

HU ISSN 1586-0655

GAZDASÁGTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK

A Miskolci Egyetem Közleménye

5. kötet

2007.



MISKOLC, EGYETEMI KIADÓ

HU ISSN 1586-0655

GAZDASÁGTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK

A Miskolci Egyetem Közleménye

5. Kötet

2007.



MISKOLC, EGYETEMI KIADÓ

Szerkesztőbizottság:

- Elnök: Dr. Kocziszky György egyetemi tanár
- Titkár: Dr. Karajz Sándor egyetemi docens
- Tagjai: Dr. Pál Tibor egyetemi docens
Pelczné dr. Gáll Ildikó egyetemi docens
Dr. Piskóti István egyetemi docens
Dr. Szintay István egyetemi tanár

Kiadja a Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kara
e-mail.: gazddik@uni-miskolc.hu
www.gtk.uni-miskolc.hu

**„Egyetlen ismeret van, a többi toldás:
alattad a föld, feletted az ég, benned a létra”.**

Weöres Sándor: A szembe-fordított tükrök

Ajánlás

Az első közgazdász hallgatók 1987-ben nyertek felvételt a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karára, ill. annak jogelődjébe, a Közgazdaságtudományi Intézetbe. Az évforduló lehetőséget ad a visszatekintésre, számvetésre, még akkor is, ha ez az időszak történelmi léptékben aligha értelmezhető.

Az elmúlt két évtizedben a Kar szervezeti és oktatási struktúrája folyamatosan fejlődött; újabb szakok és szakirányok indultak mind az alap, mind pedig a posztgraduális képzésben, miközben intézeteinkhez kötődően önálló tudományos iskolák bontakoztak ki, amelyek eredményeit ma már számon tartja a szakmai közvélemény határainkon innen és túl.

A Kar oktató- és kutató munkájának elismertségét igazolja, hogy a hazai felsőoktatásban elsőként ismerte el munkánkat az Oktatási és Kulturális Minisztérium Minőségi Díj-al, Jean Monnet pályázaton kiválósági – Center of Excellence – címet nyertük, meghatározó szerepet vállalunk az Észak-magyarországi régió közéletében, társadalmi, gazdasági problémáinak megoldásában; oktatóink több, mint 50 %-a tudományos minősítéssel rendelkezik, több EUFP-6-os és FP-7-es Jean Monnet, INTERREG III-as, OTKA, HEFOP, ROP, NKTH pályázaton szerepeltünk sikerrel.

Jelen kötetben olvasható visszatekintések és a kutatómunkánkról készült áttekintők reményeink szerint hitelesen tükrözik Karunkon és Intézeteinkben az elmúlt húsz évben végzett munkát, oktatóink, doktoranduszaink tenniakarását, eredményeink elméleti és gyakorlati hasznosulását.

Az elmúlt évek eredményei köteleznek bennünket, hogy a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kara megfelelően pozícionálja magát az újjáalakuló európai felsőoktatási térben.

Vivat Academia !

Vivat Facultate !

Miskolc, 2007. szeptember

Prof. Dr. Kocziszky György
dékán

A KEZDETEK (1986-1994)

DR. CZABÁN JÁNOS*

Egyetemünkön (akkori nevén a Nehézipari Műszaki Egyetemen) már a hetvenes években felmerült a közgazdászok képzés létrehozásának gondolata. Ennek szükségességét meghatározta az ország és különösen a régió fokozódó gazdasági szakemberek szükségletének igénye, lehetőségét pedig megalapozták a már 1957 óta sikeresen folyó bányai, kohóipari és gépipari gazdasági mérnökképzés országosan is ismert eredményei. Az egyetem vezetőinek és közgazdasági szakembereinek törekvése (az akkori eljárási rendnek megfelelően) a Minisztertanács, majd az Elnöki Tanács 1986. augusztusában hozott állásfoglalásával vált lehetővé, melynek alapján koncepció készült a Nehézipari Műszaki Egyetemen ipari közgazdász (üzemgazdász^{1/}) szakemberek képzésének létrehozására.

1986 szeptemberében intézkedési terv kidolgozására került sor, amely tartalmazta a Nehézipari Műszaki Egyetemen 1987-ben kezdődő közgazdasági képzés indításának legfontosabb feladatait (tantervi, oktatásszervezési feladatok, a működés szubjektív és objektív feltételei). 1986. október 20-án Dr. Köpeczi Béla akadémikus, művelődési miniszter és Dr. Ladányi József, a B.-A.-Z. Megyei Tanács elnöke jóváhagyta „A Nehézipari Műszaki Egyetem oktatási profiljának gazdagításával és továbbfejlesztésével kapcsolatos intézkedések és feladatok” c. intézkedési tervet, melynek III. fejezete tartalmazta a közgazdasági képzés fő feladatait. 1986. november 1-i hatállyal Dr. Czabán János egyetemi docens, a közgazdaságtudomány kandidátusa kapott megbízást a Közgazdaságtudományi Intézet létesítésével és az üzemgazdász képzés létrehozásával kapcsolatos feladatok megtervezésére és megvalósítására. A döntésnek megfelelően a közgazdasági képzés kezdetben a kari feladatokat ellátó Közgazdaságtudományi Intézet szervezeti kereteiben indulhatott meg. 1986. december 1-i hatállyal a Művelődési Minisztérium illetékes főosztályvezetője Karközi Bizottságot^{2/} ho-

* Prof. Emer.

^{1/} Az akkori terminológiának megfelelően az üzemgazdász a főiskolai szintű, a közgazdász az egyetemi szintű diplomával rendelkező gazdasági szakember megnevezésére szolgált.

^{2/} A Karközi Bizottság személyi összetétele megalakulásakor a következő volt:
Elnök: Dr. Kovács Ferenc akadémikus, tanszékvezető egyetemi tanár, az NME rektora
Tagok: Dr. Sipos Aladár akadémikus, az MTA Közgazdaságtudományi Intézet igazgatója
Dr. Szabó Kálmán akadémikus, egyetemi tanár MKKE Politikai Gazdaságtan Tanszék
Dr. Stark Antal a közgazdaságtudomány doktora, egyetemi tanár, a Művelődési Minisztérium államtitkára (folyt.köv.)

zott létre az üzemgazdász képzés dokumentumainak és személyi kérdéseinek véleményezésére. A Karközi Bizottság tagjai neves akadémikusok, társegyetemek, intézmények, valamint egyetemünk képviselői voltak. A bizottságot egyetemünk akkori rektora Dr. Kovács Ferenc akadémikus, tanszékvezető egyetemi tanár működtette. Ezzel párhuzamosan megtörtént a kapcsolatfelvétel a Közgazdasági Intézmények Vezetői Kollégiumával^{3/}, amely abban az időben a felsőfokú közgazdász képzés legfontosabb szakmai vezető testülete volt. A Kollégium az NME közgazdasági képzésének képviselőjeként Dr. Czabán János egyetemi docent tagjává választotta. Bár ebben az előkészületi időszakban a legfontosabb feladatokat a miskolci főiskolai szintű közgazdász képzés (mint már említésre került: akkori terminológiával üzemgazdász képzés) megindításának előkészítése és a Közgazdaságtudományi Intézet létesítése jelentette, mégis – az egyetem vezetőivel egyetértésben – már az első lépések megtételével is az alapvető cél – az egyetemi szintű közgazdász képzés és a Gazdaságtudományi Kar létrehozása – határozott meg minden ezirányú tevékenységet.

Dr. Kovács Géza a közgazdaságtudomány doktora, egyetemi tanár, MKKE Makrotervezési és Modelllezési Intézet

Dr. Mészáros Tamás a közgazdaságtudomány kandidátusa, tanszékvezető egyetemi docens, MKKE Ipargazdaságtan Tanszék

Dr. Szűcs Pál a közgazdaságtudomány kandidátusa, egyetemi docens, a JPTE rektorhelyettese

Dr. Roóz József a közgazdaságtudomány kandidátusa, főiskolai tanár, a PSZF tudományos főigazgató helyettese

Dr. Hardi László a Művelődési Minisztérium főosztályvezető helyettese

Porkoláb Albert a B.-A.-Z. Megyei Tanács elnökhelyettese

Dr. Miklós Imre az MSZMP B.-A.-Z. Megyei Bizottsága Gazdaságpolitikai Osztály osztályvezetője

Dr. Susánszky János a közgazdaságtudomány kandidátusa, tanszékvezető egyetemi tanár, NME Ipargazdaságtan Tanszék

Dr. Nagy Aladár a közgazdaságtudomány kandidátusa, intézetigazgató egyetemi docens, NME Marxizmus-Leninizmus Intézet

Dr. Czabán János a közgazdaságtudomány kandidátusa, egyetemi docens, NME Ipargazdaságtan Tanszék

^{3/} A Közgazdaságtudományi Intézmények Vezetői Kollégiuma az 1986/87-es tanévben a következő személyekből állt:

Soros elnök: Dr. Iványi Károly a KKF főigazgatója

Titkár: Dr. Veres Pál az MM főelőadója

Tagok: Dr. Csáki Csaba az MKKE rektora

Dr. Papp László a JPTE-KTK dékánja

Dr. Kállai Lajos a PSZF főigazgatója

Horn Miklós a KVF főigazgatója

Ádám László a Pedagógus Szakszervezet munkatársa

Dr. Czabán János az NME képviselője

Rövid idő alatt, számos korlátozó feltétel^{4/} mellett kellett kidolgozni az üzemgazdász képzés gazdálkodási szakának korszerű tantervét, megteremteni a képzés indításának személyi, tárgyi és szervezeti feltételeit, biztosítani az induláshoz szükséges felvételi eljárásban való intézményes részvételt. Az előkészületi munkákban, a megvalósításhoz szükséges döntések előterjesztésében egyetemünk legfelsőbb vezetői mellett a Karközi Bizottság és a Közgazdasági Intézmények Vezetői Kollégiuma nyújtott hathatós támogatást. 1986. decemberében elkészült a „Nehézipari Műszaki Egyetemen az 1987/88-as tanévben induló ipari üzemgazdász szak tantervi irányelvei és tanterv tervezete” c. előterjesztés. Az előterjesztés messzemenően figyelembe vette a közgazdasági képzés tartalmi korszerűsítésének hazai és nemzetközi fejlődési tendenciáit, a régió szakemberek szükségletének sajátos igényeit, valamint egyetemünk akkori struktúráját, adottságait, egy speciális közgazdasági képzés kialakításának kedvező feltételeit. A kidolgozott anyag részletesen tartalmazta a szak képzési célját, a képzés időtartamát, szerkezetét (az alapvető tantárgycsoportokat, heti óraszámokat), az államvizsga követelményeit, a szakképesítést, valamint a nappali és levelező tagozat tanterv tervezeteit. Az előterjesztés impliciten magába foglalta tartalmában, felépítésében annak lehetőségét, hogy – amint erre már történt utalás – a főiskolai szintű üzemgazdász képzésről zavartalan átmenetre legyen lehetőség az egyetemi szintű okleveles közgazdász képzésre. Az üzemgazdász képzés ezen alapvető dokumentumát – a Karközi Bizottság és a Közgazdasági Intézmények Vezetői Kollégiuma egybehangzó támogató állásfoglalását is figyelembe véve – az Egyetemi Tanács 1987. április 30-án jóváhagyta. Az 1987. szeptemberétől tervezett ipari üzemgazdász képzés feladatainak ellátására kidolgozásra került a „Javaslat a Közgazdaságtudományi Intézet szervezeti egységeinek létrehozására” c. előterjesztés. A tervezet szerint a Közgazdaságtudományi Intézet a felsőfokú közgazdasági képzés szakvezető szervezeti egységeként kari feladatokat lát el, melyek megvalósítására négy intézeti tanszék alapítása szükséges. Ezek: Közgazdaságtani Tanszék, Vállalatgazdaságtani Tanszék, Pénzügyi Tanszék, Számviteli és Statisztikai Tanszék. Az előterjesztett javaslatnak megfelelően az előbbieken felsorolt szervezeti egységeket 1987. szeptember 1-i hatállyal hozta létre és te-

^{4/} Megjegyzendő például, hogy a személyi feltételek kialakítását két körülmény különösen megnehezítette. A nehézségek egyrészt abból adódtak, hogy a tudományos minősítéssel rendelkező, oktató-nevelő, kutató munkára alkalmas pénzügyi és számviteli szakemberek száma országos szinten is meglehetősen kevés volt (a lehetőségeket a bankrendszer reformja tovább szűkítette), másrészt az alapfizetések, de jelentősen részben a jövedelmek tekintetében is csaknem áthidalhatatlan különbségek voltak a vállalatok, intézetek és az egyetemek között s ezek a – számunkra kedvezőtlen – különbségek különösen jelentősek voltak Budapest és Miskolc viszonylatában.

vékenységüket alapító okiratban határozta meg Dr. Köpeczi Béla akadémikus, művelődési miniszter 1987. májusában.

Közgazdaságtudományi Intézet – üzemgazdász képzés (1987-1990)

A miniszteri döntés alapján 1987. szeptember 1-jén a felsőfokú közgazdasági képzés szakvezető szervezeti egységként Közgazdaságtudományi Intézet alapítására került sor a Nehézipari Műszaki Egyetemen. A kari jelleggel működő intézet alapvető funkciója a képzési célokban, tantervi irányelvekben, tantervekben meghatározott oktatási-nevelési feladatok – az NME más, a tárgyi oktatásban résztvevő szervezeti egységeinek közreműködésével, valamint externisták (mellékfoglalkozású oktatók, meghívott előadók és gyakorlatvezetők) bevonásával történő – ellátása, koordinálása és irányítása, profiljába tartozó tudományterületek kutatási tevékenységében való részvétel. A képzés személyi, tárgyi szervezeti feltételeinek fejlesztésével szervezetében fokozatosan integrálja a közgazdasági képzés fő profilját képező tantárgyakat (szervezeti egységeket), a szakterülethez tartozó posztgraduális képzést (gazdasági mérnöki szakok). Az Intézet igazgatója Dr. Susánszky János egyetemi tanár, a közgazdaságtudomány kandidátusa lett. Igazgatóhelyettesi kinevezést Dr. Czabán János egyetemi docens, a közgazdaságtudomány kandidátusa kapott, aki – a korábbi rektori megbízás folytatásaként – változatlanul ellátta az oktatásfejlesztési, koordinációs feladatokat, valamint az egyetemi karrá történő tartalmi, szervezési és szervezetfejlesztési tevékenység irányítását. A Közgazdaságtani Tanszék vezetője Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella egyetemi docens, a közgazdaságtudomány kandidátusa, a Vállalatgazdaságtani Tanszék vezetője Dr. Czabán János, a Pénzügyi Tanszék vezetője (ideiglenesen) Dr. Czabán János, a Számviteli és Statisztikai Tanszék vezetője (másodállásban) Dr. Besenyei Lajos egyetemi docens, a közgazdaságtudomány kandidátusa lett.^{5/}

^{5/} Az alapító okirat az intézet tanszékeinek tevékenységét a következők szerint határozta meg.

A Közgazdaságtani Tanszék alapvető feladata a képzési cél megvalósításához szükséges gazdaságtudományi alapok, makroökonómiai összefüggések; elmélettörténeti, gazdaságtörténeti, gazdaságpolitikai, gazdaságirányítási, világ-gazdaságtani és kereskedelmi ismeretköröket felölelő tantárgyak oktatása, makrogazdasági kutatási programokba való bekapcsolódás.

A Vállalatgazdaságtani Tanszék tevékenysége kiterjed a képzési cél megvalósításához szükséges mikroökonómiai szakismereteket, a mikrogazdasági rendszerek szervezésének, vezetésének elméleti és módszertani alapjait; vállalatelméleti, környezeti, vállalatpolitikai, stratégiai, tervezési, prognosztikai, vállalkozási, fejlesztési, termelési, értékesítési, munkagazdaságtani, költséggazdálkodási és racionalizálási ismeretköröket felölelő tantárgyak oktatására, e tudományterülethez tartozó kutatásokra. *(folyt.köv.)*

A Közgazdaságtudományi Intézet tanszékein kívül az üzemgazdász hallgatók képzésében más intézetek, karok tanszékei is részt vettek. Ezek a Politikai gazdaságtan, Filozófia, Politikaelméleti és Szociológiai, Analízis, Számítástechnikai, Vegyipari gépek, Mechanikai technológiai, Szállító berendezések, Civilisztikai tudományok, Testnevelési tanszékek, valamint a Nyelvi Intézet és a Központi Könyvtár.

Ebben az évben, egyetemünk történetében először került sor üzemgazdász hallgatók felvételére. Az üzemgazdász képzés indulásának körülményeit (rendkívül rövid felkészülési idő, a tájékoztatás korlátozott lehetőségei stb.) figyelembe véve a felvételi keretszámokhoz viszonyított több mint kétszeres jelentkezés jónak volt mondható, beiskolázási gondok nem merültek fel. Így 1987. szeptemberében a nappali tagozaton ötven fővel, a levelező tagozaton pedig hatvan fővel indult az üzemgazdász képzés első, 1987/88-as tanéve. A oktatás zavartalan működésének biztosítása mellett már a tanév első felében számos intézkedésre került sor. Így pl. megtörtént a Közgazdasági Felvételi Előkészítő Bizottság NME-i Szakbizottság létrehozása (az MKKE támogatásával), ami lehetővé tette a matematika, történelem, politikai gazdaságtan mellett a szaktárgyak felvételi előkészítését is. Megalakult a Közgazdász Képzés Baráti Köre, amely biztosította egyfelől a képzéshez nélkülözhetetlenül szükséges ipari gyakorlati háttérrel, másfelől lehetőséget nyújtott – anyagilag is – neves szakemberek meghívására. A Közgazdász Képzés Baráti Köre ugyanakkor hatékony fórumot biztosított az oktatók és hallgatók személyes kapcsolatainak kialakítására. A Közgazdaságtudományi Intézet elősegítette (a tárgyi feltételek biztosításával is) az AISEC miskolci tagozatának létrehozását. Kezdeti lépések történtek az egyetem más karainak hallgatóival való együttműködésre, különösen a nagy múltra tekintő diákhagyományok megismerésére, adaptálására, melyhez kiemelkedően sok segítséget nyújtottak a Kohómérnöki Kar vezetői és hallgatói. Beindult a tudományos diákköri munka, megalakult a Közgazdász Tudományos Diákkör, vezetője tagja lett az Országos Közgazdász TDK Tanácsnak. Már az első tanévben számottevő érdeklődés mutatkozott az üzemgazdász képzés Vállalkozási Szak iránt, ami abban is megnyilvánult, hogy mind áthallgatásra, mind pedig párhuzamos képzésre jelentkeztek egyetemünk más karairól (főként a Bányamérnöki Kar, az Állam- és

A Pénzügyi Tanszék ellátja a tanterv által meghatározott, tevékenységi körébe tartozó, részletes szakismereteket nyújtó tantárgyak oktatását. Ezek keretében pénz- és hiteleméleti, banktani, (pénzügyi), nemzetközi, népgazdasági, költségvetési, vállalati pénzügyi ismeretkörök oktatására, begyakoroltatására kerül sor. Bekapcsolódik e tudományterületen folyó kutatásokba.

A Számviteli és Statisztikai Tanszék fő feladata a képzési cél megvalósításához szükséges korszerű elméleti és gyakorlati statisztikai, könyvviteli szakismereteket; általános és iparstatisztikai, könyvvitelteni, ipari számviteli, gazdasági elemzési és ellenőrzési ismeretköröket felölelő tantárgyak oktatása. Közreműködik e tudományterületek kutatásaiban.

Jogtudományi Kar) hallgatók. A miskolci közgazdasági képzés első éveiben változatlanul fontos feladatként jelentkezett az oktató-nevelő, kutató munka személyi és tárgyi feltételeinek szisztematikus fejlesztése. Az induláskor elfogadott tanterv többször korszerűsítésre került, a posztgraduális képzésben pedig a mérnök-közgazdász szak^{6/} indítása jelentett komoly előrelépést a Közgazdaságtudományi Intézet életében. A tudományos kutatómunka kezdetől fogva jelentős szerepet töltött be. A Közgazdaságtudományi Intézet négy tanszékének oktatói ebben a periódusban elsősorban tananyagfejlesztő, ún. diszciplináris kutatásokat végeztek. A nagyobb kutatási tapasztalattal rendelkező oktatók ez idő alatt is folytatták egyéni kutatásaikat, publikációkat jelentettek meg hazai és külföldi szaklapokban. Beindult a Közgazdaságtudományi Intézet Közleményei sorozat, számos szakértői, ipari kutatás-fejlesztési munka végzése történt. A Közgazdaságtudományi Intézet jelentős erőfeszítéseket tett a külső kapcsolatok fejlesztésére. Nemzetközi együttműködési megállapodás jött létre a Leobeni Bányászati és Kohászati Egyetem Közgazdaságtudományi és Üzemszervezési Intézetével, az Újvidéki Egyetem Közgazdasági Karával, a Magdeburgi Műszaki Egyetem Üzemgazdaságtan Szekciójával. Rendszeres munkakapcsolat, együttműködés volt a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemmel, a JPTE Közgazdasági Karával, a Pénzügyi és Számviteli Főiskolával és több iparvállalattal.

A fejlesztési feladatok közül kiemelkedett az egyetemi szintű közgazdász képzés tantervi, személyi, tárgyi és szervezeti feltételeinek megalkotása, létrehozásának előkészítése. Az üzemgazdász képzés tartalmi és szervezeti megerősödésével, a hallgatói létszám jelentős növekedésével természetes belső fejlődés alapozta meg a további tevékenységet. A nyolcvanas években a felsőoktatásban érvényesülő nemzetközi tendenciák, a reform folyamatok érzékelhető felgyorsulása hazánkban jelentősen megnövelte a társadalomtudományok, különösen a közgazdaságtudományok szerepét. A gazdaságfejlesztési tendenciákkal összehangolt növekvő szakemberszükséglet, a demográfiai hullám várható hatásai, az észak-kelet-magyarországi régió országos szintűnél alacsonyabb szakember ellátottsága szükségessé tette a közgazdaságtudományi képzés vertikális és horizontális irányú fejlesztését: a főiskolai szintű üzemgazdász képzés továbbfejlesztését egyetemi szintű közgazdászképzéssé, a képzésben résztvevők számának nö-

^{6/} A mérnök-közgazdász szak a már az ötvenes évek végétől folyó bányai, kohóipari és gépipari gazdasági mérnöki szakok integrálásával, a kor tudományos követelményeit kielégítő tartalommal, egyetemünk korszerűsítési koncepciójában meghatározottaknak megfelelően került kidolgozásra. E posztgraduális képzés célja az egyetemi diplomát szerzett mérnökök közgazdasági kiegészítő képzése. Az okleveles mérnökök alapképzéséhez igazodó tanterv olyan elméletileg megalapozott, gyakorlati alkalmazásra érett vezetési, szervezési, gazdálkodási ismereteket nyújt, melyek alapján lehetővé válik a műszaki és gazdasági megoldások szintézise.

velését. Az egyetemi szintű közgazdászképzés olyan új kar létrehozását indokolta, amely szervezetében integrálta a képzési profilhoz kapcsolódó, illetőleg a társadalomtudományok oktatásában érdekelt szervezeti egységeket. Mindezek figyelembe vételével készült el az „Előterjesztés a Közgazdaságtudományi Intézet Gazdaságtudományi Karrá fejlesztésére” c. dokumentum. Az előzőekben vázolt célokat és azok megvalósítását szolgáló előterjesztést az Egyetemi Tanács 1989. június 15-én egyhangúlag elfogadta. Ugyancsak egyöntetűen támogatta az előterjesztést 1989. szeptember 22-i ülésén a Karközi Bizottság, 1989. szeptember 24-én pedig a Közgazdasági Intézmények Vezetői Kollégiuma. A karrá fejlesztési javaslatot e támogató vélemények és az egyetemi tanácsi határozat birtokában nyújtotta be egyetemünk rektora Dr. Glatz Ferenc akadémikus, művelődési miniszterhez 1989. november 30-án.

Gazdaságtudományi Kar – közgazdász képzés (1990-1994)

A Közgazdaságtudományi Intézet a Minisztertanács 1049/1990. (III.21.) MT határozatával 1990. július 1-i hatállyal egyetemi karrá alakult Gazdaságtudományi Kar elnevezéssel. Ugyanettől az időponttól lett a Nehézipari Műszaki Egyetem neve Miskolci Egyetem. A Karközi Bizottság állásfoglalása, majd az Egyetemi Tanács döntése alapján a Gazdaságtudományi Kar dékánja Dr. Czabán János tanszékvezető egyetemi tanár, tanulmányi dékánhelyettes Dr. Nagy Aladár tanszékvezető egyetemi docens, tudományos dékánhelyettes Dr. Szintay István tanszékvezető egyetemi docens lett. A Gazdaságtudományi Kar tanszékei és tanszékvezetői: Gazdaságelméleti Tanszék: Dr. Nagy Aladár egyetemi docens, Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék: Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella egyetemi docens, Vállalatgazdaságtani Tanszék: Dr. Czabán János egyetemi tanár, Szervezési és Vezetési Tanszék: Dr. Szintay István egyetemi docens, Pénzügyi Tanszék: Dr. Vékás István egyetemi docens, Számviteli és Statisztikai Tanszék: Dr. Besenyei Lajos egyetemi docens, Filozófiai Tanszék: Dr. Hársing László egyetemi tanár, Politikaelméleti és Szociológiai Tanszék: Bozsikné dr. Mengyel Katalin egyetemi docens.

A közgazdász képzésben változatlanul részt vettek a korábban már felsorolt, más karokhoz tartozó intézetek és tanszékek.

Az 1990/91-es Tanévnyitó Nyilvános Egyetemi Tanácsülésen ünnepélyes keretek között adta át Dr. Manherz Károly, a Művelődési Minisztérium államtitkára Dr. Czabán János professzornak a dékáni kinevezést s e tisztséget jelképező – féldrágakövekkel, egyetemi és kari emblémával díszített – dékáni láncot.



A Gazdaságtudományi Kar első dékánja legfontosabb célkitűzésként fogalmazta meg valamennyi súlyponti kari tevékenység módszeres kiépítését és folyamatos tartalmi fejlesztését, így: a kor tudományos színvonalán lévő ismeretek gazdagítását, korszerű módszerekkel és eszközökkel történő oktatását; átgondolt – a Kar sajátosságaihoz igazodó – tudományos kutatómunka végzését; az oktatói-kutatói személyi állomány minőségi és mennyiségi fejlesztését; az anyagi, tárgyi, pénzügyi feltételek elfogadható mértékű biztosítását; a hazai és nemzetközi kapcsolatok kiszélesítését; valamint mindezek megvalósítását lehetővé tevő szervezeti, működési és gazdálkodási struktúra kialakítását. A Kar valamennyi vezető oktatójának közreműködésével dolgozta ki a Gazdaságtudományi Kar stratégiai fejlesztésének koncepcióját. A stratégiai terv fő célkitűzése volt, hogy a Kar mértékadó szerepet töltsön be a magyarországi business school-jellegű képzésben, a mikrogazdasági orientációjú gazdálkodástudományok egyik országos kutatóközpontjává váljon s ezek révén nemzetközi ismertsége és elismertsége erősödjön. A kidolgozott stratégiai célrendszer a következőkre terjedt ki: a képzés jellege képzési szintenként és területenként; a Kar sajátosságaihoz és a nemzetközi trendekhez igazodó kutatási struktúra; a személyi állomány fejlesztése, teljesítményorientáció megvalósítása; a Kar külső kommunikációs- és kapcsolatrendszere, a kari image; szervezetfejlesztés, működéskorszerűsítés, gazdálkodásracionalizálás. Ezekhez természetesen kapcsolódott a kari célrendszer realizálásához szükséges erőforrás struktúra biztosítása, forrásainak és mechanizmusának kialakítása. A Kar vezetőségében 1991-ben változás következett be: a más feladatokat vállaló Dr. Szintay István tudományos ügyekért felelős dékánhelyettes helyét Dr. Nagy Aladár, míg a tanulmányi dékánhelyettesi posztot Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella vette át. Dr. Kocziszky György az Ipargazdaságtani Tanszék egyetemi docense egyetemünk gazdasági rektorhelyettese lett. 1991. szeptemberében Tanévnyitó Nyilvános Ünnepi Tanácsülésén Prof. Dr. Czabán János dékán

átvette az Országos Magyar Bányászati és Kohászati Egyesület által adományozott kari zászlót.



A Gazdaságtudományi Kar első emblémája

Ezzel teljessé vált a Kar tárgyi szimbólumrendszere (szín, címer, zászló, dékáni lánc). Az Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék vezetését 1993-ban Dr. Fekete Iván egyetemi docens vette át. Többhónapos előkészítő munka eredményeként 1994. július 1-jén Dr. Piskóti István egyetemi docens vezetésével alakult meg az Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék szakcsoportjából a Marketing Tanszék.

A korábbiakban vázolt célok elérésében, az oktatási-kutatási feladatok színvonalas ellátásában meghatározó szerepet tölt be a személyi állomány. Ebben a dékáni ciklusban jelentős előrelépés történt az oktatói kar minőségi összetételében és mennyiségi növekedésében. A kedvező változásokból indokolt kiemelni, hogy e periódusban a Karon egyetemi tanári kinevezést kapott Botos Katalin, Pokol Béla, Nagy Aladár, Barta Imre, Besenyei Lajos, Szintay István és Kocziszky György, a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának díszdoktora lett Prof. Dr. Albert F. Oberhofer a Montanuniversität Leoben rektora, Prof.

Dr. Susánszky János ny. egyetemi tanár, Prof. Dr. Robert D. Hisrich a CWRU Cleveland tanszékvezetője. A Kar oktatói szakmai, tudományos munkásságukért számos kormányzati, egyetemi, hallgatói elismerésben, kitüntetésben részesültek ebben az időszakban. Pro Universitate kitüntetést kapott 1990-ben Dr. Susánszky János, aki 1994-ben a Magyar Köztársasági Érdemrend kiskeresztjét is átvehette. Magyar Felsőoktatásért Emlékplakett kormányzati kitüntetést kapott 1994-ben Dr. Czabán János. Signum Aureum Universitatis kitüntetést kaptak: Dr. Vargha Jenő (1991), Dr. Nagy Aladár (1992), Dr. Czabán János (1993). A Kar hallgatói által alapított Kiváló Oktató Diploma elismerésben részesültek: Dr. Fülöp Gyula (1991), Dr. Czabán János (1992), Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella (1993), Dr. Pál Tibor (1994). Karol Adamieccki Díj (1987), MTESZ Emlékérem (1989), Széchenyi István Emlékérem (1990) tudományos elismerésben részesült Dr. Czabán János.

A karrá válással párhuzamosan lépett életbe a graduális képzést meghatározó kétfokozatú, 3+2-es soros, a nemzetközi értékrendnek megfelelő ún. „business-school” jellegű képzési struktúra a gazdálkodási szakon. Ennek keretében főiskolai és egyetemi közgazdász diplomák kiadására került sor. Az oktatásfejlesztési terveknek megfelelően az 1992/93. tanévben kísérleti jelleggel MBA (Master of Business Administration) képzési program indult a nappali, graduális közgazdász képzés IV. és V. évfolyamának üzleti specializációjaként, a nagybritanniai Bradfordi Egyetem közreműködésével. A Gazdaságtudományi Kar 1993-ban elfogadott stratégiai tervében megfogalmazásra került annak az igénye, hogy a nappali tagozatú gazdálkodási szakos közgazdász képzés keretében szakirányok (üzleti-vállalkozási, pénzügyi, marketing, humán erőforrás, szervezési-vezetési) létrehozása indokolt a megfelelő mélységű specializálódás biztosítása érdekében. A megvalósításhoz szükséges tantervi, tantárgyi előkészületek már ebben az időszakban megkezdődtek. A posztgraduális képzésben eredményesen folyt az oktatási munka a Vállalatgazdaságtani Tanszék szakvezetésével a nagy múlttal rendelkező mérnök-közgazdász szakon, valamint a Szervezési és Vezetési Tanszék szakvezetésével az eredményesen debütált mérnök-menedzser szakon. A kari stratégia a már működő szakok rendszeres fejlesztése mellett új képzési formák realitásának és megvalósíthatóságának vizsgálatát is tartalmazta. Hazánkban az 1993/1994-es tanévben indult meg az új típusú egyetemi tudományos fokozat (PhD) megszerzésére irányuló doktorandusz képzés. A Miskolci Egyetemen a Gazdaságtudományi Kar is jogosult lett PhD program meghirdetésére a „Vállalkozáselmélet és gyakorlat” témakörben, ami a Kar életének egyik kiemelkedő jelentőségű szakmai, tudományos eredménye volt. A doktori program vezetője a Kar tudományos dékánhelyettese, Dr. Nagy Aladár tanszékvezető egyetemi tanár lett.

A Kar eredményes működéséhez, fejlesztési feladatainak megoldásához az oktatás-korszerűsítési elképzelésekkel összehangolt, nemzetközi színvonalú kutatási tevékenységet kellett kialakítani. A tanszékek a tananyagfejlesztő (ún. diszciplináris) kutatások mellett alap- és alkalmazott tudományos kutatómunkát végeztek egyéni, valamint csoportos munkavégzés formájában. Ezekhez jelentős segítséget nyújtottak a TEMPUS, OTKA, PHARE programok, az MKM Kutatási Megbízásai, az AMFK, PFP, OKTK, ETK kutatási projektek, valamint különböző országos pályázatokon elnyert megbízások. A Kar fejlődésével egyre intenzívebbé váló kutatómunka eredményei számos tudományos rendezvényen, hazai és külföldi konferenciákon tartott előadások, disszertációk, publikációk révén hasznosultak. 1994. tavaszán a Miskolci Egyetem Idegennyelvű Közleményeinek keretében önálló kari publikációs sorozat indítására került sor (Publ. Univ. of Miskolc. Series F. Economic Science.). A tanszékek kutatómunkájához szorosan kapcsolódott a tudományos diákköri tevékenység (TDK). Közismert, hogy a közgazdász képzésben is kiemelkedő jelentőségű a hallgatók tudományos munkája, elért teljesítményük és azok széles szakmai körben való megismertetése, megmérettetése. Mint már arra utalás történt, a közgazdász hallgatók 1987-ben bekapcsolódtak a TDK munkába s az e téren évenként elért sikerek eredményezték, hogy a XXI. OTDK 1993-ban már Karunkon került megrendezésre.



A rendkívül sikeres – közgazdász körökben országosan is elismerést kiváltó – konferencia igazgatója Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella oktatási dékánhelyettes volt, munkáját a Kar egésze segítette.

A Gazdaságtudományi Kar – az előzmények szerves folytatásaként – tudatosan törekedett a hazai és nemzetközi kapcsolatok folyamatos fejlesztésére, tartalmi elmélyítésére, az együttműködés intézményessé tételére. Széleskörű

kapcsolatok, eredményes együttműködés jött létre hazai felsőoktatási intézmények (így pl.: A BKE, a JPTE Közgazdasági Kar, a BME-GTK, a GATE-GTK, EFE Közgazdasági és Vezetésfejlesztési Intézete, a PSZF Budapesti és Salgótarjáni Intézete, a KKF stb.) társtanszékeivel, a hazai üzleti világ (bankok, vállalatok, gazdasági társaságok, befektető és tanácsadó cégek stb.) különböző szervezeteivel és más intézményekkel. Az oktatás és kutatás területén különösen hasznos kooperáció, alkotó kapcsolat jött létre a BKE Jövőkutatói, Alkalmazott Gazdaságtani, Szervezési és Vezetési, a JPTE Vállalati Gazdaságtan, valamint a BME Ipari Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan tanszékeivel. Az együttműködés számos konkrét eredményben realizálódott, mint pl.: oktatási anyagok, koncepciók és módszerek kölcsönös cseréje, tudományos rendezvényeken való kölcsönös részvétel, a gyakorlati életben dolgozó szakembereknek az oktatómunkába (előadások, gyakorlatok, konzultációk, esettanulmányok, szakdolgozatok bírálata stb.) történő bevonása, közös kutatások végzése. Professzionális kapcsolatrendszer jött létre a Magyar Tudományos Akadémia bizottságaival és intézeteivel, valamint különböző szakmai, tudományos szervezetekkel (Magyar Közgazdasági Társaság, Szervezési és Vezetési Tudományos Társaság, Magyar Kisvállalati Társaság stb.). Nemzetközi kapcsolatok közül a tárgyalt időszakban különösen fontosak és eredményesek a következő külföldi intézményekkel való együttműködés: University of Bradford, Management Centre; University at Buffalo, State University of New York; BAKER University, Kansas; International Federation for Business Education, Kansas; Case Western Reserve University, Cleveland; Cleveland State University; University of Limerick; TU Berlin; Universität Dortmund, Universität Karlsruhe; Universität Mannheim; Montanuniversität Leoben; Hochschule St. Gallen; Moszkvai Bányászati Egyetem; Rennes Graduate Business School. Külön említést érdemel, hogy már a karrá alakulás után rövid idővel nemzetközi szerződés keretében három éves megállapodás jött létre az angliai Bradford Egyetem Vezetőképző Központjával, melynek során közös oktatási-kutatási feladatok ellátására, tananyagfejlesztésre, az oktatás szakirodalmi ellátottságának javítására került sor. A Kar három fiatal oktatója – e program keretében – MBA diplomát szerzett Bradfordban.

A Miskolci Egyetemen az aktív diákélet során számos esemény vált diák hagyománnyá, melynek eredete jórészt visszavezethető a jogelőd Selmeci Akadémia örökségére. E hagyományok fokozatosan meghonosodtak a közgazdász hallgatók körében is (balekkeresztelő, szalagavató, gyűrűavató szakestélyek).

