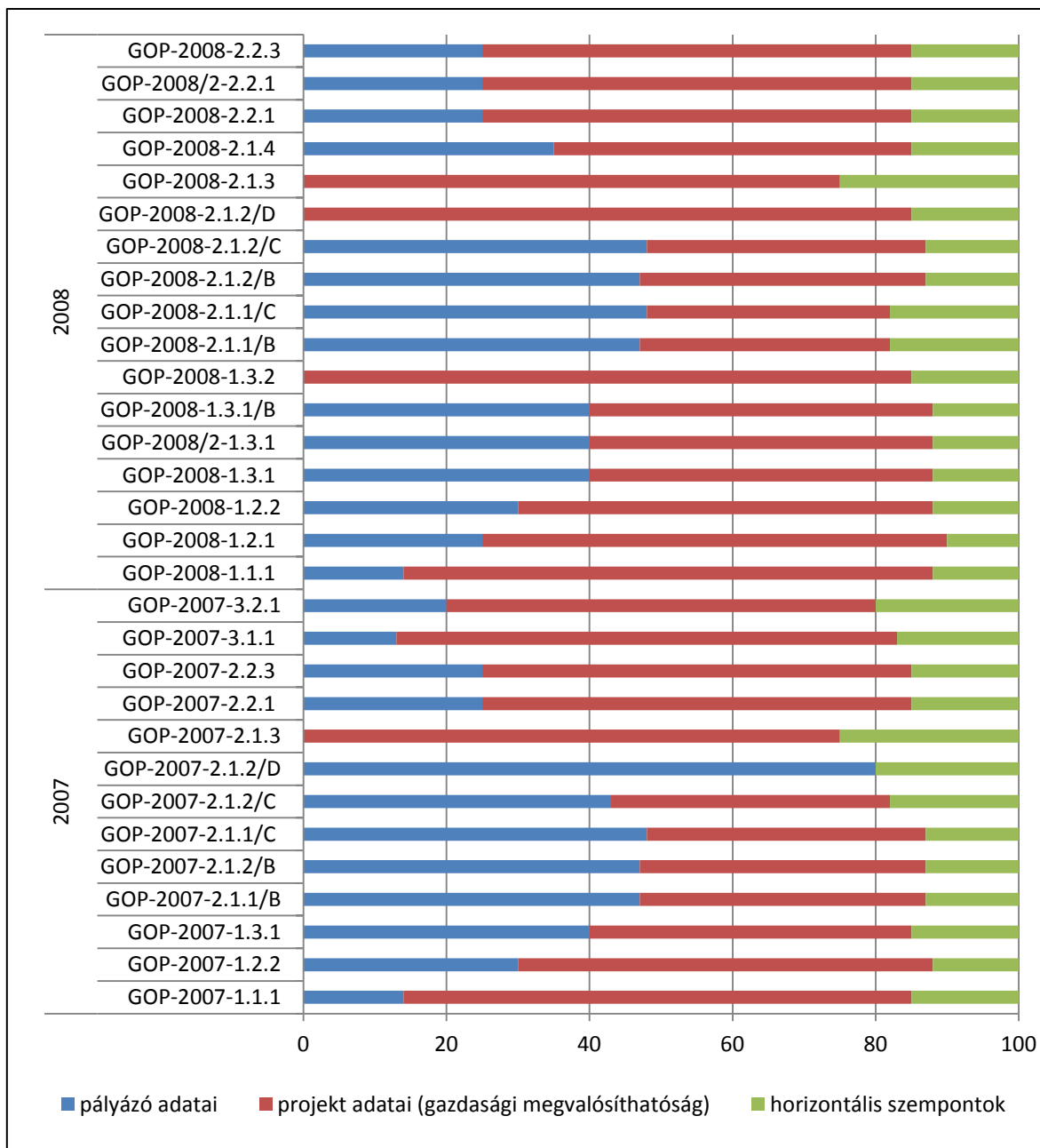
- Önkéntesen alkalmaz BAT technológiát (Best Available Techniques), azaz a legjobb elérhető technológiát (BAT technológiák száma, db),

¹⁰ vagy adóalapba beszámított bevétele

¹¹ mérleg szerinti eredmény

- Környezeti szempontokat is figyelembe vesz az eszközök, termékek, alapanyagok, szolgáltatások beszerzésénél,
- A fejlesztés barnamezős beruházásként valósul meg vagy az igénybe vett terület jelenlegi hasznosítása gazdasági célú,
- A megújuló energia arányát növeli a teljes energiafelhasználáson belül (kWh),
kiszámítás módja:
$$\frac{\text{megújuló energia felhasználás}}{\text{teljes energiafelhasználás}}$$
- A másodlagos alapanyag-felhasználás arányát növeli a teljes alapanyag felhasználáson belül (t),
kiszámítás módja:
$$\frac{\text{másodlagos alapanyag}}{\text{összes alapanyag}}$$
- A pályázó növeli a tömegközlekedést használó (támogatott) munkavállalók, kedvezményezettek számát a helyi munkavállalók arányának szinten tartása mellett. (fő).

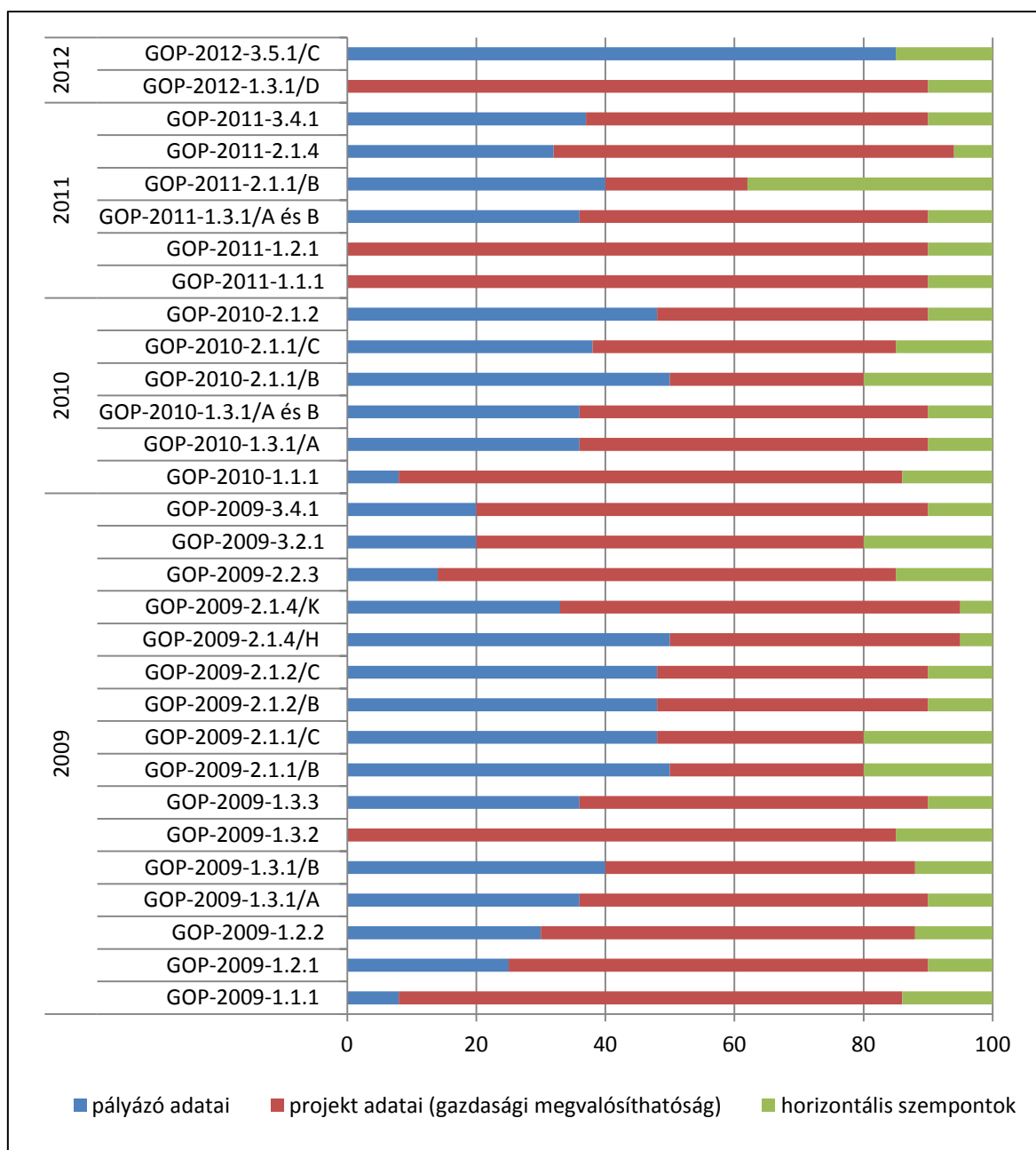
A felsoroltak közül a pályázat kiírásától függően a pályázóknak 1-5 horizontális szempontot kell választaniuk, amelyek megvalósítását vállalják.



1. ábra. A bírálati szempontok pontszám szerinti megoszlása 2007-2008 között

Forrás: Saját szerkesztés a Széchenyi 2020 weboldal adatai alapján (Széchenyi 2020, 2014a)

Az 1. és 2. ábra jól szemlélteti, hogy a vizsgált időszak alatt megjelent pályázati konstrukciókban a gazdasági megvalósíthatóság mutatószámaiból nyerhető a pontszámok közel 50%-a, vagyis minden pályázat elbírálása során kiemelt hangsúlyt fektetnek a pályázó gazdasági helyzetének, stabilitásának elemzésére. A likviditási, jövedelmezőségi, és tőkeszerkezeti mutatók vizsgálata minden pályázat esetén elengedhetetlen, mivel ezek alapján már képet kaphatunk a vállalkozás gazdálkodásáról, és a támogatások nyújtóinak is az az érdeke, hogy a jövőben potenciálisan működőképes, fenntartható vállalkozások kapjanak forrásokat beruházásaikhoz, fejlesztéseikhez.



2. ábra. A bírálati szempontok pontszám szerinti megoszlása 2009-2012 között

Forrás: Saját szerkesztés aSzéchenyi2020 weboldaladatai alapján (*Széchenyi 2020, 2014a, b, c*)

Az egyes pályázati konstrukcióknál kikötés a minimális 60 pont elérése a pozitív bírálathoz. A gazdasági eredményesség mutatószámai alapján így könnyen kideríthető, hogy a benyújtott pályázat pozitív befogadói döntésű lesz-e vagy sem, azaz eléri-e a szükséges 60 pontot vagy sem. Amennyiben egy pályázó esetén a gazdasági eredményesség mutatószámaira kapható pontok nagyon alacsonyak, már eleve kisebb az esélye a pályázatok megnyerésére, vagyis a bírálati szempontrendszerbe bele van építve a pozitív diszkriminancia a stabil, gazdaságos, jól működő vállalatokat illetően.

A gazdasági elemzésekből kapott mutatók és a vállalat korábbi működési ideje sávosan kerül pontozásra, így minél régebb óta és minél jobban működik egy cég, annál több pontot kaphat az egyes szempontokra.

A jövedelmezőség és a tőkeszerkezet elemzése emellett minden konstrukcióban megtalálható, a kapható pontszám körülbelül 50%-át adja ($\pm 5\%$ eltéréssel). Abban az esetben,

ha egy pályázat összköltsége – ami a támogatási összegből és a pályázó önerejéből tevődik össze – meghaladja a cég előző évi mérlegfőösszegét, a pályázat az aktuális részszempontra nem kap pontot, annak ellenére, hogy egy-egy konstrukcióban akár 20 pontot is jelenthet ez a feltétel, hiszen a gazdasági megvalósíthatóság szempontjainak egyik legjelentősebb mutatószáma.

Fontosnak tartom kiemelni, hogy abban az esetben, ha egy pályázó nagyon jó gazdasági mutatókkal rendelkezett, 90%-os valószínűséggel megkapta az igényelt támogatási összeget. Azonban abban az esetben, ha nagyon jó elképzeléssel rendelkezett a cég, és még a vállalható feltételek több mint 50%-át is bevállalta, viszont a gazdasági mutatók nem voltak túl jók, akkor nem lehetett biztosra venni, hogy megkapja a pályázott támogatást. Ilyen esetekben inkább a jogosultsági feltételekkel rendelkező konstrukciókat igyekeztek a vállalkozások megpályázni, mivel ott kevesebb szempontnak kellett megfelelni, és ott 70-75%-os eséllyel kaptak támogatást.