Czabán János professzor a Kar vezetését 1994 nyarán adta át Besenyei Lajos professzornak.

A GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR 1994-1997 KÖZÖTTI TEVÉKENYSÉGÉRŐL

DR. BESENYEI LAJOS*



A közgazdászképzés kari formában történő beindítása után 4 évvel, Dr. Czabán János professzortól vettem át a dékáni tisztséget 1994. július 1-én. A régió gazdasági-társadalmi környezete sok szempontból kedvezőtlen volt az induló miskolci közgazdászképzés számára tekintettel a nehézipar tömeges leépítésére, az ebből fakadó magas munkanélküliségre és a térség általános kedvezőtlen helyzetére. A korabeli országos sajtó a „válságrégió válságegyeteméről” írt, sokan demagóg módon a gazdasági és társadalmi problémákat kivetítették az egyetemi oktatásra is – természetesen teljesen alaptalanul – sajnálatos módon azonban ennek negatív hatása volt az egyetem iránti érdeklődésre.

* egyetemi tanár

A régió kedvezőtlen helyzete más szempontból viszont kedvezett az akkor indult közgazdászképzésnek, hiszen széleskörű piaci igény fogalmazódott meg olyan közgazdasági szakemberek iránt, akik a piacgazdasági követelményeknek megfelelő új típusú felkészültséggel rendelkeznek s alkalmasak lehetnek a térség „válságkezelésére”, motorjai lehetnek a gazdasági szerkezet struktúraváltásának. Mindezen tényezők összességükben pozitív hatást gyakoroltak karunk elismertségére, megfelelő mennyiségű és felkészültségű hallgatót tudtunk felvenni, az oktatás színvonala jó volt, beindult a tudományos diákköri munka, hallgatóink sikerrel álltak helyt külföldi tanulmányutakon. Az ország legfiatalabb közgazdász egyetemi kara nagy becsvággal és lendülettel kezdte meg a munkát s immáron 4 éves egyetemi kari múlttal elismert tagjává vált a magyar egyetemi közgazdászok egyetemi közösségének. 1994-97 között stabilizálódott harmadik helyünk a hazai palettán – Budapest és Pécs után Miskolc lett a harmadik kiemelt egyetemi centruma a közgazdasági felsőoktatásnak, a Miskolci Egyetem pedig ezzel igazi universitássá, vált ahol komplex műszaki-gazdasági-jogi képzés folyt.

Erre az időszakra tehető a Kar képzési és szervezeti rendszerének stabilizálása, a végleges tanszéki struktúra kialakítása. A Karon 7 tanszék működött, a Számviteli és Statisztikai, a Vezetési és Szervezési valamint a Vállalatgazdaságtani Tanszék 1987-ben, a képzés indításakor, a Pénzügyi Tanszék 1989-ben, az Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék és Gazdaságelméleti Tanszék 1990-ben, a legfiatalabb Marketing Tanszék pedig 1994-ben jött létre. Ez a tanszéki struktúra megfelelt az adott időszak felsőfokú közgazdászképzéssel szembeni elvárásainak, a budapesti és pécsi egyetemekhez igazodó oktatási-kutatási rendszert jelentett. Sikerült létrehozni olyan oktatói gárdát, amely felkészültségével, tudományos minőségével versenyképes közgazdászképzést tett lehetővé a Miskolci Egyetemen. A Karon 67 oktató dolgozott közöttük 9 egyetemi tanár és 9 egyetemi docens.

Az oktató-kutató gárda létrehozásában a korábbi műszaki közgazdasági képzésben résztvevő kollégák játszották az alapvető meghatározó szerepet, ez a törzsgárda egészült ki – elsősorban az új, kimondottan közgazdasági tárgyak oktatására létrehozott tanszékek ide érkezett oktatóival – számvitel, statisztika, pénzügy.

Ezen időszak nagy horderejű döntése volt a Marketing Tanszék létrehozása amely már néhány éven belül igazolta létjogosultságát, széleskörű oktatási profilt és kapcsolatrendszert alakított ki, fontos eleme volt a korszerű közgazdász képzésnek.

A piacgazdasági igények egyre erőteljesebb gyakorlatorientáltságot követeltek meg a felsőoktatástól – különösen a közgazdászképzéstől, a korábbi

évek klasszikusan makro közgazdasági szemléletű oktatását egyre inkább ki kellett egészíteni a mikroszféra, a vállalkozások, a piac igényeit kielégítő oktatással. Ennek jegyében 1994-ben bevezetésre került a kétlépcsős közgazdászképzés amelynek első szakaszán – a 3 éves alapképzésben – lényegében üzemgazdasági, majd az azt követő 2 évben közgazdasági diplomát lehetett szerezni.

Az alapvető cél az volt, hogy az első szakaszban szakképzettséget is adó diplomával kerüljenek ki hallgatóink az egyetemről, olyan gyakorlatcentrikus tudásanyaggal, amelynek birtokában a mikroszféra bizonyos szintjein sikerrel helyt tudnak állni.

A második szakasz az elméleti kiegészítéseket, a megszerzett ismeretek elmélyítését, a szakmai látókör szélesítését jelentette széles körben konvertálható tudás megszerzésével.

Néhány év után – 1997-ben - ez a rendszer megszűnt, nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, a hallgatók 99 %-a a második lépcsőben folytatni kívánta tanulmányait. Érthető okok miatt nem tudtuk hallgatóinkat a közvetlen gyakorlati munkára felkészíteni, egész képzési rendszerünk és oktatási filozófiánk nem ilyen volt. Valójában nem tudtunk a főiskolán végzettekkel versenyképes gyakorlati felkészítést adni. Ugyanakkor a hozzánk jelentkező hallgatók eleve egyetemi diploma reményében felvételiztek ide, ennek megszerzését tűzték ki célul, a 3 éves képzést csak „előtanulmánynak” tekintették. (Aki ugyanis csak 3 éves főiskolai tanulmányokat kívánt folytatni valamelyik főiskolára és nem egyetemre jelentkezett.)

Karunkon bevezetésre került a szakirányú képzés – összhangban az országos tendenciával – s így hallgatóink az alábbi szakirányok közül választhattak: Humán Erőforrás Menedzsment, Marketing, Pénzügy-Számvitel, Szervezés-vezetés és Vállalkozás.

A Kar doktori iskolája – a Vállalkozáselmélet és gyakorlat – eredményesen működött, számos értékes Ph.D. dolgozat született.

A Karon jelentős volumenű volt a postgraduális képzés, nagy igény volt a mérnök-közgazdász és a mérnök-menedzser diplomák iránt, megindult az MBA képzés előkészítése.

Jelentős esemény volt a Kar életében a Tanácsadó Testület megalakulása melynek nemcsak helyi hanem országos és nemzetközi vállalkozások, bankok, biztosítók vezetői voltak a tagjai, évi rendszerességgel tartottuk konferenciáinkat. Sokat segített a képzés gyakorlatorientációjának megvalósításában, a Kar kapcsolati rendszerének szélesítésében.



A Kar életének jelentős eseménye volt az évente megrendezett Tanácsadó Testületi Konferencia, ahol a kari oktatási-kutatási lehetőségeket a gyakorlati igényekkel és elvárásokkal egyeztettük, tananyagainkat ennek szellemében fejlesztettük. Több országos és helyi vállalkozással, bankkal, biztosító társasággal alakult ki szoros szakmai kapcsolat amely a kar kutatási tevékenységének pénzügyi finanszírozását is segítette.

A külső körülmények számos vonatkozásban kedvezőtlenek voltak, 1995-ben bevezetésre került az u.n. Bokros csomag amely jelentős egyetemi létszámleépítést követelt. Szerencsére karunkat sikerült megóvni ettől a kellemetlen eseménytől, beláthatatlan károkkal járt volna egy nemrég alakult, fejlődési szakaszban lévő kar személyi állományának csökkentése.

Komoly gondot okozott az üzleti szféra szívóhatásának erősödése, néhány évvel a gazdasági-társadalmi rendszerváltás után óriási igény jelentkezett az új, piaczgazdasági ismeretekkel rendelkező fiatal közgazdászok iránt. F fiatal oktatóink, Ph.D. hallgatóink közül sokan távoztak karunkról ennek következtében – jellemzően felkészültségük olyan periódusában, amikor már eredményes tudtak volna oktatói és kutatói munkát végezni.

Erre az időszakra esik a hallgatói létszám ugrásszerű emelkedése melyet nem követett az oktatói létszám bővülése s így évről-évre növekedtek az oktatói megterhelések. Ezt a gondot növelte, hogy a közgazdasági ismeretek rohamos térnyerésével más karok képzéseiben is megnőtt az oktatási igény. Az átoktatás egyre növekvő volumenével nem járt együtt ennek finanszírozása illetve más téren történő figyelembe vétele. Ugyancsak negatív külső körülményként jelent meg a tandíjak ezidőben történő bevezetése, az egyetemi tankönyvek és jegyzetek állami támogatási rendszerének megszűnése. Hallgatóink számára ezek komoly anyagi gondokat jelentettek mellyel a kar vezetésének is foglalkozni kellett. A vizsgált időszak fontos jellemzője volt, hogy megindult a kar oktatásának számítástechnikai alapokra történő helyezése, megkezdődött a számítógépes laborok létrehozása melyek a következő dékáni periódusban teljesedtek ki.

A Kar nemzetközi kapcsolatainak kiépítése, az alapok lerakása folytatódott, a British Council révén a Bradfordi Közgazdasági Főiskolára tanulmányutakat szerveztünk, ösztöndíjakkal utaztak fiatal oktatóink, nyelvtanfolyamokon vettek részt, közös kutatási munkát végeztünk.

A Francia Intézet közreműködésével francia kapcsolataink alapjait raktuk le, román és ukrán egyetemekkel a már korábban is meglévő műszaki jellegű kapcsolatokat bővítettük, felvettük a kapcsolatokat a közgazdasági fakultásokkal. Az egyetem karaival kapcsolataink egyre sokszínűbbekké váltak, egyre több közgazdasági tárgy oktatására került sor, közös szakok beindításának előkészületei kezdődtek meg. (Gépészmérnöki Kar, Kohómérnöki Kar).

Az 1996-os év fontos eseménye volt, hogy a kar kihelyezett közgazdasági képzést indított testvéregyetemünkön, a Soproni Egyetemen. A piaci kihívásokra reagálva az erdészeti és faipari mérnöki képzést közgazdászképzéssel kívánták bővíteni – ennek azonban nem voltak meg maradéktalanul a személyi és tárgyi feltételei. Karunk számára természetes volt, hogy segítsük selmeci társ egyetemünket, kihelyezett képzés keretében indítottuk az első soproni évfolyamot, s amint sikerült megteremteni az oktatói-kutatói háttérrel, az oktatás tárgyi és szervezeti feltételeit, a képzést átadtuk a Soproni Egyetem Közgazdaságtudományi Karának.(1997 őszén).

A kar hallgatói önkormányzata révén kialakultak a selmeci hagyományokon alapuló hallgatói rendezvények, a kar diákéletének szervezését alkották a szakestek (balekavató, firmaavató, gyűrűavató szakestek), neves külső szakembereket sikerült ezek keretében a karhoz kapcsolni.(tiszteletbeli diák lett pl. Kupa Mihály volt pénzügyminiszter.)

Összességében azt lehet mondani, hogy az 1994-1997 közötti időszak a Kar életének stabilizációs időszaka, kialakultak azok az oktatási és kutatási szervezeti egységek és struktúrák melyek megteremtették a később fejlesztési lehetőségeket. Ez az időszak PR szempontból azt jelentette, hogy a budapesti és pécsi közgazdászképzés mellett a harmadik legjelentősebb képzés a Miskolci Egyetemen valósult meg, elismert és meghatározó tényezői lettünk a magyar felsőfokú közgazdász képzésnek.

A GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR 1997-2006 KÖZÖTTI TEVÉKENYSÉGÉRŐL

DR. SZINTAY ISTVÁN*



1997. november 15.-én vettem át a Gazdaságtudományi Kar vezetését Besenyei professzortól, aki ezt a számomra „váratlan” helyzetet a rektori székbe való előre-, lépéssel-üléssel teremtette meg. Az előző beszámolók kellően érzékeltetik, hogy egy dinamikus expandáló kar működését, fejlesztését kellett a folyamatosság biztosítása érdekében a fő feladatommak tekintenem. A munkaerő piaci helyzet, ekkor még a közgazdász végzettségű diplomások iránti kereslet vonatkozásában a felszálló, de már nem a meredeken emelkedő, hanem a lassú növekedést, a minőség és a diverzifikáció versenyét hirdető szakaszában volt.

A Kar számára a külső és belső helyzet – a fejlődés tekintetében – a következő nehézségeket jelentette:

- A felsőoktatási intézmények és a magyarországi települések egyik kitörési pontjukat közgazdász felsőoktatási képzés alapításában, indításában, kihe-lyezésében látták; részben piacfoglalási, részben egzisztenciális, de nem

* dékán

utolsó sorban politikai, térségi, városfejlesztési célból. Az egyre több intézmény megjelenése a közöttük lévő verseny erősödését eredményezte oktatóért, hallgatóért költségvetési támogatásért, „fizetőképes vevőért” és szponzorért.

- A jó képességű végzett hallgatók – tudományos oktatói-kutatói utánpótlás-nevelés céljából való karon belül tartása – a munkaerőpiac és a társintézmények elszívó hatása miatt nehézkes, a főállású, saját nevelésű oktatói kör létrehozásának, ha nem is gátja, de lassító tényezője.
- A Miskolci Egyetem belső fejlődése, az új diszciplínák befogadása és karok létrehozása, illetve az ehhez szükséges új erőforrások biztosítása, vagy a meglévők újraelosztása az intézményen belül – enyhén szólva – diszharmónikus viszonyban voltak/vannak egymással.

Mindezekből következik, hogy az expanzív fejlődést egyrészt kezelni kellett, másrészt ehhez hozzá kellett igazítani a kar erőforrásait, mind a személyi, mind a tárgyi feltételek vonatkozásában.

A jövőt illetően pedig a kart, a minőségi képzés és kutatás elfogadott helyévé szükséges pozicionálni. A képzés-oktatás területén ez a helytállás és fejlődés folyamatos feladat.

Képzési oktatási tevékenység

A szervezeti egységek terhelés felmérését a belső erőforrások és feladatok összerendezése, átcsoportosítása céljából, illetve azok egységének megteremtése szándékával indítottam el. Mindezek alapján az alap nappali képzés szakirány struktúráját és a tantervi hálóját rendeztük át először. Az ehhez tartozó tantervi és tananyagfejlesztések az 1998-1999-es évek jelentős feladatai voltak. Ezek után befejeztük az ebből leszármaztatható levelező alap és kiegészítő képzések átrendezését is.

Az Európai Tanulmányi központ felállítás 1998-ban eleve azzal a céllal történt, hogy az EU csatlakozás szellemi előkészítését, az ehhez tartozó ismeretek szervezését, szintetizáló feladatait összefogja. Az Európai Unió szakirány nappali és levelező képzésben való megjelenése (1999) többek között ennek is demonstratív példája.

2002. végére a tantervi és a tantárgyi struktúrák ezen igények szerint finomodtak, majd rögzültek. Tekintve, hogy a Bologna folyamat a későbbiekben ezt az állapotot majd generálisan megváltoztatja, az utókor számára a legteljesebb változatot itt közreadom.

- Nappali egyetemi képzés

- * Főszakirányok:
 - Európai Unió
 - Marketing
 - Menedzsment
 - Pénzügy-Számvitel
 - Vállalkozás
- * Mellékszakirányok:
 - Államháztartás
 - Gazdasági informatika
 - Global menedzsment
 - Humán erőforrás
 - Nemzetközi üzleti gazdálkodás
 - Pénzügyintézetek gazdaságtana
 - Területfejlesztő
 - Turizmus
 - Üzleti kommunikáció

– Levelező főiskolai alapképzés

- * Szakirányok:
 - Európai Unió
 - Humán erőforrás
 - Marketing
 - Menedzsment
 - Pénzügy-Számvitel
 - Vállalkozási

A levelező kiegészítő képzés szakirányai azonosak a nappali képzésnél felsoroltakkal.

A post-graduális képzések fejlesztésénél ki kell emelni az EU, a Humán menedzser, a Jogász-közgazdász, Orvos/Gyógyszerész közgazdász szakok megjelenését.

Külön kell szólni a magyar-francia államközi egyezmény keretében 2000-ben megindított kétnyelvű MBA képzésről, ahol a partnerünk az Ecole Supérieure de Commerce de Rouen volt. A közösen kiadott francia-magyar diploma mellett a roueni ESC évente hallgatókat fogadott részképzésre és vendégoktatók cseréjét, tanulmányútját fedezte. A program 2003-ban sikeresen fejeződött be.

Az eredményes együttműködés kellemes következményeként kerültünk kapcsolatba a caen-i egyetemmel, ahol 2003-tól minden évben hallgatói és oktatói 2-3 hónapos ösztöndíj lehetőségünk van.

Hasonló kapcsolatunk volt, egy 4 éves USAD program keretében a Minnesotai Egyetemmel. A mérnök-menedzser post-graduális képzés szakirányaként velük hoztuk létre a környezetmenedzser képzést, amihez tananyagokat és vendégelőadókat biztosítottak. Mindkét képzést évente 15-30 hallgató fejezte be, és kapott kettős diplomát. Az MBA képzés eredményeire, tapasztalataira építettük az önálló, 2003-tól megindított angol és magyar nyelvű MBA képzésünket. A képzéseink gyakorlatorientáltságát az ún. Portfolió rendszer, illetve az ehhez szorosan kötődő bázisvállalati hálózat kiépítésével biztosítjuk, illetve fejlesztjük. A hallgatók 45-50 ilyen bázisvállalathoz kötődően kapnak valós feladatokat, illetve dolgoznak ezen problémák megoldásán. A témák többsége szakdolgozat előkészítését is szolgálja, vagy a rész megoldások integrálhatók az összefoglaló munkába.

Néhány szót a post-secondary képzésről. Nyolc akkreditált képzésünk van, amelyeket 10 középiskolába helyeztünk ki, megfelelő minőségbiztosítási rendszert működtetve.

A kreditrendszert a nappali képzésben 2003-tól, a további képzéseinkben folyamatosan 2005-re vezettük be.

A Kar hallgatói létszáma 2003-2004-es tanévekben tetőzött.

Viszonyítási alapnak az 1999. és a 2004-es adatokat közöljük az első évre felvett és beiratkozott létszámok alapján:

	1999.	2004.
Nappali I. év	213 fő	236 fő
IV. év kiegészítő képzés	50 fő	50 fő
Levelező		
alapképzés 1. év	247 fő	327 fő
kiegészítő képzés 1. év	110 fő	87 fő
Post-graduális képzés 1. év	316 fő	673 fő
Összesen:	936 fő	1313 fő

A Kar hallgatói létszáma 2700-3000 fő intervallumban helyezkedett el. Ebből 28-35 fő a PhD-s hallgatók száma.

2004-től folyamatosan dolgoztunk a Bologna folyamat BSc, MSc rendszer előkészítésén. A BSc konzorcium tagjaként 2005-ben akkreditáltattuk a

Gazdálkodás és menedzsment
Kereskedelem és marketing
Nemzetközi gazdálkodás és a
Pénzügy-számvitel szakokat.

2006. szeptember 1.-jétől indult az első évfolyam. Gondolatilag ezzel párhuzamosan kezdődött az MSc képzés és szakok előkészítése.

Nemzetközi kapcsolatok, kutatás

A Kar nemzetközi kapcsolatai elsősorban az egyetem tradicionális partnereire épülnek: Kassai Egyetem, Harkovi Műszaki és Gazdasági Egyetem, Leoben, Magdeburg társ egyetemeinek megfelelő karaival és/vagy társtanszékeivel. Kapcsolat felvétel, illetve konkrét együttműködést alakítottunk ki az Újvidéki Egyetem, a Babes Bolyai Egyetem, a Katowiczei Egyetem, a Petrozsényi Egyetem közgazdasági karaival.

Projekt kapcsolataink Rouen ESC, Bradfordi Egyetem és Business School, Temse völgyi Egyetemi Szövetség, Buffalói Egyetem és Business School tekintetében a finanszírozás határidejének lejártáig éltek. Folyamatos oktatási-kutatási együttműködés a Babes Bolyai, Újvidéki és a Harkovi Egyetemekkel van.

A nemzetközi kapcsolatok tekintetében az oktatói és hallgatói mobilitás ERASMUS, LEONARDO, ... stb. programjait hallgatóink és oktatóink az egyetemen belül kiemelkedő mértékben veszik igénybe.

A Kar két évenként nemzetközi tudományos konferenciát szervez^{8/} a hazai és külföldi társintézményekkel, kutatóműhelyekkel való kapcsolat ápolása és az ismeretek cseréje céljából. A konferenciákon általában 120-140 oktató-kutató vesz részt, ez a jubileum is egy ilyen konferencia keretében fog szakmailag kiteljesedni.

A kari kutatások intézetenkénti összefoglalása külön kiadványban jelenik meg, ezért azt itt nem részletezem.

A Kar számára különös jelentőséggel és lehetőséggel bír, hogy azokat, akik a szakmai elismertség tekintetében a karért sokat tettek, azokat díszdoktori címmel ruházza fel és/vagy 1998-ban alapított PRO FACULTATE OECONOMICA kitüntetésben részesíti.

A Kar díszdoktorai időbeli sorrendben:

Terence W. Grier, rektor

Ryerson Politechnic Toronto, Canada

Prof. Albert F. Oberhofer rektor

Montanuniversitat Leoben, Austria

Prof. Susánszky János intézetigazgató

Miskolci Egyetem Közgazdaságtani Intézet

^{8/} 1999., 2001., 2003. és 2005. évi konferenciák szervezését én irányítottam.

Prof. Robert Hisrich Nemzetközi Menedzsment Iskola Globális Vállalkozási Központ. Case Western Reserve University, Cleveland, US
Nyitrai Ferencné dr. egyetemi tanár
Janus Pannonius Tudományegyetem
Prof. dr. Zbigniew Bochniarz
Minnesotai Egyetem
Mihail Mihailovich Kasjanov miniszterelnök
Oroszországi Föderáció miniszterelnöke
Dr. Mészáros Tamás igazgató, egyetemi tanár
BKE Kisvállalkozás-fejlesztési Központ
Ulrich Diller ZF konzern alelnöke
ZF Hungaria Kft. Eger elnökgazgató SV üzletág vezető
Dr. Helmut Polzer elnök-vezérigazgató
BRAIN AG.
Dr. Szapáry György alelnök
Magyar Nemzeti Bank

Pro Facultate Oeconomica kitüntetést kapott, időrendi sorrendben:

Prof. Susánszky János intézetigazgató, egyetemi tanár
Miskolci Egyetem Közgazdaságtani Intézet
Hans-Joachim Jung ÉMÁSZ igazgatótanács elnöke
Schwardy Miklós Tiszai Erőmű vezérigazgatója
Bezerédi Antal ÉMÁSZ vezérigazgatója
Dr. Barta Imre ME GTK Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék egyetemi tanár
Nagy László B.-A.-Z. Megyei OTP igazgatója
Jean-Claude De Schietere ESC Rouen igazgatója
Dr. Janza Frigyes Belügyminisztérium oktatási főosztályvezető
Prof. dr. Horváth Gyula MTA Regionális Kutatási Központ főigazgató
Dr. Vargha Jenő ME GTK Vállalatgazdaságtani Tanszék, egyetemi adjunktus
Prof. dr. Boross Zoltán BME Ipari Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtani Tanszék, egyetemi tanár
Prof. dr. Cselényi József ME GEK egyetemi tanár, dékán
Prof. dr. Veszeli Tibor Pannon Egyetem, Üzemtani Tanszék, tanszékvezető, egyetemi tanár
Prof. dr. Szuhay Miklós ME GTK Gazdaságelméleti Intézet, egyetemi tanár
Prof. dr. Mihalik István ME GTK Gazdaságelméleti Intézet, egyetemi tanár
Dr. Helmut Poltzer BRAIN AG elnök-vezérigazgató

Prof. dr. Yakovlev A. I. Harkovi Egyetem tanszékvezető, egyetemi tanár
Dr. Bognár Gyula Borsodi Sörgyár vezérigazgató
Dr. Székely László CITY Bank Rt. igazgató
Prof. dr. Czabán János ME GTK Gazdálkodástani Intézet, egyetemi tanár
Prof. dr. Hársing László ME BTK egyetemi tanár
Dr. Nagy László B.-A.-Z. Megyei APEH igazgató-helyettes
Dr. Tóthné dr. Sikora Gizella ME GTK Humánerőforrás Tanszék egyetemi docens
Prof. dr. Pererva Petro Grigorjevich Harkovi Nemzeti Egyetem GTK akadémikus, dékán
Prof. dr. Vincze Mária Babes Bolyai Egyetem egyetemi tanár

Külön kell szólni a hallgatói TDK tevékenységről.

A minden évben megrendezésre kerülő „házi” TDK konferencián 30-45 dolgozat előadása történik meg. A színvonal átlagon felüli, amit nem kis büszkeséggel emelek ki, hogy hallgatóink a két évenként megrendezésre kerülő OTDK közgazdasági szekciójában az összes helyezések alapján kettő alkalommal hozták el az intézményi rangsor első díját (2001; 2007)^{9/}. Továbbá több alkalommal voltunk dobogósok.



Szintay professzor átadja az OTDK vándorszerlegét a Debreceni Egyetem Közgazdaságtudományi Karának képviselőinek

^{9/} Molnár Emese, Dabasi Halász Zsuzsa szervező és áldozatos munkáját ezúton is köszönöm

A PhD képzésünk minden akkreditációs eljáráson magas szintű minősítést kapott. 2005.-ben felvételt nyertünk az EDAMBA, európai doktorandusz szövetségbe (a magyar felsőoktatási intézmények közül ketten vagyunk a Corvinus Egyetemmel a szervezet tagjai).

A szakmai, kutatási eredményeinket az egyetemi közlemények: Business Studies, a saját periodikánk: Theory Methodology Practice, (ezek angol nyelvűek) a konferenciák anyagait külön írásos kiadványokban tesszük közzé.

Néhány szót az Innovációs Menedzsment Kooperációs Kutató Központ működéséről. A kari kutatások elsődlegesen az intézetekben, intézeti tanszékeken folynak. 2004-ben GVOP pályázat keretében hoztuk létre az ImKKK projekt szervezetet, amely hét iparvállalat, illetve egy intézmény és a kar olyan konzorciuma, amely közös kutatásokat, illetve az ahhoz tartozó tudástranszfert finanszírozza. Közgazdaságtudományi területen ez az első hazai KKK, amelyet mi hasznosnak és a jövőben is folytatandónak ítéltünk meg (2007. novemberében fejeződik be a pályázati finanszírozás)^{10/}, külön tudományos rendezvényen, illetve kiadványban számolunk be az eredményekről.

A kar belső élete

A szakirányi struktúra átalakítása a fokozatos oktatói terhelés és létszámbővülés, illetve az egyes tanszékek fiatal oktatóinak tudományos előmenetele szinte kézenfekvő módon vetette fel a Kar intézeti struktúrába való átszervezését. Az intézetet tekintettük olyan erőforrás koncentrátumnak, amelynek önálló infrastruktúrája (könyvtár, laboratóriumok, adminisztráció ... stb.) van, s amelyen belül kisebb szakmai műhelyek, a tudományos és oktatási feladatokra orientálódott egységek intézeti tanszékvezetők irányításával működnek.

Hat intézet és 14 intézeti tanszék tartozik ehhez a szervezeti formához, amelyet fokozatosan évenként 2 intézet felállításával 1999-2001. között hoztunk létre.

A tárgyi feltételek pótlása és megteremtése ebben a vonatkozásban még égetőbb, de a mai napig tartó folyamat. A 2000. évben létrejött a Kar informatikai centruma 50 fős számítógépes oktató terem, 15 gépes számítástechnikai labor, önálló szerverszobával.

Labor felújításokat végeztünk szakképzési forrásból Gazdaságelmélet, Gazdálkodástani, Üzleti Információgazdálkodási és Módszertani, Világ és Regionális gazdaságtan, Vezetéstudományi Intézeteknek. 2004-ben a Marketing Intézetet új helyen, teljesen felújított szárnyban helyeztük el.

^{10/} Deák Csaba ügyvezető igazgatóm aktív irányítói tevékenységét ezúton is köszönöm.

Az intézetek számítástechnika felszereltségét folyamatosan fejlesztettük, az órátartást segítő mobil projektor, laptop eszközöket és szoftvereket beszereztük. Valamennyi előadóhelységünket korszerű oktatástechnikai eszközökkel szereltük fel.

A Dékáni Hivatal helységebővítését és felújítását szintén ezen időszakban végeztük el.

Területi növekedésünk közel 350 m², a számítógépek száma 180 db plusz a perifériák, hordozható projektorok és laptopok száma 30-35 db, a bútorzatok cseréjére és belső berendezések felújításaira 60-65 M Ft projekt forrást használtunk fel.

HEFOP infrastruktúra fejlesztési pályázatot nyertünk 2005-ben egy multifunkcionális tér és számítógépes mintamunkahelyek kialakítására (további 400-450 m²), amely beruházás napjainkban fejeződik be.

1999-2000-ben a Kar egységes arculati kialakítását is megindítottuk címer, logó, levélpapír, névjegy, nyakkendő, sál, honlap struktúra, szakestélyi korszó és gyűrűk végleges formáit, illetve támogatási rendszerét kialakítottuk, létrehoztuk.

Az intézetesedés zárásával a Kari SzMSz az új működési mód rögzítését, szabályozását foglalta össze (2002).

Két új funkciót hoztunk létre: a levelező képzés szakreferensi rendszerbe való szervezése szakreferensek kinevezésével, valamint a kari titkár tevékenységi körének meghatározása és kinevezése.

Az OKJ, illetve felsőfokú szakirányú képzések minőségbiztosítási szabályozása mellett, a kari minőségirányítási rendszer kidolgozását és bevezetését 2004-ben foglaltuk kézikönyvbe.

A Kar működése tekintetében mindezek fontos és szükséges feltételek, de a hatékony minőségi munka a kar személyi feltételeinek, illetve az emberi kapcsolatoknak a függvénye.

Jelenleg már nyugodtan leírható, hogy átléptük a minősített oktatók tekintetében a bűvös 60%-os határt, s ami külön öröm, hogy ebben sok a saját „nevelés”. Az intézeti beszámolók a minősített oktatók és az intézetek kutatási eredményeit foglalják össze, ahol a nevesített eredmények megtalálhatók.

A tudományos előrehaladás támogatása mellett a szocializálás, a csapatépítés is döntő feladata a vezetésnek, amit magam is fontosnak ítélttem és tartok most is.

Két olyan közösségi eseményt emelek ki, amelyek az 1997-2006-os időszak alatt alakultak ki, vagy jöttek létre.

Az első a karácsonyi összejeövetel; az első félév végén december 20. körül. Az összejeövetel gondolata Besenyei professzortól származik, és az Ő dékánságára datálódik. A magam részéről az összejeövetel céljának változatlanul hagyása mel-

lett, annak tartalmát változtattam meg. Az együttlét örömét magunk teremtjük meg, saját műsorunkkal, a kötetlen szórakoztatás és szórakozás felszabadult légkörét biztosítva.

A keret-forgatókönyvek alapján az intézetek saját műsoraikat állítják össze és próbák során gyakorolják a fellépést. Az előkészületek és a karácsonyi est komoly csapatépítő, kohéziós erőt szabadít fel, amely oktató társaim kari kötődését, együvé tartozási érzését meggyőződésem szerint jelentősen növelte.

A külvilággal való kapcsolatépítést, illetve a hallgatóinkkal való együttlétet, a Közgazdász Bál hagyományának megteremtésével kívántuk erősíteni. Farsangi bál az egyetem aulájában, a közgazdász szakma valamennyi korosztályát összefogva.

Minden ilyen időbeli áttekintés legnehezebb része a személyes megnyilvánulás:

- Először is szeretném megköszönni a Kar valamennyi oktatójának, munkatársának, hogy a közel 9 évi dékánágom alatt támogató, együttműködő partnerem volt. Ha voltak sikerek, akkor ezt csakis közösen tudtuk elérni, s a sikertelenségek is könnyebben elviselhetők, ha van mögötted megértés és támogatás.
- Hálásan gondolok vezető társaimra, Besenyei Lajos rektor, Nagy Aladár rektor-helyettesekre, hogy munkámat az egyetem vezetőiként támogatták.
- A dékáni munka eredményessége a helyettesek és a hivatal gondosságától függ. Köszönöm ezt a munkát valamennyi helyettesemnek: Szakály Dezső, Fekete Iván, Tóthné Sikora Gizella, Pál Tibor, Piskóti István, Tóth László, Heidrich Balázs, Szegedi Krisztina, Fülöp Erika, Somogyi Márta titkárnak és a Dékáni Hivatal valamennyi munkatársának, különös tekintettel Tóth Magdolna és Nagy Nikoletta közvetlen segítőimnek. Tóth László barátom és kollégám halála közös munkánk befejezetlenségeként ma is a hiányérzetet és a segítő kolléga halványuló emlékét idézi bennem.
- Külön köszönöm intézeti kollégáim támogatását, hogy a hátország mindig működött, név szerint Urbán Rozáliának és Veresné Somosi Mariannak, hogy az intézeti terheket és gondokat csendben és rendben átvállalták.

Szóval ennyi a dékánág kilenc éve, amit örömmel vállaltam, képességeim mobilizálásával csináltam, s az idő múlását és a jog felszólító erejét megértve fejeztem be. Kívánok az utánam jövőknek örömet, sikert és kitartást, mert hiszem, hogy ha az öreg hársfa gyökerét kitepi az idők szele, az hiányt hagy a földbe, de korhadt törzsén új hajtások nőnek, amelyek éltetik és átörökítik a múltat.

VÁLLALKOZÁSELMÉLET- ÉS GYAKORLAT DOKTORI ISKOLA MUNKÁJÁRÓL

DR. NAGY ALADÁR*

Hazánkban a rendszerváltás után az 1993. évi LXXX. sz. Felsőoktatási Törvény adta vissza az egyetemek autonómiáját és kizárólagos jogosítványát tudományos fokozat odaítélésére. Ezzel alapvetően megváltozott az egyetemek lehetősége és felelőssége a tudományos képzésben, hiszen megszűnt közvetlen központi irányításuk és a kormány (Tudományos Minősítő Bizottság) privilégiuma a tudományos fokozatok odaítélésére.

A felsőoktatásért felelős minisztérium, elősegítendő az egyetemek széleskörű tájékozódását, szakmai értekezletet hívott össze 1991. tavaszán az új rendszerű tudományos képzés és fokozat (PhD) adományozás nemzetközi gyakorlatának bemutatására. A magyar egyetemek képviselői a két szélsőséges példa (túlcentralizált francia és liberális brit modell) között félúton elhelyezkedő modell (két éves szervezett képzés és egy éves kutatás) mellett foglaltak állást.

Egyetemünkön már 1991. őszén elkezdődött az új rendszerű tudományos képzés előkészítése, melynek alapján 1992. február 1-jén kísérleti jelleggel elindult az új doktori program. Az ezt követően benyújtott indítási kérelmek elbírálása után, 1994. ősztől pedig akkreditált doktori programok keretében folyt az új rendszerű tudományos képzés.

Az említett új Felsőoktatási Törvény az Országos Akkreditációs Bizottságot tartalmazta fel az indítási kérelmek elbírálására. A mi Karunk által „Vállalkozáselmélet és –gyakorlat” címen benyújtott kérelem értékelését az OAB 1994/1/18 sz. (1994.05.24.) állásfoglalásával zárta le, mely szerint jogosulttá váltunk Közgazdaságtudomány tudományágban PhD-képzésre és PhD-fokozat kiadására.

Karunkon igen jelentős erőfeszítéseket tettünk arra, hogy minden tanszékünk tudományosan minősített oktatóinak részvételével, hazai és a nemzetközi tapasztalatok felhasználásával olyan korszerű doktori programot állítsunk össze, amely hűen tükrözze egyetemünk, illetve karunk szakmai adottságait (erős természettudományos és műszaki háttér, gyorsan fejlődő társadalomtudományi kapacitások, szoros vállalati és intézményi kapcsolatok) és támaszkodott a graduális ötéves egyetemi közgazdász képzés eredményire.

* egyetemi tanár, a Doktori Iskola vezetője

A szervezett képzést (nappali és levelező tagozaton) és egyéni felkészülést nyújtó doktori programban való részvétel követelményeit a társegyetemekkel (Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem, pécsi Janus Pannonius Tudományegyetem) összehangban határoztuk meg szakmai, nyelvi és gyakorlati téren. Ennek megfelelően a felvételnél a jelölt szakmai tájékozottságát, tudományos kutatómunkára való alkalmasságát, kutatási tervének érettségét és nyelvtudásának színvonalát értékeltük.

A „Vállalkozásmélet és –gyakorlat” c. doktori program tartalmilag három szintre tagolódott, ahol az első szint a minden résztvevő számára kötelező, alapozó jellegű módszertani és elméleti tárgyakat tartalmazta; a második szint az egyes szakterületeken átfogó jártasság megszerzését lehetővé tevő kötelező, alternatív és fakultatív tárgyakat és az egyéni kutatómunkát képviselte; és végül a harmadik szint az egyéni kutatást és az értekezés elkészítését foglalta magába. Az első két szint követelményeinek teljesítéséhez két éves szervezett képzés állt a hallgatók rendelkezésére. A harmadik szint (további egy év) sikeres lezárása döntően egyéni kutatómunkát igényelt.

Az első szinthez tartozó alapozó tárgyak a szükséges elméleti (Gazdaságmélet, Nemzetközi összehasonlító gazdaságtan), módszertani (Kutatásmódszertan, Gazdasági matematika, Sztochasztikus jelenségek vizsgálata) és szélesebben vett társadalomtudományi (Tudományfilozófia, Gazdasági jog, Gazdaság-szociológia, Modern demokráciák politikai rendszere) ismeretek átadását szolgálták. A második szinthez tartozó kötelező (Vállalatgazdaságtan, Pénzügyek, Marketing, Szervezéstan, Humán erőforrás gazdaságtan, Üzleti vállalkozás, Regionális gazdaságtan) és alternatív szakmai tárgyak (Átmenet gazdaságtana, Integráció gazdaságtana, EU-intézmények, Innovációs menedzsment, Vállalati stratégia, Vezetői számvitel, Munkaügyi kapcsolatok, TQM, stb.) a specializálódást, az egyén által kiválasztott kutatási téma indokoltan részletezett háttérének megismerését szolgálták.

Végül a fakultatív tárgyak (Study Economics, Wirtschaftsdeutsch, jogi, műszaki és bölcsészeti témák) a hallgatók látókörének bővítésére nyújtottak lehetőséget.

A doktori program kezdettől fogva a hallgatók nemzetközi mobilitását elősegítő kreditrendszerben (ECTS) került kialakításra. E szerint a hallgatóknak hat félév alatt összesen 180 kreditpontot kellett összegyűjteniük, melynek mintegy 2/3-át a tanulmányi, 1/3-át pedig egyéni kötelezettségek (oktatási feladatok, önálló szakmai munka) teljesítése révén kellett összegyűjteni. Időközben ezeken az arányokon lényegesen változtattunk az önálló szakmai munka javára (180-ból 102 kredit).

Az egyéni munka feladatai alapvetően a szakirodalom megfelelő feldolgozására, a saját kutatási terv teljesítésére és az önálló tudományos eredményeket tartalmazó értekezés összeállítására koncentrálnak.

Mind a szervezett képzésben, mind pedig az egyéni felkészülésben nagy szerepet játszanak a doktorandusz hallgatókhoz személy szerint kiválasztott tudományos vezetők. Az ő segítségével teljesítik a hallgatók a tanulmányi és kutatási kötelezettségeiket (abszolutórium megszerzése), az ő állásfoglalásuk alapján, az értekezés sikeres műhelyvitája után, kerülhet sor az értekezés nyilvános vitájára, illetve a PhD-fokozat megszerzésére.

Ez utóbbiakra a szervezett képzéstől és az egyéni felkészüléstől elkülönített doktori eljárásban kerül sor, melynek keretében a hallgatónak először az értekezéséhez kapcsolódó doktori szigorlati tárgykból kell sikeresen vizsgáznia, majd a két hivatalos opponens bírálatára kell érdemben válaszolnia és a nyilvános vitában saját álláspontját megvédenie.

A Karon folyó doktori képzés szakmai tartalmáért a program vezetője, jogszerű lebonyolításáért pedig a kar dékánja felel. A program végrehajtását a Kari Doktori Tanács irányítja. Ez a testület jelöli ki pl. a nyilvános védésre a Bíráló Bizottságot, amely titkos szavazással foglal állást a jelölt új és újszerűnek tekinthető tudományos eredményeiről. A Bíráló Bizottság szavazata alapján foglal állást a Kari Doktori Tanács, majd pedig az Egyetemi Doktori Tanács dönt a PhD-fokozat odaítéléséről.

A kari doktori programunkban kezdettől fogva azok a kutatási témák álltak középpontban, amelyek személyi és tárgyi feltételei rendelkezésünkre álltak. Így megemlíthetők a vezetés-szervezési, vállalat-gazdaságtani, pénzügyi és számviteli, marketing, regionális gazdaságtani, EU-gazdaságtani, kvantitatív elemzési, humán erőforrás gazdaságtani és a gazdaságelméleti témák. Nem kevés gondot okozott számunkra kezdetben egyrészt a megfelelő hazai és nemzetközi szakirodalom összegyűjtése, másrészt a szükséges empirikus kutatások üzleti háttérének (vállalati kapcsolatok) garantálása. A doktori programban oktató kollégáinknak gondoskodni kellett arról, hogy az un. 'basic, intermediate és advanced szintű tananyagok logikusan egymásra épüljenek. Nem volt egyszerű a tudományos vezetők feladata sem az új rendszerű tudományos képzés reális követelményeinek felállításában és érvényesítésében. Mindezekkel szorosan összefüggött az a tény, hogy 1994. szeptemberétől az 1999-es év végéig csak hárman szereztek nálunk PhD-fokozatot a hatékony csoportmunka, az új szervezeti kultúra és a piacgazdasági hatások statisztikai elemzése - területén. Közülük egy fő külföldi állampolgár volt. Örömeinkre szolgált viszont, hogy a másik két személy mára a hazai felsőoktatás megbecsült vezető oktatója lett.

A 2000. 01. 01. és 2007. 06. 30. közötti időszakban jelentős változás történt: további 26 fő szerzett nálunk PhD-fokozatot. Nyugodtan állíthatjuk, hogy karunkon a tudományos utánpótlást az új doktori képzés biztosítja. Nem mellékes az sem, hogy ismereteink szerint 7 fő más hazai felsőoktatási intézményben, közülük pedig 1 fő külföldi egyetemen tevékenykedik. Külön meg kell említeni, hogy a PhD-fokozat odaítélésében mindig részt vesznek a velünk szorosan együtt működő egyetemek vezető oktatói és az üzleti élet tudományosan is minősített képviselői.

Az említett 26 fő értekezésének témáit áttekintve, szembevetve a változatosság (üzleti prognosztika, bank- és pénzügyek, vállalati magatartás, vállalati etika, viselkedéskutatás, valós és virtuális szervezetek, európai integráció, döntési modellek, környezettudatos marketing, üzleti hálózatok, gazdaságpolitikai elemzések, elméleti és elmélettörténeti iskolák, stb.). Ennél sokkal fontosabbnak tartjuk viszont, hogy a Kar doktori programjának végrehajtásában egyre markánsabban érvényesül a 2000-es évek elején megfogalmazott új stratégiánk, amely a közgazdasági kérdések megközelítésének kitágítását, interdiszciplináris jellegének erősítését és az elemzési eszközök modernizálását célozta meg.

E stratégia jegyében preferáljuk azokat a kutatási témákat, amelyek egyrészt folytatják a klasszikus közgazdaságtani hagyományokat (gazdasági jelenségek történeti, szociológiai, jogi és kulturális kontextusban történő elemzése), másrészt viszont csatlakoznak a modern közgazdaságtani irányzatokhoz (formalizáció, fizikai-biológiai-informatikai analógiák, számítógépes szimuláció), illetve a heterodox megközelítésre is vállalkoznak - elméleti, elmélettörténeti és alkalmazott közgazdaságtani problémák megoldása során. Az új stratégiánk kezdeti eredményei azokban a disszertációkban jelentek már meg, amelyek például a többváltozós matematikai-statisztikai módszerek vállalati alkalmazásával, a vezetéstudomány humánológiai kiterjesztésével, a közgazdaságtan biológiai megközelítésével, az új számítógépes döntési modellekkel, a retorikai közgazdaságtan kritikai értékelésével – foglalkoznak.

A programok megvalósítása során különösen nagy hangsúlyt helyezünk arra, hogy doktoranduszaink hűségesen rekonstruálják kutatási témájuk hazai és nemzetközi szakirodalmát, ehhez megfelelő szintű nyelvtudással rendelkezzenek és önállóan, alkotó módon, valóban új tudományos eredményekkel járuljanak hozzá témájuk kutatásához. Erre azért is nagy szükségünk van, mert doktoranduszaink többsége a karunkon oktat vagy fog oktatni, így elementáris érdekünk, hogy korszerű és megalapozott nézetek és módszerek kerüljenek köz-

reműködésükkel a graduális képzésünk előadásainak és szemináriumainak tananyagába.

Mivel a megfelelő szintű idegen nyelvtudás a nemzetközi szakmai közösségi életben való aktív részvétel feltétele, minden lehetséges módon segítjük és ösztönözzük PhD-hallgatóink nyelvtudásának állandó fejlesztését, a nemzetközi szakmai konferenciákon való aktív részvételüket és megfelelő publikációs tevékenységüket. Mindehhez stabil alapot nyújt számunkra az az intézményes nemzetközi kapcsolatrendszer, melynek meghatározó tagjai a Magdeburgi Műszaki, Kolozsvári Babes- Bolyai, Kassai Műszaki, Novy Sadi és az Ovidioi Egyetem. Itt említhetjük meg a gazdálkodási doktori iskolák európai szövetségét (EDAMBA) is, melynek 2005-től aktív tagjai vagyunk.

Hangsúlyozni szeretnénk, hogy a publikálást semmi esetre sem tekintjük olyan célnak, amely a szubsztanciális újdonság értéke felé kerekedhetne. Annál is inkább, mert tudjuk, hogy a világon ma megjelenő közgazdaságtudományi cikkek, könyvek zöme angol nyelven íródik, azokat mintegy 150 egyetem oktatói és kutatói fogalmazzák meg és ezen szerzők nagy többsége amerikai egyetemeken tevékenykedik. Továbbá, a különböző intézmények által közzétett tekintélyes folyóirat-listák hasábjaira felkerülni, különösen fiatalon, nem egyszerű dolog. Ennek ellenére mi arra ösztönözzük PhD-hallgatóinkat, hogy új gondolataikat minél szélesebb nyilvánosság elé tárják, vessék alá azokat a szükséges szakmai megítélésnek, és ezzel is szerezzenek önmaguknak és intézményünknek megérdemelt hírnevet.

A közelmúltban a korábbi doktori programot központilag (51/2001(IV.3.) kormány-rendelet) átalakították doktori iskolává, hangsúlyozva az iskolavezető személyes felelősségét a doktori képzés eredményességéért. Ez a változtatás azonban lényegesen nem érintette a fentiekben röviden ismertetett új stratégiánkat. Az új követelmények teljesítése alapján kaptuk meg 2002. évben újabb nyolc évre a Magyar Akkreditációs Bizottság támogató állásfoglalását a PhD-képzés folytatására és a PhD-fokozat odaítélésére. Fő kutatási témaköreink a kvalitatív módszerek közgazdasági alkalmazását, a vállalati gazdálkodást, a menedzsmentet, a világgazdaságtant, a regionális gazdaságtant, a gazdaságelméletet, a gazdaságpolitikát és a gazdaságtörténetet fedik le.

Ezeken valóban minél több új tudományos eredményt szeretnénk elérni megalapozott elméleti keretben, megfelelően formalizált kifejtésben, korszerű módszerekkel, a széles szakmai nyilvánosság kritikájának kitéve.

Végül, de nem utolsó sorban, külön kell megemlítenem azokat a kollégákat, akik a kari doktori iskola eddigi sikeres működésében kiemelkedő munkát

végeztek. Induláskor néhai Bartha Imre, Besenyei Lajos, Czabán János, Hársing László, Mihalik István, Nyitrai Ferencné, Rontó Miklós, Szintay István, Szuhay Miklós és néhai Vékás István professzorok, valamint Dr. Fehér Alajos kutatóintézeti igazgató és Dr. Varga József informatikai vállalati igazgató. Később Kocziszky György, Illés Iván, Illés Mária, néhai Tóth László, Polonyi István (DE), Tóth Tamás professzorok és Dr. Czakó Ezsébet (BCE) csatlakozott munkánkhoz. A KDT titkári teendőit eddig Veresné Somosi Mariann, Karajz Sándor és Szegedi Krisztina egyetemi docensek látták el. Értékes munkát végeztek a PhD. hallgatók képviselői is. Megtiszteltetés volt számomra, hogy a kari tudományos képzés vezetését kezdettől fogva magam láthattam el.

A GAZDÁLKODÁSTANI INTÉZET TUDOMÁNYOS TEVÉKENYSÉGE A GAZDASÁGTUDOMÁNYI KARON

PELCZNÉ DR.GÁLL ILDIKÓ*

A Miskolci Egyetem Gazdálkodástani Intézete 2000. július 1-jén jött létre. Elődje a Vállalatgazdaságtani Tanszék a Gazdaságtudományi Kar egyik alapító, szakvezető tanszéke a miskolci közgazdászképzés indításával egy időben, 1987-ben létesült. A több mint egy évtizedes tudományos kutató, oktató munka eredményeként felhalmozódott ismeretek birtokában határoztuk meg a jogutód Gazdálkodástani Intézet céljait és tevékenységének fő irányait. Az Intézet működési alapjainak (a tanszékek közötti munkamegosztásnak, tevékenységük koordinálásának), jövőbeni fejlődési főirányok meghatározásának koncepcióját első intézetigazgatóként Dr. Czabán János professzor dolgozta ki, aki jelenleg is szerepet vállal a kutató és oktató munkában.

Intézetünk küldetése: széleskörű gazdálkodási ismeretek nyújtása, megalapozott elméleti tudás és eredményes gyakorlati alkalmazás biztosítása. Ezek megvalósítása érdekében a gazdálkodástudomány nemzetközi és hazai fejlődési irányainak megfelelő oktatási, kutatási és tanácsadási tevékenységet végzünk, azok eredményeit alkalmazzuk az üzleti szféra igényeinek, a hallgatók elvárásainak és a Gazdaságtudományi Kar célkitűzéseinek figyelembevételével.

A Vállalatgazdaságtani Tanszék szakterülete a vállalati és nonprofit szervezetek általános gazdálkodási kérdéseinek, tevékenységük környezeti feltételeinek vizsgálata, az egyes funkcionális területek közötti összefüggések feltárása, a működés, a fejlesztés hatékonyságának elemzése, valamint a szervezet és környezete közötti összhangot biztosító stratégia kialakítása.

Az Üzleti Vállalkozási Tanszék szakterülete a sikeres vállalkozások létrehozásához, fejlesztéséhez, működtetéséhez szükséges ismeretek és gyakorlati megvalósításuk tárgyalása, tevékenysége a vállalkozáshoz kapcsolódó gazdasági kérdéseken túl kiterjed a vállalkozások jogi szabályozására, etikai és viselkedési normák vizsgálatára, korszerű számítástechnikai tudás biztosítására. Az intézet tanszékei széleskörű, a vállalkozás és a gazdálkodás teljes spektrumát átfogó oktató és kutatómunkát folytatnak a közgazdászképzésben, miközben az

* egyetemi docens, intézeti igazgató

egyetem társkarainak oktatási tevékenységében is aktívan részt vesznek. Ebből adódóan számos oktatásfejlesztési és kutatási pályázatban vettünk részt az elmúlt években.

Kutatómunkáink az elmúlt két évtizedben a gazdasági környezet változásával folyamatosan átalakultak és ma is bővülnek. A kutatási műhelyek az intézet szakterülete szerint hazai és nemzetközi kutatási programokban vettek részt, s tananyag fejlesztési, képzési tevékenységünk is hangsúlyosan e területekre fókuszál. Kutatásaink öt nagyobb műhely köré szerveződtek:

- vállalkozói ismeretek fejlesztése,
- vállalkozási környezet,
- vállalkozási etika,
- gazdaságtudomány - gazdálkodási módszertan,
- üzleti tanácsadás.

Tapasztalataink alapján kijelenthetjük, hogy fokozott igény van a vállalkozások vezetői körében a vállalkozási és gazdálkodási ismeretek oktatására és a tanácsadásra. Kiemelten fontosnak tartjuk, hogy a műhelyekhez kutatásaihoz kapcsolódva naprakész tananyaggal, képzési programmal rendelkezünk és eredményeinket szakmai konferenciákon is bemutassuk.

Vállalkozói ismeretek fejlesztése

Intézetünk számos kutatási projektje azt a meglepő eredményt hozta, hogy a magyar kis- és középvállalkozói réteg szakmailag nem elég felkészült, nincs a szükséges menedzseri és gazdálkodási ismeretek birtokában. A gazdasági képzésben résztvevő egyetemi hallgatók száma folyamatosan nőtt a rendszerváltást követően, de a közgazdászok körében nem volt vonzó az önálló vállalkozás indítása, a pénzügyi szféra, a multinacionális vállalatok, a közigazgatás felszívta a gazdasági képzettségű szakembereket. Ezeket a megállapításokat támasztja alá a Pécsi Tudományegyetem koordinálásával végzett nemzetközi kutatás, melyben Intézetünk is részt vett.

A vállalkozók e hiányosságait felismerve számos képzési és pályázati programban vettünk részt. Ezek többsége saját projekt keretében valósult meg, azonban voltak olyan programok is, amelyekhez felkérték a Gazdálkodástani Intézet munkatársait, hogy szakmai tapasztalatukkal járuljanak hozzá azok sikeréhez. Programjainkban 50-120 fő vett részt, melyek eredményeként a képzést sikere-

sen teljesítők oklevelet kaptak. Ezen oktatási programokban elkészült oktatási tananyagok, jegyzetek az egyetemi szintű képzés alapját képezik. Jelentősebb pályázati, oktatási és kutatási projektjeink a következők:

„Kisvállalati menedzser képzés az Észak-magyarországi régióban”

(Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium VATI Területfejlesztési Igazgatóság “ESZA-típusú kísérleti projekt a képzésből a munka világába történő átmenet támogatására” Phare HU0008-02. 2001)

A mikro- és kisvállalkozások hazánkban képzettség és szakismeret nélkül indíthatóak, bár elindításuk után a rájuk vonatkozó jogszabályi követelményeknek mindenben meg kell felelniük. Olyan vezetőktől várjuk el a jogszabályi megfelelést, akik sem gazdasági, sem jogi, sem vezetési ismeretekkel nem rendelkeznek. Képzésünkkel ezt az űrt kívántuk kitölteni, hogy tananyagainkat kézikönyvként használva a napi gyakorlatot, munkát támogassa igazodva az Európai Unió követelményekhez és gyakorlathoz.

Kiemelt feladatnak tekintettük nem csupán a tudásanyag átadását, hanem konkrét gyakorlati ismeretek nyújtását, melyre biztosítékul szolgál az oktatásban résztvevő szakemberek személye és bevált módszereik. Céljaink között szerepelt a kézikönyv mellett egy olyan komplex oktatási tananyag rendszer létrehozása, mely moduláris felépítéséből adódóan könnyen bővíthető, adaptálható további – akár országhatárainkon túli – hasonló regionális problémákkal küzdő térségek számára is.

„Vállalkozást tanulni – sikeresen vállalkozni!”

(Vállalkozói készségek fejlesztése a középfokú és felsőoktatásban Phare HU 0105-03 2003 szeptember-2004 június)

A gazdálkodási és vállalkozási ismereteket oktató tananyagmodul kidolgozásával és a felsőoktatásba, valamint a felnőttképzésbe történő bevezetésével a vállalkozói készségek, képességek és ismeretek fejlesztése volt. Ennek hatására javult a képzésben résztvevők munkaerő-piaci pozíciója, és alkalmassá váltak önálló vállalkozások létrehozására, ami hozzájárulhat az Észak-Magyarországi Régióban létrehozott kis- és középvállalkozások számának és stabilitásának növekedéséhez, ezáltal a régió gazdasági fejlődéséhez és európai integrációjának sikerességéhez.

A kisvállalati menedzser-képzés célja vezetői ismeretek átadása, bővítése, rendszerezése és a vállalkozói kedv megalapozott ismeretek birtokában történő felkeltése, azaz egy sajátos Business School létrehozása volt, amely adaptálja az angolszász üzleti képzés gyakorlatorientáltságát, ugyanakkor megőrzi, átalakítva továbbfejleszti azokat az elméleti tudományos alapokat, amelyek a német és magyar egyetemi hagyományokat jellemzik.

A projekt célcsoportját a felsőoktatásban a Miskolci Egyetem nem gazdasági (gépész, bányász, kohász, jogász, bölcsész és egészségügyi) képzésben résztvevő hallgatói képezték. A felnőttképzésben célcsoportjaink a régió akkori és potenciális (munkanélküli, pályakezdő, újonnan munkába lépő) vállalkozói voltak.

„A ma diákja a jövő vállalkozója”

Továbbképzési program középiskolai tanárok számára, a vállalkozói készségfejlesztés módszertani megalapozása céljából

(Vállalkozói készségek fejlesztése a középfokú és felsőoktatásban Phare HU 0105-03-01-0028)

A projekt több helyszínen is megvalósult, így Észak-Magyarországi Régió /Borsod-Abaúj-Zemplén megye, Miskolc, Miskolci Egyetem, Diósgyőri Gimnázium/, Dél-Alföldi Régió / Csongrád megye, Szeged, McMillan&Baneth Kft/.

Célunk a megváltozott tantervi követelményekhez igazodóan középiskolai diákok és tanárok számára vállalkozási és gazdálkodási ismeretek, valamint módszertani alapok nyújtása volt. A projekt révén a résztvevő középiskolások tájékozottabbak lettek a vállalkozásokkal szemben támasztott követelmények, az alkalmazható módszerek tekintetében és képzés révén „testközelbe” hoztuk számukra a vállalkozásokat. Ugyanakkor a tanárok számára is fontos az új megközelítések, módszertanok megismerése, melyeket egyrészt a saját tárgyaik oktatása során is sikeresen alkalmazhatnak, másrészt vállalkozásaik menedzselésében is segíthetik őket az új ismeretek.

Vállalkozási környezet

A magyar gazdaság, a magyar vállalatok az európai és világgazdasági folyamatokba történő integrálódásuk kapcsán a globális és multinacionális vállalatok mellett a működő, és hatékonyan prosperáló vállalati hálózatokkal, stratégiai szövetségesekkel, vállalatcsoportokkal találják szembe magukat és befektetőként, befektetési célpontként, stratégiai szövetségesként, lehetséges partnerként kell megállniuk a helyüket ebben a versenykörnyezetben. A Magyarországi sajátosságok (vállalatméret, külpiaci nyitottság, integráció, stb.) szinte előre vetítik azt, hogy az ország meghatározó vállalati külpiaci térnyerésük érdekében élni fognak a stratégiai szövetségesek keresésének lehetőségével, illetve a külföldi vállalatok és vállalatcsoportok hazai terjeszkedése következtében felvásárlási célponttá válnak.

Vállalatcsoportok kialakulása és irányítása

A kutatási műhelyünk elsőként a vállalatcsoportokkal, azok kialakulásával, irányításával kezdett foglalkozni. Célunk, hogy a hálózatosodás két domináns ágának elemzésével feltárjuk azokat a hatótényezőket, amelyek a vállalati kapcsolatrendszerek oldaláról vizsgálva a stratégiai szövetség, vagy vállalatcsoport kérdéskör eldöntésénél meghatározó jelentőséggel bírnak. A vizsgálathoz szorosan kapcsolódik egy tipológiai rendszer meghatározása, típus modellek le-

írása, értékelése. A vállalati hálózatok kialakulásukat, működésüket, belső viszonyukat tekintve változatos képet mutatnak, hiszen hálózatnak tekinthetők a franchise-, a beszállítói- és értékesítési rendszerek, stratégiai szövetségek, és a (kohéziós) erő is változik a csupán kereskedelmi tranzakciós kapcsolatoktól kezdve a szerződéses kapcsolatokon keresztül a legszorosabbnak tekinthető tulajdonosi kapcsolatokig.

A kutatás folytatását a hálózatosodás terén a világgazdaságban az elmúlt 15 év során bekövetkezett események és tendenciák indokolják. A vállalati együttműködések palettája új színekkel bővült, megjelentek a franchise rendszerek, beszállítói hálózatok, klaszterek, stratégiai szövetségek. Kiepültek a modern információs technológiai (IT) alapstruktúrái, melyek átrendezték a vállalatközi kapcsolatok súlypontját is. A kérdéskörök és vizsgált területek összetettsége, bonyolultsága, és soktényezős volta ezen idő alatt nem tette lehetővé a letisztult, kikristályosodott elméleti háttér megteremtését, így ezen kérdések vizsgálata is újdonságértékkel bír a témakör, de elsősorban a magyar viszonylatok vonatkozásában.

A kutatás szempontjából lényeges az egyes hatótényezők feltérképezése, azonosítása. Az eddigi hasonló jellegű vizsgálatok, valamint a hipotézisek sajátosságai alapján elmondható, hogy nagyon sok hatótényező azonosítható, melyeknek a választásra gyakorolt súlya nagy szóródást mutat. Ennek megfelelően a csoportképzés segítségével az egyes hatótényezőket csoportokba rendezhetjük, és első lépésben ezeknek a csoportoknak a vizsgálata végezhető el. A vizsgálat tematikus elvégzéséhez a hálózati formáció választás folyamatához kapcsolódóan vizsgálati modell került felállításra.

Különleges gazdasági övezetek vizsgálata(KGÖ)

A kutatási műhely tevékenységének kiterjesztését jelenti a különleges gazdasági övezetek (KGÖ) vizsgálata, amelynek középpontjában a megyék magas fokú kereskedelmi, pénzügyi, termelési és technológiai kapcsolatok összpontosítása áll. A problémakör megvitatása, a konceptuális módszertani megoldások elégtelen feldolgozottsága, a felvetett problémák időszerűsége, a tudományos megalapozás szükségessége az ország számára fontos mechanizmus kidolgozása a külgazdasági tevékenység irányítása szempontjából felvetették ezen kutatási téma kiválasztását, céljainak meghatározását és a soron következő feladatok megfogalmazását.

A különleges gazdasági övezetek-nemzetközi gazdasági képződmények. Globális jellegüknel fogva gyakorlatilag behálózták a világ összes országait, beleértve a gazdagokat és szegényeket. Segítségükkel egész régiók integrációja valósul meg a világgazdasági kapcsolatok rendszerében.

Ezen eszközök együttes meglétét a KGÖ létrehozásának és alkalmazásának mechanizmusa tartalmazza. Annak ellenére, hogy előnyei szemmel láthatóak, Magyarországon létrehozásuk folyamata nem kapott kellő támogatást. A kutatás a gazdasági övezet nemzetközi gazdasági kapcsolatok fejlesztésében betöltő különleges szerepére fókuszál.

Kamarák, mint érdekképviseletek szerepe a gazdaságban

A közigazgatás is felkészült szakmai partnert keres a vállalkozói érdekképviseletben, így a vállalkozási környezet kutatási műhely az érdekképviselet szerepének oldaláról is vizsgálja a mikro-, kis- és középvállalkozások fejlesztésének, és támogatásának lehetőségét, amelyben a kamarák rendkívül fontos szerepet játszhatnak. A kamara azonban jelenleg a napi ad hoc feladatok és a rövid távú előrettekintés jellege miatt éppen attól fosztja meg a tagságot, amire annak leginkább szüksége van: a középtávú kitekintés, a hazai piacnál szélesebb körű szemléletmód és végül a tagság segítése a bekövetkezett új szabályozási környezetrendszerrel kapcsolatosan.

A gazdaság egésze lokális piacokból épül fel, s a területi kamarák ezeket a lokális piacokat fejlesztik, s ezen keresztül a gazdaság egészét. A gazdasági kamara a helyi gazdaságfejlesztésre alapvetően a helyi vállalkozások támogatásán keresztül próbál hatni, abból indulva ki, hogy erős vállalkozói réteg és dinamikus, fejlett gazdaság egymástól nem elválasztható.

A kutatás célja, a külföldi tapasztalatokat felhasználva, miért és milyen feltételek mellett lehetnek a gazdasági kamarák a gazdaságfejlesztés hatékony szereplői, képesek-e gazdaságfejlesztési, támogatási feladatok ellátására, a mikroszféra szereplői számára érdemi szolgáltatások nyújtására.

A témához kapcsolódó meghatározó pályázati projektek:

„Hálózatban gondolkodni- hálózatban gazdálkodni „

- Továbbképzési program kis- és közepes vállalkozások vezetői, valamint azok támogató, szakmai és érdekképviseletei szervezeteinek tanácsadói számára, a vállalkozói

készségfejlesztés módszertani megalapozása és a hálózatépítés módszereinek elsajátítása céljából.

A kutatási műhely pályázati formában is meghatározta célját, s így kínált továbbképzési programot és konzultációs lehetőségeket a kis- és közepes vállalkozások vezetői, valamint azok támogató, szakmai és érdekképviselői szervezeteinek tanácsadói számára, a vállalkozói készségfejlesztés módszertani megalapozása és a hálózatépítés módszereinek elsajátítása céljából.

A vállalkozók számára is fontos az új megközelítések, módszertanok megismerése, melyeket saját vállalkozásuk vezetése során is sikeresen alkalmazhatnak, beépíthetnek gazdálkodásukba. A program céljául tűzte ki az EU csatlakozással kapcsolatos kérdések megválaszolását, a vállalkozások piaci félelmeinek csökkentését azáltal, hogy biztos piacképes vállalkozási ismereteket nyújtottunk számukra.

„Digitális vállalkozás, digitális gazdálkodás”

PÁLYÁZAT a Digitális oktatási segédanyagok fejlesztése című pályázathoz IHM-ITP-11 Pályázat címe:– Digitális tananyag a Vállalkozási ismeretek és a Gazdálkodási ismeretek tantárgyakhoz. 2004.

A pályázat keretében Vállalkozási ismeretek és Gazdálkodási ismeretek címmel két önálló tananyagot dolgozzuk ki. A tananyagok betöltik azt az űrt, amely a jelenlegi középfokú oktatás hiányossága, azaz, hogy kevés a vállalkozások alapítására, működtetésére és a gazdálkodásra vonatkozó ismeret a tanult tantárgyak között.

A tantárgyak elméleti alapismereteit jól szemléltetik, és a könnyebb elsajátítást segítik az interaktív felületen elérhető esettanulmányok, animációk, ábrák, statisztikai adatok, videók, amelyet tanári és tanulói felületre osztunk. A felhasználók számára az ismeretek rendszerezését és a számonkérést, segítik az összefoglaló feladatok, összefoglaló kérdések és a tesztek.

Vállalkozási etika

A kutatóműhely munkája tíz éves múlttra tekint vissza és az intézet profiljából adódóan az üzleti etika, a vállalati etika és az internetetika részére koncentrálnak a számos kutatási területet magába foglaló gazdaságetikának.

Az üzleti etika a gazdaság, az üzleti szféra és az erkölcs kölcsönhatásait vizsgálja. A vállalati etika az üzleti etika egy részterületét jelenti. Tárgya a vállalati gazdálkodás etikai szempontból történő elemzése. Az etika és a gazdaságtudomány újbóli közeledése magával hozta a vállalat szerepének ártértékelődését is. Az üzleti etikával tudományosan foglalkozók körében egyre elfogadottabb az a nézet, hogy nemcsak a vállalkozások, a cégek tulajdonosai, menedzserei és munkavállalói tartoznak erkölcsi felelősséggel üzleti döntéseikért, hanem a vállalat, mint szervezet, mint emberközösség, nemcsak jogi személynek, de olyan

erkölcsi személynek is felfogható, amely felel tetteiért, amelynek "lelkiismerete" van. A vállalatok irányában mind határozottabban jelennek meg társadalmi elvárások, a felelős gazdálkodás iránti igények. A vállalatok egy része erre reagálva kényszerből foglalkozik az etikával, a progresszívek viszont élenjárva a témában versenyelőnyt kovácsolhatnak belőle.

A vállalati etika területén való kutatás célja kettős: Egyrészt az etika leíró jellegét előtérbe helyezve, mindenképpen bővíti ismereteinket azoknak a szokásoknak, cselekvési normáknak a megismerése, amelyek a vállalatok üzleti gyakorlatát jellemzik. Másrészt a gazdaságban tapasztalt etikátlan magatartás egyre gyakoribb jelzései is indokoltá teszik a problémakör elméleti és gyakorlati feldolgozását. A normatív szemléletmód szerint a gyakorlat megismerésén túl a jobbító szándéknak is érvényesülnie kell. Sokak szerint a fejlett és a fejletlen országok között a különbséget legjobban az etika nem létező mértékegységével lehetne mérni, jobban, mint bármiféle gazdasági mutatóval.

Az üzleti etikai kutatások jelenlegi kihívása, hogy hogyan integrálhatjuk a kutatási eredményeket a gyakorlatba, hogyan válhatnak az etikai intézmények a vállalati működés szerves részévé. Ennek megfelelően a további kutatások az etikai intézményekre koncentrálnak. További kutatási területet jelent egy Magyarországon eddig még kevésbé kutatott téma az Internettel kapcsolatos etikai kérdések szisztematikus kutatása

Főbb jövőbeli kutatási projektek az etikai intézmények fejlesztése és vállalaton belüli alkalmazása, etikai auditálás, internet etika a gyakorlatban témák kör csoportosul.

Gazdálkodástudomány - Gazdálkodási módszertan

A gazdálkodástan témakörének hazai szakirodalmi bázisát szemléletbeli, módszertani és terminológiai rendezetlenség jellemzi. A gyakorlatias megközelítésű témafeldolgozás gyakran van híján a kellő tudományos megalapozottnak. A kibontakozást tudomány-szervezési és irányítási problémák is nehezítik. Egyes tudósaink a gazdálkodástan és különböző leágazásai tudományos megalapozottságát a mikroökonómiai és vállalatelméleti tételeknek a beleszeleteléseként képzelik el, holott a gazdálkodástudomány önálló tudományterület, önálló célokkal, módszertannal, terminológiával.

A tudományos háttér sajátos helyzete a tananyag- és oktatás orientált tanszéki kutatások középpontba állítását tette szükségessé. A gazdálkodástani tananyagok tudományos megalapozottságának, gyakorlat-orientáltságának és egységes szemléletének biztosítása komoly kihívást jelent a tanszéki kutatómunka számára.

A kutatómunka középpontjában a vállalat-fejlődési, a döntés-előkészítési és a gazdálkodás módszertani kérdések állnak. A tudományterületi elhatárolás és a tudomány fejlődési tendenciáinak feltárása is a hangsúlyos kérdések között szerepel.

A folyamatos fejlesztés alatt álló tananyagaink számos önálló, új kutatási eredményt is tartalmaznak. Ezek közül néhány jelentősebb:

- A gazdaságossági és jövedelmezőségi számításoknak az elméleti bázisra épített, átfogó rendszerezése és elemzése. (Ezen belül annak a bemutatása, hogy eltérő módszertani háttérrel igényel a gazdaságosság teljesülésének vizsgálata, és a gazdaságossági rangsorképzés.)
- A döntési céltól függő termékfedezeti számítások módszertana.
- Az infláció vagyonsértékelő és vagyonszertő hatásának becslési módszerei, modelljei.
- A vállalati működés tőketulajdontól függő feltételei és sajátosságai (a természetes ráta szerinti munkanélküliség szükségességének feloldási lehetőségei).
- A mérés és értékelés sajátos rendszereiből kifarjadó információ-eltérítő hatások rendszerbe foglalása (a gazdálkodási és a számviteli költségtartalom koncepcionális és rejtett eltérései, illetőleg a könyv szerinti és a piaci érték halmozódó hatású eltérítő tényezői).
- A fedezeti ábra felhasználása a technológiák közötti választás meg-
alapozására bizonytalan értékesítési volumensávok esetén.
- A mikroökonómiai költséggörbék gazdálkodástani szempontból kezelhető költségmodellé fejlesztése, az általános alakú és a lineáris költségfüggvények egyazon modell szerinti értelmezése (az U alakú költséggörbék gyakorlati szempontú létjogosultságának új alapokra helyezett bizonyítása).

A megtérülési követelményen, mint általános gazdálkodási vezérelven alapuló szemléletmód, valamint az érdek-érdekeltségi alapon kialakuló döntéshozói mozgatórugók együttes figyelembevétele számos további kérdésre is újszerű magyarázatot adott.

A gazdálkodástani tananyagok tartalmazzák a gazdálkodási információ-szerkesztés és a vállalati döntés-előkészítés közismert módszertani megoldásait is (mint például a beruházás-gazdaságossági számítások alapvető módszereit, a klasszikus fedezeti ábrát stb.), azonban rendszerint nem egyszerű ismertetésként vagy adaptációként, hanem a megtérülési követelmény elvének tükrében újraértelmezve, kritikai elemzés tárgyává téve, elmélyítve, illetőleg modellfeltételekkel felruházva.

Jelentős munkát fordítunk a gazdálkodástan oktatása szempontjából jól hasznosítható esetek felkutatására, és didaktikai szempontok szerinti feldolgozására. A nagy körültekintéssel összeválogatott valódi esetek tanulmányozását, feldolgozását a gyakorlati képzés fontos résznek tekintjük. Ez segítséget nyújt abban, hogy a hallgatók a gazdálkodástan egyes kérdéseiben alaposabban is elmélyüljenek, képet kapjanak az elméleti összefüggések gyakorlati megjelenési módjairól és sajátosságairól, valamiféle rutint szerezzenek a gyakorlati problémák felismerésében és megoldásában, erősítsék helyzetfelismerő és elemző készségeiket, gyakorolják a hiányos adatbázis melletti képalkotást, felismerjék az alkalmazható becslési eljárásokat, érzékeljék a hiányos információk használata miatt keletkező hibák mibenlétét, nagyságrendjét, megismerjék a mutatószámok által közölt információtartalmak értelmezési lehetőségeit, továbbá gyakorolják a vizsgált téma szempontjából lényeges és a lényegtelen tények, összefüggések megkülönböztetését.

Tudományterületi elhatárolás

A tudomány-fejlesztés irányításának fent említett hazai sajátosságai mellett az új felsőoktatási rend is időszerűvé tette a tudományterületi különbségek kidomborítását. A 2006-tól érvényes új felsőoktatási modell szerint az első félévben párhuzamosan (vagy az első tanévben közvetlenül egymás után) tanulják az érintettek a vállalati gazdaságtant és a mikroökonómiát. A két tárgy révén olyan tananyagokat tanulmányoznak egyidejűleg, ahol a címszavak tekintetében jelentős átfedés mutatkozik, s ahol azonos elnevezésű, ámde eltérő tartalmú, háttérű és szemléletű kategóriák, modellek is szerepelnek.