2007-ben, 2009-ben és 2011-ben voltak olyan konstrukciók, melyek nem rendelkeztek az összes résszel, azaz hiányzott a pályázói adatok, vagy a gazdasági megvalósíthatóság részpontszáma. Ennek oka elsősorban a speciális kiírási jellegből fakadt, mivel a 4 esetből 3-ban innovációs pályázatról beszélhetünk, amely csak a K+F jellemzőket vizsgálta és pontozta, a pályázói adatokra külön nem tért ki.

Az egyetlen olyan kiírás, ahol a gazdasági megvalósíthatósági rész kimaradt, a 2007-ben megjelent 2.1.2/D komplex technológiai beruházás a hátrányos helyzetű kistérségekben induló vállalkozások részére kiírás volt, melyben az 1 munkahelyre eső támogatást és az árbevétel arányos hozzáadott értéket pontozták.

A bírálati szempontrendszer kialakításában arra törekedtek az illetékes hatóságok, hogy minél hatékonyabban megvalósulhasson a gazdaság fejlesztése, fellendítése. Azonban az elmondható, hogy sok esetben szigorúbb határokat szabtak, mint esetleg szükséges lett volna, amiatt, hogy a későbbi Európai Unió ellenőrzések minden előírásának meg tudjanak felelni. A gyakorlati megvalósításban a szigorítások leginkább úgy nyilvánultak meg, hogy több alátámasztó dokumentumot (pl.: árajánlatkérő e-mail, a piaci ár igazolásához 3 db árajánlat, árajánlatok értékelése, megrendelés vagy szerződés, szállítói nyilatkozat, szállítólevél, teljesítésigazolás, átadás-átvételi jegyzőkönyv, aktiválási és üzembe helyezési jegyzőkönyv) kértek egy-egy támogatási összeg lehívásához. Sok esetben nem volt elegendő a vagylagos feltételként szereplő szállítólevél, teljesítésigazolás, átadás-átvételi jegyzőkönyvek egyikének benyújtása a számla és a kifizetési bizonylat mellett, hanem hiánypótlásként a kimaradt dokumentumokat is bekérték. Emiatt viszont a konstrukciók közel 50%-ánál nem tudtak a konkrét pályázatok a tervezett, adminisztrációs egyszerűsítések melletti formában megvalósulni.

Bírálati szempontok a 2014-2020 közötti időszakban, a Széchenyi 2020 program pályázatainál (Széchenyi 2020, 2015b):

Az új időszak kiírásainak várható szempontrendszerét egyelőre csak a 2014 végén saját felelősségre megnyitott pályázatok alapján vizsgálhatjuk. Ezek alapján megállapítható, hogy a bírálati szempontrendszer átdolgozásra került, az új lehetőségeket várhatóan nem a korábbi bírálati szempontrendszer pontozásának megfelelően fogják elbírálni, más-más fontossági sorrendet határoznak meg a szempontok között.

A korábbi időszakban jogosultsági feltételekként meghatározott előírások betartása mellett az új konstrukciók esetén megfelelőségi vizsgálatra is sor kerül, ami a projekt gazdasági megvalósíthatóságának néhány mutatóját ellenőrzi.

Az alapvető eltérés a korábbi évektől a több éves – minimum 3 év – működéshez kötött fejlesztés megvalósításának, illetve az előző lezárt, teljes üzleti év árbevételének minimális szintjének előírása. Emellett vizsgálni fogják:

- a projekt elszámolható költsége/igényelt támogatási összeg mutatót és
kiszámítás módja: $\frac{\text{projekt elszámolható költsége}}{\text{igényelt támogatási összeg}}$

- a támogatási összeg arányát
kiszámítás módja: $\frac{\text{igényelt támogatás}}{\text{utolsó lezárt év mérlegfőösszeg}}$

Továbbá jelentős különbség lesz, hogy a támogatások igénybevételénél kiemelten támogatott lesz a termelő szektor, vagyis elsősorban a termelő szektorban működő vállalkozások lesznek az új kiírások célcsoportjai és kedvezményezettjei.

Összefoglalás

A bírálati szempontrendszer a vizsgált időszak első évétől kezdődően egészen 2013-ig viszonylag állandó képet mutatott. Az egyes pályázatok esetében a pontszámok belső megoszlása változott, azaz volt ahol a jövedelmezőségi mutatók kaptak nagyobb hangsúlyt, míg más kiírásoknál a tőkeszerkezeti mutatók. Emellett azonban minden konstrukció esetében fontos volt a megvalósítást követő időszakra tett vállalások számszerűsítése, mint például a nettó árbevétel növelése a megvalósítást követő két évben. Ezek a kritériumok pontos képet adtak a cégek jelenlegi gazdasági helyzetéről, illetve a fejlődőképességükről, gazdasági potenciáljukról is, azáltal, hogy az ésszerűség határain belül árbevétel-, eredmény- vagy létszámnövekedést vállaltak.

A kiválasztási szempontoknak szinte minden esetben sikerült a pályázóknak megfelelni, bár az időszak alatt akadtak olyanok is, akik túlzott kockázatot vállaltak, azonban a válság hatására nehezebb helyzetbe kerültek, ezért kénytelenek voltak elállni a pályázatok megvalósításától annak érdekében, hogy a cég jövője biztosítható legyen. Az elálló pályázók általában nem rendelkeztek rosszabb mutatókkal, mint a megvalósítók, a megvalósítási időszak, valamint a támogatás folyósításának elhúzódása sokkal inkább hozzájárult a visszalépési döntéshez, mint a korábbi gazdasági helyzetük.

Összességében elmondható, hogy a nyertes, és megvalósított pályázatok minden esetben azok közül kerültek ki, amelyek a bírálati szempontok pontozása során nem a minimálisan elvárt 60 pontot érték csak el, hanem a megfelelően körüljárt, és lehatárolt elképzeléseknek, valamint a vállalat jó teljesítményének (fizetőképesség, jövedelmezőség) köszönhetően 75-80 ponttal, vagy még ennél is magasabb pontszámmal rendelkeztek. A vállalat jó teljesítménye az esetek 90%-ában garantálta a sikert, ezzel szemben a jó projektötlet nem bizonyult elegendőnek. Tehát a pályázati sikeresség talán legfontosabb előfeltétele lehet a stabil és jó, jövedelmező vállalati gazdálkodás.

2014-től, az új pályázati ciklus indulásától a megszokott kiválasztási rendszer kis mértékben átalakult, valamint eltolódás történt a támogatások célcsoportját tekintve a termelő szektor irányába. Ez az intézkedés több kérdést is felvet a jövőre vonatkozóan, főként a korábban már pályázó, az új lehetőségek felé nyitott vállalkozások tekintetében, mivel így a hazánkat leginkább jellemző szolgáltató szektor háttérbe szorul a támogatásokat illetően. Emiatt, illetve a minimális működési idő kikötése miatt a fő cél, a gazdaság fejlesztése ugyan megvalósul, azonban ágazati szempontból jelentősen leszűkül a tényleges fejlesztések köre. Emellett az induló vállalkozások támogatása – melyek jelenleg leginkább a szolgáltató szektorhoz tartoznak – jó eséllyel háttérbe fog szorulni a jelenlegi időszakban. Az időszak elején az igénybe vehető összegek várhatóan kisebb csoport kezében fognak összpontosulni, mivel a kiírások szempontjainak az induló vállalkozások nem tudnak megfelelni, ugyanis 3 évre visszamenőlegesen, igazolhatóan termelő tevékenységből származó árbevételre várnak el a konstrukciók kiírói, ami a pályázati ciklus végére – véleményem szerint – a hazai gazdaság

termelő szektor irányába történő eltolódását, gazdasági profilváltást is eredményezhet. Ez a változás egyezik ugyan az Unió elvárásokkal, azonban hazánk gazdaságának ágazati összetétele szempontjából mindenképpen jelentős változásokat indukálhat.

Irodalomjegyzék

- 1110/2012. (IV. 12.) Korm. határozat, *Magyar Közlöny*, No. 43, 8169.
- 1173/2015. (III. 24.) Korm. határozat a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program 2015. évre szóló éves fejlesztési keretének megállapításáról
- 37/2011. (III.22.) Korm. rendelet az európai uniós versenyjogi értelemben vett állami támogatásokkal kapcsolatos eljárásról és a regionális támogatási térképről
- Csubák T. K. (2003). *Kis- és középvállalkozások finanszírozása Magyarországon* (doktori értekezés) Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest
- Dávid M. (2009). *Induló mikro-, kis és középvállalkozások finanszírozási lehetőségei Magyarországon*, Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola
- KSH (2011). *A kis- és középvállalkozások helyzete a régiókban*, Központi Statisztikai Hivatal, 2011. szeptember, Budapest
- KSH (2012). 3.2.1.1. *A regisztrált gazdasági szervezetek száma – GFO'02 (1990–2010)*, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd001c.html, Letöltés: 2012.03.25.
- KSH (2015a). 3.2.1.2. *A regisztrált gazdasági szervezetek száma – GFO'11 (2011–2014)*, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd008.html, Letöltés: 2015.05.03.
- KSH (2015b). 3.2.1.3. *A regisztrált gazdasági szervezetek száma – GFO'14 (2014–)*, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd010.html, Letöltés: 2015.04.25.
- KSH (2015c). 3.2.2. *Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma gazdálkodási forma szerint (1999–2013)*, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd002b.html, Letöltés: 2015.07.13.
- KSH (2015d). 3.2.3. *Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma létszám-kategóriák szerint (1999–2013)*, http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg001.html, Letöltés: 2015.07.13.
- Lehmann K., Nyers J. (2009). Az Európai Unió fejlesztési forrásainak felhasználása, *Statisztikai Szemle* 87. évfolyam, 2. szám
- Nemes G. (2003). Vidékfejlesztés és előcsatlakozási felkészülés Magyarországon, *Közgazdasági Szemle*, L. évfolyam, 2003. január
- Széchenyi2020 (2014a). *Gazdaságfejlesztési Operatív Program (pályázati kiírások)*, <http://palyazat.gov.hu/doc/4>, Letöltés: 2014.12.02.
- Széchenyi2020 (2014b). *Tudomány – Innováció Program (pályázati kiírások)*, <http://palyazat.gov.hu/doc/2642>, Letöltés: 2014.12.02.
- Széchenyi2020 (2014c). *Vállalkozásfejlesztési Program (pályázati kiírások)*, <http://palyazat.gov.hu/doc/2639>, Letöltés: 2014.12.02.
- Széchenyi2020 (2015a). *Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP) 2014-2020*, http://palyazat.gov.hu/az_europai_bizottsag_altal_elfogadott_operativ_programok_2014_20, Letöltés: 2015.04.07.
- Széchenyi2020 (2015b). *Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (pályázati kiírások)*, <http://palyazat.gov.hu/doc/4380/>, Letöltés: 2015.04.30.
- Vajay Zs. (2012). *A vállalkozások finanszírozási lehetőségeinek átalakulása, különös tekintettel a pályázati lehetőségek változására*, Tehetség és kreativitás a tudományban, Nemzetközi tudományos konferencia, Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar, Sopron, 2012. május 22., ISBN 978-963-9883-92-5
- Vajay Zs. (2013). *Financial possibilities of the SME sector in Hungary*, Science for Sustainability International Scientific Conference for PhD Students, Nyugat-magyarországi Egyetem, Győr, 2013. március 19-20., ISBN 978-963-334-103-2

E-CONOM

Online tudományos folyóirat
Online Scientific Journal

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
Studies on the Economic and Social Sciences



E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
VAJAY JULIANNA

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
VAJAY JULIANNA

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

JOÓB Márk

The Importance of the Monetary System Regarding Sustainability

A pénzrendszer kulcsfontosságú szerepe a fenntarthatóság szempontjából 2

KULCSÁR László

A szolgáltatástudomány (service science) oktatásának és kutatásának lehetőségei a Nyugat-magyarországi Egyetemen

Service Science: Possibilities for Teaching and Researching at the University of West Hungary, Faculty of Economics 12

Soós Balázs

A stratégiai előrelátás elméleteinek érvényesülése a vállalati gyakorlatban

Emergence of Theories of Strategic Foresight in the Corporate Practice..... 23

BERECZK Ádám

A nyereségesség és a munkaerőköltség hatása a feldolgozóipar szakágzatainak állóeszköz-bővítésére