Különbözik a két tudományterület kutatási, megismerési célja. A vállalati döntések kutatására vonatkozóan az alábbi eltérések adódnak: A gazdálkodástannak a döntésorientált megközelítésű leágazásai azt vizsgálják, hogy a valóságos vállalatok mely döntési változatai vezetnek a legjobb gazdasági eredményre, hol vannak a gazdálkodás kritikus pontjai, továbbá, hogy ezek feltárásához és elemzéséhez mely módszerek alkalmazása a leginkább célravezető. A mikroökonómia döntésorientált kérdésfelvetései elsősorban azt kutatják, hogy a vállalkozói racionalitást követő (fiktív) vállalatok döntéshozatala hogyan hat a piaci egyensúly

alakulására, illetőleg a piaci egyensúly mellett adódó racionális vállalati döntést mutatják be.

A gazdálkodástan a vállalaton belüli szempontok alapján vizsgálódik, a mikroökonómia külső szempontok alapján elemez.

A kutatási cél különbözősége és a szemléletbeli eltérések mellett (részben abból következően) a mikroökonómia és a gazdálkodástudomány esetében jelentősen különbözik

- az absztrakciós szint,
- a vizsgálódás módszertana, valamint
- a szóhasználat.

Sok tényezőtől függ, hogy a közgazdaságtannak, és ezen belül a mikroökonómiának mely tétele, milyen konkrétsági fokon, milyen átfogalmazási és illesztési igény mellett hasznosítható a gazdálkodástan területén. Közismert például, hogy a marginális elemzés elve, az opportunity cost szerinti megtérülési elv, valamint a pénz időértékének kezelési elve szervesen beépült a gazdálkodástudomány eszköztárába is. Hangsúlyozandó: az elvek épültek be, nem a konkrét tudományos tételeket és vizsgálati eljárásokat vette át a gazdálkodástan. Az elvekével szemben a közgazdaságtani kategóriák átvételi lehetőségei nagyon korlátozottak. (Tartalmilag különbözik például a gazdálkodástan és a mikroökonómia költségkategóriája.) A kategóriák az adott tudományterület szövetrendszerének szerves részei, más tudományterületen történő esetleges elemzésük során sem lehet ettől a szövetrendszertől elvonatkoztatni. Nincs folyamatos átjárási lehetőség.

Megtérülési követelmény

A megtérülési követelmény elve a mikroökonómia által kimunkált opportunity cost elvén épül fel. Hosszú távon értelmezve a kiadások és a vállalkozói alapon felszámított többletbevételi igény összegének, éves szinten a költségek, és az előzőek szerinti többletbevételi igény összegének a megtérülése kell ahhoz, hogy a vállalat elérje a jó színvonalú gazdálkodás küszöbértékét. A magántőkés elvű vállalkozások esetében a vállalkozói alapon felszámított többletbevételi igény a kalkulatív kamatláb (mint a tőkére értelmezett opportunity cost évi átlagos rátája) szerint számítható fel. A tőkehozam elvárását is magába foglaló megtérülési követelmény a gazdálkodás általános vezérelvének tekinthető. Az ebből levezetett küszöbértékek, és a belőlük továbbszármaztatott gazdaságossági kritériumok adják azt az egységes váz-szerkezetet, mely a gazdálkodás részterületei közötti átjárást biztosítja. A megtérülési követelmény ad alapot a gazdálkodási színvonal szempontjából kifejezőképes, illetőleg megtévesztő hatású jöve-

delmezőségi mutatóknak a megkülönböztetésére, a gazdaságossági mércék, illetőleg a rangsorképzési elvek kidolgozására is.

A megtérülési követelmény elvével nem egyező módszerek is találhatók az irodalomban. A „részvényesi szemlélet” előtérbe kerülésével, egyre hangsúlyosabbá vált az a pénzügytani tétel, miszerint a gazdasági társaságok számára eltérő követelményt támasztanak a részvénytőke, illetőleg a hiteltőke tulajdonosai. A vállalatnak különböző százalékok szerinti díjat kell előteremtenie a részvénytőke és a hiteltőke használata fejében. A saját tőke tulajdonosai maximális hozamhoz szeretnének jutni, de legalább azt a minimális hozamot szeretnék megkapni, amit más hasonló kockázatú ágazatban megkaphatnának a pénzük után. A hitelező természetesen csupán a kamatot követelheti, így az ő szempontjából elégséges tőkehozam a kamat. Erre visszavezethetően a gyakorlatias közelítésű külföldi és hazai forrásmunkákban egyaránt fellelhető az az erősödő irányzat, mely szerint a gazdaságossági számítások során a hitellel szemben csupán a kamatmegtérülési hozamelvárást kell felszámítani, tekintettel arra, hogy a vonatkozó tőketulajdonos csupán ennyit vár el tőle.

Könnyen belátható, hogy a hitel alacsonyabbra vett hozamelvárása révén a hiteltől finanszírozott beruházásra vonatkozó átlagos hozamelvárás eleve kisebb lesz, mint a saját erős változat esetében. Az azonos hozamrátájú, ámde hiteltől finanszírozott változatra nagyobb összegű nettó jelenérték adódik. Ez a magyarázata annak, hogy a részvényesi közelítésű koncepció szerint – az egyébként gazdaságos - beruházás nettó jelenértéke annál nagyobb lesz, minél nagyobb a hitel aránya.

A vállalati gazdaságtan – noha ezt kimondottan nem deklarálta - hosszú időn keresztül egységes volt abban a kérdésben, hogy az egyes beruházásokba befektetett pénz időértéke független a tőkestruktúrától. A beruházás-gazdaságossági számításokat nem befolyásolták a tőkestruktúrával kapcsolatos választási lehetőségek. Emellett az opportunity cost elve is egységesen kezeli a tőkét, nem tesz különbséget a tőkepénzek között aszerint, hogy az saját tőke-e vagy adósság. Az árupiaci kockázatot ugyanis nem érinti, hogy honnan származik a befektetett pénz.

A tőkehozam elvárás összege nem függhet a tőkestruktúrától mivel a versenypiaci termék ára sem függ a gazdálkodó szervezet tőketulajdonának a szerkezetétől. (Az esetlegesen váltakozó tőkeösszetétel, illetőleg a változó tőkeszerkezet mellett működő projektek váltakozó hozamkövetelménye eleve zavarossá tenné a kínálati árak számszerűsítését.) A gyakorlatban az üzlet elsődleges kockázatviselője a saját tőke. Ezért a hitellel felszámítható árupiaci rizikóprémium elvárás a saját tőke tulajdonosa számára, nyereség formát öltve kell megte-

rüljön. Ha ez nem teljesül, akkor sérül a saját tőke tulajdonosának az érdeke (a pénze nagyobb kockázatot visel, de nem kapja meg ennek a nagyobb kockázatnak az ellenértékét).

Ha a stratégiaalkotók magukévá teszik a hitelekre vonatkozóan csökkentett megtérülési elvárás elvét, csökken a hatékonyság. Mivel e koncepció értelmében a hitel részarányának növekedésével egyre csökken az átlagos tőkehozam-elvárás, olyan témák is gazdaságosnak mutatkozhatnak, melyek nem teljesítik az átlagos opportunity cost (kalkulatív kamatláb) szerinti megtérülési követelményt. (Ha alacsonyabban van a lécz, a kisebb ugrás is elégséges.)

A saját tőke és az adósság mentén differenciált tőkehozam követelmény - legalábbis a mai ismereteink szerint - általános rendező elvként nem fogadható el. Még akkor sem, előtérbe helyezzük azt az összefüggést, hogy a menedzser a saját érdekeinek megfelelően, a saját pozíció-megtartási és prémium-feltételei szerint dönt. Nem csupán azért, mert a hozamkövetelményeknek ez a konstrukciója ellenkezik az opportunity cost elvével, hanem azért sem, mert az olyan vállalatok, ahol a tulajdonosi kör alacsony részarányt képviselő részvényesek sokaságából áll, s amelyeket munkavállalói státusú menedzserek hibásan közvetített tulajdonosi elvárások szerint működtetnek, nem tekinthető az egyetlen működő, vagy működőképes vállalati változatnak.

Tőkejövdelmezőségi mutatók

A kutatómunkának ez a szegmense a megtérülési követelményből kiindulva a gyakorlatban előforduló tőkejövdelmezőségi mutatókat rendszerezi abból a szempontból, hogy alkalmasak-e a más vállalatok hasonló mutatóival való összehasonlításra, illetőleg a jó működés küszöbértékét jelző tőkehozam-elvárásokkal való egybevetésre.

A gazdálkodás színvonala szempontjából kifejezőképes tőkejövdelmezőségi mutatók szerkesztésekor arra kell ügyelni, hogy a hozamkövetelmények és a ténylegesen keletkező hozamok számításának elve összhangban legyen. A gyakorlatban alkalmazott tőkejövdelmezőségi mutatók egy jelentős része nem alkalmas arra, hogy a gazdasági értelemben vett jó működés küszöbértékének eléréséről, illetőleg a hozamkövetelmények relatív túlteljesítéséről megfelelő tájékoztatást adjon. Esetleg a felhasználásukkal összeállított rangsorok félrevezetőek.

Eltérő költségteralom, eltérő költségfüggvények

Sok félreértés forrása a mikroökonómia és a gazdálkodásban költségkategóriájának azonos elnevezése és a mögöttük meghúzódó tartalmi különbözőség. Ennek az egyértelművé és nyíltá tétele a hallgatók szakmai felkészültsége

szempontjából elengedhetetlen. A mikroökonómia a költségek természetes részeként kezeli az opportunity cost szerinti megtérülési követelményt, ezzel szemben a gazdálkodásban (a gyakorlati szóhasználattal összhangban) minden költségelemének van kiadási háttere. Ami mögött nincs kiadás, az nem ölthet költség-formát. Az opportunity cost mögött nincs kiadás, tehát nem tekinthető a költségek részének. Az más kérdés, hogy a gazdálkodásban a megtérülési követelmények között ezzel a tétellel is számol, noha nem építi be a költségek közé. Számviteli kötöttségekkel bíró elszámolási tételként ugyanis ez az összeg széles határok között szóródó, szubjektív elemekkel terhelt, zavaró hatású gazdálkodási tényezővé válhatna. (A mikroökonómiai költségmegtérülés ténye a gyakorlat szempontjából azt jelenti, hogy a vállalat az opportunity cost megtérülési elve szerinti nyereséget ért el.)

A költségkategória tartalmi eltéréseiből következően a mikroökonómia költségfüggvényei (költséggörbéi) a gazdálkodásban teljes megtérülési követelmény függvényekként értelmezhetők. A két tudományterület költségfüggvényei (költséggörbéi) azonban nem csupán tartalmilag, hanem alakjukat illetően is jelentősen különböznek.

A mikroökonómia költséggörbéi az adott magas absztrakciós szinten sokféle konkrét értelmezést nyerhetnek. A gazdálkodásban költségfüggvényeivel összehasonlítva a mikroökonómiai költséggörbék legfőbb jellemzője, hogy ezek valójában nem a valóságos költségfolyamatokból számított költségfüggvények, és nem is azok általánosított változatai, hanem a technológia teljes lerablását is operatív lehetőségként értelmező heurisztikus költséggörbék. Ez utóbbiból (is) következik, hogy a mikroökonómia költséggörbéi rendre U-alakúak: van minimumpontjuk és felfelé ívelő szárak. Az U alakú költséggörbék három jellemző változata: az egységköltséggörbe, a határköltséggörbe és a változó egységköltség-görbe (mely utóbbi a változó költségek termékegységre jutó értékének a volumen függvényében történő alakulását írja le).

A volumen- és költséginformációk gyakorlati adatbázisán nem jellemző az U alakú költségfüggvények verifikálhatósága. Nem is célszerű a verifikálásukat lehetővé tevő adatbázis összeállítása. Ahhoz ugyanis, hogy a költséggörbék felfelé ívelő szára konkrét információk alapján megszerkeszthetővé válhasson, szükséges volna a progresszív költségek tényleges megjelenési sajátosságainak a vizsgálata. A progresszív költségeket viszont alapvetően a túlterhelt erőforrás-használat, illetőleg rendellenes erőforrás-felhasználás hívja életre. A gépek és berendezések műszakilag garantált teljesítőképességét lényegesen meghaladó termelési szint esetén a költségek a szokásostól eltérő növekedési ütembe csaphatnak át, és az érintett költségek többségével előfordulhat, hogy progresszív költséggé alakul át. A jelenséget a technológia lerablásának is nevezik. A progresszív költségek

resszív költségek előfordulási példajaként gyakran említett túlóra költség szintén az emberi erőforrás „rendellenes” hasznosításának a következménye.

Fentiek értelmében ahhoz, hogy verifikálni lehessen a progresszív költségek görbét leíró függvényeket, viszonylag nagy számú lerablási folyamatot kellene véghezvinni, amit a becslés megbízhatósága tenne indokolttá. Mindemellett a lerablást rendre totálisan meg kellene valósítani ahhoz, hogy a progresszív költség túlsúlyba jutásának folyamatáról is megfelelő mennyiségű információ álljon rendelkezésre. A lerablást annyi termék- és technológia-féleségre kellene megoldani, ahányak az U alakú költségfüggvényeit meg kívánnánk szerkeszteni. Noha a gyakorlatban elszórtan előfordul a technológia kisebb-nagyobb arányú lerablása, s esetenként ez még gazdaságos is lehet, a progresszív költségek túlsúlya mellett történő termelés gazdaságosságának, illetőleg célszerűségének a valószínűsége már minimális. A költségfüggvényeknek az a szakasza, ahol a progresszív költségek nem csupán megjelennek, hanem dominánssá is válnak, a gyakorlati termelés- és költségoptimalizálás szempontjából érdektelen. Mindezek alapján belátható, hogy az U alakú költséggörbék verifikálása horribilis erőforrás-pazarlás árán vezethet olyan tudás megszerzéséhez, amely érdemi hasznot nem hozhat. (A termékek, a gépek és a technológia gyors változásai miatt ezt az ismeretet állandóan meg is kellene újítani.)

A realitások talaján alakult ki az a gazdálkodástani megoldás, mely jellemzően lineáris, ritkább esetben degresszív alakzatú összköltségfüggvény felhasználásával végez különböző becslőszámításokat a költségalakulásra, illetőleg a nyereség (fedezet) alakulására vonatkozóan. A (szerkesztési elvek betartása mellett) a lineáris összköltségfüggvény, valamint annak származtatott függvényei a gyakorlati becslőszámítások eszközeként megfelelően funkcionálnak, kiállták a gyakorlat próbáját. A gazdálkodásban lineáris költségfüggvénye is valójában egy költségmodell, s csak a vonatkozó modellfeltételek teljesülése mellett értelmezhető.

A lineáris összköltségfüggvény fix és proporcionális költségekből építkezik. (A modellben mind a fix, mind a proporcionális költség sajátos belső struktúrával rendelkezhet, amennyiben eredeti és számított költségelemekből építkezik.) A származtatott költségfüggvények a csökkenő egységköltségfüggvény és a konstans határköltségfüggvény. Mivel itt az átlagos változó költség maga a fajlagos proporcionális költség, az átlagos változó költség fogalmának a gazdálkodástani irodalomban való előfordulása nem jellemző. (A mikroökonómiai ábrákkal való nagyvonalú egybevetetőség szempontjából megemlíthető, hogy lineáris összköltségfüggvény esetén az átlagos

változó költség-függvény és a határ költségfüggvény értéke a teljes gazdasági értelmezési tartományon belül egybeesik és mindvégig konstans.)

Az alakot tekintve tehát a két tudományterület költség-ábrázolása között a legfőbb (formai) különbség, hogy a lineáris összköltségfüggvény származtatott költségfüggvényei nem U alakúak, nincs felfelé menő száruk. Következésképpen mindazon tételek, melyek az U alakú költségfüggvény felfelé menő szárának valamiféle metszéspontját jelölik meg valamiféle határpontként, a közvetlen hasznosíthatóság szempontjából a gyakorlat számára nem relevánsak.

Árszámítások többoldalú megközelítésben

A vállalati ármunka hatékonyságához különböző tartalmú árinformációk szükségesek. A kilencvenes évek elején a hazai piacgazdaság kiépülését több tényező mellett az árakkal kapcsolatos szakmai ismeretek kezdetlegessége is számottevően gátolta. A gazdálkodástani alapokon álló árinformáció képzésnek mindmáig meglehetősen szegényes a szakirodalma.

Az árinformáció a termelési- és az árdöntések megalapozását szolgálja, nem azonos az árképzéssel. A keresleti ár a piac telítettsége és a vevő fizetési hajlandósága szempontjából vizsgálja az érvényesíthető árat. A közömbösségi ár szintén vevői (vásárlói) szempontú árszámítás. Egy adott terméknek azt az árát keresi, mely mellett a vevő számára közömbös, hogy az adott terméket, vagy a vele összehasonlított másik terméket vásárolja-e meg. Több termék esetén közömbösségi áregyenlet is becsülhető. A kínálati ár alapkérdése: milyen ár mellett teljesülne az adott termék (tevékenység) teljes megtérülési követelménye? A döntési helyzet függvényében három kínálati ár kategória értelmezhető. Ezek: a kínálati ár abszolút minimuma, a kínálati ár minimuma és a kínálati ár becsült értéke. Emellett célszerű ismerni a versenyszabályozási elvek leképezéséből adódó ársávok határait, stb. A döntési helyzet és a piaci viszonyok határozzák meg, hogy az árszámítások közül melyek kerülnek a vizsgálódás középpontjába. Ha például a piacon elérhető ár határozottan alacsonyabb, mint a termék gazdaságosságához szükséges (kínálati) ár, akkor rendszerint nem célszerű az adott termék gyártását megkezdeni.

Többtermékes vállalat esetében a kínálati ár becsült értékének számszerűsítése a alapjaiban és szemléletében, új megközelítést igényel. E célra ugyanis nem alkalmazható sem a számvitel, sem a volumenelmozdulás szerinti költség-csoportosítás költséginformációja. Másrészt a kalkulatív kamatláb szerinti tőkehozam elvárást is fel kell számítani a megtérülési követelmények között. Első lépésben az összes oksági alapon a termékre terhelhető költség és nyereségkövetelmény számszerűsítése indokolt. (Ez a technológiai ráfordítás.) A hagyományos közvetlen költségeken túl meg kell nézni, hogy norma szerint egy-egy ter-

mék konkrétan melyik gépen hány percet (másodpercet) tölt el, s a működési időre jutó megtérülési követelményt ilyen alapon szétosztani. A kihasználatlan kapacitások költségei ebben a lépésben (értelemszerűen) nem oszthatók fel, a vezetés költségeinek tekintendők (a döntési kompetenciának megfelelően). A termékkel egyértelmű oksági összefüggésben lévő megtérülési követelményeket akár a vállalati szinten nyilvántartott költségek közül is a termékre kell terhelni. Az egyes tételek számításának pontossági igénye attól függ, hogy milyen súlyt képviselnek az adott termék ráfordítási struktúrájában. A kisebb súlyú tételek nagyvonalúbb kezelése révén a számítás jelentősen egyszerűsíthető.

Második lépésben az oksági alapon szét nem osztható megtérülési követelmény szétterhelése következik, a vállalati sajátosságoktól függően egy, vagy több lépésben. A hagyományos vetítési alapok torzításai miatt igazságos, a vállalati erőfeszítést jól jellemző szétosztási alapot kellett keresni. Tökéletes vetítési alap nincs. A vállalati "erőfeszítés" arányait (eddig ismereteink szerint) a legkisebb torzítással az anyagmentes technológiai ráfordítások arányai tükrözik. A termékek technológiai ráfordításainak összege felett jelentkező megtérülési követelmény összegének a szétterheléséhez általánosságban ez adja a legjobb arányszámokat. A bérköltség-tartalom figyelembe veszi, hogy a közvetett költségek egy jelentős részének a közvetlenül termelő munkás jelenti a fő vonzéspontját. (Öltözők, mosdók, üzemi épület fűtése, bérszámfejtés, stb.) Egy másik jelentős rész a gépek-berendezések vonzásaként lép fel (az üzemi épület például a gépeket is szolgálja stb.).

A jellemzően oksági alapon építkező módszer a különböző vállalati sajátosságok függvényében sokféleképpen egyszerűsíthető. A vállalati sajátosságoktól függetlenül végzett egyszerűsítés durva torzulásokhoz vezethet. Számos jel utal arra, hogy a fejlett piacgazdaságok vállalatai termelési és árdöntéseik megalapozásához nem a tankönyvekben szereplő sematikus, és gyakran félrevezető módszereket alkalmazzák.

Inflációs eredetű vagyonvesztés, inflációs nyereségigény

Az infláció egyidejűleg jelentkező vagyonfelértékelő és vagyonvesztő hatásának gazdálkodástudományi feldolgozása nem jellemző. A vagyonvesztő és a vagyonfelértékelő hatás halmozódása az egyes állóeszközök életkorának, és az infláció mértékének a függvényében alakul. A téma-ismeret jelentőségét az adja, hogy az infláció normálisnak tekintett szintre csökkenésekor, csak a vagyon további felértékelődése normalizálódik. A vagyonvesztő hatás mindaddig érvényesül, amíg a jelentős áremelkedések idején jelen volt állóeszközök amortizációja

folyik (ami gépek-berendezések esetében több évet, épületek, építmények esetében több évtizedet jelent). A tételes számítás lehetőségének felvillantása mellett a kutatás, majd a vonatkozó tananyag részletesen bemutatja, értelmezi az inflációs eredetű nominális értéknövekmény, valamint az infláció miatti vagyonszűnés gyors becslésére szerkesztett modelleket. Felhívja a figyelmet a számviteli értelemben költségszintű (költségszint közeli) árat alkalmazó közszolgáltató vállalatok növekvő tendenciájú vagyonszűnésére, illetőleg arra, hogy az ily módon elvesztett érték a felhasználókhöz vándorol át.

Üzleti tanácsadás

A modern üzleti tanácsadás közel százéves múltra tekint vissza, azonban mint önálló szolgáltató iparág az utóbbi három évtizedben lett jelentős. Mára a fejlett világ országaiban a gazdasági élet innovációjának egyik fontos fokmérője. Szoros kapcsolat van az e területre fordított összegek és a gazdasági fejlődés között. A gazdasági környezet által megváltozott igényeket felismerve alakítottuk ki kutatási műhelyünket, mely megjeleníti az üzleti tanácsadás összefüggésrendszerén túl azok legfontosabb területeit is. A piaci igényeknek megfelelően a tanácsadási alapkutatásból kiindulva a speciális tanácsadási területeken rendszeresen nyújtunk tanácsadási szolgáltatást.

Alapkutatás

Az üzleti verseny nap mint nap újabb kihívásokat teremt, melyek megismerésére, elemzésére és megoldására vagy felkészültek, vagy kevésbé felkészültek az üzleti vállalkozások. Az operatív problémák, a stratégiai változások gyors és hatékony reagálást és megoldásokat kényszerítenek ki a vállalkozás menedzsmentjéből. Az üzleti tanácsadók ezt a szükségletet elégítik ki különböző szolgáltatásaikkal a for-profit és non-profit szektorban egyaránt.

A tanácsadási piac feltérképezésével, a tanácsadói szakmai elméleti alapjainak és továbbfejlődési lehetőségeinek megismerésével, és közvetítésével hozzájárulni a szakma fejlődéséhez: a vállalkozók felismerjék, mikor van szükségük tanácsadó segítségére, illetve milyen jellegű segítséget igényelhetnek, megtanulják értékelni és kiválasztani a számukra leginkább megfelelő tanácsadót, képesek legyenek a tanácsadó és az ügyfél közötti hatékony együttműködésre. Kutatási műhelyünk két alkalommal 2001-ben első alkalommal, majd 2005-06-ban megismételt kérdőíves felmérést végzett tanácsadó cégek, valamint tanácsadást már igénybevettek, tanácsadást még igénybe nem vett, de tervező, tanácsadást igénybe nem vett, és nem is tervező vállalkozások körében. A felmérés célja a tanácsadá-

si szolgáltatás helyzetének feltérképezése volt régióinkban, amelyet 600 fős mintán végeztünk el.

Új szakkönyvet jelentettünk meg, amely egyrészt a tanácsadói szakma elméleti alapjainak és továbbfejlődési lehetőségeinek megismerésében nyújt segítséget, másrészt hasznos ismereteket nyújt a vezetési tanácsadó cégek potenciális ügyfeleinek.

Kutatás fejlesztési irányai:

- Megyénkben –mindkét időszakban végzett felmérésünk alapján- valamennyi tanácsadó cég- kisvállalkozás, több mint 95% mikrovállalkozás, feltételezhető, hogy a nagyobb cégek Budapest centrikusak. Megyénkben a kicsik és nagyobbak helyzetének összehasonlítása nem lehetséges. Mivel a szakirodalom alapján feltételezhető, hogy a tanácsadói bevétel jelentős része a nagobbaktól (10 legnagyobb, 20 legnagyobb) származik. Célunk, hogy a felmérést ilyen irányba is kiterjesszük.
- A vállalkozások (tanácsadó cégek ügyfelei illetve, potenciális ügyfelei) körében végzett vizsgálat országos szintre történő kiterjesztése: így általános érvényű következtetések levonására, illetve összehasonlító elemzésre nyílik lehetőség.

Stratégia tanácsadás

A stratégiai tanácsadás a legátfogóbb tanácsadási feladatnak tekinthető, mivel a vállalati stratégia felöleli a szervezet működésének egészét. A stratégia kidolgozása során nemcsak az alapvető tevékenységekre (mint például a beszerzés, termelés, készletgazdálkodás, értékesítés) kell összpontosítani, hanem gondosan meg kell tervezni a kiegészítő folyamatokat is, így például a humán erőforrás-gazdálkodást, a pénzügyi finanszírozást, az információs rendszert stb. Ebből kifolyólag a stratégiai tanácsadás több, a vállalat szempontjából fontos területet is érint.

Vállalkozási stratégia

A Vállalkozási stratégia kutatási projekt két résztémát foglal magában, a vállalati stratégia kérdéskörét, valamint az üzleti vállalkozáshoz kapcsolódó vizsgálatokat.

A vállalati stratégia kutatási koncepciója az üzleti világ rendkívül gyorsan változó meghatározó jellemzőire épül. Az új jellemzők közé tartozik a szolgáltatás-gazdaság, az e-gazdaság, a hálózati gazdaság, a tudásalapú gazdaság és a felelős gazdaság, mindez természetesen globális alapon. E tényezők szorosan össze-

függnek egymással, és hatással vannak a vállalatok stratégiájára. A kutató munkánk célja ezen összefüggések feltárása és gyakorlati hasznosítása.

Az üzleti vállalkozás címen folyó kutatás fő célja az EU-csatlakozás eddigi külföldi és hazai vállalkozási tapasztalatai közreadásával a vállalkozásainknak az Európai Unió elvárásához való igazítása az üzleti élet valós kérdéseire koncentrálva.

A hosszabb távú oktatási-kutatási külkapcsolatok szervezésében *prioritást* kívántunk adni az Európai Unió kutatási-fejlesztési feladatainak, a bolognai felsőoktatási-fejlesztési folyamatnak, a Gazdaságtudományi Kar stratégiai célkitűzéseinek és a Gazdálkodástani Intézet fejlesztési elképzeléseinek. Ezen irányelvek alapján valósítottuk meg a kutatási témával kapcsolatos nemzetközi pályázatokban való részvételünket a következő külföldi intézményekkel:

- Bentley College, Boston, USA
- Carpathian Foundation, Kosice, Slovakia
- Case Western Reserve University, Cleveland, USA
- Small Business Management Center, Durham, UK
- United Nations Economic Commission for Europe, Geneva, Swiss
- University of Economics, Vienna, Austria
- Utrecht University, The Netherlands

E szakmai területhez tartozó színvonalas kutatási munka elismerését jelzik a vendégoktatói felkérések az alábbi külföldi egyetemekre:

- Case Western Reserve University, Cleveland: Entrepreneurship and Small Business Management, 1996.
- Institut für Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Wirtschaftsuniversität Wien: Introduction to The Hungarian Business Enterprise, 2004.
- Università di Bologna Polo Scientifico Didattico di Rimini: Enterprises in Hungary from a Global Perspective, 2007.

A vállalkozási stratégiára irányuló kutatási munka folytatása során megfelelő időt és energiát fordítunk a különböző kutatási koncepciók kipróbálására. Az új módszerek bemutatásakor a bizonytalanság elkerülése érdekében nagy figyelmet szentelünk a fiatal oktatók felkészítésére. Az intézeti tudományos utánpótlás nevelését úgy képzeljük el, hogy a jövőben is elősegítjük a fiatalabb kollégák nívós hazai és külföldi kutatási projekteken való részvételét, melyek révén érdemi tapasztalatot szerezhetnek a tudományos tevékenység területén folyó versenyzésben: az új kutatási módszerek korrekt alkalmazásában, a minőségi hazai és kül-

földi publikációk megírásában, valamint a mértékadó nemzetközi konferenciákon való sikeres szereplésben.

A témakörökhöz kapcsolódó főbb eredmények:

Terméktanúsítás, Szabványok, Környezetvédelem

Új kézikönyv a kis- és középvállalatok vezetői számára, melynek használata elősegíti a hazai vállalkozások Európai Unió felkészülését, versenyképességének növelését

A hazai vállalkozások és az Európai Unió csatlakozás

Hiteles, szakma-, réteg- és régió-specifikus információk biztosítása a magyar vállalkozások számára, arról, hogy hogyan alakítsák ki új, piacszerző és piacvédő vállalati stratégiájukat

A vállalati folyamatok reorganizációja

A vállalat termelési, értékesítési és pénzügyi folyamatának átszervezése, a termelékenység, az árbevétel és a nyereség növelése

The Principles of Responsible Entrepreneurship

Az Egyesült Nemzetek Szervezetének európai tagországaiban megjelenő kiadvány a kis- és középvállalati vezetők számára, amely a tisztességes és felelősségteljes gazdálkodásra irányítja a figyelmet

Comparativ Analysis of the Austrian and Hungarian Business Enterprises;

A vizsgált osztrák és magyar kisvállalatok legjobb gazdálkodási módszerének, eljárásainak meghatározása, a példaértékű eredmények közreadása

A vállalati áruösszetétel optimalizálása;

A vállalat kereskedelmi áruösszetételének a vásárlói igényekhez való igazítása, s ezzel a költségek csökkentése és a nyereség növelése

Hungarian Corporate Social Responsibility;

A Kárpátok Euro-Régió tagországai – Magyarország, Lengyelország, Románia, Szlovákia – vállalatai szociális és társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatos magatartása azonos és eltérő jellemzőinek a meghatározása és közreadása

Vállalatfejlesztési döntésekre ható tényezők

A vállalat fejlesztési irányainak feltárásához, a fejlesztés alternatíváinak kidolgozásához, az alternatívák közötti választáshoz és a fejlesztések megvalósításához a vállalat vezetőinek szerteágazó szaktudásra, sok éves tapasztalatra és rengeteg információra van szükségük, melyekkel nem minden esetben rendelkeznek, ezért a vállalatfejlesztéssel kapcsolatos döntések meghozatalához számos esetben indokolt külső tanácsadók, tanácsadó szervezetek segítségének igénybevétele. A vállalati fejlesztések átfogó, hosszú távú hatásaiból adódóan stratégiai tanácsadást célszerű a szervezeteknek igénybe venni. A gyakorlati élet

is azt bizonyítja, hogy a vállalatok egyre gyakrabban veszik igénybe a tanácsadók segítségét a hosszú távú döntéseik során.

Kutatásunk témája a vállalatfejlesztési döntésekre ható gazdasági és nem gazdasági, elsősorban pszichológiai tényezők hatásának vizsgálata. A vállalatfejlesztési döntések esetében mindenféleképpen a számszerűsíthető kritériumoknak kell meghatározó szerepet játszaniuk, emellett természetesen nem szabad figyelmen kívül hagyni a nehezen vagy egyáltalán nem számszerűsíthető kritériumokat sem.

Minden egyes fejlesztés egy olyan komplex, összetett folyamat, amelynek során a döntéshozók többször is döntési helyzetbe kerülnek. Már maga az, hogy egy vállalat beruházást hajt végre, egy döntésnek az eredménye. Arról is dönteni kell, hogy mibe ruházzanak be, milyen forrásokat használjanak fel, ha több lehetőség is felmerül, akkor melyik alternatívát fogadják el, milyen beszélgetőkkel és kivitelezőkkel hajtják végre a megvalósítást, de ezt a sort még hosszasan lehetne folytatni. A lényeg az, hogy döntési helyzetek sorozata áll elő, és egy döntés háttérében mindig több tényező együttes hatása húzódik meg – ez természetesen igaz a gazdasági életben hozott döntésekre is –, melyek minél részletesebb feltárására törekszünk.

A témaválasztást az indokolja, hogy az emberek általában úgy hoznak döntéseket, hogy a döntés időpontjában még nem ismerik teljes bizonyossággal az eredményt; ez különösen igaz a vállalati életben meghozott döntésekre. Talán ezzel magyarázható az a tény, hogy a közgazdászokat és pszichológusokat egyaránt foglalkoztatja a döntéshozatal folyamata, valamint a döntés háttérében meghúzódó szubjektív elemek.

Kutatásunk legfontosabb célkitűzése, hogy fény derüljön számos olyan befolyásoló tényezőre, amelyek a vállalatfejlesztési döntések háttérében meghúzódnak, és amelyek segítségével könnyebben megérthetjük a döntéshozók magatartását, továbbá jobban meg tudjuk magyarázni, hogy egy gazdaságilag nyereségesnek mutakozó fejlesztési alternatíva miért kerül elutasításra, illetve miért invesztálnak nagy összegeket gazdaságilag korántsem kedvezőnek ítélt fejlesztési projektekbe. A vállalatok hosszú távú működése és versenyképessége érdekében elengedhetetlen, hogy fejlesztéseket hajtsanak végre. A döntéshozók számára azonban a fejlesztési döntések talán a legnehezebbek és a legkockázatosabbak is egyben, hiszen minden esetben komplex döntési helyzetben kell a helyes döntéseknek megszületniük, ezért érdemes további kutatásokat végezni a témában. A későbbiekben a vállalatfejlesztési döntésekre ható tényezők vizsgálatába célszerűnek látjuk további nézőpontok, mint például gazdaságszociológiai aspektusok bevonását is.

A téma kutatása során áttekintettük a hazai és az idegen nyelvű szakirodalmat, melyet folyamatosan feldolgozunk, nyomon követünk. A témakört több oldalról vizsgálva, a kapcsolódó területek feltárására törekszünk. Kutatási eredményeinket az eltelt időszak alatt folyamatosan publikáltuk. Ennek eredményeképpen több konferencián vettünk részt, illetve cikket jelentettünk meg magyar és angol nyelven.

Vállalati erőforrás-struktúra változása

A vállalati erőforrás-struktúra változásának irányára, az egyes erőforrások közötti hangsúlyeltolódásra a világgazdaságban zajló folyamatok mellett jelentős hatással vannak a vállalat stratégiai döntései, ugyanakkor az erőforrások jobb kihasználása a vállalat sikeres működésének a kulcsa. Az erőforrások optimális összehangolása, valamint a stratégiai erőforrások felismerésének képessége olyan vezetői készségeket igényel, amelyhez szükség lehet külső szakértő igénybevételére.

A vállalati erőforrás-gazdálkodás vizsgálata a gazdasági- gazdálkodási folyamatok elemzésének a központi kérdése. A vállalati erőforrások jelentősége mindig is megkérdőjelezhetetlen volt, azonban az elmúlt évtizedekben sokat változott meghatározásuk, megítélésük. Számos makro- és mikroszintű folyamat eredményeképpen az egyes erőforrások szerepe változik, módosul az erőforrás-struktúra, új típusú erőforrások jelennek meg és tesznek szert stratégiai jelentőségre.

Napjainkban olyan tényezők, melyek korábban versenyelőnyt jelentettek egy vállalat számára, mára a versenyben maradás feltételévé váltak. A vállalatoknak az állandó környezeti változások miatt újabb és újabb kihívásoknak kellett és kell megfelelniük, új típusú versenyelőnyre kell szert tenniük a sikeres működés érdekében. A hasonló vállalatok eredményessége még iparágon belül is jelentős szóródást mutat, egyes vállalatok huzamosabb időszakon keresztül képesek versenytársaiknál jobb eredményt felmutatni. Ennek oka az erőforrások jobb kihasználásának és a stratégiai erőforrások felismerésének képességében rejlik. A kutatás során célként fogalmazódott meg annak vizsgálata, hogy az évek során hogyan változott a különböző iparágakban tevékenykedő vállalatok erőforrás-összetétele, és mely tényezők vezettek ezekhez az átrendeződésekhez.

A téma kutatása szorosan kapcsolódik a Gazdálkodástani Intézet profiljához. Eredményei felhasználhatóak lesznek a Vállalati erőforrás-gazdálkodás című tantárgy oktatásában.

A kutatás középpontjában eddig az információnak, mint erőforrásnak az előtérbe kerülése, a kis- és középvállalati kör információsükségletének, információval való ellátottságának kérdésköre állt. Figyelmünk többek között arra irányult, hogy mennyire fontos az üzleti életben a releváns, naprakész információkkal való ellátottság, s miáltal válik az információval való hatékony gazdálkodás a vállalkozások egyik kulcsfontosságú sikertényezőjévé. A témában megjelent publikációk érintették a kis- és középvállalkozások információ szükségletét, azt, hogy milyen forrásokból tudják beszerezni a számukra fontos releváns információkat, milyen szerepet játszik az információ a vállalatok döntéshozatali folyamataiban és milyen lehetőségei vannak e szektornak az információtechnológiával való lépéstartásra. Vizsgáltuk az informatikai outsourcing lehetőségeit a kis- és középvállalkozások szempontjából, mivel a megfelelő szakértelem, a finanszírozási források hiánya gyakran mérlegelésre készíti a vállalatvezetőket, hogy megéri-e az információtechnológia alkalmazását házon belül megoldani, vagy inkább ezen feladatok ellátását részben vagy egészben külső szolgáltató cégre kell bízni.

Informatikai tanácsadás

Vállalati információs rendszerek szerepe

A KKV szektorban informatikával napjainkban már minden működő vállalkozás találkozik, felhasználóként, vagy az informatikai piac szereplőjeként. Az informatika az ezredfordulóra háttérszolgáltatásból versenyképességet meghatározó, stratégiai tényezővé vált. Hogyan hozzuk összhangba az informatikai stratégiát az üzleti stratégiával? Milyen célokat tűzön ki az informatika? Hogyan biztosítható eredményes és egyben költséghatékony működtetése? Milyen mértékben vegyük igénybe, hogyan válasszuk ki a külső erőforrásokat? Miként kerüljük el az informatikai projekteknél meglévő kockázatokat? Milyen szervezettel és eljárásokkal javíthatjuk az informatika szolgáltatás jellegét? Hogyan teremthető meg az informatikai rendszerek üzemeltetésének biztonsága? Kutatásunkban a fenti kérdésekre keressük a választ.

Az informatikai eszközrendszer elemei, az alkalmazások, az alapszoftverek, a hardver és hálózati elemek, valamint a körük épülő szabványok önmagukban is egyre komplexebbek. Az informatikai szállítók piacán késhegyre menő verseny zajlik. Kutatási területünk segíti a kis- és középvállalkozásokat a kulcsfontosságú döntéseik előkészítésében, fejlesztési irányok meghatározásában, várható költségek kalkulálásában, a piaci környezet fejlődési irányának tendenciájának megismerésében.

A hagyományos integrált vállalatirányítási információs rendszerek átalakulnak. A piaci verseny és a technológiai fejlődés két területen hozott jelentős változásokat. A rendszerek kiegészülnek üzleti intelligencia alkalmazásokkal, valamint megfigyelhető egy nyitás az Internet és az e-business felé.

2004 májusa óta a hazai vállalatoknak már az Európai Unió piacán kell megállniuk a helyüket, ami sok új lehetőséget jelent, azonban erősebb versenyhelyzetet is. A versenyképesség növelésének egyik eszköze egy adekvát informatikai háttér megteremtése, az integrált Vállalati Információs Rendszerek által. Megfigyelhető, hogy napjainkban ez a fejlesztési irány a vállalatok életében egyre hangsúlyosabbá válik. Ahhoz, hogy a vállalatok életben tudjanak maradni, illetve versenyképességüket fent tudják tartani mindenképp lépést kell tartaniuk az informatika fejlődésével.

A vállalati vezetésnek a megfelelő információs rendszer választásával a legfontosabb célja, a lehetséges üzleti előnyök megszerzése. Ilyen üzleti előnyt jelenthetnek a jobban integrált, rugalmasabb, automatizált és áttekinthetőbb üzleti folyamatok, a nagyobb szervezeti hatékonyság, az integráltabb szervezeti tudás, továbbá a jobban előkészített vezetői döntések.

Kontrolling kutatás, mint tanácsadási szegmens

Napjainkban az piaci változásokra adott reakcióidőnek fokozódó jelentősége van. A controlling vállalkozásoknál betöltött szerepe egyre inkább a vezetők figyelmének a domináns problémákra terelése felé tolódik el. A megfelelő információtartalmú és struktúrájú jelentés az-az eszköz a kontrollerek kezében, amellyel a vállalati problémákat, lehetőségeket kommunikálhatják a vezetők felé. Ezt a célt szolgálja az átgondolt koncepciójú és informatikai célalkalmazással támogatott controlling rendszer, amely biztosítja a tervezés, az ellenőrzés, és az információ-ellátás összehangolását és így képes a hatékony felsővezetői döntéstámogatásra.

A controlling rendszerek optimális kihasználása érdekében felértékelődött a területhez tartozó szakemberek tudása, így lehetővé vált a controllingnak, mint tanácsadási szegmensnek beillesztése az Intézeti kutatási profilba. Kutatásunk lefedi a controlling rendszerek teljes vertikumát a kisvállalati controllingtól a nagyvállalati rendszerekig.

A controlling-al kapcsolatos kutatásunk megkezdését többek között az alábbi gyakorlati munka során felmerült kérdések indokolják:

- Megfelelnek-e a vállalati controlling rendszerek a vállalatok kívánalmainak?
- Milyen hatást gyakorolnak a vállalat vezetésére, szervezetére, működésére, kultúrájára?

- Az alkalmazásukat a vállalati stratégiához kell-e igazítani, vagy éppen fordítva?
- A bevezetés előnyeinek és kockázatának aránya hogyan alakul, mérhető-e?

A kutatásunk célja:

- A vállalati kontrolling rendszerek alkalmazási határainak megállapítása;
- A bevezetés hatásának elemzése.

Konferenciák

Az üzleti verseny, nap mint nap újabb kihívásokat teremt, melyek megismerésére, elemzésére és megoldására vagy felkészültek, vagy kevésbé felkészültek az üzleti vállalkozások. Az operatív problémák, a stratégiai változások gyors és hatékony reagálást és megoldásokat kényszerítenek ki a vállalkozás menedzsmentjéből. Az üzleti tanácsadók ezt a szükségletet elégítik ki különböző szolgáltatásaikkal a for-profit és non-profit szektorban egyaránt.

Intézetünk fő feladatának tekinti a tudás gyarapítását és átadását. Mindezek mellett meg kívánunk felelni a századunk új elvárásainak és kapcsolatot kívánunk ápolni a gazdasági élet szereplőivel. Oktatóink fontosnak érzik, hogy kutatási eredményeiket hazai és nemzetközi konferenciákon is bemutathassák. Azonban hisszük, hogy egy tudományos műhely eredményeit együtt kell és minél szélesebb körben bemutatni, ezért szerveztük meg a Regionális Tanácsadási Konferenciát, melyet hagyományosan minden év őszén megrendezünk. Eddigi konferenciáink:

- I. Regionális Tanácsadási Konferencia- AZ ÜZLETI TANÁCSADÁS PERSPEKTÍVÁI
- II. Regionális Tanácsadási Konferencia – AZ ÜZLETI TANÁCSADÁS LEHETŐSÉGEI A XXI. SZÁZADBAN
- III. Regionális Tanácsadási Konferencia - KIHÍVÁSOK ÉS LEHETŐSÉGEK AZ EURÓPAI UNIÓS CSATLAKOZÁS KAPUJÁBAN
- IV. Regionális Tanácsadási Konferencia - DIALÓGUS A GAZDASÁGFEJLESZTÉSRŐL ÉS A TURIZMUSRÓL
- V. Regionális Tanácsadási Konferencia – NYERTESEK ÉS VESZTESEK – AZ EU CSATLAKOZÁS 1,5 ÉVES TAPASZTALATA
- VI. Regionális Tanácsadási Konferencia – ÚJ KIHÍVÁSOK KAPUJÁBAN – MIT HOZ A 2007-2013 TERVEZÉSI IDŐSZAK A KKV-K SZÁMÁRA

- VII. Regionális Tanácsadási Konferencia - HÁTRÁNYOS HELYZETŰ RÉGIÓK GAZDASÁGI ESÉLYEI

A konkrét téma megvilágításán túlmenően a Regionális Tanácsadási Konferencia az Észak-Magyarországi Régió kiemelkedő eseményeként évről-évre ki-váló lehetőséget nyújt régióink és régióink kívülről érkező gazdálkodói, tanácsadói, valamint kutatással foglalkozó szakemberek számára a kötetlen eszmeccserére, kommunikációra, egymás problémáinak, elvárásainak megismerésére.

A szakmai munka nemcsak oktatási és kutatási tevékenységet jelent szá-munkra. Meghatározó szerepet töltenek be kollégáink több hazai szakmai szer-vezetben. A Magyar Közgazdasági Társaság Országos Elnökségének tagja dr. Il-lés Mária. A Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Szervezet elnökségében hosszú évek óta, mint alelnök tevékenykedik Pelczné dr. Gáll Ildikó. A Májusi Közgaz-dász Napok szervezése és lebonyolítása a 2003 óta a Gazdálkodástani Intézet és a Magyar Közgazdasági Társaság együttműködésével történik, melynek témája mindig aktuális gazdasági kérdésekhez kapcsolódik. A Közgazdász Napok ren-dezvényeibe nemcsak a tudományos kerekasztal beszélgetések, hanem a vállalati szakmai programok, látogatások is hozzátartoznak.

I. Miskolci Közgazdász Napok: Régióink az Európai Unió Kapujában

II. Miskolci Közgazdász Napok: „Az EU csatlakozás a gyakorlatban”

III. Közgazdász Napok: „Az interregionális kapcsolatok fejlesztése”.

IV. Közgazdász Napok: „A kis- és közepes méretű vállalkozások ver-senyképessége”.

V. Közgazdász Napok: „Esélyek éve 2007” Európai Unió programhoz keretében két tematikus nappal „Nők a gazdasági döntéshozatalban” és „Új lehetőségek kapujában”- a megnyíló pályázati alapok nyújtotta lehe-tőségek és kihívások a kis- és közepes méretű vállalkozások számára

Tehetséggondozás

Hallgatói pályázatok

A Magyar Köztársaság Külügyminisztere és az Országgyűlés Elnöke ál-tal kiírt, „Az új évezred esélye – Magyarország és az Európai Unió” címmel 2004-ben meghirdetett pályázaton a Gazdaságtudományi Kar Vállalkozási szak-irányos hallgatók közül egy IV. évfolyamos hallgató készített dolgozatot és nyújtotta be pályázatát a borágazat támogatása az EU-ban a magyarországi vo-natkozások tükrében címmel készítette el pályaművét. Ezzel a munkával a hall-gató az országos pályázaton második helyezést érte el.

Tudományos Diákköri Tevékenység a Gazdálkodástani Intézetben

A közgazdaságképzésben is kiemelkedő szerep jut a hallgatók tudományos teljesítményének széles szakmai körben való megmérettetésének. Minden évben a felsőoktatási intézmények házi konferenciákat tartanak, ahol a diákok tanulmányaikkal, előadásaikkal versenyeznek a helyezésekért. A Vállalkozási szakirány hallgatói az elmúlt években aktívan bekapcsolódtak a TDK munkába, és szép sikereket értek el.

A Gazdálkodástani Intézet fontosnak tartja Dr.Vargha Jenő szellemi hagyatékának gondozását. Kiváló és nagy tiszteletnek örvendő kollégánk emlékére megalapítottunk a „*Vargha Jenő díjat*” 2004-ben, melyet minden tanévben a Gazdálkodástani Intézetben elkészített legjobb TDK dolgozat szerzője kap meg.

NIBS nemzetközi esettanulmány megoldó verseny

A Miskolci Egyetem Gazdálkodástani Intézete évek óta tagja a Network of International Business Schools (NIBS) szervezetének. Az NIBS minden évben megrendezi nemzetközi esettanulmány megoldó versenyét, melyen egy előzetes írásbeli megmérettetés után a 7 legjobb csapat, valamint a versenyt rendező ország csapata vesz részt.

1996 februárjában 4 hallgató képviselte a Gazdaságtudományi Kart Lukács Edit vezetésével, Saint Johnsban (New Founland, Kanada). Ahol hallgatóink a harmadik helyezést érték el. A rendezvényt szervező egyetem csapata és a norvég csapat mögött.

2001. márciusában a versenyt az előző évben győztes finn Helsinki School of Economics rendezte, amelyen az Intézet négy vállalkozási szakirányos hallgatója kiváló szakmai felkészültségről tett tanúbizonyosságot, s így az ötödik helyen végeztek.

SZEMLÉLETVÁLTÁS A GAZDASÁGELMÉLETBEN

DR. KARAJZ SÁNDOR*

1. A Gazdaságelméleti Intézet rövid története

A Gazdaságelméleti Tanszék 1990. VII. 1-én jött létre - Dr. Nagy Aladár egyetemi tanár vezetésével - a Gazdaságtudományi Kar önálló szervezeti egységként, a korábbi Társadalomtudományi Intézet Politikai-gazdaságtani Tanszékéből. A nemzetközileg elfogadott gazdaságelméleti tárgyak (Mikro, Makro-, Nemzetközi és Összehasonlító ökonómia, Közgazdasági elméletek története) oktatására való felkészülés 1988 szeptemberében kezdődött, együtt a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem tanszékeivel. Ennek alapján már 1989 szeptemberétől elkezdődött a modern mikroökonómia oktatása, a BKE tananyaga alapján. Természetesen a legnagyobb nehézséget a megfelelő szakirodalmi háttár megteremtése okozta. Korábban ugyanis 1985-ig hivatalosan a nyugati folyóiratok és szakkönyvek beszerzése nem volt lehetséges.

Valamennyi oktató számára nagy kihívást jelentett az új feladat megoldása, jóllehet az oktatók nagy része Elmélettörténet c. tárgy keretében már hallgatóként megismerte az alapokat. 1990 és 1995 között igen nagyarányú volt az oktatói állomány kicserélődése, de szerencsére a tanszékre kerültek fiatal közgazdászok, jogászok és mérnökök, akik aktívan bekapcsolódtak a tanszék kutatási feladataiba.

A Gazdaságelméleti Intézet a Gazdaságelméleti Tanszékének jogutódjaként alakult meg 2000-ben. Két tanszékkel kezdte meg működését, a Közgazdaságtani és az Összehasonlító és Világgazdasági Tanszékkel, majd 2005-ben profilváltás után az Összehasonlító és Világgazdasági Tanszék Gazdaságpolitika Tanszékké alakult át.

Az Intézet alapvető feladata korszerű közgazdasági elméleti képzés folytatása, amely elsősorban a Gazdaságtudományi Kar által oktatott alkalmazott közgazdaságtudományi tárgyak megalapozását jelenti, valamint olyan ismeretek átadását, amelyek elősegítik a hallgatók kritikai szemléletének kialakulását és fejlődését. Az Intézet elősegíti a mikro- és makrogazdasági folyamatok és azok társadalmi történeti kontextusának, kvantitatív és kvalitatív módszerekkel való elemzési készségének fejlesztését.

Intézetünk oktatja a gazdaságelmélet főbb részterületeit felölelő tárgyait (mikro-, makro- és nemzetközi ökonómia, összehasonlító közgazdaságtan, köz-

* Intézetigazgató, egyetemi docens

gazdasági elméletek története) valamint gazdaságtörténetet és gazdaságpolitikát. Oktatási feladataink további része az egyetemi társkarokon a közgazdaságtani alaptárgyak oktatásával kapcsolatos igények kielégítése. Fontos feladatnak tartjuk az új gyakorlatorientált alapképzés bevezetése után meglévő tananyagaink korszerűsítését, valamint új tananyagok kifejlesztését.

Oktatóink kutatási aktivitását mi sem példázza jobban, hogy a vázolt időszakban 6 kollégánk szerzett PhD fokozatot.

2. Oktatási és kutatási irányok ez elmúlt 20 évben

A Gazdaságelméleti tanszék, majd intézet elmúlt közel húsz évének oktatási és ezzel párhuzamosan kutatási tevékenysége 3 időszakra osztható fel:

Az első időszak, amely a megalakulástól kb. 1993-ig tartott – mint ahogy a bevezetésben említésre került - a nemzetközileg elfogadott gazdaságelméleti tárgyak oktatására való felkészülés jegyében telt el. Természetesen ez a folyamat a tanszék kutatási munkájában, konkrétan a tanszék oktatóinak kutatási témáiban is tükröződtek. A kutatások alapvetően a mainstream közgazdasági irányzatok megismerésére elemzésre irányultak. Ebben az időszakban a tanszék igen sok időt és energiát lekötő tananyagfejlesztő tevékenységet végzett az alábbi területeken:

- Bevezetés a közgazdaságtanba c. tárgy (saját jegyzet kidolgozása)
- Mikroökonómia c. tárgy nem közgazdász hallgatók részére (saját jegyzet)
- Háztartásgazdaságtan c. alternatív tárgy (saját jegyzet)
- Az alábbi felsorolt alternatív tárgyak tananyagainak önálló összeállítása: Új keynesianizmus gazdaságpolitikája, Új növekedési elméletek, A gazdaság jogi kérdései, Összehasonlító gazdaságtan, Átmenet gazdaságtana, Kultúra és piactudomány, Gazdaságtani metodológia.

A második időszak 1993-tól 2000-ig datálható, ebben az időszakban a kutatási, majd az oktatási irány kibővült a modern közgazdasági irányzatok felé. A 90-es évek közepére az intézetben kialakult egy stabil oktatási struktúra, megszilárdult az oktatási rendszer. Külön meg kell említeni az 1993 szeptemberétől beindított akkreditált PhD programban való aktív intézeti részvételt. Ennek keretében az alábbi tananyagfejlesztő és kutatómunka végeztük:

- Két alapozó jellegű tárgy (Gazdaságelmélet és Kutatómódszertan) került előadásra
- Három alternatív tárgy került meghirdetésre: Kultúra és piactudomány, Átmenet gazdaságtana, Gazdaságtani metodológia
- Angol nyelvű fakultatív tárgy került bevezetésre: Study Economics

Mindemellett azonban nyilvánvalóvá vált, hogy a közgazdaságtan mint elméleti diszciplína helyzetére az egyetemi oktatásban a következő jellemző: a tárgyat egyre inkább nem úgy oktatják, mint a gazdaság lehetséges működéséről való gondolkodás módját, hanem mint olyan feltárt igazságok halmazát, amelyek szerint állítólag a gazdaság ténylegesen működik. A megalapozott elméleti háttér lehetővé tette, hogy a kutatási területek bővüljenek. Több oktató kutatásában a modern, non-mainstream közgazdasági irányzatok felé fordult. A hagyományos kutatási témák mellett megjelentek olyan kutatások, amelyek az institucionalista, evolúciós közgazdaságtannal, illetve nem hagyományos közgazdasági iskolákkal (osztrák iskola, német történeti iskola) foglalkoztak.

A harmadik szakasz 2000-től napjainkig tart, amelynek kezdete egybeesik a Gazdaságelméleti Intézet megalakulásával. A szervezeti átalakulás, a növekvő kutatási potenciál, valamint a közgazdasági elméleteket ért kritika hatására a hagyományos kutatási területek mellett megjelentek a teljesen új szemléletmódot tükröző interdiszciplináris közgazdasági kutatás témák. Ebben az időszakban az alábbi konkrét kutatási területek:

- Transznacionális vállalatok globális üzleti stratégiái
- Nemzetgazdasági alkalmazkodás a globális világgazdaságban
- A háztartások gazdálkodásának közgazdasági elemzése
- Az új institucionális közgazdasági iskola kritikai értékelése
- A gazdasági folyamatok biológiai analógiákra épülő optimalizálása
- Komplex gazdasági rendszerek elemzése
- Közgazdasági problémák megoldása fizikai analógiák segítségével
- A közgazdaságtan matematika apparátusának fejlődése (L. Walras, J. Hicks és R. Lucas alapján)
- A közgazdaságtani retorika kritikai értékelése
- A közgazdaságtan filozófiája

Ebben az időszakban az Intézet munkatársai a gazdaságelmélet és -politika különböző területein végeznek kutatásokat, némely kutatási téma speciálisnak is nevezhető interdiszciplináris jellege miatt. Így a kutatásokban szerepet kapnak - többek között – olyan tudományterületek, mint a fizikai, biológia, matematika, filozófia, szociológia, jog és kultúra, illetve olyan fogalmak, mint a komplexitás, az analógia, és a retorika. Az interdiszciplináris területek mellett természetesen nagy jelentőségük van a hagyományos gazdaságpolitikai, gazdaságelméleti és gazdálkodási témakörben végzett kutatásoknak is.

Az Intézet az alábbi kiemelt projektekből vett részt:

- OTKA

- A globalizáció elméletek újabb vonulatai
- Az agrárintegrációk eddigi tapasztalatai és távlatai hazánkban és az EU-ban, különös tekintettel az átalakuló társadalmi viszonyokra
- A „Globalizáció EU integráció Magyarországi felzárkózási stratégiája és lehetőségei”
- FKFP 0015/2002. Vállalkozásemélet és gyakorlat
- J. Monet-modul oktatása (2002-2004)

2.1 1987-1993: A mainstream közgazdaságtani kutatások

A marginális forradalom követői már az 1890-es évektől háttérbe szorították a közgazdaságtan addigi hagyományos iskoláit, és ezzel a neoklasszikus elmélet a közgazdaságtan uralkodó irányzatává vált. A neoklasszikus közgazdaságtan az emberi magatartásról és a gazdaság működéséről szóló posztulátumok egész sorára alapozódott. Az elmélet úgy jelent meg, mint annak a logikus leírása, hogy miként kellene viselkedniük a racionális egyéneknek és vállalatoknak.

2.1.1. A neoklasszikus közgazdaságtan jellemzői

A neoklasszikusok munkássága révén a közgazdasági megközelítésből kiszorultak azok a sajátos intézményi, társadalmi, politikai és történelmi tényezők, amelyek a klasszikus közgazdászok számára különösen nagy szerepet játszottak bármely konkrét gazdaság tényleges fejlődésében. A marginális forradalom képviselői az elméletet úgy tekintették, mint amelyik minden gazdaságban és mindenkor érvényes. A gazdasági növekedést egyszerűen adottnak tekintették, a gazdasági fluktuációk és a munkanélküliség problémái egyszerűen eltűntek a gazdasági elemzésekből.

A walrasi modellben a döntő kérdés az lett, hogy az erőforrások adott mennyiségét miképpen lehet a leghatékonyabban elosztani az egyes fogyasztók és az egyes vállalatok között.

A marginális forradalom, amely mindmáig az elméleti közgazdaságtan uralkodó (mainstream) áramlata maradt, a formalizált elméleti modelljeiben leválasztotta a gazdasági tevékenységekről az intézményi feltételeket, a történelmi előzményeket és a gazdasági magatartást meghatározó kulturális értékek rendszerét. Az elméletek empirikus tesztelése, az alkalmazott közgazdasági kutatások háttérbe szorultak a tisztán elméleti és formalizált modellek javára. A neoklasszikusok szerint ez a tisztán elméleti közgazdaságtan azt írja le, ahogyan a gazdaság állítólag ténylegesen működik, és ehhez nincs szükség semmiféle empirikus tesztelésre. Ezzel a megfigyelés, a mérés, a kísérlet és a

tesztelés elvesztette alapvető tudományos jelentőségét. Elkezdődött az előadói táblán levezetett közgazdaságtan története.

A marginális közgazdaságtan kezdeti sikere és vonzereje alapvetően a következő tényezőknek köszönhető:

- elsősorban annak, hogy értékes ideológiai funkciót teljesített, mivel demonstrálta a tiszta szabadversenyes gazdaság felsőbbrendűségét,
- másrészt annak, hogy az új elméletben uralkodó harmónia és egyensúly fogalmak megfelelték a kor tudományos szellemének,
- és végül annak, hogy bizonyos szempontból félelmetes intellektuális teljesítményt (formalizáció) képvisel.

Ismeretes, hogy a neoklasszikus elmélet sarkköve az egyének által megítélt marginális hasznosság. Ennek hangsúlyozásában főleg Marshall játszott döntő szerepet. Hamar kiderült azonban, hogy a feltételezettel szemben a tényleges fogyasztói magatartás más tulajdonságokat mutat.

Az elmélet feltételezéseivel szembenálló valóság számos példája ellenére az egyetemi közgazdaságtanban továbbra is uralkodik a szabad piaci általános egyensúly modellje, mint a gazdasági realitás hihető ábrázolása.

A neoklasszikus közgazdaságtan speciális területe: a háztartásgazdaságtan

A háztartás szuverén, együtt lakó emberek közösségének tekinthető, amelyben a cél a közösséghez tartozók szükségleteinek maximalizálása. A háztartáshoz tartozó felnőtt, munkaképes egyének külön-külön is képesek szükségleteik maximalizálására.

A háztartásgazdaságtanban bevezetésre került a piaci és nem piaci munkaválasztásnál az időkorlát, amelynek meredeksége megmutatja, hogy mely tevékenységben hatékonyabb a munkavégző. Ezen feltevések alapján megszerkeszthető az egyes egyének által maximálisan elérhető termékmennyiség határgörbéje. A háztartáshoz tartozó felnőtt személyek piaci és háztartási munka közötti időmegosztását vizsgálva megszerkesztett transzformációs görbén megtalálható az az optimális pont, ahol a korábbi időfelhasználás szerkezete megváltozik, de a háztartáshoz tartozók helyzete javul.

A háztartást termelő és fogyasztási közösség. A termelő intézmények jellemzői a háztartások anyagi tevékenységének is sajátjai, de az erőforrásaik között egy sajátos erőforrás jelenik meg. Ez a szocializációs erőforrás, ami az egyének külső emberi kapcsolataiból származik. A háztartások termelési stratégiája megadja az önerő és a piaci tranzakció kapcsolatát, az erőforrások felhasználásának korlátját.

A gyermekvállalás közgazdasági megközelítésével is foglalkozik a háztartásgazdaságtan. Fontos megvizsgálni a gyermekszám csökkenésének közgazdasági okait a fejlett világban. Ezek közül a két legjelentősebb tényező az alternatív költség, másik a szociális hálózat. A magasabb életszínvonalon élők esetében nagyobb a gyermekvállalás alternatív költsége és a kiépült szociális intézményekkel képesek előre a biztosságot megszerezni, ami a korábbi háztartáson belüli szociális motívumokat a gyermekvállalásban csaknem megszüntette.

A fogyasztói kereslet vizsgálatánál az árak és jövedelemváltozás hatásai kerültek elemzésre. Tiszta árhatás vizsgálatához a keresleti függvény átalakításával eljuthatunk a parciális vásárlóképesség bevezetéséhez.

A háztartás nem piaci külső kapcsolatban többek között más háztartásokkal és az állammal van. A háztartások egymásra való hatásában az asszimilációs képességnek van fontos szerepe.

2.1.2. A neoklasszikus közgazdaságtan kritikája

A neoklasszikus közgazdaságtani elméletek túl egyszerű modelleket használnak, amelyek nem képesek a komplex valóság visszatükrözéséhez, mert:

- a valóságban a preferenciák, az alkalmazott technikák és technológiák és a magatartási normák állandóan változnak. Ebből következik, hogy a modellekben nem lehet állandó preferencia és termelési függvényeket használni;
- a valóság nem jellemezhető sem a tökéletes verseny állapotával, sem pedig állandó versenyviszonyokkal. A monopóliumok, oligopóliumok és egyéb versenykorlátozások okozzák a legjelentősebb stabilizációs,allokációs problémákat;
- a gazdaság legtöbb területén a döntéseket nem teljes informáltság mellett hozzák, hanem bizonytalanságban. A racionális várakozások és teljes informáltság biztosítják a statikus egyensúlyi elméletek létjogosultságát, melyek azonban nem alkalmasak a tartós egyensúlytalanságban és bizonytalanságban hozott döntések leírására és magyarázatára;
- az ábrázolt egyensúlyi modellek megengedhetetlen módon elvonatkoztatnak a valóságban meglévő társadalmi viszonyoktól. Érdeellentétek és állandó konfliktusok léteznek a jövedelem és vagyonmegoszlás, a munka és a termelési tényezők elosztása, a környezetminőséget érintő kérdések, a versenyhelyzet és az állam jóléti intézkedései területén;
- a modellekben az extern hatások fajtái elhanyagoltak, azokat csak átmeneti problémáknak tekintik, melyek - a környezetpolitikai intézkedésekkel - a gazdasági alanyokat megfelelő magatartásra serkentik, amik megoldják a problémát;

- a neoklasszikus elmélet a paretoi optimális pontot egyúttal társadalmilag optimális állapotnak is tekinti, pedig még ha a termelés és elosztás paretoi értelemben hatékonyan történik, akkor sem lehet minden ilyen allokációt társadalmilag elfogadhatónak tekinteni, mivel az ily módon történő elosztás társadalmi jogossága megkérdőjelezhető;
- a társadalom fejlődése természetesen dinamikus jellegű és erősen befolyásolja a társadalmi értékrend, ami az intézményeket, az emberek magatartását és a világnézetet formálja. Az egyensúlyi elmélet adott értékítéletről indul ki, ezért nem képes a bonyolult valóság valódi magyarázatára;
- a neoklasszikus közgazdaságtani elmélet, csak olyan tényezőket vesz figyelembe, amelyek mennyiségi mutatókkal jellemezhetők. Ezáltal egzakt tudománynak tűnik, ez azonban leszűkíti az elmélet érvényességi területét. Kizárja a gazdálkodás társadalmi, ökológiai és pszichológiai dimenzióit a problémafelvetés és –megoldás területén;
- a neoklasszikusok a bonyolult emberi viselkedést egyszerű racionalitási problémára vezetnek vissza. Az ember viszont idealista és kooperatív tevékenységre is képes lény. Az olyan társadalmak, amelyek csak ilyen racionális viselkedésre alapoznának, hosszútávon nem lennének életképesek.

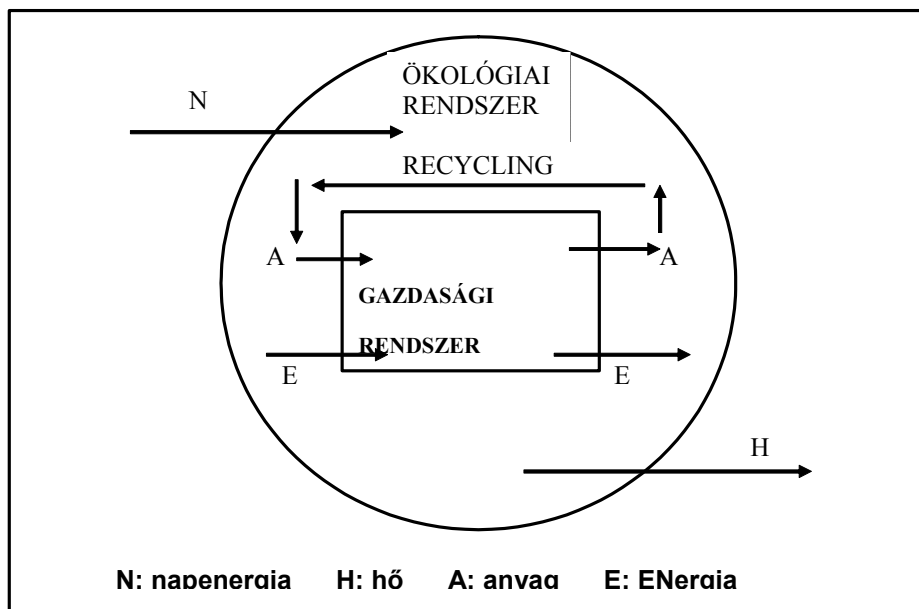
2.2 1993- 1999: A modern, non-mainstream közgazdasági irányzatok megismerése, kutatása

Az 1990-es évek közepén - a már a bevezetőben említett okok miatt – az intézetben a kutatási figyelem a modern, non-mainstream közgazdasági elméletek felé terelődött. Az új kollégák közül többen ezen irányzatok megismerésével, kutatásával kezdtek el foglalkozni. A legjelentősebb irányzatok az intézményi, az ökológiai, az evolúciós közgazdaságtan, valamint egyéb non-mainstream elmélete.

A következőkben a kutatási eredmények felhasználásával ezek közül kerül bemutatásra néhány.

2.2.1. Ökológiai közgazdaságtan

A nyolcvanas években jelent meg ez az irányzat, amely megpróbálja a közgazdaságtani felfogást ökológiai szempontból kiszélesíteni. Ez az irányzat a gazdaságot a komplex ökológiai rendszer alrendszerének tekinti (1. ábra). Nem szakít teljesen a hagyományos közgazdaságtannal, követői figyelembe veszik annak eredményeit.



1. ábra: Ökológiai közgazdaságtan: a gazdaság, mint az ökológiai rendszer alrendszere

Az ökológiai közgazdaságtan fontos jellemzője, hogy elsősorban nem monetáris formában törekszik a természet, a társadalom és a gazdaság kapcsolatának megragadására, hanem sokkal inkább természetes mértékegységekben igyekszik leírni a változásokat. Tétélei még nem alkotnak egységes elméletrendszert, éppen ezért a legfontosabb feladat annak megteremtése lenne.

Az ökológiai közgazdaságtan bemutatására két olyan irányvonalat választottunk ki, amelyek egyrészt az interdiszciplináris szemléletmódot, másrészt a szélesebb horizontú megközelítést jól példázzák. Az első a termodinamika főtételeinek alkalmazását sürgeti a gazdasági folyamatok leírására, a másik pedig a teljes gazdasági érték meghatározását kísérli meg.

A hagyományos közgazdasági nézeteket bírálva Georgescu-Roegen helytelennek tartotta a gazdasági körforgásról alkotott általános képet, mivel a gazdálkodás fizikai szempontjai kívül estek a vizsgálódások látószögéből. Szerinte az ökonómiának mindenek előtt a termodinamika főtételeit kell figyelembe vennie. Ismeretes, hogy a második főtétele kimondja: „Egy termodinamikailag egységes rendszerben, amilyen a föld is, az energia mennyisége állandó marad, de a felhasználással folyamatosan csökken egy adott energiamennyiség hasznos-

sága.” A többé már nem hasznosítható energiamennyiség mértéke az entrópia fogalmával jellemezhető. A gazdasági folyamatok alacsony entrópiájú anyagokat és energiát hasznosítanak a természetből, de a termelés során átalakítják azokat magasabb entrópiájú hulladékokká és szennyezésekké (Faber et al. 1998: 108). Például a magas hasznossági fokkal rendelkező, alacsony entrópiájú foszszilis anyagokat az égetés átalakítja, mely folyamat során az azokban tárolt energia felszabadul és szétszórt, többé csak nagy nehézségek árán hasznosítható gázok és részecskék keletkeznek.

Mindezek alapján Georgescu-Roegen szerint az előre adott fizikai határok figyelmen kívül hagyása, és az ebből származó illúzió, hogy végtelenül sok felhasználható energia áll a gazdaság rendelkezésére, a legfontosabb hibája a tradicionális közgazdaságtannak.

A másik kiválasztott irányvonal tárgya a teljes gazdasági érték, melynek pontos meghatározása alapvető jelentőségű, a releváns közgazdasági döntések meghozatalához.

Egy természeti jószág teljes értékét több tényező határozza meg. A teljes értéket meghatározó tényezőknek két nagy csoportját különböztetik meg: személyes használattal összefüggő és nem összefüggő értékek. A használati érték a környezet tényleges személyes használatából származik. Egy horgász, vadász, kiránduló, ornitológus, mind használja a természeti környezetet, és ebből haszna származik. Ha valaki gyönyörködik egy táj szépségében akár élőben akár egy fotón, szintén használja a környezetet, és abból haszna származik. Ez az érték a közgazdasági terminológia szerint a gazdasági érték. A magánjavak teljes gazdasági értéke megegyezik a használatból származó haszonnal.

A természeti javak esetében a használattal nem összefüggő értékek egyike az úgynevezett „önmagában való” érték, ami a pusztá létezésből adódik. Ez esetben az ember elismeri valaminek, pl. a természeti környezetnek a létezéshez való jogát és ennek tiszteletben tartásáért áldozatokra hajlandó.

Az ilyen értékek másik formája a választási lehetőség értéke, amely magába foglalja az egyén általi használat és a jövő generációk általi használat lehetőségének az értékét, továbbá annak az értékét is, hogy egyáltalán mások is használják a természet nyújtotta szolgáltatásokat. A művi és a természeti javak értékeléséből származó különbség elhanyagolása beruházási döntések meghozatalánál helytelen következményhez vezethet. Ha egy adott beruházás a természet átalakítását is jelenti, akkor a természet a teljes gazdasági értékből veszít, tehát a veszteségek nagyságának meghatározásakor nemcsak a használattal összefüggő értékvesztést, hanem a nem a használattal összefüggő értékek (örökölhetőség, létezés) csökkenését is figyelembe kell venni.

Sajátos ellentmondás, hogy az ökológiai közgazdaságtan úgy vállalko-

zott az ökoszisztéma szolgáltatásainak monetáris értékelésre, hogy alapvetően megkérdőjelezi a pénzbeli kifejezhetőséget.

2.2.2. *Evolúciós közgazdaságtan*

Az evolúciós közgazdaságtan nem közvetlenül ökológiai problémákkal foglalkozik. Egy olyan közgazdasági elméleti irányzat, amely ellentétben a főáramlati közgazdaságtan statikus felfogásával, alapvetően a gazdasági rendszerek és szereplők dinamikájával, fejlődésével foglalkozik. Az evolúciós közgazdaságtan képviselőinek a gazdasági evolúció fogalmának konkrét tartalmáról különböző nézetei vannak, abban azonban alapvetően egyetértenek, hogy a gazdasági rendszerek és aktorok magatartási formái állandóan változnak.

Elemzésük tárgya, a rendszerekben endogén módon jelentkező változások magyarázata: Az az elképzelés, hogy a gazdaságban az állandó változás belülről generált, alappremissza az evolúciós közgazdaságtanban, melyet összes irányzata elfogad.