The Effects of Profitability and Staff Costs on the Fixed Asset Expansion in the Manufacturing Sub-Branches 33

KOROSECZNÉ PAVLIN Rita – KÖVÉR György – PARÁDI-DOLGOS Anett – SZÓKA Károly

Kisvállalkozási méret felosztása

Subdivision of Hungarian Small-Sized Enterprises 42

VAJAY Zsuzsanna

A KKV-k pályázati finanszírozása és a pályázati eredményességre ható bírálati szempontok vizsgálata a konvergencia régiókban

Financing SMEs with Tenders and the Effect of Tender Selection Criteria to the Hungarian SMEs in the Convergence Regions..... 50

MÉSZÁROS Katalin

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron 67

MÉSZÁROS Katalin¹

Gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlása Sopronban

A ruházati cikkek kereskedelmében is megfigyelhető a globalizáció és az ebből fakadó túlkínálat, valamint a vásárlói szokások változása. A publikációm célja a gyermekruházati kiskereskedelem meghatározó nemzetközi vállalkozásainak és a független kiskereskedőknek a vizsgálata, az alapján, hogy a Sopronban megkérdezett szülők milyen márkákat, gyermekruházattal foglalkozó üzleteket részesítenek előnyben, a vásárlásaik során melyek azok a legfontosabb tényezők, amely alapján üzletet választanak. Megvizsgáltam, hogy általánosságban a szülők gyermekruházati termékekkel kapcsolatos vásárlásait mennyire jellemzi a minőség-, az ár-érték tudatosság, a kiárúsításra való fogékonyság, a bolthűség. Kvantitatív kutatási eredményeim rávilágítanak arra, hogy Sopronban a ruházati szakáruházak, a hipermarket és a szakdiszkont által forgalmazott saját márkás gyermekruházati termékeket a megkérdezettek nagyobb arányban ismerik, mint a gyártói márkás termékeket és vásárlásaik során is e márkákat preferálják. A soproni vásárlók a Tesco hipermarket által kínált gyermekruházati termékválasztékot kedvezőbbnek ítélik meg a C&A, H&M, Takko Fashion ruházati szakáruházak és a Kik szakdiszkont választékával szemben.

Kulcsszavak: kiskereskedelem, fogyasztói magatartás, kereskedelmi márka, gyermekruházat
Jel-kódok: M31, D12, L81

Notoriety and Purchase of Children's Clothes Brands in Sopron

You may notice the globalisation in clothing trade and the resulting oversupply, as well as the change in customer habits. The aim of our paper is to examine the international companies and independent retailers, on the basis of the answers were given by parents about children clothing shops, brands, which are the most important factors, which will be selected on the basis of a deal. I examined that, generally, the parents' children clothes shopping are characterized by the quality, the price-value awareness, responsiveness for sales, and loyalty to place of purchase. Quantitative research results highlighted that children's clothes sold by private label in clothing specialist stores, a hypermarkets and discounts have a bigger notoriety than the manufacturers of brand-name products have; and customers prefer these well-known. The customers most preferred brand is F&F by Tesco, over against C&A, H&M, Takko Fashion and Kik.

Keywords: retail, customer behaviour, commercial brand, children's clothing
Sign codes: M31, D12, L81

¹ A szerző a Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Karának egyetemi docense (mkatalin AT ktk.nyme.hu)

Bevezetés

A magyarországi kiskereskedelem szerkezete az 1990-es évek elejétől kezdődően dinamikus fejlődésen ment keresztül. A rendszerváltást követően új értékesítési csatornák és módszerek jelentek meg, és a külföldi, tőkeerős multinacionális vállalatok gomba módra szaporodtak el először az ország nyugati részében, majd ezt követően a keleti felében is. A kiskereskedelem fent említett tendenciái egyrészt a verseny élénkülésében, másrészt a vásárlási magatartásokban, fogyasztói szokásokban is megfigyelhetők.

Kutatásomban, azért választottam a gyermekruházati vásárlási szokások feltérképezését, mert a korábbi ruházati kiskereskedelemmel foglalkozó vizsgálatok (*GfK csoport, 2006, Ságvári, 2008, Nielsen, 2014*) egyáltalán nem érintik a gyerekeknek vásárolt ruházati márkákkal kapcsolatos szülői motivációkat.

Ruházati termékek vásárlási döntéseinek motivációjáról 2006-ban a GfK csoport 20 országban készített felmérést. A kutatásból általánosságban kiderül, hogy a magyarok kissé fontosabbnak tartják a márkákat, mint nyugat- vagy közép-európai társaink, a megkérdezettek 45%-a állította, hogy egy-egy termék gyakran márkás volta miatt kerül a kosarába. Nyugat-Európában ez az arány 31%, Közép-Európában 35% volt 2006-ban. (*GfK csoport, 2006*)

A Fanta TrendRiport II. (*Ságvári, 2008*) a magyar tinédzserek öltözködési és zenei stílusának elemzésével foglalkozik. E vizsgálat rávilágít arra, hogy a magyar fiatalok egyrészt szeretnék divatosan öltözködni (főleg a lányok), azonosulni másokkal, elérni a referenciacsoport tetszését, másrészt ezzel ellentétben fontos számukra az egyediség, az eredetiség, a csak rájuk jellemző stílus.

A Nielsen fogyasztói információkat és ismereteket szolgáltató vállalat (2014) negyedévente felméri a magyar lakosság fogyasztói kedvét és fogyasztói szokásait. 2014. harmadik negyedévében a lakosság a szabadon elkölthető jövedelmüket elsősorban lakásfelújításra (23%), hitel és kölcsön törlesztésre (22%), új ruházati termékek vásárlására (21%), otthonon kívüli szórakozásra (18%), nyaralásra (18%) és új technológiai eszközök vásárlására (16%) fordítják. A második negyedévhez képest a ruházati cikkek vásárlására 4%-kal fordítottak többet a megkérdezettek. A felmérésben részt vevő 31 ország válaszadói a második helyen említették a ruházati cikkek vásárlását (32%), mely eredmény tükrözi az európai országok megkérdezetteinek eltérő vásárlási szándékát a szabadon elkölthető jövedelmükből. (*Nielsen, 2014*)

A publikációm primer kutatásának célkitűzése, hogy feltárjam Sopronban az újszülött kortól a 18 éves korosztályig a szülők gyermekruházati márkákkal kapcsolatos ismertségét illetve a márkák vásárlását; a vásárlások legfontosabb üzlettípusait, az üzletválasztási döntéseket befolyásoló tényezőket a leginkább preferált ruházati kiskereskedelmi egységeknél.

Módszertan

A kutatás során a kvantitatív kutatási módszerek közül a kérdőíves kutatás került alkalmazásra a gyermekruházati vásárlási szokások, magatartások vizsgálatához Sopronban. A kutatás nem terjedt ki a lábbelik, az alsóruházat és a kiegészítők vásárlására, kifejezetten a csecsemőkortól 18 éves korig vizsgálta a felsőruházati termékek vásárlását (pl. pulóver, kabát, nadrág, szoknya). Az összeállításánál figyelembe vettem a kérdőív szerkesztésére vonatkozó szabályokat, zárt kérdés, Likert-skála és nyitott kérdés típusokat alkalmaztam. A kérdőívben Dudás (2012) szerint meghatározott bolti kiskereskedelmi egységeket vettem alapul.

Sopronban a következő gyermekruházattal foglalkozó kiskereskedelmi üzlettípusok találhatóak meg:

- ruházati szakáruházak (C&A, H&M, Takko Fashion, New Yorker),

- szakdiszkontok (Kik Textildiszkont)
- diszkontok (Lidl, Aldi),
- hipermarketek (Tesco),
- babaáruházak (Brendon, BabyCenter),
- szakboltok (Benetton),
- távol-keleti üzletek illetve áruházak,
- használt ruházati üzletek,
- baba-mama börze,
- magán kiskereskedelmi egységek (Fanny Tini- és Gyermekdivat, Revü Gyermekdivat, Pingvin Gyermekruházat).

A 269 fős mintába kerülő személyek véletlenszerű mintavételi eljárási módszerrel kerültek kiválasztásra. A megkérdezés lebonyolítása egyrészt személyes megkérdezés, másrészt online kérdőív formájában történt. A kérdőív kitöltésére 2014. szeptember és október hónapban, a hibás és rosszul kitöltött kérdőívek pótlására 2014. október 4. hetében került sor. A kutatás során gyűjtött adatokat az SPSS for Windows 22.0 Evaluation matematikai-statisztikai program segítségével dolgoztam fel. A hipotézisek teszteléséhez egyváltozós statisztikán (gyakorisági eloszlás) kívül a többváltozós statisztikai módszerek közül a kereszttáblás elemzést alkalmaztam.

Hipotézisek

A gyermekruházati vásárlási szokások vizsgálata a következő hipotéziseket vetették fel:

H₁: A szülők gyermekruházattal kapcsolatos vásárlásaik során előnyben részesítik a multinacionális vállalatok által értékesített kereskedelmi márkás termékeket a független gyermekruházattal foglalkozó kiskereskedelmi egységek által kínált gyártói márkákkal szemben.

Az első hipotézisem megfogalmazásának kiindulópontja, hogy a független, kisebb alapterületű gyermekruházattal foglalkozó kiskereskedelmi egységek száma évről-évre csökken, míg a multinacionális vállalatok száma gombamód szaporodnak Magyarországon. Sopronban sincs ez másképpen, a gyermekruházati kiskereskedelem szerkezete az elmúlt években teljesen átalakult. Megjelentek a magán kiskereskedelmi egységek mellett a ruházati szakáruházak, a diszkontok és szakdiszkontok, a hipermarketek, a babaáruházak, a szakboltok, a távol-keleti üzletek illetve áruházak, a használt ruházati üzletek valamint a baba-mama börzék is.

H₂: A csecsemő korosztályban (0-2 év) a szülők a babaáruházakban és a független kiskereskedelmi egységekben vásárolnak gyermekruházati termékeket.

Korábban még senki nem foglalkozott gyermekruházati vásárlási szokások megismerésével, így e hipotézisem felállításánál abból a következtetésből indultam ki, hogy a megkérdezettek az újszülött kortól a 2 éves korig szívesebben vásárolnak azokban az üzletekben, ahol a vásárlás közbeni szolgáltatásokra és a személyes eladás technikájára nagyobb hangsúlyt helyeznek (például a ruházati termék méretére, összetételére vonatkozó információk megszerzése).

H₃: A szakáruházakat a vásárlók kedvezőbbnek ítélik meg a termékválaszték alapján, mint a hipermarketeket és a szakdiszkontokat gyermekruházati termékek tekintetében.

Általánosságban elmondható, hogy a ruházati nagy alapterületű szakáruházak (C&A, H&M, Takko Fashion, New Yorker) szélesebb és mélyebb áruválasztékot kínálnak, mint a hipermarketek és a diszkontok. A szakdiszkontokban (Kik Textildiszkont) csak meghatározott árucsoportban talál a vásárló mélyebb választékot, míg az FMCG szektorban működő Aldi és Lidl diszkontok termékkínálatában időszakosan jelennek meg ruházati termékek szezonális

jelleggel, melyeknek választéka se nem széles, se nem mély. A hipermarketek (Tesco) termékválasztéka ezzel szemben nagyon széles, de kevésbé mély.

Minta jellemzői

A megkérdezettek demográfiai jellemzői: a válaszadók 83,6%-a nő, 16,4%-a férfi. Életkor alapján a legnagyobb arányban a 31-40 éves szülők (52,4%) került a felmérésbe, ezt követi a 41-50 éves (22,7%), a 20-30 éves (21,2%) és az 50 év feletti (1,1%) korosztály. Az iskolázottság alapján Sopronban a vásárlók többsége főiskolai (26,8%), egyetemi (21,6%) és szakközépiskolai (23,0%) végzettséggel rendelkezik. A megkérdezettek jövedelmi, anyagi helyzetükkel átlagos mértékben vannak megelégedve (62,1%). A kutatásba bevont személyek többsége családi házban (46,8%), társasházban (18,2%) és panellakásban (16,7%) él.

Kiskereskedelem legfontosabb mutatói

A nem élelmiszertermékeket forgalmazó kiskereskedelmi egységek forgalma 0,8 százalékkal emelkedett 2012-es évhez képest 2013-ban a KSH adatai alapján. A tevékenységcsoporton belül a könyv, számítástechnika és egyéb iparcikk kiskereskedelem forgalma csökkent a legnagyobb mértékben (3,2%). Ugyanakkor szintén visszaesést mutat a forgalomban a bútór és műszaki cikk valamint az iparcikk jellegű vegyes kiskereskedelem forgalma is. A gyógyszer, gyógyászati termék, illatszer valamint a textil, ruházat és lábbeli kiskereskedelem eladásai 2013-ban növekedtek az előző évhez képest. Az előbbi tevékenységcsoport 1,3 százalékkal, míg az utóbbi 4,6 százalékkal emelkedett. (1. táblázat)

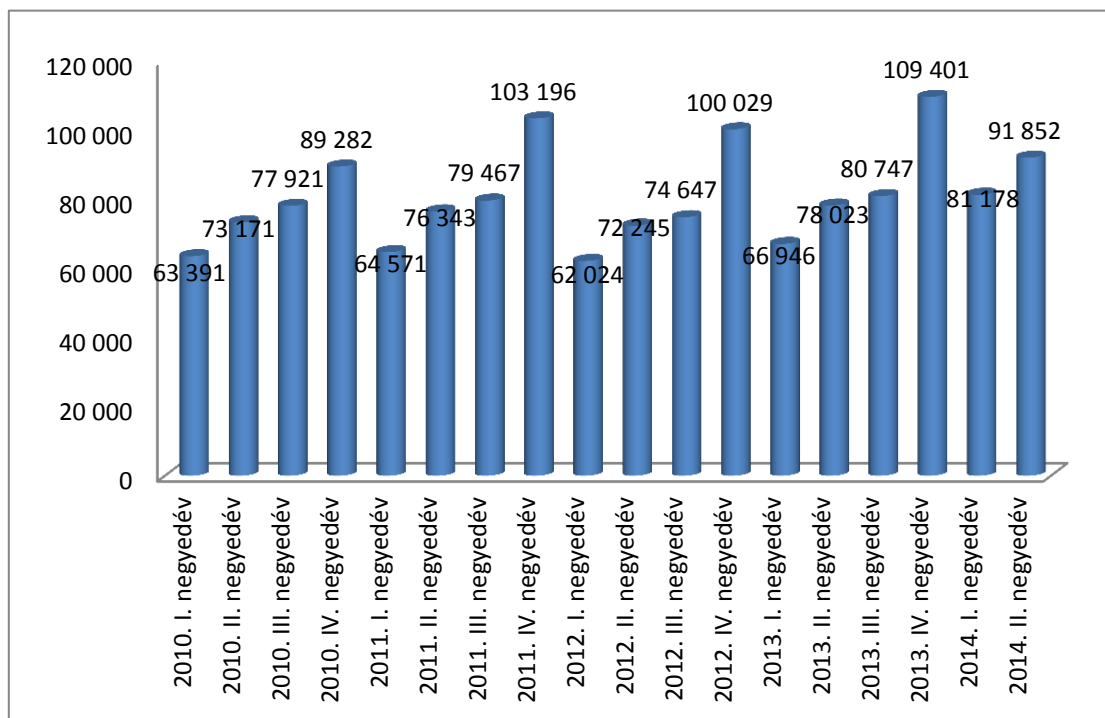
1. táblázat Kiskereskedelmi forgalom alakulása 2013-ban (%)

	Megosztás	Változás (előző évhez képest)
Élelmiszer- és élelmiszer jellegű vegyes Ebből:	45,9	0,4
<i>élelmiszer jellegű vegyes</i>	39,8	-2,8
<i>élelmiszer, ital, dohányáru</i>	6,1	29,9
Nem élelmiszer termék Ebből:	35,4	0,8
<i>iparcikk jellegű vegyes</i>	2,9	-0,6
<i>textil, ruházat és lábbeli</i>	5,0	4,6
<i>bútor, műszaki cikk</i>	11,3	-1,8
<i>könyv, számítástechnika és egyéb iparcikk</i>	8,1	-3,2
<i>gyógyszer, gyógyászati termék, illatszer</i>	6,1	1,3
Üzemanyag	18,7	2,3
Kiskereskedelem összesen	100	0,9

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal, KSH jelenti, Gazdaság és társadalom, 2013. I. – IV. negyedév (2014)

2010-es évtől a kiskereskedelem eladási forgalma a textil és ruházat árucsoportban 2011, 2012, 2013. utolsó negyedévében volt a legmagasabb, mely elsősorban az ünnepi vásárlásokkal indokolható. Amennyiben 2010-től az első 3 negyedévet vesszük figyelembe, megállapítható, hogy 2012-ben textil és ruházati termékekre kevesebbet költöttek a vásárlók, mint az azt megelőző két évben illetve 2014-es év első két negyedében. A textil és ruházati kiskereskedelmi forgalom alakulására hatással volt a 2014-es évben bevezetett on-line

pénztárgép rendszer, melyet a bevallott forgalom ugrásszerű növekedése is mutat ugyanez év első két negyedében (1. ábra).

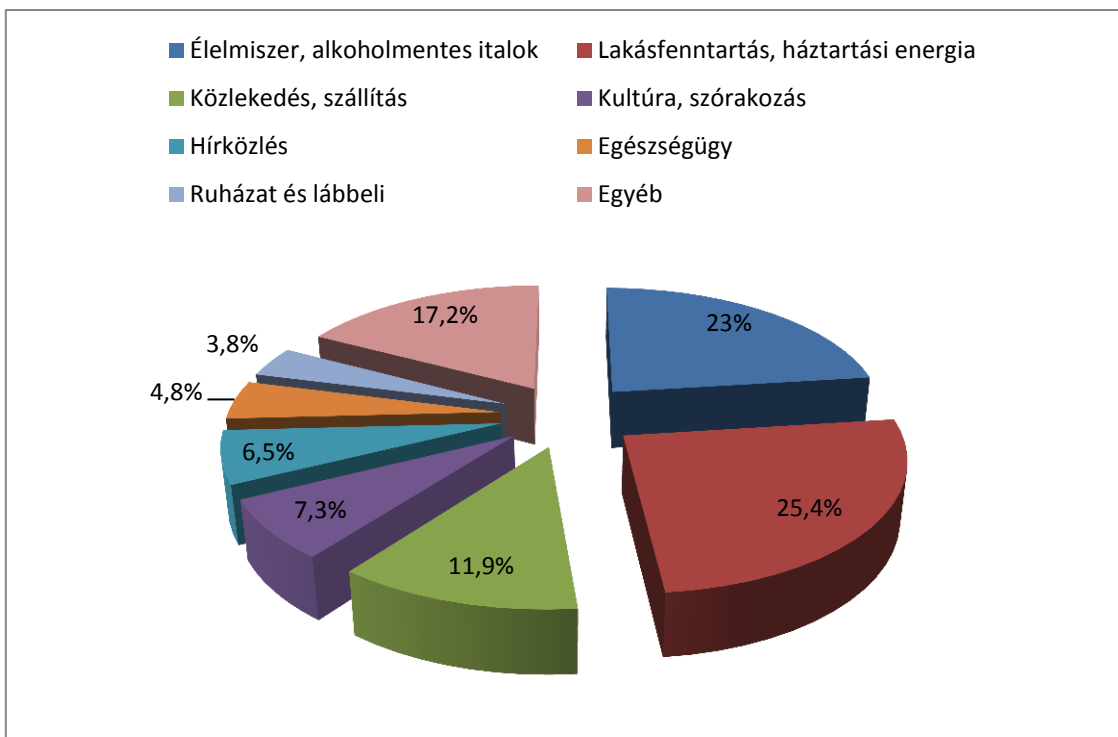


1. ábra Kiskereskedelem eladási forgalmának alakulása a textil és ruházati árucsoportban (millió Ft)

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján, saját szerkesztés (2014)

A magyar háztartások összkiadásán belül a ruházati termékek megoszlása a legalacsonyabb. A rendelkezésre álló adattáblák 2012-ben tartalmazzák a ruházat és lábbeli főcsoportra vonatkozó kiadások megoszlását, 2013-ban és 2014. első félévében már az egyéb főcsoportban jelenik meg.

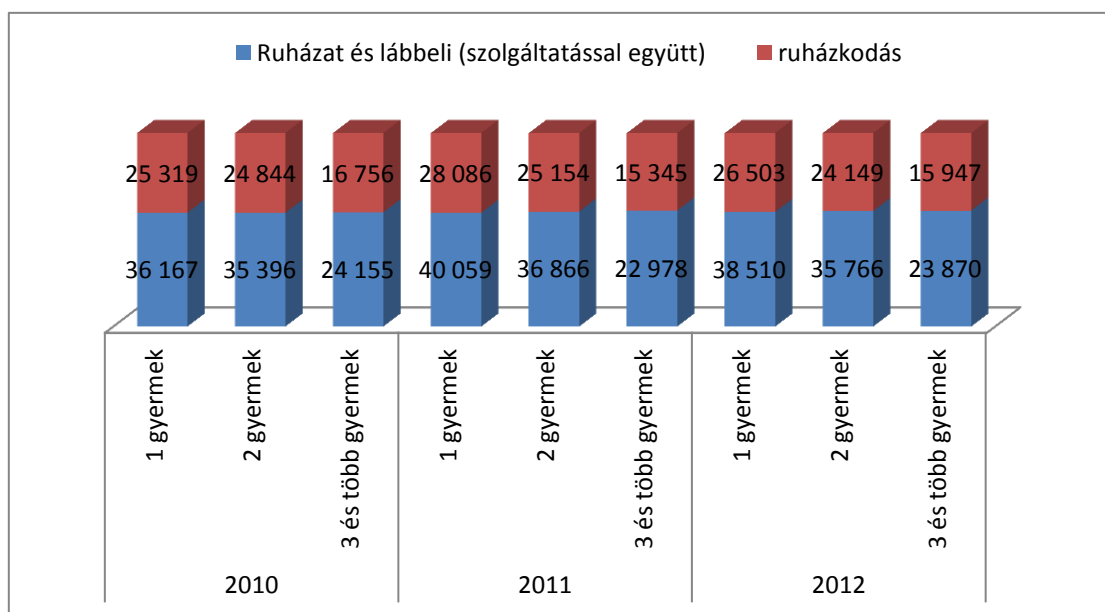
2012-ben nem változott számottevően a fogyasztás szerkezete az előző évekhez képest. A lakosság kiadásainak legnagyobb részét (25,4%-át) lakásfenntartásra és háztartási energiára költötték. A kiadási szerkezeten belül ezt követte 23%-kal az élelmiszerek és alkoholmentes italok valamint 11,9%-kal a közlekedés és szállítás főcsoport (2. ábra). Ezek alapján megállapítható, hogy a magyar háztartások 2012-ben a teljes kiadásaikon belül 60,3%-ot költenek alapvető szükségleteik kielégítésére. (2014. első félévében ez az arány már 61,6% volt.) Az alapvető szükségletek kielégítése után a szabadon felhasználható 39,7%-ból csupán 3,8%-ot költöttek a magyar háztartások ruházati és lábbeli termékekre 2012-ben.