Az evolúciós közgazdaságtan számos követője hasonlóságot lát az ökonomiai és ökológiai rendszerek fejlődési és kiválasztási folyamatai között. Felfogásuk szerint a gazdasági jelenségek lényegesen nagyobb hasonlóságot mutatnak a biológiai organizmusokkal és folyamatokkal, mint a neoklasszikusok által favorizált mechanikus világgal. Hangsúlyozzák a fejlődés történelmi determináltságát és útfüggőségét. Meggyőződésük, hogy a jövő nem prognosztizálható: A jövő nemcsak egyszerűen ismeretlen, hanem a döntés pillanatában egyáltalán nem is létezik.

A felhasznált módszerek szerint az evolúciós közgazdaságtan három áramlatát különböztethetjük meg:

- Az osztrák közgazdasági iskola hagyományaira épülő verbális irányzat. Alapvetően a növekedéssel, a konjunktúra ciklusokkal és az intézményi változásokkal foglalkoznak. Követői visszatérnek az elődök fő gondolataihoz és azokat próbálják felhasználni az aktuális problémák megoldására.
- A matematikai modellekre, illetve a számítógépes szimulációra alapozó irányzat az új technológiák és innovációk elterjedését, valamint a gazdasági növekedést vizsgálja. Legismertebb a Nelson és Winter által 1982-ben készített modell, mely az innovációt, mint evolúciós folyamatot értelmezte.
- A harmadik irányzat a komplex rendszerek felépítését, működését modellezi. A modellek általában a tanulásra képes, korlátozottan racionális gazdasági szereplők időbeli és térbeli kölcsönhatásait próbálják elemezni.

2.2.3. Új institucionalizmus

Az Új Intézményi Közgazdaságtan (New Institutional Economics - NIE) a konvencionális eszmék kiváló kritikusaikól eredeztethető, akik hittek abban, hogy az intézmények fontosak az elemzés szempontjából, illetve alkalmasak az elemzésre. Képviselői az intézmények eredetét, változását gazdasági alapon akarják magyarázni: jelentős mértékben gazdasági piaci erők idézik elő a régi intézmények megváltozását, s hozzák létre az új intézményeket. Az egyéni döntések és az intézményi változások kölcsönhatását olyan elméleti keretbe helyezve tanulmányozzák, amely a mikro elmélet talaján fogalmaz meg makrotársadalmi összefüggésekre vonatkozó kérdéseket.

Képviselői közül először is 6 Nobel-díjas tudóst említhetők meg: Kenneth Arrow, Friedrich Hayek, Gunnar Myrdal, Herbert Simon, Ronald Coase és Douglass North. Úttörőnek számított Alfred Chandler üzlettörténetben való munkássága. A szervezeti elméletéről főként Carnegie-ben folytak kutatások, ahol Simonén kívül Richárd Cyert és James March nevét emelhetjük ki. John R. Commons és Armen Alchian is eredeti és fontos gondolatokkal járult hozzá az institucionalista gazdaságtan tanulmányozásához. A Jogi részről különösen a szerződési joggal kapcsolatban is találhatunk elmélkedő teoretikusokat, pl. Karl Llewellyn, Stewart Macaulay, Ion Fuller és Ian Macneil. A Német Történelmi Iskola szintén foglalkozott ehhez kapcsolódó eszmékkel (Erik Furubotn és Rudolf Richter).

Az új intézményi közgazdaságtan - hangoztatja Williamson „egyesíti a jogtudomány, a közgazdaságtan és a szervezeti elmélet szemléletét”. A társadalmi elemzés négy szintjét különbözteti meg:

1. szint: Beágyazódottság
2. szint: Intézményi környezet
3. szint: Irányítás, vezetés
4. szint: Erőforrás allokáció, és foglalkoztatás

A legfelső szint a társadalmi beágyazódottság, beivódás szintje. Itt találhatóak a normák, szokások, erkölcsök, hagyományok stb. A vallás ezen a szinten jelentős szerepet játszik.

Bár az 1. szintet néhány közgazdasággal foglalkozó történész és más társadalommal foglalkozó tudós elemzi (Robert Leonardi, Raffaella Nanetti, Samuel Huntington, Victor Nee), a legtöbb institucionalista közgazdász úgy fogadja el, ahogy van. Az ezen a szinten levő intézmények nagyon lassan változnak, évszázadok vagy évezredek szükségesek hozzá.

A beágyazottság kérdését vizsgálják a társadalom szintjén (Granovetter)

és nagy számban foglalkozik ezzel a kultúráról szóló irodalom is (Paul Dimaggio).

Továbbá az ezzel kapcsolatos problémákat tárgyalja Neil Smelser és Richard Swedberg a *Handbook of Economic Sociology* (A közgazdasági szociológia kézikönyve) című könyvük bevezetőjében, ahol azt állapították meg, hogy „a beágyazottság fogalma még igen nagy elméleti pontosításra vár.”

Ha fel tudnánk ismerni és meg tudnánk érteni azokat a mechanizmusokat, amelyek révén ezek az informális intézmények létrejönnek és fenn tudnak maradni, nagyban elősegítené az 1. szinten található intézmények lassú változásának megértését. Oliver Williamson úgy gondolja, hogy többen ezek közül az informális intézmények közül spontán jönnek létre - azaz a tudatos tervezés csak minimálisan jellemző rájuk. Ha már adottak ezek az evolúciós eredetek, akkor ezeket „adoptálják”, ezért igen nagyfokú „mozdulatlanság” jellemzi őket - némelyeket azért, mert funkcionálisak (pl. a konvenciók); mások pedig igaz hívők csoportosulásai révén szimbólikus értéket képviselnek. Az így létrejött intézményeknek hosszantartó befolyásuk van arra, hogy egy társadalom hogyan irányítja önmagát.

A második szint az intézményi környezet. Az itt található struktúrák részben evolúciós folyamatok eredményei, de itt már a céltudatosság lehetősége is megjelenik. Ha túllépünk az 1. szint típusú „informális korlátokon (szankciók, tabuk, szokások, tradíciók stb.)”, akkor a formális szabályokhoz (alkotmányok, törvények, tulajdonjogok) jutunk el. Ez az elsőrangú gazdálkodásnak ad utat, ahol a cél a formális játékszabályok meghatározása, pontosítása.

A múlt árnyékának visszatartó hatása miatt a 2. szinten lévő céltudatos eszközök közé ugyanúgy beletartozik a kormányzás végrehajtói, törvényhozói, bírói és hivatalnoki funkciója, mint a hatalom felosztása a kormányzás különböző szintjei között (föderalizmus). Fontos jellemzője még a tulajdoni jogok és a szerződési törvények meghatározása, érvényesítése.

Bár az ilyen elsőrangú típusok vitathatatlanul fontosak egy gazdaság hatékony termelékenységének tekintetében (Nathan Rosenberg, L. E. Birdzell, Ronald Coase, North, Paul Spiller) egy progresszív típusú mindig felhalmozódó változást nehezen lehet kordában tartani. Tömeges elégedetlenség, polgárháborúk (A dicsőséges forradalom - North és Barry Weingast), vagy a második világháborút követő megszállások, elszenvedett fenyegetések (meiji forradalom), bukások (Kelet Európa és volt Szovjetunió), katonai puccs (Chile), vagy egy pénzügyi krízis (Új Zéland) - időnként igen nagy törést okoz a meghonosodott formákban.

Ilyenkor a reformok bevezetésének ritka lehetősége nyílik meg. Ilyen „sorsdöntő pillanatok” inkább kivételnek számítanak, mint szabályszerűnek.

Legalábbis részben, hiszen a mi kis primitív értelmi képességünknek köszönhetően az ilyen lehetőségekre való reagálásunk gyakran fullad kudarcba. Ilyen lehetőségek híján pedig a játékszabályokban történő nagyobb változások pusztán évtizedként vagy évszázadonként történnek. Az Európai Unió például már ötven éve „fejlődik” és fejlődésének még mindig csak a korai szakaszában van.

Amit gyakran Pozitív Politikai Elméletének (Positive Political Theory - PPT) hívnak az a 2. szinten levő intézmények gazdasági és politikai ágazatainak kidolgozásával foglalkozik. Az ilyen kutatások például is szolgálhatnak egy jobb államigazgatás irányadó elveinek kidolgozásához.

A PPT - ugyanúgy mint a NIE, amelynek része - a pozitív analízis egy feladata. A cél, hogy jobban megértsük azt, hogy hogyan működnek a valóságban a dolgok.

A tulajdonjog anyagi részének nagy hányada a 2. szinten helyezhető el. Ilyen típusú kutatások az 1960-as években jellemzőek. Ennek az elméletnek az egyik változata szerint „egy magánvállalkozói rendszer nem működhet rendesen, hacsak a tulajdonjogok nincsenek anyagi forrásokból előteremtve. Ha ez így van, akkor az az ember, aki anyagi eszközt akar igénybe venni, akkor annak megszerzéséért a tulajdonos részére kell, hogy fizessen. A káosz és a kormány is megszűnik, kivéve a jogrendszert, ami szükséges a jogok meghatározásához és a vitás esetekben való döntéshez.” (Coase)

Amint a jogokat meghatározták és az érvényesítésük is biztosított, a kormány félre áll. A piac csodásan működik.

Williamson úgy véli, hogy ez a tömör állítás a jogokról szóló irodalom erősségét és gyengeségét is illusztrálja. Erőssége ennek az elméletnek, hogy a jogokat helyezi előtérbe, ahol azoknak lenni is kellene (Armen Alchian, Coase, Harold Demsetz). A gyengesége a túlzott taktikázás. Az a kijelentés, pl. hogy a jogrendszer majd megszünteti a káoszt azáltal, hogy a jogokat meghatározza és érvényesíti, azt feltételezi, hogy az ilyen jogok meghatározása és érvényesítése könnyű (költségmentes). Sok ügyletről ez nem mondható el.

A játékszabályokon túl (tulajdon) a játék menetét (szerződés) is figyelembe kell venni. Itt jutunk el a szerződéses kapcsolatok irányításához az 1970-es években.

Ez pedig a 3. szintre vezet át minket, ahol az irányítás, vezetés intézményei találhatóak. Bár a tulajdon fontos tényező marad továbbra is, a tökéletesen működő adásvételi szerződési törvényeket meghatározó érvényesítő jogrendszer még nincs kidolgozva. Mivel a költségnélküli bírósági rendelkezés csupán fikció, a szerződések ügyeinek intézését és a viták rendezését legtöbbször közvetlenül maguk a felek intézik -magánrendelkezés útján. Felmerült az az igény is, hogy inkább több szerződési törvénynek (Clyde Summers, Ian Macneil), mintsem egy

univerzális törvénynek vetik alá magukat. Ezen a szinten a szerződéses kapcsolatok kézben tartása válik az elemzés központjává.

John R. Commons már korábban elképzelte ennek működését a következő megállapítással: „a tevékenység végső egységének önmagában tartalmazni kell a konfliktus, a kölcsönösség és a rendelkezés három elvét. Ez az egység pedig nem más, mint a tranzakció.” Ez nemcsak azt eredményezi, hogy a közgazdaságnak el kell fogadnia azt az elméletet, hogy a tranzakció az elemzés alapegysége, hanem azt is, hogy az irányítás egy erőfeszítés arra, hogy jártas legyen a rendeletekben, így csillapítsa a konfliktust és mindkét fél számára közös hasznot eredményezzen.

A standard neoklasszikus elméletben ugyanis a szerződések az árverezőn át valósultak meg. A piacon arcnélküli gazdasági alanyok találkoztak egy pillanatra, hogy standardizált árut cseréljenek egyensúlyi áron. A tranzakciók költségmentesek voltak. Az új intézményi iskolánál nem arcnélküli szereplőkkel van dolgunk, hanem a szereplők identitása lényeges, s nagy hangsúlyt kap a szerződéssel kapcsolatos folyamatok tanulmányozása is, figyelmét a szerződés utó szakaszára is fordítja.

Ez négy lépést von maga után:

1. kijelöli és megmagyarázza a főbb dimenziókat, tekintettel azokra, amelyeknél a tranzakciók különböznek (tehát felfedi a különböző alkalmazható igényeket);
2. megnevezi és magyarázza az irányítás struktúrájának jellemzésére vonatkozó főbb sajátosságokat (hiszen a piacok az állami és helyi érdekeket szolgáló intézmények, cégek, rendeletek, minisztériumok, non-profit szervezetek stb. eltérő szerkezeti felépítésűek);
3. diszkrimináló intézkedéseket fogyanatosít, amelyek értelmében a tranzakciókat a vezetési szerkezetekkel hangolják össze;
4. meggyőződik arról, hogy az előre látható összehangolást alátámasztják-e az adatok.

2.3 2000-től napjainkig: A hagyományos és az interdiszciplináris közgazdasági megközelítés párhuzamossága

A neoklasszikus elmélet ismert hiányosságai alapján indokoltnak látszik a közgazdaságtan módszertani felülvizsgálata. Ennek egyik módja lehet a transzdiszciplináris megközelítés. A pontos értelmezéshez szükséges a diszciplináris, interdiszciplináris és transzdiszciplináris megközelítés megkülönböztetése.

A hagyományos megközelítés szerint éles határok vannak az egyes tu-

dományágak között. Az eltérő nyelvezet és a hiányzó kommunikáció a diszciplínák között szinte lehetetlenné teszi a határokat átlépő kérdések megoldását. Az interdiszciplináris szemlélet esetén a tudományágak között nincsenek éles határvonalak, sőt gyakran átfedik egymást, végül is a kutatási eredmények kitöltik a „fehér foltokat”. A transzdiszciplináris megközelítés egyesíti az egyes tudományágak tudásanyagát, így az az önálló diszciplínák által megoldhatatlan problémákat is leküzdhetővé teszi.

Az igazi transzdiszciplináris megközelítés esetén ugyanis a felmerülő feladatokat teljes tudományos egységben vizsgálják, a diszciplínák közötti határok eltűnnek, egységessé válik a tudományos vizsgálódás. A természettudományok mellett a politikatudományok és a jogtudományok bekapcsolása is szükséges a hagyományos közgazdaságtan modernizálásához.

Az intézetben, a kollégák részéről is felerősödtek azok a kutatási igények, amelyek a közgazdaságtan interdiszciplináris megközelítésén alapulnak. Az oktatók összetétele - végzettségüket tekintve - nagyon heterogén (közgazdász, mérnök, jogász, fizikus, informatikus, matematikus), ezért lehetőség nyílt a hagyományos közgazdasági, ökonometriai és gazdaságpolitikai kutatások mellett sajátos jellegű kutatásokra, mint a gazdasági folyamatok vizsgálata, mint komplex rendszerek; analógiák keresése a biológia, fizika és a közgazdaságtan viszonylatában, valamint a retorikai közgazdaságtan kutatása.

2.3.1. *Hagyományos kutatási területek*

A kis- és középvállalatok együttműködésének elvi kérdései és gyakorlati tapasztalatai Borsod-Abaúj-Zemplén megyében

Napjainkban a kis- és középvállalatok mindenütt egyre nagyobb figyelmet kapnak gazdasági, és főként társadalmi jelentőségük miatt. A gazdasági életben zajló változások következtében megnőtt a bizonytalanság és felértékelődött a rugalmasság a vállalati gazdálkodás minden területén, mely folyamatos megújulásra, új utak és megoldások keresésére kényszeríti a gazdasági élet szereplőit. Ezek egyikének tekintjük a hálózatosodást, a vállalatközi kapcsolatok széles skálájának kialakulását.

A magyarországi kis- és középvállalatok kialakulása és fejlődése több szempontból is sajátos. Sem a Nyugat-Európára jellemző, alapvetően közgazdasági logikán alapuló szerves fejlődési folyamattal, sem pedig az ázsiai országok társadalmi tradíciókon nyugvó kis- és középvállalati szektorával nem mutat érdemi hasonlóságot. Kialakulása és fejlődése nem tekinthető organikusnak, mert a

rendszerváltás után nagyrészt kényszerből jött létre. Másrészt kialakulásában és fejlődésében a társadalmi hagyományok nem játszottak és játszanak markáns szerepet. Mindez meghatározó működésük, attitűdjeik és gyakorlatuk szempontjából egyaránt.

Ezek a sajátosságok akkor is szembevetődnek, ha a hazai kis- és középvállalati szektor számos statisztikai mutató tekintetében nem különbözik jelentősen más európai országoktól. Éppen ezért a rendelkezésre álló nemzetközi kutatások eredményei csak óvatosan használhatók a kutatásokban. A vizsgálatok ezt a hiányt kívánták pótolni, egyrészt arra keresve a választ, hogy általában véve milyen munkamegosztási sajátosságok tapasztalhatók a kiválasztott kis- és középvállalati körben, másrészt milyen jellegzetes eltérések tapasztalhatók a nemzetközi felmérésekhez képest.

A kutatások során a téma kutatói által relevánsnak tekintett szakirodalom feldolgozására, ezt követően pedig kérdőíves megkérdezésre és az így nyert adatok statisztikai kiértékelésére került sor. Az empirikus kutatás az alábbi kérdésekre kísérelt meg megbízható választ adni:

- Milyen arányú a megyei kis- és középvállalatok körében a vállalati együttműködésben való részvétel a vizsgálat idején? Milyen típusú (vállalati méret, tevékenységi kör) vállalatokra, mely együttműködési területeken jellemző?
- Milyen motivációi és akadályai vannak az együttműködésnek? Milyen különbségek vannak vállalatméretenként és tevékenységi körönként?
- Kimutatható-e pozitív kapcsolat a vállalati együttműködés ténye és a vállalat gazdasági helyzete, teljesítménye között? Van-e különbség a versenyképes és stabil vállalat és a gyengébben teljesítő vállalat együttműködési képessége és szándéka között?
- Gyakorol-e befolyást a helyi közösségben, az úgynevezett társadalmi hálóokban való részvétel az együttműködés jellemzőire?

Fiskális eszközök a növekedésorientált gazdaságpolitika szolgálatában

A gazdaságpolitika elsődleges célja a minél nagyobb és minél általánosabb jólét elérése. A jólét hosszú távú növeléséhez vezető út pedig nem lehet más, mint a gazdaság élénk, ugyanakkor fenntartható ütemű fejlődésének biztosítása. Ezért kulcskérdés a gazdaságpolitikában, a makro- és nemzetközi közgazdaságtanban a gazdasági növekedés vizsgálata. A gazdasági növekedés kérdésköre különösen hangsúlyosnak és időszerűnek tűnik Magyarországra szempontjából, mivel az Európai Unióhoz való csatlakozást követően a gazdasági felzárkózás kérdése még inkább a figyelem középpontjába került. Logikusan felmerülő kérdés, hogy mit lehet tenni a hosszú távú gazda-

sági növekedés ütemének serkentéséért. A kérdés a gazdaságpolitika égisze alá is tartozik, aminek eszközei közül a költségvetési politika növekedésre gyakorolt hatását választottam szűkebben vett témaként. Referenciaországként Írországra esett a választásom, mert az elmúlt két évtizedben nyújtott teljesítményével bebizonyította, hogy a felzárkózás nem csak álom, és a gazdaságpolitika valóban segítséget nyújthat a folyamat gyorsításában.

Az empirikus vizsgálat során (a téma makrogazdasági jellegéből fakadóan) különböző nemzetközi statisztikai adatbázisokból származó adatokra támaszkodva kerültek számítások végrehajtásra. Az elemzés első részében egyszerű statisztikai módszerek segítségével, az SPSS 14.0 és az EViews 4.1. programcsomagok alkalmazásával végzett vizsgálatok folytak, míg az empirikus munka második részében egy harmadik generációs modell alapján kiszámított empirikus tanulmány paraméter-becsléseinek felhasználásával a költségvetési politikában hosszú távon tapasztalható tendenciák, és bizonyos költségvetési megszorítások (a Bokros-csomag és a jelenlegi konvergencia program) kerültek számszerűsítésre.

A kutatás célja a költségvetési politikának a hosszú távú gazdasági növekedés ütemére gyakorolt hatásának vizsgálata, az ír tapasztalatok magyar viszonyokra való adaptálhatóságának elemzése. A rendelkezésre álló statisztikai adatok alapján végzett elemzésekkel az alábbi kérdésekre kíséreltünk meg választ adni:

- A referencia országokban megfigyelhető-e a költségvetési változók és a gazdasági növekedés hosszú távú üteme között az elméleti modellek által előrejelzett, illetve más empirikus tanulmányok által kimutatott kapcsolat?
- Hozzájárult-e a kiemelkedően magas növekedési ütem kialakulásához, és hosszú távú fenntartásához a fiskális politika Írországra?
- Milyen növekedési hatást tulajdoníthatunk a költségvetési politikában az elmúlt másfél évtized során bekövetkezett irányváltásoknak, illetve a közelmúlt eseményeinek (konvergencia program) a két vizsgált országban?

Az üzleti tudás sajátosságai

Az intézményi közgazdaságtan kutatásai egyértelműen rámutattak, hogy a közgazdaságtan klasszikus kérdésére – Mitől gazdagodnak meg az emberek vagy a nemzetek? – nem lehet megfelelő választ adni úgy, hogy csak a jól számszerűsíthető tényezőket vesszük figyelembe. Ennek belátása vezetett a kevésbé kvantifikálható, ún. intézményi tényezők kutatásához.

A kutatás központi eleme az üzleti tudás vizsgálata volt, különös tekintettel annak sajátosságaira és földrajzi koncentrációjára. Az üzleti tudást tulajdonképpen szintén egyfajta intézményi tényezőként foghatjuk fel, melynek jelenléte felporzítja egy régió gazdaságát, míg annak hiánya a növekedés és fejlődés egyik legnagyobb gátja lehet. Mivel kevésbé számszerűsíthető, az üzleti tudás koncentrációjának mérése ugyanolyan problémákat okozhat, mint más intézményi tényezőké. Ezen probléma áthidalására a skálafüggetlen hálózatok lettek segítségül hívva, mely olyan hálózati tipológiát jelent, ahol erős, de csekély számú középpont mellett számos, alig bekötött kapcsolat létezik. Bebizonyosodott, hogy az üzleti tudás ipari parki adatokon tesztelt változata valóban skálafüggetlen eloszlást mutat, ami az erős koncentrációjára utal.

Matematikai közgazdaságtan

A kutatás annak vizsgálata, hogyan változtak a matematikai eszközök és módszerek a közgazdasági elméletben, és annak vizsgálata, milyen hozzájárulást jelentett a matematikai modellek alkalmazása a közgazdaságtan, mint elméleti tudomány fejlődésében. Elsősorban az értékelméletben, az egyensúlyelméletben és a gazdasági növekedési elméletekben felhasznált matematikai módszerek változása kerül elemzésre, többek között Léon Walras, John Richard Hicks és Robert E. Lucas Jr. munkái alapján.

2.3.2. Interdiszciplináris kutatási irányok

A gazdasági jelenségek vizsgálata, mint komplex rendszerek

A hagyományos gazdaságtan által vizsgált szélsőséges gazdasági esetek (monopólium, tökéletes verseny) leginkább elméleti eszmefuttatások, de a bennünket körülvevő világot nem jellemzik hűen.

Erre a problémára a megoldás a különböző tudományterületeket elegyítő, több helyen is felhasznált komplexitás-elmélet lehetne, amely komplex rendszerekként próbálja modellezni a környezetünket, s ezen modellek viselkedéséből következtet általánosabb összefüggésekre, amelyek a világ mélyebben fekvő törvényszerűségeire világítanak rá.

A globalizálódó világban egyre szembetűnőbb az a tény, hogy a különböző rendszerek összefüggésben állnak egymással. S itt most nemcsak adott területen belüli rendszerekre gondolok, hanem a különböző tudományterületek rendszereire is.

A rendszerek alkotóelemeit – amik akár újabb rendszerek is lehetnek – jellemző tulajdonságok összességét mikroállapotoknak nevezik, s minél több alkotóelemből áll egy rendszer, annál nagyobb a mikroállapotok lehetséges variációja.

A szinergia jelenségének hatására a rendszereket többfajta tulajdonsággal jellemezhetjük, mint magukat az alkotóelemeket. Ezen kialakuló, létrejövő tulajdonságok gyakran aggregáció révén származtathatóak. Így a sok, különféle mikroállapothoz kevesebb, kifejezőbb makroállapotot rendelhetünk. Ez a hozzárendelés nem kölcsönösen egyértelmű, egy makroállapothoz több mikroállapot tartozhat. Minél több mikroállapot tartozik egy makroállapothoz, annál komplexebb a makroállapot.

A hagyományos rendszereket a következő tulajdonságok jellemezik:

- Előrejelezhető / Jósolható viselkedés.
- Kisebb számú interakció, kevesebb előre- és visszacsatolás a rendszerben.
- Központosított döntéshozatal.
- Felbontható rendszerek.

Ezzel szemben a komplex rendszereket jellemező tulajdonságok:

- Paradoxonok a rendszer tapasztalt viselkedésében, ami inkonzisztens jelenségekre utal.
- Nagyszámú kapcsolatok, több előre- és visszacsatolás a rendszerben, ami a rendszer viselkedésének lebontathatlanságát okozzák.
- Instabilitás, ami a kis változások lehetséges, későbbi, nagy hatása miatt van.
- Kiszámíthatatlanság, mivel a rendszer viselkedése nem követ szabályokat.
- Létrejövő tulajdonságok, szinergiahatás, amik önszerveződő minták.

A komplexitást mégis a rendszer rend és a káosz közötti egyensúlyaként definiálhatjuk. Ezen egyensúlyt sokszor úgy értelmezhetjük, hogy a megfigyelt rendszerek viselkedése nem jellemezhető sem a kaotikusság, sem a rendezettség tulajdonságaival. A rendszerek valahol a kettő között egyensúlyoznak.

Az élet különböző területein empirikusan is megfigyelhető rendszerek – legyenek azok a gazdaság vagy a természet, netán a társadalom területéről vettek – működésük során bizonyos szervezethez tesznek szert, amit gyakran hívnak a rendszer önszerveződésének.

A önszerveződést sokféleképp jellemezhetjük. Térben és/vagy időben – vagy akár másképpen, például lelkiekben is – nyilvánul meg. Ezek azok a minták, amelyeket a kutatók kereshetnek a rendszer viselkedésének megfigyelése során. Ezen mintákat általában a statisztika módszereivel kutatják, keresik.

A tudomány vagy az élet fejlődése is azt igazolja, hogy a rendszerek egyre bonyolultabb felépítéssel egyre bonyolultabb viselkedésre képesek. Feltehetjük

tehát a kérdést, hogy az idővel az evolucionáris rendszerek hajlamosak komplexebbé válni? Ha igen, akkor mi módon, s egyáltalán a folyamat visszafordítható vagy sem?

Az egyidejű-evolucionáris diverzitás növekedése egymással kölcsönhatásban lévő populációkban figyelhető meg. Populáció alatt nemcsak élőlények csoportját értem. A diverzitás öngerjesztő folyamat, mellyel a környezet élettérbeli réseit töltik ki az élőlények, rendszerek, s ezáltal akár újabb réseket is kialakítva (mikroproceszor fejlődése fejlesztette a memóriachipeket, a szoftvereket, stb... átalakítva a saját, személyes életterünket is). A diverzitás viszont – amikor életképtelen vagy alkalmazkodni nem tudó entitásokat mások váltanak fel – csökkenhet is.

Empirikusan is megfigyelhetőek viselkedési minták, amint azt a természetben jelenlévő különböző tömegjelenségek esetében is tapasztalhatjuk. Ilyen a madarak felrebbenése, a stadionbeli tömegek önszórakoztató hullámozása, vagy a metróbeli tülekedés lefolyása. Ezen jelenségeket matematikailag egyenletekkel is jellemezhetjük. (Ezt a témát Magyarországon Dr. Vicsek Tamás kutatja is.)

A legérdekesebb az, hogy az ilyen egyenleteket egyszerű szabályokra építve is fel lehet állítani. Például a madarak felrebbenésekor azt az egyszerű szabályt követve, hogy egy adott példány a mellette lévő repülési irányát követi. Így ha a kezdeti haladási irányok véletlenszerűen is meghatározottak a csoporton belül, s a csoport nem oszlik viszonylag messze lévő kisebb csoportokra, akkor egy idő után a teljes csapat egy uralkodó irányt vesz fel.

Ez ahhoz vezet, hogy az egyszerű szabályokat akár egyszerű algoritmusokra is felválthatjuk, s a különféle matematikai egyenletek is lehetnek akár bonyolultabbak, a fizikai jelenségeket hűbben tükrözve. Így elérhetünk egyre bonyolultabb rendszerviselkedéseket is egyszerű algoritmusokkal.

Brian Arthur tette fel a kérdést, hogy lehetséges-e tőzsdét úgy szimulálni, hogy a következő kérdésekre választ kaphassunk:

- Van-e az értékpapíroknak egy meghatározható alapvető értéke, amelyet a várható jövőbeli hozamok figyelembe vételével kiszámíthatunk?
- Található-e olyan szisztéma, amellyel több profitra tehetünk szert, mint az egyszerű adásvételi ügyletekkel?
- Van-e egyáltalán egyensúly ezeken a piacokon?

A létrehozott modellben egy, véletlenszerű osztalékpolitikájú vállalat adott mennyiségű részvényeit forgalmazták, s az ügyleteket adott létszámú ügyfél végzi. A kezdeti feltételeket – az eladásról, tartásról és vételről szólókat – véletlenszerűen osztották ki az ügyfelek között. Ha egy tranzakció feltételei teljesültek, s profitot is hoztak, akkor az adott feltételek erősödtek, s a sikeres feltétele-

ket az ügyfelek kombinálhatták is egymással, így létrehozva újakat. Az ügyfelek viselkedését tehát genetikai algoritmusok szabályozták. A modell eredményeiben tapasztalt jelenségek is megmutatkoztak. Voltak árfolyamlufik, tőzsdekrachok, s az árfolyamok az alapvető érték körül véletlenszerűen szórtak.

A közgazdasági retorika

A közgazdászok mindig is törekedtek arra, hogy a valós gazdaságról megbízható ismereteket szerezzenek. Ezen cél elérése érdekében számtalan kötelezően betartandó szabályt alkottak (az episztemológiai v. tudományelméleti szabályok összességét). A fentiek szöges ellentétéként 1983-ban Donald N. McCloskey meghirdette a közgazdaságtan retorikai megközelítését: az elmélet tudományos értékének és elfogadhatóságának legfőbb kritériumaként – az igazság keresése és a formalizált tudományelméleti szabályok szigorú követése helyett – a közgazdaságtan korábbi, természetes nyelvi kifejezőmódját és az elmélet, valamint alkotójának meggyőző erejét hangsúlyozva.

A kutatás célja annak megállapítása, hogy a McCloskey által javasolt új szabályok, i.e. a tiszta érvelés, a gazdasági diskurzusok, írott és nyomtatott gazdasági szövegek, gazdasági metaforák vizsgálata megbízhatóbb tudáshoz vezet-e a valós gazdaságról, mint a tudományelméleti szabályoknak való maradéktalan megfelelés. Hazánkban a közgazdaságtan retorikai paradigmájának vizsgálata egészen új területnek számít, mivel magyar nyelvű szakirodalom a témában eddig még nem született.

A fenti kérdés megválaszolásához összehasonlító elemzés készült – a szakterület jeles képviselőivel készített személyes konzultációk, illetve McCloskey művei és az azokat ért bírálatok alapján – az alábbi öt területen:

1. A közgazdaságtan módszertanáról általában;
2. A tudományos ismeret kritériumai;
3. A közgazdászok bűnei;
4. A közgazdaságtan retorikai és irodalmi jellegéről;
5. Az igazság fogalma a közgazdaságtanban.

Biológiai analógiák a közgazdaságtanban

A hálózat, kooperáció, szinergia, reciprocitás - számunkra új fogalmak - a biológiai kapcsolatkeresés eredményei -, melyek az utóbbi években jelentek meg a közgazdaságtanban, s melyek az új elméleti megközelítéseknek alapvető építőköveivé váltak. Példaként említhetjük a játékelméletet, ahol az altruisztikus és az egoisztikus viselkedésmódok között húzódó feszültséget próbálják feloldani. Egy másik terület a társadalmi csoportalkotási folyamat elmélete, ahol a biológiai szimbiózis és koevolúció fogalmainak beemelése jelenthet előrelépést.

A biológián belül alapvetően két kutatási irányvonalat szoktak megkülönböztetni:

- A funkcionális biológia, más néven a test biológiája, a testben lezajló kémiai és fizikai folyamatokkal foglalkozik, és elsősorban az egzakt tudományok analógiáit használja.
- Az evolúciós biológia, vagy a „genetikai program” biológiája, megkísérli megmagyarázni, miként jön létre egy biológiai struktúra genetikai állománya. Lényegében két kérdésre keresi a választ: hogyan magyarázható a valós biológiai rendszerek (organizmusok) létezése, és hogy magyarázható a fajok sokszínűsége és változása?

Fontos kérdés, hogy milyen hasonlóságokat tudunk felismerni a funkcionális biológia területén, amelyek alkalmasak a közgazdaságtani felhasználásra:

Decentralizált szabályozás:

Általában a természetben nincs központi szabályozás, mihelyt ez kívülről - az ember által - történik, zavarok lépnek fel a fennmaradásért folyó harc által irányított, önszerveződő biológiai rendszerekben. Ennek jelezni kellene az ökonómia felé, hogy decentralizált rendszereket központilag nem lehet szabályozni. Bár ez magától érthetőnek tűnik, a vállalatoknál gyakran történnek kísérletek, decentralizált rendszerek központi irányítására. Sokszor előfordul, hogy vállalatok megpróbálnak önszabályozó rendszereket létrehozni, de azt feleslegesen is befolyásolják a menedzsmenten keresztül. Olyan rendszereket kellene tervezni, melyek nem állnak központi befolyás alatt. Ezek a kérdések konkrétan felmerülnek a lean management, a munkatársak ösztönzése és a csoportmunka területén.

A természetből vett megoldások egyik lehetősége a csoportban élő rovarok szervezeti felépítésének vizsgálata (pl. hangyatársadalom). Ezen „társadalmak” decentralizált felépítésűek, ami kizárólag azzal magyarázható, hogy így érhető el a leghatékonyabb együttélés - felsőszintű szabályozás nélkül - a társadalom tagjai, tehát az egész rendszer számára.

Komplementáris megoldások:

A természetben a legtöbb esetben több, párhuzamos rendszer létezik egymás mellett, értve ez alatt például specializált és általános stratégiák rendszerét. A természetben, gyakran már szervezeti szinten is, egymást kiegészítő, segítő stratégiák kerülnek megvalósításra és nem egységes szabadalmak. Így például a növények gyakran kombinálnak különböző mechanizmusokat víztakarékoskodás céljából. Ennek a kombinált folyamatnak az előnye a változásokra történő

gyors reagálás. A különböző stratégiák variációja esetén nagyobb a valós esély arra, hogy egy ezek közül a stratégiák közül egy vagy több használhatónak bizonyul.

Ez az elv a gazdaság különböző területein - nemzeti és vállalati szinten is – használható. Az ilyen rendszerek sokkal könnyebben ellenőrizhetők, kevésbé érzékenyek a válságokra és kedvezőbb lehetőségeik vannak az esetleges új fejlődési utakra lépéshez.

Például az energiaellátás területén már léteznek ilyen ellátó rendszerek, amelyek több energiatermelő és ellátó egységre támaszkodnak, és az energiaforrásokból is többfajta használják fel. Egyes termelőegységek meghibásodása esetén azok kiesését átveszik más egységek. Az energiaforrások piaci árának változására is gyorsabban reagál az ilyen felépítésű rendszer.

Rendszerpolitikai ajánlások:

Nem új, már létező rendszerpolitikai javaslatok vagy eljárások esetén a meggyőzés nagyobb erejű az alapján, hogy az ökológiai rendszerekben hasonló analóg minták már léteznek és megfelelően működnek.

A megoldási minták variációi:

A természetben gyakran előfordul – külső körülmények és a szelekció erősítése miatt -, hogy csak az adott „cél” ismert, de nem a hozzá vezető megoldás. Léteznek különböző megoldási variációk, és az adott körülmények döntenek el, melyik lesz a célra vezető. Ezáltal lehetőség nyílik arra, hogy egyes vállalatok a költségstruktúrájuknak megfelelő újításokat választhassák, melyek előrelépést jelentenek számukra. Ezáltal az innovációk hatékonyan használhatók és költségmegtakarítást idéznek elő. A vállalatoknak lehetősége van az új gazdasági kihívásokra rugalmasan reagálni. Egyébként ezzel az analógiával alátámasztható a közvetlen környezetpolitikai szabályozás szükségessége is.

Viselkedési minták evolúciója:

Az ökológiai rendszerekben a viselkedési minták sohasem állandóak, hanem folyamatosan változnak, fejlődnek. Azokat úgy kell kialakítani, hogy integrálni tudják az új ismereteket, és változtathatók legyenek az új követelményeknek megfelelően. Ha található a természetben olyan általános minta, amely a dinamikus változásokhoz igazodni tud, akkor azt a gazdaság számára meg kell próbálni leképezni és bevonni az ökonómiai folyamatokba.

Költségminimalizálás:

A természetben megfigyelhető, hogy az egynyári növények alacsony

„fixköltséggel” rendelkeznek ellentétben az évelő növényekkel. Ezt az analógiát felhasználva a vállalatoknál olyan költségstruktúrát lehet kialakítani, ami alacsony fixköltséget takar, növelve a mobilitást, illetve hátrányos termelési és piaci viszonyok esetén a rugalmasságot. A fix költség alacsony szinten tartása nem új elképzelés, de pozitív példa a biológiai analógiák hasznosságára.