2. ábra Egyes fogyasztási főcsoportok megoszlása az összkiadáson belül 2012-ben (%)

Forrás: Statisztikai Tükör, VII. évfolyam, 100. szám, (2014)

A KSH adatai alapján 2010-től vizsgálva a ruházati termékek kiadásait a hagyományos családmodell alapján látható, hogy az 1 gyermekes családokban fordítanak a legtöbbet a szülők ezen kiadásokra. Az 1 és 2 gyermekes családoknál az 1 főre jutó ruházatkódásra szánt kiadások 2011-ről 2012-re csökkenést, míg a 3 vagy több gyermekes családoknál növekedést mutat. (3. ábra)



3. ábra Egy főre jutó ruházat és lábbeli kiadások azokban a gyermekes családokban, ahol a gyerekeket két szülő neveli

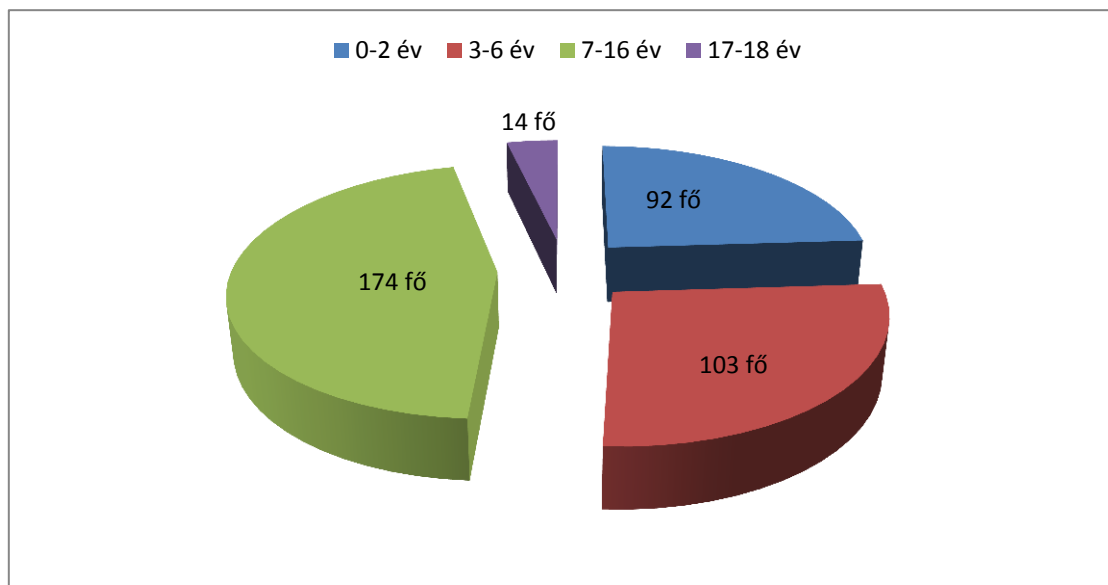
Forrás: Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján, saját szerkesztés (2014)

Kutatási eredmények

A 269 megkérdezett családban összesen 383 gyermek él, akik közül 207 lány és 176 fiú. A gyermekek életkorának vizsgálatakor 4 csoportot alakítottam ki a gyermekruházati termékek mérete alapján. A legtöbb (45,4%) a 7-16 éves korosztályt képviselik, ezt követi 26,9%-kal a 3-6 éves, 24,0%-kal a 0-2 éves és 3,7%-kal a 17-18 éves korosztály (4. ábra).

A trendkutatások a fogyasztói magatartásban bekövetkezett változásokat vizsgálja, vagyis a fogyasztók döntéseire fókuszál. A primer kutatásom szempontjából az életkor alapján történő szegmentálás nélkülözhetetlen, a generációk eltérő vásárlási szokásokkal rendelkeznek.

Töröcsik (2011) a ma élő kamaszokat, azaz az 1993 után születetteket Z generációnak nevezi. A kamaszok többsége nem saját magának vásárol, azonban a család vásárlási döntési folyamatára egyre nagyobb hatással vannak. Ez a csoport rendelkezhet saját fogyasztással, vagyis saját pénzből hozzák meg önálló vásárlási döntéseiket. Bekapcsolódhatnak a vásárlásba úgynevezett „kísérő” vásárlóként. Harmadsorban a gyerek- és kamaszkorban kialakult márká- és termékpreferenciák befolyásolják a jövőbeli döntéseiket, vásárlásaikat.

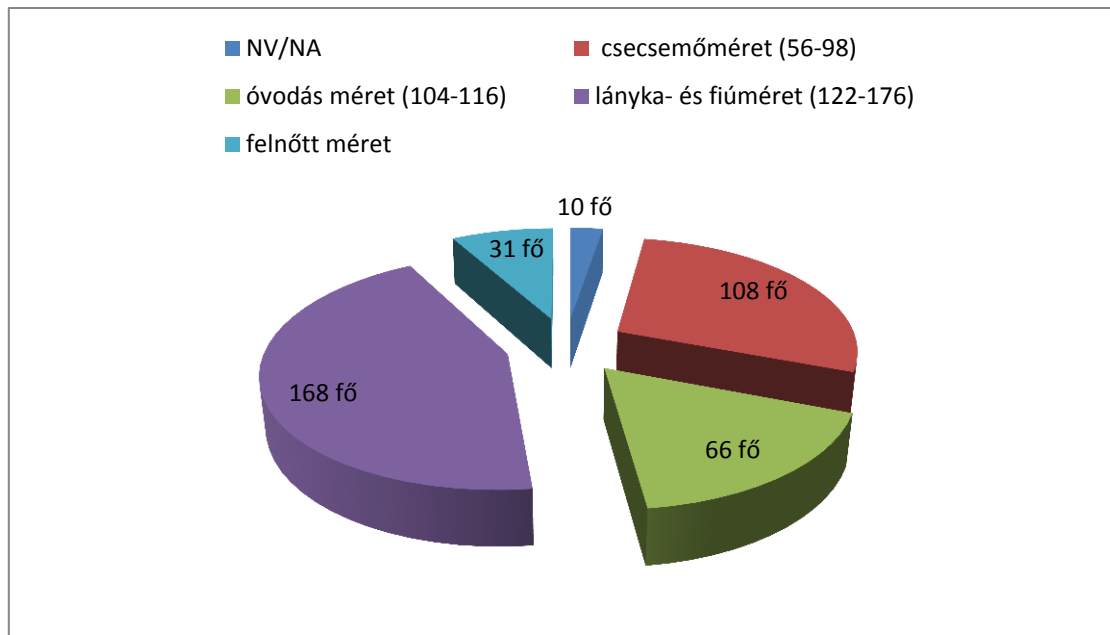


4. ábra Gyermekek életkora

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

A gyermekruházati termékek korcsoport szerinti méretezése alapján megkülönböztethetünk csecsemő-, óvodás-, lányka- és fiú-, valamint felnőtt méretet. A 0-1 éves korú gyermekek ruházatát csecsemőruházatnak nevezzük, az óvodás méret 2-6 éves korig, a lányka- és fiúméret 7-16 éves korig tartalmazza a méreteket. Az életkor mellett a testmagasságnak is fontos szerepe van a vásárlási döntéshozatalnál. Ezért foglalkozik a kutatás a felnőtt ruházati méret csoporttal is, hiszen a tinédzser korú gyermekek többsége, már kinőtte a gyermekruhákat, így a 176-os méretnél nagyobbra van szükségük. E csoport vásárlási szokásainál nagy szerepet játszik az önkifejezés az öltözködésben és a külső megjelenésben, állandóan figyelemmel kísérik az aktuális divatirányzatokat. (Ságvári, 2008)

A legtöbb gyermek a lányka- és fiúméretet (168 fő) viseli, ezt követi a csecsemőméret (108 fő), óvodás méret (66 fő) és a felnőtt méret (31 fő). (5. ábra)



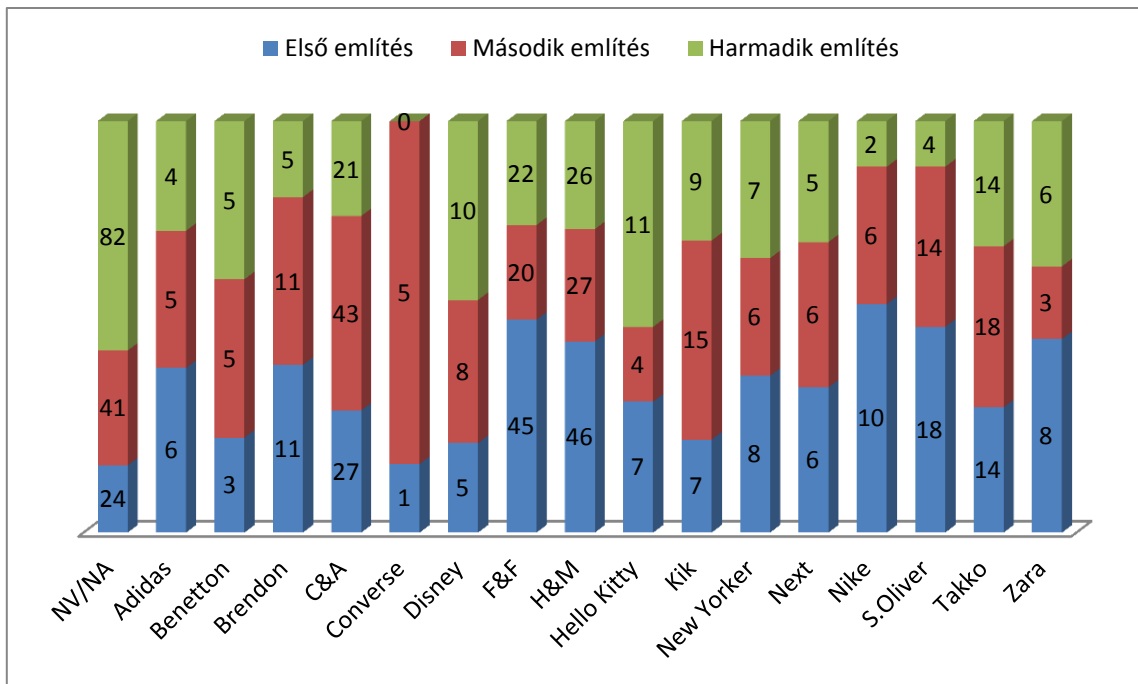
5. ábra Gyermekruházati mérete

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

A márkafelidezés során a válaszadók azokat a márkákat nevezik meg, melyek a vásárlási döntéseik során a legerősebbek. Különösen erős a márka, ha a válaszadó elsőként említi meg a márkafelidézési kérdésben, még erősebb, ha csak egyetlen egy márkát képes felidézni adott termékkategóriában. Ezen márka felidézése szoros kapcsolatban áll a válaszadó márkaválasztásával és márkahasználatával. (Nádasi, 2003)

A márkafelidezésre irányuló kérdésnél három gyermekruházati márkát kellett felsorolniuk a válaszadóknak. A válaszok alapján a legerősebb márkák első említésnél a H&M (46) és az F&F (45), a második említésnél a C&A (43), harmadik említésnél ismét a H&M (26). Ennél a kérdéskörnél azt is figyelembe kell venni, hogy a válaszadók több mint 30%-a nem tudott harmadik gyermekruházati márkát megnevezni. (6. ábra)

A márkanévek pontos felidőzésénél elmondható, míg a szülők teljes mértékben ismerik a Tesco hipermarket saját márkás termékének a nevét (F&F), addig a New Yorker szakáruháznál, a Lidl és az Aldi diszkontoknál a saját márkás termékeket a kiskereskedelmi egység nevével azonosítják. A New Yorker-nek öt (pl. Fishbone, Amisu) saját márkája van, a Lidl a Lupilu, az Aldi az Impidimpi saját márkát értékesíti gyermekeknek.



6. ábra Gyermekruházati márkák említési aránya

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

„Milyen gyermekruha márkát szokott vásárolni gyermekének?” kérdésre a válaszadók 32 gyártói- és kereskedelmi márka közül több lehetőséget is választhattak. A kérdés válaszai között a márkanéveken kívül válaszlehetőségként szerepelt: „számomra az ár és nem a márka a fontos; mindig ott vásárolok, ahol akció van; és inkább ajándékba kapjuk a gyermekruhákat”. E válaszlehetőségek azért fontosak, mert a magyar vásárlók többségére nem jellemző a márkához való kötődés, amit a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület 2014-ben végzett kutatása is igazol. A megkérdezett magyar vásárlók kétötöde (43%) „márka- és eredetiségérzetlen”, 31%-a márkahű vásárló, 24%-a „külsőségre nem adó márkahű” és 2%-a „a kívülvilágnak öltözködő” csoportokba sorolható ruházati cikkek vásárlásánál. (*Piac és Profit, 2014*)

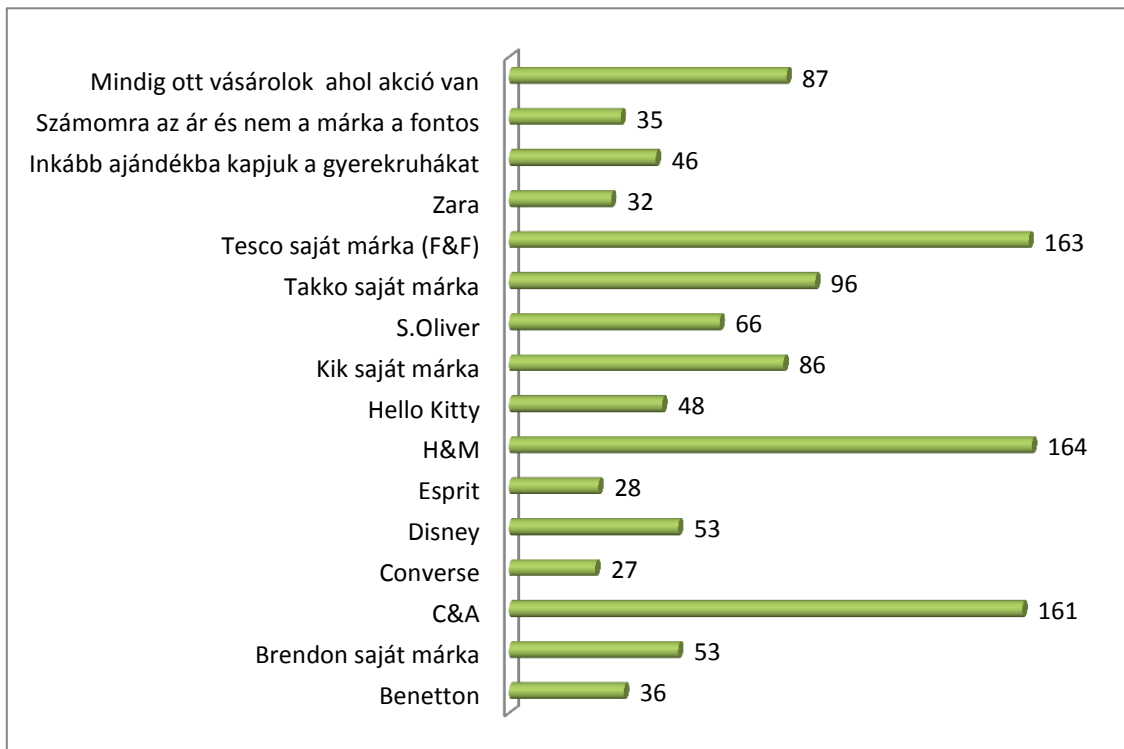
A válaszok közül azokat a gyártói- és kereskedelmi márkákat tarthatjuk fontosnak, melyek említési gyakorisága 10% fölött van. A válaszok megoszlása azt mutatja, hogy a megkérdezettek a kereskedelmi márkákat részesítik előnyben gyermekruházati termékek vásárlásakor, vagyis a H&M (164 fő), az F&F (163 fő) és a C&A (161 fő) márkákat, melyek vásárlási gyakorisága között nem mutatható ki szignifikáns különbség (7. ábra). A válaszok alapján arra következtethetünk, hogy a soproni megkérdezettek a H&M és C&A ruházati szakáruházak által kínált gyermekruházati termékek ár-érték arányát hasonlóknak ítélik meg a Tesco hipermarketben megvásárolható F&F márkával.

A gyártói márkák közül a legtöbben az S.Oliver, a Disney, a Hello Kitty, a Benetton, az Esprit és a Zara márkákat vásárolják. A Pippi és a Chipi Chips magyar gyermekruházati márkát a megkérdezettek csupán 2,2%-a és 0,7%-a részesíti előnyben vásárlásai alkalmával.

A kutatás alapján megfigyelhető, hogy a válaszok között nagy súllyal (87 fő) szerepel az akciós lehetőségek keresése. Ebbe a csoportba tartozó vásárlóknak egyáltalán nem fontos, hogy milyen márkajelzésű gyermekruházati terméket vásárolnak, számukra inkább az akciók adta kedvezményes ár illetve kedvezményes mennyiség a mérvadó.

A gyermekruházati márkák ismertsége és vásárlási gyakorisága közötti kapcsolat alapján azt a következtetést lehet levonni, hogy a kereskedelmi márkás termékek ismertsége és vásárlása is magas, míg a magas ár-érték arányt képviselő gyártói márkás termékek ismertsége és vásárlása között nagyobb a differenciál. A szülők vásárlási kedve adott gyártói

márkás gyermekruházati termékeknel összefügg a szabadon elkölthető jövedelmük mértékével. Például az F&F márkát a megkérdezettek 81,4%-a ismeri és 60,6%-a vásárolja, ezzel szemben a Tommy Hilfiger márkát a válaszadók 26,8%-a ismeri és mindössze 5,6%-a vásárolja.



7. ábra Milyen gyermekruha márkát szokott vásárolni gyermekének? (adatok főben)

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

Kereszt táblában vizsgáltam a gyermekek életkora és a vásárolt gyártói- illetve kereskedelmi márkák vásárlási gyakoriságát (2. táblázat). Az újszülött kortól 16 éves korig a szülők az első három helyen az F&F, a C&A és a H&M márkákat vásárolják, míg 17-18 éves gyerekeknél az F&F márkát a Takko saját márkája előzi meg. A feltételezésemet, miszerint a megkérdezettek a multinacionális vállalatok által kínált kereskedelmi márkás gyermekruházati termékeket vásárolják, alátámasztja a kereszt táblás elemzés is.

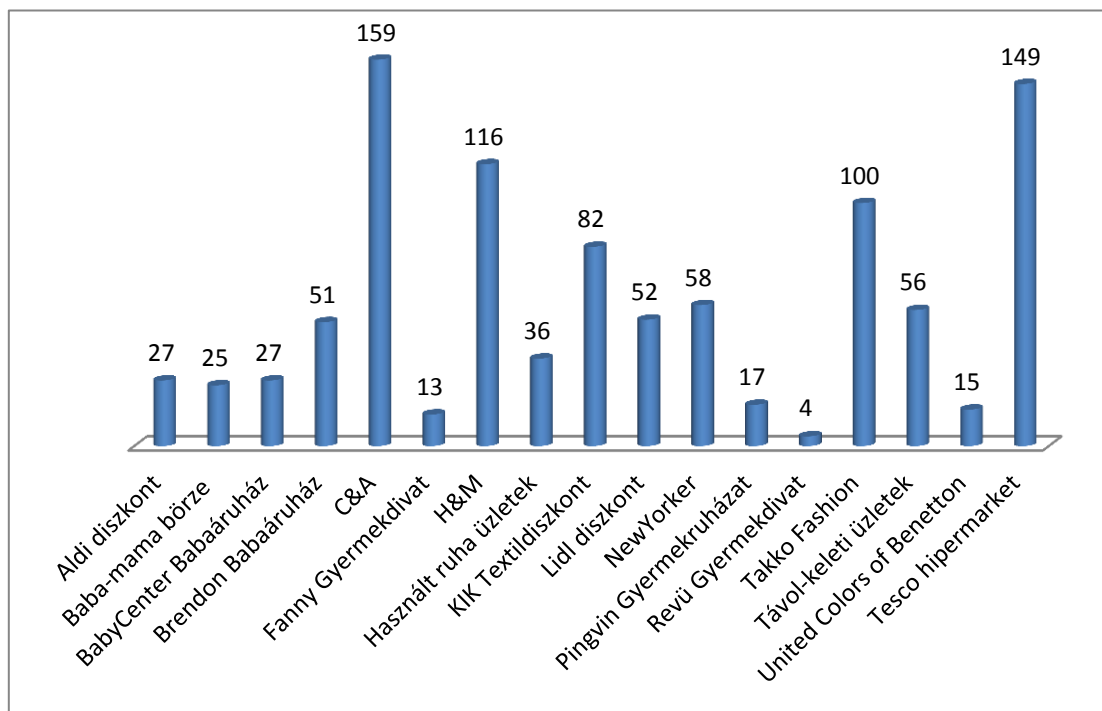
2. táblázat A gyermek életkora és a vásárolt márka keresztábrája (adatok főben)

	0-2 év	3-6 év	7-16 év	17-18 év
<i>Benetton</i>	9	18	23	2
<i>Bershka</i>	1	2	8	2
<i>Brendon saját márka</i>	30	27	20	0
<i>Burberry</i>	1	0	0	0
<i>C&A</i>	54	67	110	9
<i>Calvin Klein</i>	0	3	10	0
<i>Chipi Chips</i>	1	0	2	0
<i>Columbia</i>	0	1	7	0
<i>Converse</i>	2	5	29	4
<i>Cross</i>	0	2	2	0
<i>Diesel</i>	0	1	8	0
<i>Disney</i>	25	28	29	2
<i>DKNY</i>	0	0	2	0
<i>Esprit</i>	6	4	24	3
<i>GAP</i>	1	0	1	0
<i>Guess</i>	1	1	2	1
<i>H&M</i>	54	65	112	10
<i>Hello Kitty</i>	19	22	30	2
<i>Kik saját márka</i>	29	38	65	4
<i>Marks & Spencer</i>	1	1	4	0
<i>Mayoral</i>	2	4	9	0
<i>Mexx</i>	1	5	9	0
<i>Next</i>	15	10	7	1
<i>Pierre Cardin</i>	0	0	3	0
<i>Pippi</i>	2	6	0	0
<i>Ralph Lauren</i>	1	2	3	1
<i>S.Oliver</i>	19	27	47	6
<i>Takko saját márka</i>	31	38	71	8
<i>Tesco saját márka (F&F)</i>	62	70	113	7
<i>Tom Tailor</i>	4	9	23	2
<i>Tommy Hilfiger</i>	5	6	9	3
<i>Zara</i>	8	8	26	3

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

Sopronban nagyszámú kiskereskedelmi egység értékesít gyermekruházati termékeket, melyek termékválasztékban, árszínvonalban, színvonalban, üzlet kialakításban, kiszolgálás formájában is különböznek egymástól. „Hol szokott Sopronban gyermekruhát vásárolni?” kérdés megválaszolásához többváltozós szelektív zárt kérdéstípust alkalmaztam. A válaszoknál a bolti kiskereskedelem szervezeti típusait vettem alapul Dudás (2012) alapján, mely kereskedelmi egységeket a publikáció módszertanának bemutatásánál részleteztem.

Sopronban a szülők legtöbbször a C&A (159 fő) üzletben vásárolnak gyermekruházati terméket, ezt követi a Tesco hipermarket (149 fő), a H&M (116 fő) és a Takko Fashion (100 fő) szakáruház, valamint a Kik Textildiszkont (82 fő). A 3 független kiskereskedelmi üzletben (Pingvin Gyermekruházat, Fanny Gyermekdivat, Revü Gyermekruházat) a válaszadók kevesebb, mint 6%-a vásárol (8. ábra). Megállapítható, hogy a válaszadók a ruházati szakáruházak, a szakdiszkontok és a hipermarketek termékválasztékát, árszínvonalát kedvezőbbnek tartják a többi értékesítési csatornával szemben, ami az átlagos ár-érték arány elfogadására enged következtetni gyermekruházati termékek vásárlásánál.



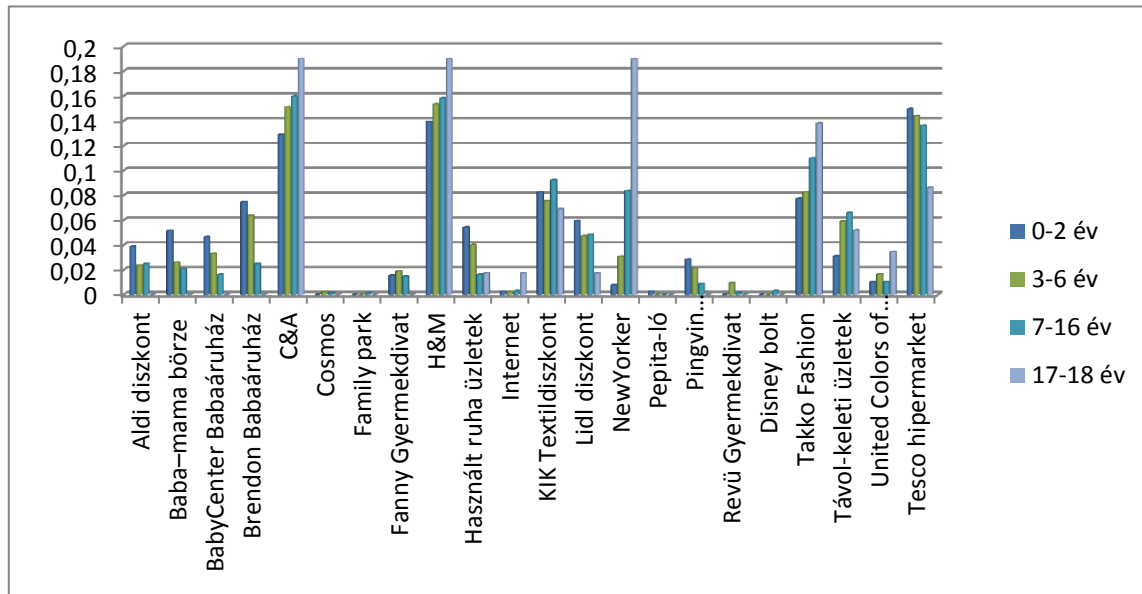
8. ábra Hol szokott Sopronban gyermekruhát vásárolni? (adatok főben)

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

Keresztábrában vizsgáltam a megkérdezettek gyermekruházati termékek vásárlásának százalékos megoszlását a különböző értékesítési csatornában a gyermekek korcsoportjai alapján (9. ábra). A vizsgált négy korcsoportnak a szülők elsősorban a Tesco hipermarketben, a szakáruházak közül a C&A-ban, a H&M-ben, a Takko Fashion-ban és a Kik Textildiszkontban vásárolnak gyermekruhát. A szülők a csecsemőknél (0-2 év) a Tesco hipermarketet, a H&M-et és a C&A-at, az óvodás korú gyermekeknél (3-6 év) a H&M-et, a C&A-at és a Tesco hipermarketet választották a leggyakrabban látogatott kiskereskedelmi egységnek. A lányka- és fiúméreteket viselő gyerekeknél (7-16 év) a válaszadók a C&A-at, a H&M-et és a Tesco hipermarketet jelölték meg a vásárlás fő helyszínének. A 17-18 éves korosztályban azonos arányban vásárolnak a megkérdezettek a C&A, a H&M és a New Yorker üzletekben, ezt követi a Takko Fashion ruházati szakáruház és a Tesco hipermarket.