Logisztikai ötletek:

A növényekben egy folytonos, úgynevezett alternatív „termelés” zajlik. Ez egy nagyon összetett koordinációt igénylő művelet, amely a vállalati logisztikával hasonlítható össze. Ennek az analógiának a vizsgálata a vállalatok számára adhat tanácsokat a logisztikai problémák megoldására.

2.3.3. OTKA kutatási projektek

Az agrárintegrációk eddigi tapasztalatai és távlatai hazánkban és az EU-ban, különös tekintettel az átalakuló társadalmi viszonyokra (1997-2001)

„Az agrárintegrációk eddigi tapasztalatai és távlatai hazánkban és az EU-ban, különös tekintettel az átalakuló társadalmi viszonyokra” című OTKA projekt az agrárintegráció makrogazdaság-politikai alapjaira, a válság-agrárpolitikai kezelésére, a vidék infrastruktúrájának jelentőségére és a mezőgazdaság ágazati kapcsolataira vonatkozó vizsgálatokat tett lehetővé.

A kutatás integrációelméleti vetülete a korszerű integráció-fogalom definiálási nehézségeit tárgyalta, valamint az integráció és a szövetkezés új jelenségeit vizsgálta a '80-'90-es évtizedekben megváltozott körülmények között, neoinstitucionalista megközelítésben. A tranzíciós folyamatban bebizonyosodott, hogy a '70-es évek magyar agrárintegrációja gyengének bizonyult a változásokkal szemben. A jövő szempontjából ezért a fejlett piacgazdaságok tapasztalataira és az EU-integráció hatásaira figyelemmel kereshetők válaszok az agrárintegráció gyakorlati problémáira. A kutatás ezért az agrár integráció gyakorlati problémáinak megoldás-keresésére koncentrált, figyelembe véve a fejlett piacgazdaságok, valamint az EU integráció folyamatának befolyását is.

A globalizáció elméletek újabb vonulatai (1999-2002)

„A globalizáció-elméletek újabb vonulatai - globalitás és fenntartható fejlődés” című, OTKA projekt keretein belül a globalizáció-elméletek rendszerezése, a globalizáció társadalmi, gazdasági, fenntarthatósági aspektusainak vizsgálata történt meg.

A globalizáció új paradigmaként jelent meg, mellyel a kilencvenes évek óta szakkönyvek és tudományos cikkek garmadája foglalkozott, hiányosságuk volt viszont, hogy a különböző tudományterületek különböző nézeteket valló

képviselői nem folytattak párbeszédet. A kutatás újszerűsége a multidiszciplináris megközelítésben rejlett, politológus, szociológus és közgazdász szakemberek bevonásával jutottunk közelebb a globalizáció komplex értelmezéséhez.

Globalizáció – EU integráció. Magyarország felzárkózási stratégiái (2004-2006)

Az intézet kollégái részt vettek a „Globalizáció – EU integráció. Magyarország felzárkózási stratégiái” címmel folytatott kutatási projektben is (Dr. Tóthné dr. Szita Klára egyetemi docens vezetésével), mely az első kutatásban felvázolt keretrendszerben vizsgálta Magyarország EU csatlakozásának körülményeit, és legfrissebb tapasztalatait.

A témában folytatott szakirodalmi kutatások szintézisére építve a kutatás Magyarország potenciális helyét kereste a kirajzolódott jövőképekben, néhány, főként szektorális vagy regionális kérdésre nagyobb hangsúlyt fektetve (élelmiszerellátás, energia, fenntartható fejlődés, kis-és középvállalkozások, regionális fejlődés). A munka a korábbi OTKA kutatásnak (T 29862) köszönhetően túllépett az elméleti összefüggések áttekintésén, tapasztalati, empirikus kutatási eredmények felhasználásával próbálta behatárolni azt a mozgásteret és azokat a lehetőségeket, ahol kitörési pontok lehetségesek Magyarország számára.

MARKETINGINNOVÁCIÓK-INNOVÁCIÓMARKETING – A MARKETING INTÉZET SZAKMAI TÖREKVVÉSEI ÉS EREDMÉNYEI

DR. PISKÓTI ISTVÁN*

A kar alakulását követő években az egyre több marketinghez, külkereskedelemmel kapcsolódó tárgy oktatására, és a megindult kutatási programokra épülően 1994-ben alakult meg a Marketing Tanszék, melynek szakmai alapítási célja a marketing, az egyes funkcionális és alkalmazott szakterületeit átfogó tantárgyainak különböző képzési formákban történő oktatása, a tudományterületen kutatási, vállalkozási, tanácsadói tevékenység folytatása, s ennek sikere érdekében új szakmai, szervezeti megoldások kidolgozása, hazai és nemzetközi együttműködések kialakítása lett.

A következő oldalakon egy kis történeti összefoglalás keretébe illesztve a legfontosabb szakmai, kutatási eredmények néhány elemét foglalom össze annak érzékeltetésére, hogy miként sikerült marketinginnovációkat, új megoldásokat megvalósítani, s miként kísérte végig az elmúlt közel másfél évtizedet az innovációmarketing vonulata.

1. Egy kis intézeti történelem – szélesedő oktatási és kutatási tevékenység

A tanszékalapítást követő évben, 1995-ben az egyetemi, gazdálkodási szakon elindult a *Marketing-szakirány*, melyen eddig több mint 700 hallgató végzett. Még az évben láttuk vendégül a Magyar Marketing Szövetség keretében „frissen alakult” *Marketing Oktatók Klubjának első konferenciáját*, s adtuk ki először a *Marketing Tanulmányok* kiadványunkat. 1996-tól tíz éven keresztül társszervezői voltunk - a minden év júniusában Keszthelyen tartott - *Magyar Marketing Műhelyek (MMM) országos konferenciának*. Szintén ez évtől kerül megrendezésre a decemberi, regionális hatókörű *Miskolci Marketing Szimpóziumunk*, az adott év aktualitásait, kutatási eredményeit bemutató, a MAB-munkabizottságával közös konferenciánk.

Az első néhány évben megvalósult a tanszék, s oktatóinak a hazai szakmai közéletbe történő beilleszkedése, melyben a közösségi, városmarketing-témában végzett kutatásaink révén pozicionálásunk is sikeresen megvalósult. 1997-ben megjelentettük – a témában az országban elsőként - a *Régió- és telepü-*

* intézeti igazgató, egyetemi docens

lésmarketing szakkönyvünket, melyet később a Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó számára átdolgoztunk.

2000-ben - a kari szervezetfejlesztési program keretében - megalakul a Marketing Intézet, melynek két tanszéke a Marketingstratégia és Kommunikáció és a Nemzetközi Marketing Tanszék lett. Az oktatási tevékenységünk kiszélesítését jelzi, hogy 2001-ben elindult az *ipari marketing menedzsment tagozat* a Műszaki Anyagtudományi Karon, 2002-ben a műszaki-menedzser képzésben *Marketing blokkot* indítottunk, 2003-ban kidolgoztuk a *Turizmus és a Nemzetközi Üzlet mellékszakirányokat*. 2004-től indultak a *Turizmus, a Marketing és a Nemzetközi Gazdasági és Üzleti Kapcsolatok* posztgraduális, továbbképzési szakjaink. 2006 szeptemberétől az Intézetnek önálló nappali és levelező, bachelor, *alapképzési szak gazdája lett*, „*Kereskedelem és Marketing szak*” néven, s kidolgozásra került a *Marketing mester szak* is. Öt tárggyal részt veszünk a nappali és levelező doktori képzésben a „Vállalkozáselmélet és gyakorlat” kari doktori iskola keretében.

Az oktatási tevékenység szélesedése mellett, s részben ahhoz kötődően számos kutatási programot, projektet valósítottunk meg.

Három OTKA pályázatot valósítottunk meg Marketinginformációs rendszerek szoftver támogatottsága (Bernáth Attila), Nemzetközi interregionális kapcsolatok (Dankó László) és a Kategóriamenedzsment témában (Piskóti István, Schupler Helmuth) irányításával.

A két Felsőoktatási Kutatásfejlesztési Alap támogatásával régió- és településmarketing (Piskóti István) és ökomarketing (Nagy Szabolcs) témában végeztünk kutatást.

Számos pályázati, közbeszerzési lehetőség által támogatott projekt mellett, a doktori témákhoz, külső megbízásokhoz kapcsolódóan relative széles profil jelent meg az Intézetben. Ilyen például az on-line marketing (Eszes István), tanácsadási szolgáltatások marketingje (Nádor Éva), egészségügyi marketing (Szántó Ákos), különleges gazdasági övezetek fejlődése (Bereczki Norbert) integrált marketingkommunikáció (Kerekes Rita).

Jelentős elméleti, módszertani és gyakorlati alkalmazási kutatási lehetőségeket nyitott az Innovációmenedzsment Kooperációs Kutatási Központ keretében kialakított hároméves Innováció-marketing programunk, ahol hét doktori téma kidolgozása is folyik.

Az intézeti kutatási aktivitásokat 2006-ban Kutatási Kompetencia Központok (KuKK), mint kutatási közösségek köré kezdtünk el szervezni, a témában elmélyült kollégák vezetésével. Ezek ma a következők:

- Business marketing (Piskóti István)

- Értékesítés és kereskedelem (Dankó László)
- Ökotudatos-marketing (Nagy Szabolcs)
- Régió és településmarketing, Citybranding (Schupler Helmuth)

Az eddigi kutatási eredményeink három témakör köré illeszkednek egy marketingelméleti, egy közösségi marketing, (területi agrár- és turisztikai, kulturális és ökotudatos-marketing) irányra, illetve egy szervezeti piaci, innovációmarketing stratégiai vonulat köré.

A következő oldalakon néhány kutatási témakör, szakmai vonulathoz kötődően mutatom be az elmúlt évek néhány elméleti, módszertani eredményét.

2. Marketingtudomány és marketingorientáció kérdései

Az elmúlt években mind akadémiai, mind marketingoktatói fórumokon gyakran felvetődött a „tudomány-e a marketing”, s milyen „változási szakaszai vannak” kérdése, melyek kapcsán több publikációban, s doktori disszertációban is megjelent véleményünk, elsősorban Piskóti István, Bernáth Attila, Schupler Helmuth tollából.

„...A tudományágak, a kutatási területek különbözőségét, önállóságát meghatározó kritériumok (Hársing (1999) és Bunge-Treatise (1995) alapján a tudomány-e a marketing vitában az alábbiak szerint foglaltuk össze véleményünket:

1. Kutató közösség (kutatási hagyomány, felkészült kutatók) működése. – A marketing amerikai klasszikusai, mellett egyre jelentősebbé váltak az európai, francia, német, majd az „északi-iskola” eredményei, s napjainkban az ázsiai, s a közép-kelet-európai marketingkutatók is friss, figyelemre méltó eredményekkel jelentkeznek. A magyar marketing tudomány is egyre határozottabb lépésekkel haladja meg a nemzetközi adaptációs szakaszt, s kezd a saját kutatási eredményekre épülő elméleti szintézisekbe, iskolateremtésbe.

2. A társadalom bátorítja, tolerálja a kutatási tevékenységet. – A marketing tudományos elismertsége, a kutatások iránti igény, piac nemzetközi terepen egyre inkább növekvő, egyre közvetlenebbül kell, hogy támogassa az egyre bonyolultabb piaci viszonyok által növekvő kockázatú döntéseket. A marketing ezen értékei, eredményei hazai elismerésében, a tudatos kereslet növelésében számos területen, gazdasági szférában jelentős szemléleti váltásra, aktívabb „marketing-marketingre” van szükség.

3. Valóságos vagy konceptuális kutatási, tanulmányozott területek, nem fikciók kerülnek meghatározásra.

A marketing-kutatások valós problémák, releváns kutatási területekre, azokon szükséges modell-alkotásra irányulnak.

4. Általános szemléleti, filozófiai háttér jellemzi.

A marketing filozófiai, szemléleti alapjai széleskörűek, melyek között a legfontosabbak az alábbiak: vevő/ügyfélorientáltság, az információs, a stratégiai aspektus, az akcióorientáltság, a szegmentációs aspektus, a koordinációs és a társadalomtudatos szemlélet.

5. Formális háttér (matematikai, logikai háttér) működik a kutatók által rendszeresen alkalmazottan.

A marketing módszertana egyre intenzívebben használja a matematikai-statisztikai módszereket, s a hagyományos verbális, leíró jellegű megközelítései mellett erősödik a modellalkotó, logikai háttére.

6. Szakmai műveltség, más tudományok felhasznált tételei jellemzik.

A marketingen belül a közgazdaságtudomány tételei mellett a pszichológián, szociológián át számos tudomány módszerei, megközelítései jelennek meg, melyek szélesítik a marketinget művelők szakmai műveltségét.

7. Felhalmozott szaktudás, a releváns ismeretek együttese jelentős mértéket ér el.

A marketing több mint fél évszázadot meghaladó nemzetközi fejlődése, eredményei jelentős mértékűek, melyek ma már olyan alapot képeznek, melyre a nemzeti megközelítések, iskolák épületnek.

8. Megismerési célok reálisan értelmezhetőek.

A marketing gyakorlatból táplálkozó, a gyakorlatnak szóló eredményei mögött reális célok, valós problémák megfogalmazása, s megoldása jelenik meg.

9. Olyan módszerek, eljárások jellemzik, amelyeket a problémák megoldásánál a tudomány alkalmaz, azaz a marketing alkalmazza a tudományos kutatás, bizonyítás, igazolás elismert, szokásos módszereit.

A marketing szakmai eredményei, tudományos iskoláinak, többoldalú megközelítései, módszertani kifejlettsége alapján megállapítható, hogy a marke-

ting mindenképpen az előrehaladott, s számos vonatkozásában az érett tudomány fejlődési szakaszába lépett.

Mielőtt áttekintenénk a marketing meghatározó tudományos iskoláinak sorát, ki kell emelnünk a marketing-tudomány kiinduló premisszáit, melyek az alábbiak

1. *Célorientáltság* - A marketing alkalmazásának mozgatója, a saját alkalmazó szervezet céljai elérésének, célhierarchiája realizálásának a szolgálata, mely a profit, jövedelmi, piacrészesedési stb. céloktól a választási győzelemig is terjedhet.
2. *Vevőorientált szemlélet* - azaz minden döntés az adott (gyakorta speciális) piac szükségleteinek, követelményeinek alárendelve, a vevő kegyeleért versenyezve kell, hogy megszülessen.
3. *Tudatos eszközrendszer alkalmazása* - a piacon történő pozicionált megjelenés, a versenyelőnyök, preferenciák kialakítása, realizálása érdekében a marketing eszközök, módszertan (kutató és befolyásoló) stratégiaileg átgondolt, koordinált alkalmazása.

A marketingtudomány elméleti megközelítései, iskolái alapvetően abban különböznek egymástól, hogy

- miként ragadják meg a csere lényegét, egyszerű tranzakcióként, avagy a hosszabb távú együttműködésre épülő kapcsolatként,
- mit tartanak sikert meghatározó tényezőnek, folyamatnak, képességeknek és környezeti kapcsolódási mechanizmusoknak,
- milyen szerepet játszik az interaktivitás a megoldásokban,
- miként értelmezik, miként határozzák meg a versenyelőnyök kiépítésének alapját, lehetőségét. A külső elvárásokra, meghatározottságra épülő, egyértelműen külső piacorientált (outside in) hatásokra, vagy elsősorban a saját erőforrások, kompetenciák fejlesztésére, s a külső elvárásoknak való megfeleltetésére, elfogadtatására alapul (inside-out) a tudományos megközelítés. Ezen utóbbi, újfent előtérbe kerülő, a marketing premisszáinak látszólag elmentmondó megközelítések részletesebb elemzése képezi a tanulmány fő gondolatmenetét.

A szakirodalomban számos összefoglaló értékeléssel, csoportosítással találkozunk (Sheth-Gardner-Garrett(1988), Shewlby D.Hunt (1991), Meffert (2000)), melyek alapján megrajzolható egy - természetesen egymást nem mereven követő - fejlődési vonulat:

- Klasszikus megközelítések:
intézményorientált, terméktípus-orientált, funkcióorientált.
- Modern, ma már inkább hagyományosnak tekinthető megközelítések: magatartásorientált, döntésorientált, rendszerszemléletű, szituációorientált
- Új, postmodern megközelítések
új institucionalista, folyamat-orientált, kapcsolati alapú, társadalomorientált, információgazdasági, kompetencia-alapú, szervezeti dinamika (hálózat) alapú.

A piac- és vevőorientáció a marketing általánosan elfogadott alapelve, szemlélete, melynek ugyanakkor a gyakorlati, szakmai munkában történő következetes érvényesülése igen akadozik, ennek okait, s a hatékony marketing érdekében való szükséges módszertani változásokat kutattuk, foglaltuk össze.

A *piacorientáció*, mint elméleti koncepció kialakítására és modellezésére az 1990-es évek elején a Marketing Science Institute (Cambridge/Massachusetts) szervezésében került sor. Több jelentős tanulmány készült el (Kohli – Jaworski 1990, Narver – Slater 1990) és került megvitatásra. Kohli és Jaworski (1990) felfogásában a piacorientáció a következő elemekből áll: információszerezés a fogyasztókról és a versenytársakról (*intelligence generation*), az információknak a vállalatban belüli formális és informális áramoltatása (*dissemination*), valamint a válaszképesség (*responsiveness*). A vevőorientáltságot 32 tényezővel operacionalizálták, négy dimenzióba illesztve. (*intelligence generation, intelligence dissemination, response design, response implementation.*) A nevükhöz fűződik a MARKOR, a piacorientáltságot mérő skála kidolgozása. Narver és Slater (1990) a *piacorientációt* egy olyan *vállalati kultúraként határozzák* meg, amely eredményesen járul hozzá a magasabb vevői érték megteremtéséhez.

A szerzők három tényezőt különböztetnek meg: vevő- és versenytárs-orientációt, s a funkciók közötti koordinációt. A piacorientáció alapja tehát a vevői igények megismerése, és kielégítése, a versenytársak tevékenységének nyomon követése, a vállalat erősségeinek, gyengeségeinek ismerete, illetve a pozicionálás révén a termékek és szolgáltatások megkülönböztetése a versenytársaktól. A harmadik tényező utal a marketingfunkció azon sajátosságára, hogy e funkció sikere alapvetően függ attól, hogyan tud együttműködni a vállalat más funkcióival, mint pl. az emberi erőforrás-menedzsment, termelés, logisztika, stb.. Szerintük a *piacorientáció az interfunkcionális erőforrások koordinált felhasználása a magasabb vevői érték létrehozása érdekében*, amelyben a piaci orientáció három viselkedési komponens mellett (vásárló/vevő, versenytárs és interfunkcionális irányultság)

és két döntési kritériumot (hosszú távú irányultság és jövedelmezőség) tartalmaz. A 15 tényezőjük a vállalkozások piacorientáltságának csak legfontosabb tényezőit képes megragadni. Ezen megközelítés – a marketing bűvös háromszöge (saját vállalkozás, vevő, versenytárs) – logikájára, a piaci pozícionálás, a komparatív versenyelőnyök komplex kialakításának elvére épül.

A vállalkozások feladatkörnyezetének sokoldalú változásai, sokszereplősége ma látszólag megkérdőjelezi a marketingben a vevőorientáció dominanciáját, a piac csupán egy szereplőjére fókuszáló egyoldalú irányultságot.

A vevő igényeinek, szükségleteinek megfelelő termék nem biztosítja a vállalkozás létezésének biztonságát, sikerét, hiszen a piacok telítettsége, élesedő verseny által a versenytársakhoz kötődő reakció-függőség is jelentősen megnőtt, s befolyásolja a felépíthető versenyképességet, annak biztosítását. Nem igényel átfogó bizonyítást annak belátása sem, hogy a kereskedőkkel, közvetítőkkel való együttműködés, a velük való stratégiai és operatív viszony is meghatározója a piaci sikernek.

A piacorientáltság nem csupán az aktuális vevőkre fókuszálást jelenti, hanem minden olyan piaci szereplőre irányul, akivel a vállalkozás közvetlen vagy közvetett kapcsolatban van. Így a vevőszükségletek mellett, a versenytársra, a közvetítőre, a munkatársakra, a tulajdonostársra, vagy éppen a hitelezőre koncentráció, azaz az egyes szereplőkre való odafigyelés önmagában csak részei, de nélkülözhetetlen részelemei a piacorientáltságnak. A piacorientáltság tehát többdimenziós, sokszereplős fogalom és gyakorlat, melynek célja persze továbbra is a vevőknek eladott termékek, szolgáltatások révén a szervezeti piaci célok elérése.

A vevőorientáltság - a piacorientációval szemben - ugyanakkor egy „kettős, duális” kapcsolat, eladó és vevő között. A vevőorientáltság alapvető lényege a jelenlegi és potenciális vevőszükségletek, elvárások kielégítése, s nem a „teljes” versenyképességének biztosítása, bár ezáltal, hogy a vállalkozás termékeinek, szolgáltatásainak értékesítése, teljesítményeinek tartós piaci realizálását teszi lehetővé, jelentős mértékben hozzájárul, sőt alap a versenyben való sikerhez.

A vevőorientáció három karakteres interpretációja lelhető fel a szakirodalomban, a vállalkozások gyakorlati tevékenységében:

- *információorientált interpretáció*: itt arról van szó, hogy egy vállalkozás milyen mértékben törekszik a jelenlegi és jövőbeni vevői szükségleteket különböző eszközökkel, marketingkutatásokkal megismerni, adatbázisokat kiépíteni, adatbányászatot folytatni, annak érdekében, hogy ezeket fel tudja használni a piacra irányuló döntéseinek megalapozására. A vevőorientáltság mértékét ezen információs tevékenység kiterjedtsége, a Marketing Információs Rendszer (MIR) ki-

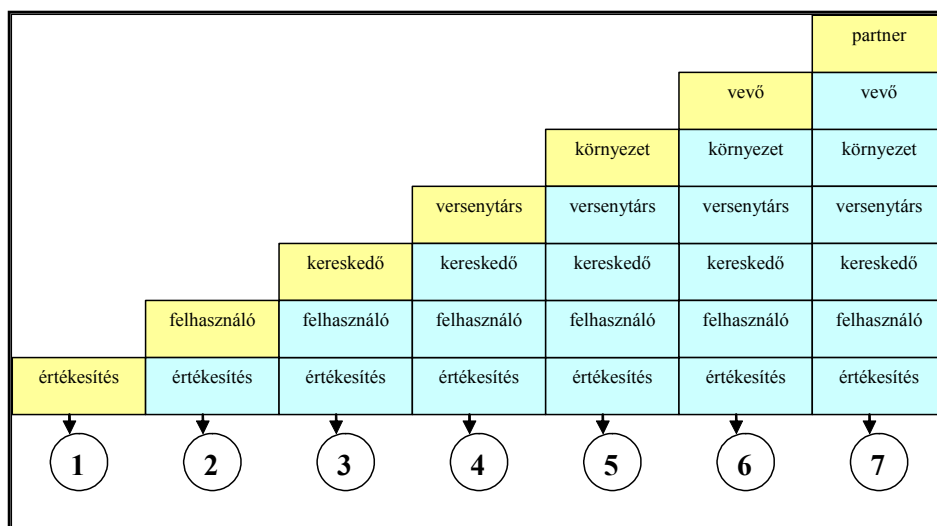
építettsége, működtetése és annak tudatos (egyre inkább CRM-irányult) felhasználása jelzi.

- *kultúra- és filozófiaorientált interpretáció*: ezen megközelítés szerint nem elegendő az információs-aspektusok előtérbe állítása, hanem arra kell törekedni, hogy a vállalati filozófia kulcselemeit, például a normákat, értékeket, meggyőződésekkel kell vevőorientáltan kialakítani. A vevőorientáció, mint a vállalati kultúra része nem csak a vállalaton belüli véleményeket, szemléletet kell, hogy át-hassa, hanem a munkatársaink vevőkkel szembeni magatartásában is meg kell, hogy nyilvánuljon, melynek elérése a „belső-marketing” egyik alapfeladata.

- *teljesítmény és interakció-orientált interpretáció*: ebben az esetben annak az elfogadásáról van szó, hogy a vevőorientáció a teljesítményekre, s a vevőkkel való interakcióra kell kiterjednie, azaz a termék- és szolgáltatásminőség meghatározására. A vevőorientált magatartás elsősorban a vevői elvárások rugalmas, testreszabott kielégítésében jelenik meg. A B2B-piacokon kifejlődött „vevőközeli megoldások gyakorlata” ma egyre általánosabb érvennyel fogalmazható meg. Az előző kettővel szemben ezen megközelítés lényege, hogy nem a vállalat, hanem a vevő perspektívájából vizsgál, értékelt magas termékminőségben, aktív panaszmenedzsmentben, s vevői elégedettségben jelenik meg.

A korszerű vevőorientáció lényege ezen három aspektus együttese, azaz minél teljesebb piaci információkon alapuló jó döntések meghozatala és érvényre juttatása az egész szervezetben, a marketingtevékenységben.

A marketingorientáció, mint a marketingtevékenység tartalmi fókusza - a verseny jellegének, a komparatív versenyelőnyök kiépítésében nélkülözhetetlen tényezőinek változása miatt - az elmúlt évtizedekben folyton kiegészült, a piac- és vevőorientáltság alapelvei differenciált megjelenésével találkozunk. A marketingorientáció változásainak szakaszolására eltérő rendszerezésekkel találkozunk. Kotler-Keller (2006.50.old.) termelési, termék, értékesítési és marketingkonceptióról beszél, ahol maga a marketingkonceptió képviseli a vevőközpontúságot, majd annak továbbfejlesztéseként az egyre teljesebb megközelítést felmutató holisztikus marketingkonceptió kerül kiemelésre, melyet a belső marketing, integrált marketing, társadalmi felelősségre épülő marketing és kapcsolati marketing egységeként értelmeznek a szerzők. Meffert (2000) az elmúlt évtizedek fejlődésében a termelés-orientált vállalati fókuszot, a felhasználóra, a neki történő értékesítésre, a megismerésén alapuló vevőorientációt, majd a kereskedelemre, a versenytársra, a környezetre, s napjainkban a hálózatokra koncentrált emeli ki a sikerhez szükséges marketingsúlypontnak. Bruhn (2007) csoportosítása – Mefferthez hasonlóan egymást mintegy tízévente követően – a termék-, piac-, verseny-, vevő- és hálózat-orientáltság szakaszok kiemelését jelenti.



1. ábra: A marketingorientáció tartalmi fókusz-kombinációi a piac elvárásai, sajátosságai alapján

A vállalaton belül a marketing-orientáció a piaci információk (vevők, versenytárs, kereskedő, technológia stb.) összegyűjtését a vállalaton belüli áramoltatását, valamint a piaci információkra való reagálást (célpiacok kiválasztása, termékek, szolgáltatások előállítás, elosztása és eladás ösztönzése) foglalja magában. A piaci reagálás a tartalmi fókuszra, mint a versenyelőnyt meghatározó tényezőre koncentráció sikere határozza meg. Tapasztalataink, kutatásaink szerint, bár kialakulásukban ténylegesen megtalálható az időben egymásra épültség, ma mégis az eltérő marketingorientációk együttélésére van szükség, s hogy mikor melyikre azt a vállalkozásunk piacának versenysajátosságai, versenyelőny kialakításának elvárásai határozzák meg.

Az egyszerűbb, nem telített piacokon a hatékony értékesítés elegendő teljesítmény (1. piactípus). A túlkínálatos piacokon csak a fogyasztói, felhasználói igényekhez igazodó teljesítmény, jó termék, s annak értékesítése hoz sikert (2. piactípus). A piacok jelentős részén a disztribúció koncentrációja révén a kereskedői kapcsolat, a kereskedőre irányuló marketing is elengedhetetlen a termék sikeres piacra kerülésében (3. piactípus). A piaci szereplők számának növekedésével egyre intenzívebb versenyben a konkurens ismertetése, s a termékünk, teljesítményünk vele szembeni pozicionálása válik a marketing tevékenység újabb tartalmi elemévé (4. piactípus). Az egyre intenzívebb versenyben új tényezőkre

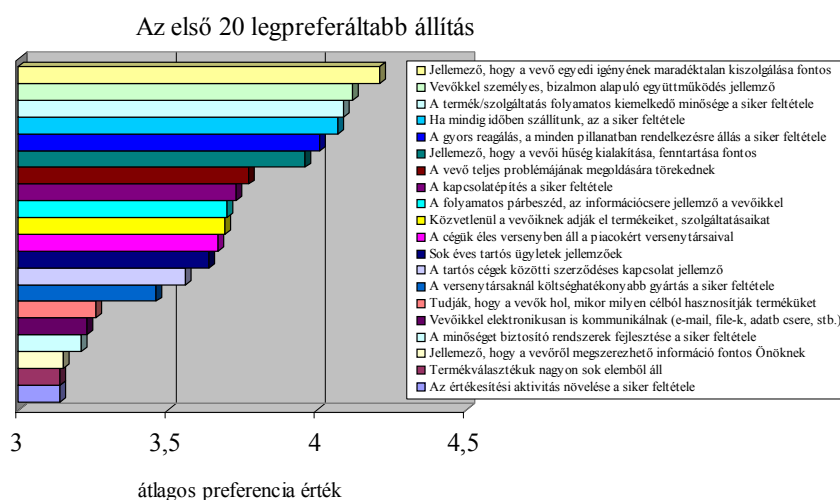
épülő versenyelőny kiépítésére van szükség, ahol a természeti értékek, a környezettudatosság mellett egyre jelentősebb szempontként jelenik meg a társadalmi felelősségvállalás más elemei is (5. piactípus). A kilencvenes években jelentkező hatékonyságelvárások, technológiai lehetőségek révén került fókuszba az újrafogalmazott felhasználó-, de még inkább vevőorientáció, az egyedi igényeket is figyelembe vevő, a tartós vevőkapcsolatokra törekvő marketing (6. piactípus). A kapcsolati marketing alapú megközelítés egyre inkább túllép a „törzsvásárlókra törekvő” szakaszán, a tartós piaci kapcsolatok, kooperációk, partnerségek, (gyakorta a vevővel, eladóval, vagy éppen versenytárssal épített) hálózatok marketingjeként kell, hogy biztosítsa a piaci sikert. (7. piactípus)

Minél inkább előre haladunk a piactípusok fejlődési lépcsőjén, annál összetettebb a piaci verseny, annál több verseny-elem együttes kezelésére van szükség, annál integráltabb, teljesebb kell, hogy legyen a marketing munka, a marketingorientáció komplexitása nő. Ma már csak kevés, monopolhelyzetben lévő cég engedheti meg, hogy nem törődik felhasználó, vevő igényeivel, egyre kevesebb cég hanyagolhatja el a versenytársak elemzését, kereskedőivel való kapcsolatát, vagy éppen a környezeti, társadalmi értékekkel szembeni felelősséget.

Amikor egy vállalkozás keresi az optimális piaci, marketingaktivitását először a versenyjellemzők alapján be kell azonosítani a piac-típusát, s arra építően kell a marketing tartalmi fókuszát és eszköz-kombinációját kialakítani. A marketing, a marketingorientáció szakmai, logikai kiteljesedése soktényezősé válása fontos folyamat volt, s nem véletlen tehát, hogy ha a mai nemzetközi és hazai gyakorlatban sokan egy-egy elemére szűkítik, leegyszerűsítve használják, akkor kárt okoznak egyrészt közvetlenül maguknak az elszalasztott lehetőségek révén, de másrészt magának a marketing szakmának is a szakmai félreértések továbbélésével.

A kis és közép vállalkozások marketing orientációinak kutatásába Bernáth Attila doktori értekezésében 200 céget vont be, s negyven – a marketing gondolkodásukra, orientációjukra visszakövetkeztetést lehetővé tevő - állítást rendezett 5 kategóriába, ezzel elérve, hogy a preferenciájuk kifejezése homogén eloszlású legyen az egy-egy vállalat értékelésén belül. A vizsgálat modellje három szintű tartalmak feltárását célozta meg a minősítendő állítások segítségével, a vállalati marketing orientáció korábban tárgyalt modelljének a vállalati orientációra közvetlen hatást gyakorló tényezői figyelembevételével:

- * Csere (piac) jellege (ez a B2B kutatás okán redukált elemekkel)
- * Vállalati orientáció, értékrend, azonosítását segítő tényezők
- * Preferált vállalati stratégiai eszközök



2. ábra: A marketingorientációt jellemző preferált állítások

A lista első helyein a minta vevőorientáltságát markánsan megjelenítő állítások állnak, melyet a teljesítés kiválósági paraméterei követnek. Jellemző, hogy az első tíz állításból 7 a vevővel való kapcsolatépítést és annak minőségét jeleníti meg, azaz ez áll a magyar kis és középvállalatok értékcentrumában. Ezt követik a versenyorientált, illetve a marketing technológia-orientált szemléletek jelenlétére utaló jegyek. A válaszokat faktoranalízissel értékelve több mint tíz önállóan értékelhető stílus azonosítására került sor. Jellemző a faktorokra, hogy az első faktor sajátértéke 3,004, a varianciája 7,51% a 100%-ból. A faktorok tehát nem tartalmaznak egy kimagaslóan meghatározó alapirányzatot, „csupán” több kisebb varianciájút. A faktorok közül 16 sajátértéke magasabb 1-nél, a nyolcadik faktor sajátértéke csupán 1,398, és az első nyolc faktor a teljes variancia csupán 40%-át fedi le. Mindezek ellenére az első 8 stílust jellemző változók vizsgálata meggyőző üzleti stílus azonosítást eredményez. Az első nyolc faktor tartalma alapján megismerhető, a kis és középvállalkozások gyakorlatára legjellemzőbb alapstílus (orientáció):

Az első faktor jellemző változóit olvasva kitűnik, hogy a kapcsolati marketing jelentős vevőorientációt hordoz, illetve mint a tranzakciós marketing

ellenpontjaként jelentkeznek. A kapcsolati marketing a minta meghatározó orientációja, amit a kutatás más elemei is szemléletesen bizonyítanak.

Faktoranalízis eredményei:

Faktorok:	Variancia:
1. Kapcsolati marketing	7,510
2. Professzionista marketing, fejlesztés és rendszer orientált	5,984
3. Verseny és versenytárs orientált marketing	5,482
4. Tranzakciós marketing	5,282
5. Hálózati marketing	4,734
6. Külső erőforrás orientált közvetítők	3,942
7. Vevőérték orientált marketing	3,892
8. Választék és kereskedelem orientált	3,494

A vevőorientációval, a vevő/ügyfélelégedettséggel, lojalitással kapcsolatos – elsősorban az ImKKK keretében folytatott kutatásaink alapján a vevőorientáció újrafogalmazására, s egy „kapcsolat és vevőérték-menedzsment modellbe történő beillesztésére teszünk módszertani javaslatot:



3. ábra: Vevőorientáció a kapcsolat- és vevőérték-menedzsment modellben

3. Nonbusiness marketing a régió- és településmarketing, valamint ökotudatos-marketing súlyponttal

1994-től több tíz a térség-, területfejlesztéshez kapcsolódó koncepció, stratégia, különböző marketing programok kidolgozásában, megvalósításában vettünk részt, melynek gyakorlati eredményeire épülően régió- és településmarketing szakkönyvet írtunk. A szerzőik - Piskóti István, Dankó László, Schupler Helmuth - mellett ezen projektekben szinte az intézeti kollektíva egésze részt vett. A nonbusiness marketing közösségi marketing területén a régió több agrártermékének marketingjét dolgoztuk ki, de úttörő szerepet vállaltunk a múzeumi marketing, az egyetemi-iskola-marketing és a turisztikai desztinációmenedzsment, desztináció-marketing szakmai, módszertani megalapozásában is. Ezen kutatási területről a „Régió- és településmarketing” könyv, s az öko-marketing kutatások alapkoncepcióját idézzük be.

3.1. Kompetencia alapú megközelítés adaptációja a terület-marketingben

„...A marketing sajátos terület- illetve településpolitikai, fejlesztési esz-
közzé vált, melynek célja, hogy előmozdítsa az ott lakók, és a terület érdekében
munkálkodó, cselekvő intézmények, cégek, egyének igényeinek, érdekeinek ki-
elégítését, törekvéseinek megvalósulását. A marketing egy szintetizáló, koordi-
náló eszköz, mely egységes arculat, imázs formájában megjeleníti, pozicionálja,
kommunikálja a régiót, a települést, tehát

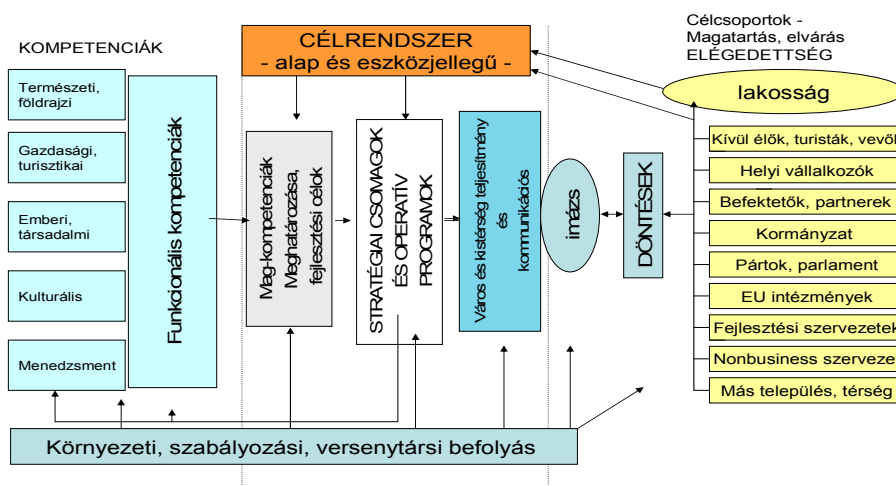
- egyrészt vezetési és működési szemléletként
- másrészt konkrét tervezési és működtetési eszközrendszerként jelenik meg.