A 0-2 éves korosztályban a gyermekruha vásárlásánál a megkérdezettek összesen 18 üzletben vásárolnak, melyek között szerepelnek babaáruházak, távol-keleti üzletek, használt ruha üzletek, diszkontok, börzék és független kiskereskedők is, azonban a vásárlás százalékos megoszlása jóval alacsonyabb, mint a szakáruházakban, szakdiszkontokban és a hipermarketben. A babaáruházak közül a Brendon a szülők válaszai alapján a 6. helyen, míg a BabyCenter a 10. helyen szerepel. A 3 független kiskereskedőből csak kettő üzletben vásárolnak a válaszadók ebben a méretben gyermekruhát, a Pingvin Gyermekruházati üzletben és a Fanny Gyermekdivatban, melyek a 18 preferált kiskereskedelmi egység közül

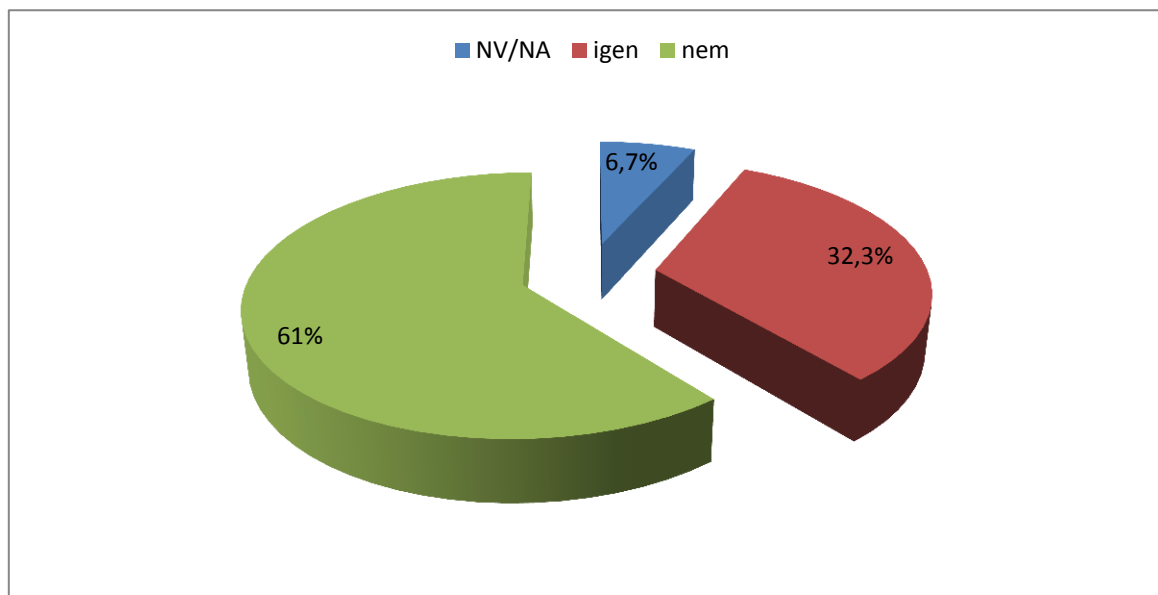
a vásárlási gyakoriság alapján a 13. és a 14. helyet foglalja el. Ezek alapján megállapítható, hogy a 0-2 éves korosztály számára a szülők a ruházati szakáruházak és a hipermarket által kínált termékválasztékot, árszínvonalat részesítik előnyben vásárlásaik során.



9. ábra Vásárlás százalékos megoszlása korcsoportokon belül

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

A megkérdezettek 32,3%-a vásárol a Pandorf-ban található Designer Outlet üzletekben, legnagyobb gyakorisággal S.Oliver, Tom Tailor, Esprit, Tommy Hilfiger, Zara, Ralph Lauren gyártói márkás gyermekruházati termékeket, vagyis elsősorban azokat a márkákat, melyeket Sopronban egyáltalán nem vagy csak szűk termékválasztékban találja meg a magán- és használt ruha kiskereskedőknél. (10. ábra)



10. ábra Szokott-e Pandorf-ban gyermekruházati terméket vásárolni?

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

A válaszadók 1-5-ig terjedő skálán értékelték vásárlásaik során leginkább előnyben részesített gyermekruha üzlet jellemzőit, ahol 1 a nagyon rossz, 5-ös a kiváló értéket jelentette.

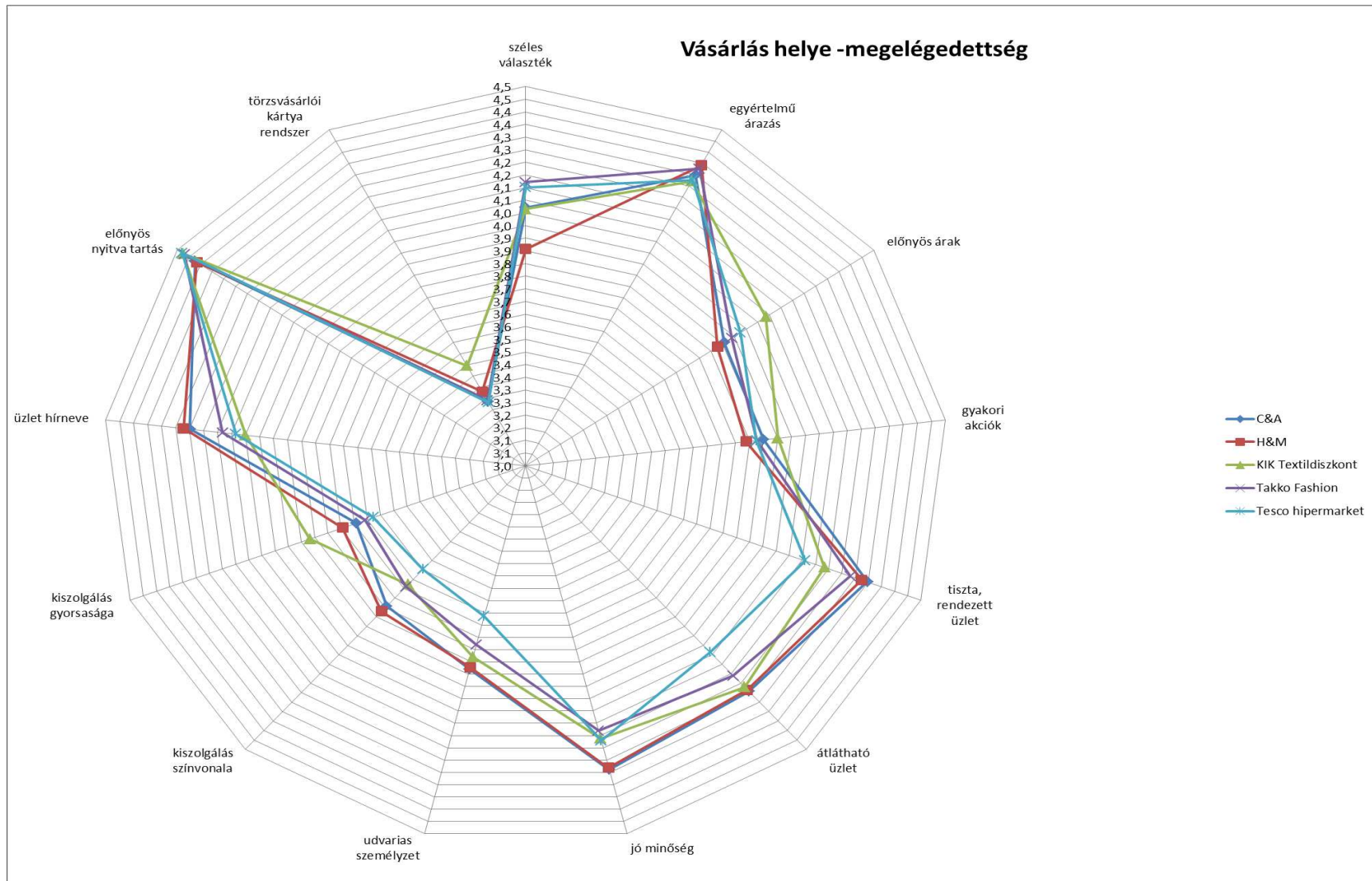
Az üzletek közül a megkérdezettek által az első 5 helyen preferált bolttípusok jellemzőinek súlyozott számtani átlagából (3. táblázat) készítettem el a hálódigrammot (11. ábra). A hálódigrammnál figyelembe kell venni, hogy a fogyasztók eltérő demográfiai-, gazdasági-, társadalmi-, személyes-, valamint életstílus jellemzőkkel rendelkeznek, melyek meghatározzák a vásárlási szükségletek kialakítását. A fogyasztók előbb felsorolt jellemzői befolyásolják, illetve meghatározzák azt, hogy milyen fontosságot tulajdonítanak az üzletek sajátosságainak, amikor a különféle gyermekruházati-kiskereskedelmi egységek termékkínálata, árszínvonala, színvonala, akciói, kiszolgálása, nyitva tartása között mérlegelnek, vagyis a vásárlók hajlandók lesznek bizonyos tényezőkről lemondani, más számukra fontosabb tényezők javára.

A hálódigramm alapján elmondható, hogy az egyértelmű árazást mindegyik üzletnél ugyanolyannak ítélték meg a válaszadók (4,3). Amennyiben a jellemzőket az 5 leggyakrabban említett üzletben együtt vizsgáljuk, megállapítható, hogy a C&A üzletben a megkérdezettek a bolt rendezettsége és átláthatósága, az udvarias személyzet, az üzlet hírneve, a gyakori akciós lehetőségek és a jó minőség miatt vásárolnak gyermekruházati terméket. A H&M üzletnél a bolt rendezettsége és átláthatósága, a jó minőség, az udvarias személyzet, a kiszolgálás színvonala, az üzlet hírneve; a Takko Fashion-nél és a Tesco hipermarketnél a széles termékpaletta és az előnyös nyitva tartás a legfontosabb jellemző. A Kik Textildiszkontnál az előnyös árakat, a gyakori akciós lehetőségeket, az átláthatóságot, az udvarias személyzetet, a kiszolgálás gyorsaságát, az előnyös nyitva tartást, a kedvező törzsvásárlói rendszert emelték ki a válaszadók. Ezek alapján elmondható, hogy az egyes üzleteknél a felsorolásból kimaradt tényezőkről bizonyos mértékben hajlandók a vásárlók lemondani, a fent említett tényezők javára.

3. táblázat Üzletek jellemzőinek számtani átlaga

	C&A	H&M	Kik textildiszkont	Takko Fashion	Tesco hipermarket
Széles választék	4,0	3,9	4,0	4,1	4,1
Egyértelmű árazás	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3
Előnyös árak	3,9	3,8	4,0	3,9	3,9
Gyakori akciók	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8
Tiszta, rendezett üzlet	4,3	4,3	4,1	4,2	4,1
Átlátható üzlet	4,2	4,2	4,2	4,0	4,0
Jó minőség	4,2	4,2	4,1	4,1	4,1
Udvarias személyzet	3,8	3,8	3,8	3,7	3,6
Kiszolgálás színvonala	3,7	3,8	3,6	3,6	3,5
Kiszolgálás gyorsasága	3,6	3,7	3,8	3,6	3,6
Üzlet hírneve	4,2	4,2	4,0	4,1	4,0
Előnyös nyitva tartás	4,4	4,4	4,5	4,5	4,5
Törzsvásárlói kártya rendszer	3,3	3,3	3,4	3,3	3,3

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)



11. ábra Hálódigram a gyermekruházati termékek értékesítési csatornáit és jellemzőit alapján
 Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

A vásárlással kapcsolatos attitűdjellemzőket a megkérdezettek 1-5-ig terjedő skálán értékelték, ahol 1 az egyáltalán nem értek egyet, az 5-ös a teljes mértékben egyetértek értéket jelentette (4. táblázat). Az ár jellegű vásárlásösztönző eszközök és a szezon végi kiadások hatására a megkérdezettek majdnem 40%-a vásárol gyermekruhát. A szülők a szezonális kiadásokat jobban kedvelik (74,4% az egyetértek és a teljes mértékben egyetértek válaszok aránya) gyermekruha vásárlásnál, mint a cégek által alkalmazott különféle promóciós árengedményeket (61,7%). A megkérdezettek 69,9%-a fontosnak tartja gyermekruha vásárlásnál a minőséget, ehhez azonban hozzátartozik, hogy a válaszadók jövedelmi helyzete nagyban befolyásolja, hogy melyik márkát fogja az ár-érték alapján kedvezőbbnek ítélni. A szülők több mint fele (55%) nem ért egyet azzal az állítással, hogy a drágább árszínvonalú gyermekruha tükrözi a magas minőséget és 45% számára nem gazdaságosabb márkás terméket vásárolni. A vásárlásnál nem elsődleges szempont a megkérdezett szülőknek, hogy alacsony árszínvonalú ruházati termékeket vásároljanak a gyermeküknek (45,4%) és nem is hajlandók sok időt és energiát fektetni a legalacsonyabb árszínvonalat nyújtó üzlet felkeresésére (41,6%). Az üzletválasztásban a válaszadók 44,3%-át nem befolyásolja a városban található gyermekruházati termékeket forgalmazó üzletek nagy száma, hiszen a megszokott üzleteket részesítik előnyben (55,7%), ahol korábban már megtalálta a számára leginkább megfelelő ár-érték arányt képviselő márkákat és termékeket.

4. táblázat Attitűdjellemzők gyermekruházati termékek vásárlásánál

	Egyáltalán nem értek egyet	Nem értek egyet	Közepesen értek vele egyet	Egyet-értek	Teljes mértékben egyetértek	NV/NA
<i>A különféle árengedmények jó okot adnak a gyermekruha vásárlásra.</i>	3,7	7,4	22,7	37,5	24,2	4,5
<i>Megéri szezonális kiárusításkor gyermekruhát vásárolni.</i>	1,9	4,8	14,9	38,3	36,1	4,1
<i>Számomra rendkívül fontos, hogy jó minőségű gyermekruhát vásároljak.</i>	1,5	4,5	19,7	33,1	36,8	4,5
<i>Minél drágább egy gyermekruha, annál jobb a minősége.</i>	24,5	30,5	28,6	10,0	2,2	4,1
<i>Márkás gyermekruhát vásárolni gazdaságosabb.</i>	21,6	23,4	33,1	12,3	4,5	5,2
<i>Nem érdemes márkás gyermekruhát vásárolni, mert minőségben nem jobb, csak a márkanévet fizettetik meg.</i>	7,1	18,6	32,7	14,9	21,9	4,8
<i>Általában gyermekruha vásárlás alkalmával a legolcsóbb darabokra esik a választásom.</i>	14,9	30,5	37,5	8,9	4,1	4,1
<i>Általában több üzletet is felkeresek, hogy megtaláljam a legolcsóbb gyermekruhát.</i>	14,1	27,5	27,5	19,0	7,8	4,1
<i>Nehezen tudom eldönteni, hogy hol vásároljak gyermekruhát.</i>	20,1	35,7	24,9	12,6	2,2	4,5
<i>A piacon nagyon sok gyermekruha márká van, melyek közül nehezen választok.</i>	16,4	27,9	29,4	16,0	5,2	5,2
<i>Rendszerint ugyanabban az üzletben vásárolok gyermekruhát.</i>	4,1	7,4	27,9	41,6	14,1	4,8
<i>Megvannak a kedvenc gyermekruha márkáim, amit vásárolok.</i>	6,7	11,9	18,6	39,4	17,5	5,9

Forrás: Saját szerkesztés, primer kutatás eredményei alapján (2014)

Hipotézisek vizsgálata, következtetések

A felállított hipotéziseket az empirikus kutatás eredményei alapján felülvizsgáltam, s megfogalmaztam a feltételezéseim igazolását vagy elvetését.

H₁: A szülők gyermekruházattal kapcsolatos vásárlásaik során előnyben részesítik a multinacionális vállalatok által értékesített kereskedelmi márkás termékeket a független gyermekruházattal foglalkozó kiskereskedelmi egységek által kínált gyártói márkákkal szemben.

A hipotézis igazolásához megvizsgáltam, hogy milyen márkákat és milyen üzletekben vásárolnak a megkérdezettek gyermekeiknek Sopronban. A kérdőíves kutatás alapján megállapítható, hogy Sopronban a kutatásba bevont válaszadók 61%-a a H&M márkát, 60,6%-a a Tesco hipermarket saját márkás termékét az F&F márkát, 59,9%-a a C&A márkát vásárolják. Ezzel szemben a Sopronban található gyártói márkás

gyermekruházati termékeket jóval kevesebb válaszadó vásárolja, például S.Oliver márkát 24,5%, Disney-t 19,7%, Mayoral-t 2,2%. Az értékesítési csatornák alapján a soproni vásárlók a C&A, Tesco és H&M üzletekben vásárolják meg leggyakrabban a gyermekruházati termékeket.

A hipotézisem igazolása elfogadásra került, hiszen a soproni vásárlók a kereskedelmi márkás gyermekruházati termékeket vásárolják a gyártói márkákkal szemben.

H₂: A csecsemő korosztályban (0-2 év) a szülők a babaáruházakban és a független kiskereskedelmi egységekben vásárolnak gyermekruházati termékeket.

A második feltételezésemet el kell vetnem, a kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a soproni megkérdezettek a város szélén illetve a bevásárlóközpontokban található mágnesüzleteket keresik fel, amikor csecsemőkorú gyermekeknek vásárolnak ruházati termékeket, a kereskedelmi parkokban és üzletházakban működő babaáruházak és független kiskereskedőkkel szemben. A babaáruházak és a független kiskereskedelmi egységek árszínvonalát a megkérdezettek átlag felettinek, míg a mágnesüzletek árszínvonalát átlagos vagy átlag alattinak ítélik meg.

H₃: A szakáruházakat a vásárlók kedvezőbbnek ítélik meg a termékválaszték alapján, mint a hipermarketeket és a szakdiszkontokat gyermekruházati termékek tekintetében.

A harmadik megállapításomat is el kell vetni. A tanulmány kutatási eredményei alapján nem lehetett szignifikáns különbséget kimutatni az eltérő kiskereskedelmi egységek (ruházati szakáruházak, szakdiszkontok és hipermarketek) termékválasztékának megítélésével kapcsolatban. Sopronban a megkérdezettek a Takko Fashion szakáruház és a Tesco hipermarket által kínált gyermekruházati áruválasztékot 1-5 fokozatú skálán azonosnak (4,1) ítélték meg, ezt követte a C&A szakáruház, a KIK textildiszkont (4,0), és a H&M szakáruház (3,9).

A kutatás rávilágított arra, hogy az új értékesítési csatornák megjelenése (ruházati szakáruházak, szakdiszkontok, diszkontok, hipermarketek), az alkalmazott kiskereskedelmi marketing-mix elemek (termékválaszték, kereskedelmi márka, árszínvonal, kommunikációs eszközök) befolyásolják a fogyasztók gyermekruházati vásárlási szokásait.

A soproni vásárlók a gyermekruházati márkáknál a H&M, a C&A és a Takko Fashion ruházati szakáruházak, a Tesco hipermarket és a Kik szakdiszkont kereskedelmi márkáit ismerik leginkább és vásárláskor e márkákat preferálják. Fontos kihangsúlyozni, hogy bizonyos kereskedelmi márkákat a kiskereskedelmi egység nevével azonosítanak a válaszadók (New Yorker, Aldi, Lidl). A gyártói márkák közül a legnagyobb arányban az S.Oliver, a Zara, a Disney, a Benetton márkákat ismerik, azonban e termékek vásárlási gyakorisága jóval alacsonyabb. A kutatás alapján elmondható, hogy a vásárlók a távol-keleti üzleteket, a használt ruha üzleteket, a baba-mama börséket, a diszkontokat, a babaáruházakat, a szaküzleteket és a magán kiskereskedőket is felkeresik gyermekruházati termékek vásárlásakor, e kiskereskedelmi csatornák látogatási gyakorisága jóval alacsonyabb a ruházati szakáruházakhoz, a hipermarkethez és a szakdiszkonthoz képest. Sopronban a megkérdezettek legfőképp a C&A, a H&M, a Takko Fashion szakáruházakban, a Tesco hipermarketben és a Kik szakdiszkontban vásárolják meg a gyermekruházati termékeket.

A kutatás eredményei hasznosíthatók lehetnek elsősorban a gyermekruházattal foglalkozó független kiskereskedelmi egységek vezetői számára. A megkérdezettek fogyasztói magatartásának vizsgálata, a márkák ismertsége és vásárlása, az üzletválasztási szempontok megismerése, valamint a kutatási eredmények hasznosítása segíthet abban, hogy a független kiskereskedelmi egységeknek szükségeszerű a marketingstratégiájukat újra átgondolni és megtervezni.

Irodalomjegyzék

- Dudás, K. (2012). A legfontosabb bolti kiskereskedelmi formák jellemzése.
http://www.gti.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/LetolthetoPublikaciok/DudasK/D.K.%20%20A%20legfontosabb%20bolti%20kiskereskedelmi%20form%C3%A1k%20jellemez%C3%A9se.pdf
- GfK csoport (2006). Ruhavásárlási szokások Európában és itthon.
[http://www.boon.hu/2006/08/Ruhavásárlási szokások Európában és itthon.pdf](http://www.boon.hu/2006/08/Ruhavásárlási%20szokások%20Európában%20és%20itthon.pdf)
- Központi Statisztikai Hivatal (2014). KSH jelenti, Gazdaság és társadalom, 2013. I. – IV. negyedév.
http://konyvtar.eski.hu/tmpimg/700996508_0.pdf
- Központi Statisztikai Hivatal adatbázisa (2014).
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/okfb002a.html
- Nádasi, K. (2003). *A márkázási stratégia hatása a fogyasztói márkaértékre*, Doktori értekezés, Budapest. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/194/1/nadasi_katalin.pdf
- Nielsen fogyasztói információkat és ismereteket szolgáltató vállalat (2014). Némileg nőtt a magyarok vásárlási kedve a harmadik negyedévben. <http://www.nielsen.com/hu/hu/press-room/2014/nemileg-nott-a-magyarok-vasarlas-kedve-a-harmadik-negyedevben.html>
- Piac és Profit (2014). Hűtlen a magyar - a márkákhoz. http://www.piacesprofit.hu/kv_blog/hutlen-a-magyar-a-markakhoz/
- Ságvári, B. (szerk.) (2008). *Fanta TrendRipot 2. - Neked a divat mondja meg.....? A trendek szerepe a tinédzserek életében: identitás és önkifejezés az öltözködésben és a zenében.*
http://niida.hu/uploads/fajlok/publikaciok/371/Fanta_Trendriport2.pdf
- Statisztikai Tükör* (2014). VII. évfolyam, 100. szám
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztfogy12.pdf>
- Töröcsik, M. (2011). *Fogyasztói magatartás, Insight, trendek, vásárlók*. Budapest, Akadémiai Kiadó