A régió- és településmarketing terméke, maga a terület, a hely, azaz az általa kínált adottságok, értékek, lehetőségek, élmények, szolgáltatások, produk-
tumok mindazok, melyek sajátos vevői, célcsoportjai (lakosság, turisták, befek-
tetők, kormányzat, egyetemek, saját vállalkozások stb.) számára bizonyos igé-
nyek, szükségletek kielégítését lehetővé teszik. Láthatóan egy régió, település
kínálata sok konkrét termékből, szolgáltatásból, értékből áll, melyek egyrészt
közjavak, más részük magánjóság, az ott működő konkrét szervezetek, vállal-
kozások, személyek által kínált termékek, szolgáltatások, pl. szállodák, fürdők,
gépek, élelmiszerek stb.. Éppen ezért a marketing a terület vonatkozásában is
kettős, egyrészt konkrét vállalkozások, non-profit intézmények saját céljai eléré-
sét biztosító „hagyományos” marketing, másrészt az adott terület egésze, a tér-
ség, a város fejlődése érdekében kifejtett közösségi típusú marketing, mely elkü-
lönül, illetve segíti a közösségi célokat is szolgáló „privát-marketing” aktivitá-

sokat. A terület fejlődésének közösségi célja nem lehet más, mint a lakosainak minél magasabb színvonalú jólétet tudjon biztosítani, oly módon, hogy az egyes speciális piactereken hatékonyan „értékesíti a termékét, azaz önmagát” (mely komplex, többszintű cserefolyamatokban jelenik meg, nehezen fejleszthető, sok érdekcsoportot érintő) a potenciális vevőinek. A hely-termék alapmegjelenése az imázs, a róla alkotott kép, mely alapján a döntéshozó célcsoportok kialakítják a hozzá való viszonyukat. A terület-termék egy hierarchikus jellegű termék, ahol az egyes területi szintek termékei (ország, régió, megye, kistérség, település) magukba foglalják az alacsonyabb szint termékeit, de ugyanakkor nem egyszerű összegzéseik azoknak.

A terület-marketing modellünk a verseny és a kooperáció kettősségének egyik legjellemzőbb megjelenése. A „coopetition” a területek élő gyakorlataként kellene, hogy működjön, azaz például a megyék együtt kell, hogy működjenek a régió érdekében, de továbbra is versenytársak maradnak, amikor a régió belüli erőforrás-felhasználásról, közvetlen fejlesztésekről van szó. Nincs sikeres terület-marketing az együttműködés és a verseny jó kombinációja nélkül. A túlzott versenyorientáltság nem szabad, hogy megakadályozza az együttműködést, s nem oldódhat fel a közvetlen érdekek képviselője sem az együttműködésben, a kompromisszumokban. Mindebből következik, hogy az egyes területi szintek marketingjének a kapcsolata is összetett. Nem érvényesülhet sem a felülről lefelé, sem az alulról felfelé történő tervezés sem tisztán, hanem egy „speciálisan hangolt”, iteratív módszer lehet csak eredményes.

E kettős termékjelleg a marketing tevékenység két tartalmi súlypontját is kijelöli, egyrészt a kínálat tárgyi és szolgáltatás elemeinek tudatos, vevőorientált fejlesztését, másrészt egy egységes arculati, kommunikációs tevékenységet.



4. ábra: Régió- és településmarketing, mint kompetencia-marketing hatásmechanizmusa

A régió –és településmarketing, mint közösségi típusú marketing, mely az adott terület egész közössége érdekében fejti ki tevékenységét, s a versenysemlegesség elve mellett támogatja az egyes vállalkozások, szervezetek, intézmények, személyek egyéni sikerességének növelését. A marketing munka tartalma jelen esetben is a területek közötti verseny intenzitásától, a piaci, kapcsolati tér sajátosságaitól függ. A régió és településmarketing nem más, mint a térség, település versenyképességének, komparatív előnyeinek, vonzerejének feltárása, realizálásának segítése, kommunikálása a terület sokoldalú fejlesztési, gazdasági, életmódbeli célok elérésének érdekében, szolgálatában.

Egy régió, egy település versenyképessége alapvetően az adottságai, a különböző területeken megnyilvánuló kompetenciáit hatékonyan felhasználó, azokat folyamatosan fejlesztő kínálat-kialakítással biztosítható. Kutatásaink bizonyítják, hogy egy területfejlesztés kiinduló alapja igazából nem lehet más, mint a saját kompetenciáira épülő, azokhoz illeszkedő fejlesztés, még akkor is, ha jelentős külső erőforrás-bevonásra kényszerül. Mindezekből kiindulóan a marketing koncepció, stratégia kialakítására a „resource/competence-based view” alkalmazása célszerű. Az alkalmazandó kompetencia-marketing lényege, hogy a régió, a település kínálati és kommunikációs képességeire épülhet az imázs-orientált vevői oldal megnyerése.

Kompetencia fogalma alatt az adott régió, település által megtestesített képességeket, szakértelmet értjük, melyek egyrészt „veleszületett” természeti, emberi adottságok, másrészt saját erőfeszítésekkel kifejlesztett eredmények a gazdaság, kultúra, tudomány terén, az adott régiót, települést alkotó, képviselő személyek révén adódik. A városok, térségek piaci kínálata, s annak realizálása, megítélése alapvető adottságaira, képességeire, kompetenciáira épülhet, azaz nagymértékben függnék a települések lehetőségeitől:

- a természeti adottságok jellegétől (földminőség, turisztikai látványosság, nyersanyagok megléte stb.)
- a humán potenciál összetételétől, a munkaerő képzettségétől, az ott élők számától, életmód szokásaitól,
- a területet, helyet vezető, hivatalaik szakmai felkészültségétől, szemléleti, módszertani beállítottságától,
- a gazdaság korábbi struktúrájától, az infrastruktúra fejlettségétől, a szerves fejlődést biztosító lehetőségektől,
- a kulturális tényezőktől, történelme, tradíciói által képviselt értékektől.

Az előbbieken felsorolt alapkompenciák mellett a funkcionális kompetenciák azon képességeket foglalják magukba, melyek a terület konkrét tevékenységeiben, szolgáltatás-formáiban (egészségügy, oktatás, bíraskodás, közlekedés stb.) jelennek meg. A magkompetenciák megtalálása biztosíthatja az adott terület stratégiai előnyeit. Ilyen magkompetencia lehet egy gyógyvízforrás, egy egyedi természeti adottság (tó, barlang, vízesés stb.), kulturális tradíció, egy egyetem stb., melyre számos magtermék, kínálat építhető.

A városok, régiók terméke olyan sajátos termék, mely fizikailag többnyire nem mozdíthatóak, el nem vihetőek¹⁰, a szolgáltatás-termékek, mint a városházi ügyintézés előzetesen nem mindig mutathatóak be, hiszen csak a „vásárlási döntés” után készülnek el, „adják” őket. Valójában a hely-termék vevője, nem egy hagyományos terméket vesz, hanem a kompetenciák alapján megerősített bizalmat, hitet a sikerben, az eredményben. Elhiszi, elismeri a régió, a település képességeit, kompetenciáját az adott területen, az adott vonatkozásban¹¹, azaz a magkompetenciákat értékeli. A kínálati és kommunikációs magkompetenciákra épülnek a magtermékek pl. a gyógyfürdő, a síközpont, az ipari park, melyekhez majd konkrét vállalkozói vagy közösségi termékek illeszkednek.

¹⁰ Gondoljunk a szép tájra, barlangra, a vállalkozás indítására rendelkezésre álló ingatlanra stb.

¹¹ Bízunk az intézmények által ígért szolgáltatásokban, a nyári szabadság élményében, a befektetés megtérülését segítő környezetben stb.

A „terület-terméket” tehát az elemzett kínálati és kommunikációs képességekkel, tevékenységekkel formált, megjelenített kompetencia-imázs, a régióról, településről - az ottani életről, gazdálkodási lehetőségekről - alkotott kép, ismeret, beállítottság alapján befolyásolva vásárolják. Ez az imázs, illetve azt formáló közösségi marketing tevékenység hat a vevők teljes vásárlási, döntési folyamatában, természetesen más és más aktivitást kifejtve annak egyes szakaszaiban. Mivel a hagyományos marketing mix (product, price, place, promotion) értelmezések esetünkben közvetlenül nem, csak a magkompetenciákra épülő konkrét vállalkozói, szervezeti marketing szintjén értelmezhetőek - az alábbi marketing eszközzrendszert a 4P helyett a 2K-t alakítottuk ki:

- a magkompetenciákra épülő közösségi kínálatfejlesztés,
- kommunikációs-mix, elsősorban imázs-építő, de értékesítést is ösztönző elemekkel.

A kompetencia imázs mindig szubjektív képként jelenik meg, de korántsem mindegy, hogy milyen a kapcsolata az objektív tényekhez, imázstényezőkhöz, a tényleges teljesítményhez. A marketing munkánk sikerének legfontosabb fokmérője, hogy mennyire pozitív és milyen közel esik egymáshoz az objektív állapot, tény és a szubjektív imázs. A tudatos imázs-építés három lépésben valósítható meg.

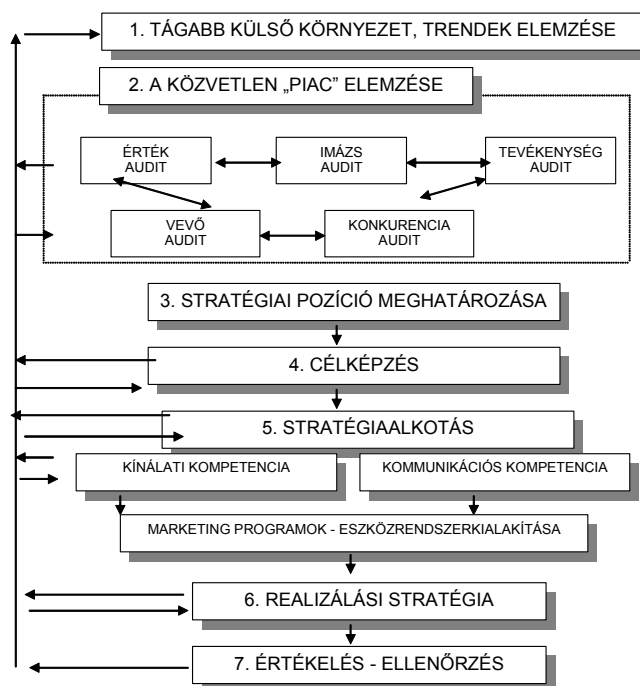
- Először is a tényleges állapotaink megismerése, a potenciális vevők vélemények, elképzeléseinek, elvárásainak megismerése és összehasonlítása a hasonló, ezáltal konkurensnek tekinthető régiókkal, településekkel.
- Másodsorban a kínálat, a város teljesítményének javítása, alakítása olyan irányba, amit a „vevők” elvárnak, s ami megkülönbözteti azt a versenytárs településtől. Ezáltal az objektív paraméterek változásával a város pozicionálása javul. A pozicionálás a marketing alapszabályai szerint mindig e kettős, – vevő és konkurens – együttes kezelésének, figyelembevételének gyakorlatát kell, hogy kövesse.
- Harmadsorban jó kommunikációs tevékenységgel meg kell ismertetni a célcsoporttal ezt a teljesítményt, tudatosítani a város erősségeit, előnyeit, lehetőségét, azaz formálni egy egységes identitást, mely visszatükröződve, megismerve egy pozitív szubjektív imázst eredményez.

Ha az objektív tények és szubjektív imázs között az utóbbi rovására nagy eltérés van, az alapvetően a *kommunikációs teljesítmény hibája*, mert nem tudja elismertetni a tényleges erősségeket, teljesítményeket. Igen *veszélyes az az állapot is, amikor a szubjektív megítélés jobb, mint az objektív teljesítmény*, hiszen az előbb-utóbb a település-termék használatakor kiderül, csalódást, kiábrándultságot okozva a vevőkben, s hosszabb távra igen nehezen megváltoztatható.

tó negatív imázst eredményez. Ha az objektív tényállapot rosszabb, mint az adottságok kínálta lehetőség, akkor mindenképp a régió, a város teljesítménykínálatán kell változtatni.

Mindezen „eladó-vevő” mechanizmus a szűkebb, tágabb környezeti feltételek, piaci tendenciák alakulásának meghatározó közegében zajlik, azaz egy tágabb szélesebb rendszer és szereplői közötti kölcsönhatásban, determinációban.

A területi marketing tevékenység nem csupán az illetékes (ön)kormányzat feladata. A marketing hatásrendszerében megjelenik a terület intézményeinek, tudományos, szakmai, társadalmi, civil szervezeteinek különböző aktivitása. Az önálló intézményi munkák jól kiegészíthetik, erősít(het)ik egymást. Ugyanakkor fontos - s a gyakorlatban legfőképpen ez hiányzik - hogy az egyes eszközök, akciók között megtörténjen bizonyos koordináció, összehangolás, hogy azok hatásai ne olthassák ki egymást. A koordináció elvégzése ugyanakkor alapvetően az önkormányzat, illetve az általa avagy közreműködésével tevékenykedő szervezet teendője azon céllal, hogy tudatosságával, átgondoltságával összhangba hozza az egyes aktivitásokat, szinergiahatást valósítva meg.



5. ábra: A területi marketing stratégiai tervezési, realizálási folyamata

A közvetlen piacterünk vizsgálata öt tartalmilag fontos területet mindenképpen fel kell, hogy öleljen.

- **ÉRTÉKAUDIT** - Először is számba kell venni a térség, a település értékeit, adottságait, kínálati kompetenciáit, erősségeit és gyengeségeit annak érdekében, hogy megragadhatóak legyenek pozicionálásának elemei, tényezői. Ezen felmérésben mindenképpen ki kell térni a természeti értékekre, földterület adottságaira, a tőke, az infrastrukturális, közlekedési és munkaerő-ellátottság és minőség kérdéseire, mint meghatározó erőforrás, kompetenciaháttérre. A terület gazdasági teljesítményének felmérése, s benne vállalkozási térkép, termelési struktúra, input-output kapcsolati rendszer, belső fogyasztási struktúra, jövedelmezőségi és hatékonysági elemzések szintén fontos megalapozó vizsgálatok.
- **IMÁZSAUDIT** - Másodsorban az előző - alapvetően objektív, tény-adatok alapján a - településről összegyűjtött információk után fel kell térni a róla - a saját lakosságában illetve a külső célcsoportokban - kialakult szubjektív képet, imázst. Ezen elemzések, primer kutatások eredményei, a tényadatokkal esetleg szembenálló vélemények, információhiányok a kommunikációs munka eddigi hiányait, gyengeségét is jól jelzik. A gazdasági imázson belül befektetési, avagy telephely-imázst, kooperációs és piaci keresleti imázst.
- **VEVŐ-AUDIT** - Az imázs-vizsgálatokhoz kötődően jól megragadhatóak azok az elvárások is, melyek az egyes célcsoportokban, „vevőkben” a régióval, megyével, településsel, várossal szemben megfogalmazódnak. A „vevői kör” sokoldalú, rendszerezett elemzése ki kell, hogy térjen a tényleges, s potenciális vevők és „vásárlási magatartásuk” meghatározó jellemzőinek, döntési folyamatainak értékelésére is. Meghatározó célcsoportok: saját lakosság, potenciális betelepülők, turisták és látogatók, saját vállalkozások és intézmények, potenciális befektetők és kooperációs partnerek, az önkormányzat és hivatalai, intézményei, kormányzat, hatóságok és közhivatalok, politikai és társadalmi szervezetek, más szakmai szervezetek, szövetségek.
- **KONKURENCIA-AUDIT** - Az önértékelésben illetve a mások általi megítélés során a kapott adatokat mindig a potenciális versenytársakkal történő összehasonlításban célszerű elemezni, tehát a szekunder és primer kutatásoknak egy konkurenciaanalízissel kell párosulnia, megalapozva a benchmarking technika alkalmazását
- **TEVÉKENYSÉG-AUDIT** - Végül, de nem utolsó sorban összeállítást, értékelést kell készíteni az eddigi marketing tevékenység tartalmáról, eszközeiről, módszereiről, annak érdekében, hogy a marketing-audittal megalapozzuk az alkalmazandó eszközök meghatározását, a marketing tevékenység fejlesztésének tartalmi, szervezeti, személyi feltételit, irányait.

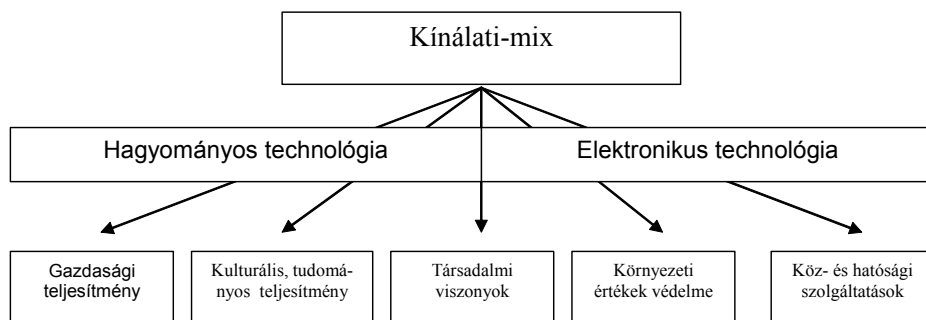
Az elemzés révén meghatározott pozíciók, s az arra épülő prognózisok alapján tűzhetőek ki a régió, a település által elérendő célok. Az elsődleges cél – mint már arra utaltunk - a jólét, az életminőség növelése gazdasági, közösségi, kulturális és ökológiai értelemben.

Az elsődleges, domináns célból további, annak megvalósítását segítő ún. szekunder célok képezhetőek, melyek közül a versenyképesség, attraktivitás növelésével, a gazdasági teljesítmény erősítése kiemelkedő jelentőségű. E folyamatban a marketing gazdaságfejlesztési eszközként jelenik meg, résztvállalva a

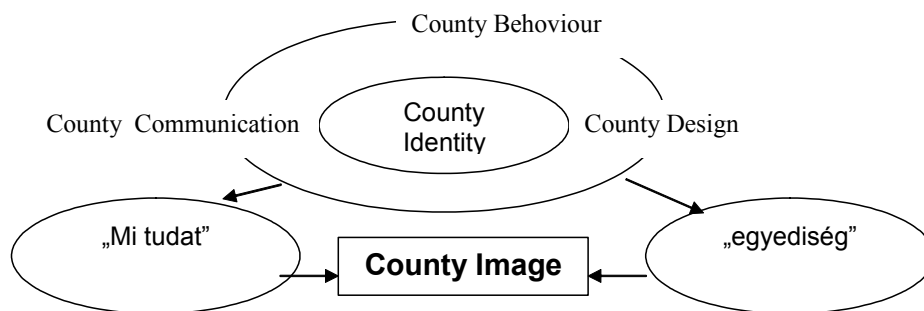
- gazdaságfejlesztési koncepció, prioritások megfogalmazásában,
- a helyi vállalkozások működési feltételeinek közvetett segítségével kedvezmények, ügyintézői, közvetítői és információs szolgáltatások nyújtása, kollektív kereskedelemfejlesztés, tanácsadói tevékenység támogatása, sajátos érdekvédelmi tevékenység stb. révén,
- új vállalkozások, üzemek betelepülésének átgondolt támogatásában például infrastruktúrával, telekkel, adókedvezményekkel, gazdaságdiplomáciai tevékenységgel, stb.

A releváns, elérhető célrendszer realizálása, megvalósítása érdekében létre kell hozni azt a stratégiai keretet, mely

- *vevőorientált*, (a szegmentálás során kialakított célcsoport elvárásokra irányul)
- *konkurenciaorientált*, (figyel a versenyző régiók, városok adottságaira, stratégiai törekvéseire)
- *magatartásorientált* (a piaci, környezeti szereplőkkel szemben kialakítandó viszonyt, viselkedési stílust egyértelműsíti)
- *eszközorientált* (megfelelő alapot, „válogatási elvet”, keretet ad a marketing eszközökből történő válogatás összhangjához, elkerülendő a centrifugális marketing gyakorlatot)



6. ábra: A kínálati, teljesítmény-mix csoportelemei



7. ábra: A területi identitás és imázs megye példáján

Az integrált marketingstratégiai megközelítésre felépítendő stratégiai profil, az azt megjelenítő stratégiai programok egyértelműen kijelölik a szükséges eszközöket, s a megvalósításukhoz elengedhetetlen feltételrendszert. Az RTM stratégiák ezáltal a célok elérését biztosító hatékony eszközkombinációk kialakítását teszik lehetővé.

Számos stratégia, stratégiai program készítésének tapasztalata alapján ajánljuk a realizálási stratégia készítését, mely nem más, mint a stratégiai javaslatok megvalósítását biztosító szervezeti, személyi és pénzügyi feltételrendszer meghatározása mellett a konkrét realizálási folyamatok (idő és feladattervek) megtervezése. A tervezés és realizálás ismertett folyamatok során nem szabad figyelmen kívül hagynunk, hogy magában a folyamatban is érvényesíteni kell az azonnali visszacsatolás, ellenőrzés lépéseit. Amennyiben például a célok kijelölésekor információhiánnyal találjuk magunkat szembe, akkor a döntésünk előtt azt pótoljuk, s végezzünk egy pótlólagos információgyűjtést, elemzést, minthogy hibás célmeghatározást tegyünk. Hasonlóan járunk el, ha a stratégiák meghatározásakor a célokkal, vagy az eszközök tervezésekor a stratégiákkal, azok tartalmával, realitásával kerülünk konfliktusba.

A régió és városmarketing két pillére a belső és a külső irányultság. Minként az üzleti szférában is bizonyított, sikeres piaci, külső marketing csak akkor lehetséges, ha a „belső marketing csatáját” megnyertük. Egy profitorientált vállalat működésében a belső marketing nem mást jelent, mint a különböző funkcionális területeinél a marketing szemlélet, a vevő- és piacorientáltság érvényesíthetőségét, miáltal a marketingesek képesek egy belső koordináló, integráló tevékenységet kifejteni, legyen szó a K+F, a termelés, avagy a pénzügyi, finanszírozási kérdésekről. Egy település, egy régió marketingje sem lehet sikeres, ha nem

nyertük meg az ott-élőket, az ott tevékenykedőket. A célcsoportok kiválasztása és differenciált kezelése a terület-marketing alapja. A szegmentálás lehetőségeinek bemutatásánál és a célzott marketing eszközök alkalmazásánál kiemelendő az a sajátosság, hogy számos célcsoport (elsősorban a belső, de a külső célcsoportoknál is) egyben maga is aktív marketingese lehet az adott régióknak, városoknak. E sajátosságok egyszerre könnyítik és bonyolítják a közösségi marketing kialakítását. A marketing-menedzsment, tervezési folyamat nem elhanyagolandó eleme a tevékenység, az elért hatások, az eredmények ellenőrzése, értékelése, egy hatékony visszacsatoló rendszer működtetése. Az eredmények egy része relatíve könnyen megragadható, hiszen ha megjelennek a külső befektetők, bővítik kapacitásait a helyi vállalkozások, nő a térségbe látogató turisták száma, egyre többen telepednek le a városban, s ez később a mérhető statisztikákban is megjelenik. A mennyiségileg nem megragadható változásokat célszerű piac- és közvélemény-kutatásokkal mérni, megteremteni a közvetlen visszajelzési, véleménynyilvánítási lehetőségeket. Mindezeket magába foglaló ellenőrző és kontrolling rendszer kiépítése szintén a komplex marketing projekt része.

A területmarketing bemutatott elméleti koncepciója, stratégiai folyamata nem csupán a marketingelmélet egyik elméleti iskolájának adaptációját jelenti, hanem kellő alapot biztosít a gyakorlati marketing tevékenység végzői számára is. A koncepció gyakorlatorientáltságát a szerző irányításával realizált projektek mellett számtalan – a megközelítést alkalmazó - térség és városmarketingi program igazolja az ország különböző pontján. A gyakorlati tapasztalatok nem csupán a megközelítés alkalmazhatóságát bizonyítják, de felhívják a koncepció kidolgozóinak figyelmét a modell továbbfejlesztésére, új aspektusok bekapcsolására, s arra is, hogy a domináns koncepció mellett a gyakorlat a marketing megközelítések ötvözetére épít, miként azt a tanulmány első részének kifejtésében megfogalmazásra került.

3.2. Ökotudatos-marketing

A környezeti szennyezések egyre közvetlenebbül megjelenő és érezhető problémái, az emberi életminőséget romboló jelenségei mögött a közvélemény, s gyakorta a szakmai körök is a gazdasági érdekek mindent elsöprő érvényesülését, a társadalom erőforrásokat nem kímélő tömegfogyasztási trendjeit, s e folyamatban egyik fő „bűnösként” a fogyasztást ösztönző, fogyasztókat körmönfont eszközökkel manipuláló marketinget jelölik meg. "A hagyományos marketingnek sok olyan hatása van, amellyel nagymértékben hozzájárulhat az ipari társadalom okozta növekvő környezeti károkhoz. A marketinget emiatt a nyugati társadal-

makban egyre gyakrabban tekintik ökológiai problémák okozójának. Az ökológiai problémák és a marketing kapcsolatát a következőkre vezetik vissza:

- A "fogyasztó a király" szemlélet eluralkodásával megjelent konzumerizmus a javak túlfogyasztásához vezetett, valamint a marketing döntéshozatali rendszere túlságosan fogyasztópólusává vált, sőt a környezet releváns tényezők csaknem teljesen hiányoznak a döntési rendszerből.
- A hagyományos marketing az embereket kiadási versengésre, azaz társadalmi rangjuk fogyasztói javakkal történő demonstrációjára ösztönzi. Az emberi szükségletekre úgy tekint, mintha azokat csak anyagi javakkal lehetne kielégíteni.
- A vállalatokat a hagyományos marketing forgalom-centrikussá tette, azaz a rövid távú haszon maximalizálása lett a sikerkritérium. Ez meg egyezik a tulajdonosi célokkal, s így vezetett a hulladéktermeléshez és az erőforrások kimerüléséhez is. Ráadásul a természeti erőforrások nagy részét áron alul vagy semmiféle költséggel sem kalkulálták a termelők.
- A termék-életciklusok felgyorsultak, a termelői-, forgalmi és a megtérülési ciklusok rövidítése érdekében eleve kisebb élettartamú termékeket állítanak elő. Ezt a tendenciát a különféle külsőleg generált hatások, pl. divatciklusok tovább erősítik.
- A hagyományos marketing alapvető szerepe a keresletösztönzés, ez pedig a javak szükséges mértékénél nagyobb felhalmozásával jár.

Ilyen „előélettel” talán sokak számára furcsának és hiteltelennek is tűnhet öko-marketingről, zöld-marketingről beszélni. Ugyanakkor az elmúlt évtizedben a környezettudatosság megjelenésével nem csak a vállalatokkal, hanem a marketinggel szembeni elvárások is módosultak. A marketingnek ma már nem elég a klasszikus funkcióit betöltenie, integrálnia kell a környezeti koncepciót, a minőségbiztosítás gyakorlatát és a klasszikus szemléletet is, ha a vállalat stratégiai előnyöket akar szerezni az általa megcélzott piacon. A marketingnek tehát helyre kell állítania a megcsorbult hírnevét és az eszközei nagy részének megtartásával, újra kell definiálnia céljait. "A marketing kötőelem a vállalat és a környezet között." Ebből a megállapításból kiindulva fogalmazhatjuk meg a környezetbarát-marketing definícióját, "olyan marketing, mely elsősorban a társadalom hosszú távú érdekeit figyelembe véve, a környezeti koncepciót magába olvasztva, a vállalatok, a fogyasztók és a környezet közötti integrációra törekszik és eközben módosított célrendszerrel, stratégiával és eszközrendszerrel dolgozik." (Kerekes 1997.) A vállalatok legfontosabb feladata tehát a zöld marketing elméleti megállapításainak gyakorlatba ültetése, azaz a környezeti koncepció elvont síkról az

operatív vállalati tevékenységekbe történő áthelyezése. Ennek a feladatnak szorosán össze kell kapcsolódnia a környezettudatos vállalatvezetéssel és az alkalmazottak elkötelezettségének növelésével is, hiszen a több oldalról ösztönzött változások a leghatékonyabbak. Ez a mindennapi gyakorlatban a környezetet legkevésbé terhelő megoldási módokat jelenti, melyeket állandóan kommunikálni kell a piac felé, hiszen csak így juthat stratégiai előnyhöz a cég. A fő cél továbbra is hosszú távú versenyképesség.

Az öko-marketing tágabb, átfogóbb megközelítéséből, definíciójából induljunk ki. Ennek lényege, hogy az üzleti szféra környezet-orientált magatartása nem csupán a jogi (állami) kényszer hatására, hanem saját jólfelfogott gazdasági, piaci érdekeiből eredően is erősödik, melyet a fogyasztók, vásárlók keresletének környezettudatossága, s az ebből eredő „környezet-barátság” mint verseny-tényező motivál. Azaz a termelő és kereskedelmi szféra ökotudatossága piackonform módon növelhető azáltal, hogy növekszik a fogyasztók, vásárlók környezettudatossága, mely nem csupán a véleményekben, hanem a cselekvésekben is megjelenik, s ezáltal a gazdasági szereplők jövőbeni piaci lépéseinek egyik meghatározó elemévé válik.

Az öko-marketing hármassal jelleghet, három szinten működhet, úgymint

1. Vizsgálja és befolyásolja a fogyasztók, vevők döntéseinek, magatartásának környezettudatosságát, megfogalmazva annak általános modelljét és adott piaci helyzetekben (ágazatokban, termékeknél) jelentkező sajátosságait.
2. Kidolgozza az üzleti, vállalkozói szféra piaci magatartásának, marketingjének a környezet-orientáltság növekedéséből eredő szükséges változási módszereit az információs és kutató-rendszer, termékpolitika, árképzés, értékesítési rendszer és kommunikáció terén.
3. Javaslatokat fogalmaz meg az állami, kormányzati beavatkozás piackonform szabályozó és támogató eszközeire, s a társadalmi kommunikáció (képzés, tájékoztatás, befolyásolás) módszereire vonatkozóan.

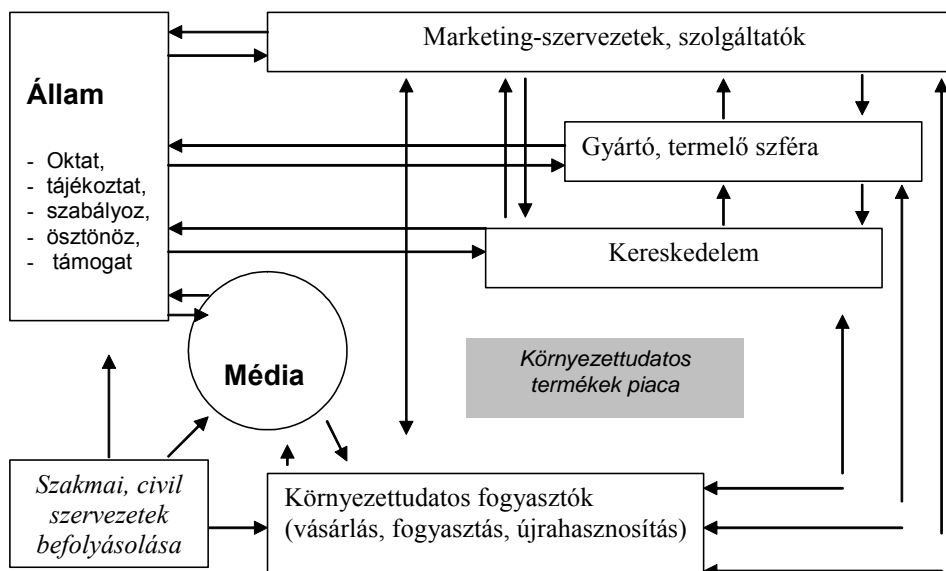
Az öko-marketing megvalósítói között a társadalom több „szereplőjét” találjuk.

A kormányzatot, s illetékes szerveit, akik

- a „társadalmi célú” marketing-kommunikáció eszközeivel fejlesztik a környezettudatosságot, a környezeti felelősségtudatot,
- garantált védjeggyel erősítik például a környezetbarát termékek iránti bizalmat,
- ösztönzik, támogatják a környezetbarát termékek létrehozását, a környezeti károk elhárítását,
- s a szabályozás eszközeivel megakadályozzák a környezetkárosító koncepciók megvalósítását,

A termelő-szolgáltató szférát, akik

- az üzleti haszon növelése érdekében környezetbarát termékeket, környezetbarát módon állítanak elő, s értékesítenek megismerve, s befolyásolva a fogyasztók ezirányú igényeit,
- a környezeti ipar fejlesztésével aktívak a hulladékok, használt termékek újrahasznosításában,
- a kereskedelmet, akik a termékek „környezet-orientált” választékának kialakítására törekednek, legyőzve a fogyasztók e termékek elfogadásával szembeni korlátait, aggályait, közreműködnek a termékek, a hulladékok újrahasznosítási folyamatában,



8. ábra: Az öko-marketing működésének modellje

A médiumokat, akik

- saját eszközeikkel feltárják a problémákat, ösztönzik azok megoldását befolyásolva az egyes szereplők magatartását,

A tudományos és szolgáltató marketing szakmát, akik

- elemzik, kutatják a meghatározó folyamatokat, magatartásokat, az azokat meghatározó tényezőket,
- kidolgozzák azon új megoldásokat, módszereket, melyeket a kormányzati, gazdasági és civil szereplők döntéseikben, cselekvéseikben fel tudnak használni.

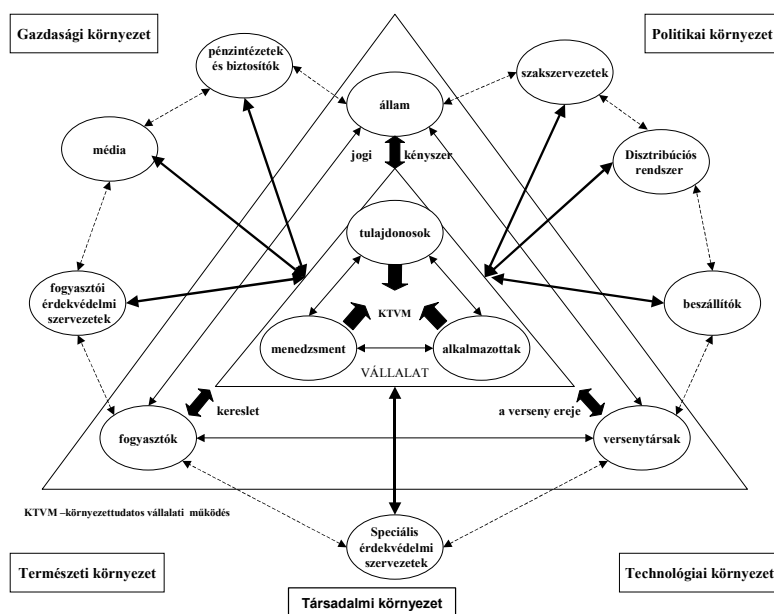
A környezetet károsító jelenségek hatására, az azzal való szembesülés eredményeként alakult ki a fenntartható fogyasztás koncepciója, ami a nemzeti környezetvédelmi politikák egyik fő célkitűzése. A fenntartható fogyasztás törekvések célja, hogy a jelen generációk fogyasztási szükségleteinek kielégítése ne veszélyeztesse a jövő generációinak életét, szükséglet-kielégítését. Ez a szándék megkívánja, hogy a gazdaság működésének gyakorlatában – a jelenleg érvényesülő tendenciákkal ellentétben – nőjön a termékek élettartama, a felhasznált anyagok újrahasznosításának mértéke.¹² A fenntartható fogyasztás koncepciója érvényesülésének alapvető feltétele, hogy nőjön a lakosság, a fogyasztók környezettudatossága, s vásárlási döntéseikben érvényesítsék ezen szempontokat, kritériumokat. Ezen magatartás állami támogatását, ösztönzését a környezettudatosság mértékének, jellemzőinek ismeretére lehet építeni. Az öko-marketing feladata, hogy vizsgálja, elemezze a környezettudatos fogyasztói magatartás sajátosságait. A következőkben bemutatjuk a nemzetközi és hazai empirikus kutatásokra épülően az öko-tudatos fogyasztói, vásárlói magatartás modelljét, meghatározva annak tényezőit, jelezve az állami és vállalkozói beavatkozás szükséges irányait, teendőit.

Nagy Szabolcs doktori értekezésében bemutatott kutatásai az ökotudatos fogyasztói magatartás részleteit vizsgálták, melyben az 1995, majd 1998-ban végzett tanszéki kutatásokra is épített. Az értekezésének néhány gondolatát idézzük be „...A szakirodalom metaelemzése során felfedeztem, hogy szinte minden környezettudatos marketing-szakértő, így a teljesség igénye nélkül Ottman (1998), Coddington (1993), Wasik (1996), Peattie (1992), Kuhre (1999) egyetért abban, hogy a hagyományos marketing és a környezetszennyezés között fennáll a kauzalitás. A történetiséget tekintve a környezeti koncepció - a világ fejlett országaiban az 1980-as évek végén bekövetkezett - előtérbe kerülését már számos tényező előrevetítette, így például a környezetszennyezés hatásainak egyre érzékenyebbé válása, a zöld mozgalmak elterjedése és a környezetbarát termékek megjelenése a piacon. A környezeti faktor az egyik meghatározó tényezővé vált a vállalati működésben (Corbett és Wassenhove, 1993), mivel az industrializáció által okozott környezeti károk, negatív hatások világszerte egyre nagyobb aggodalmat keltettek az emberekben. White (1967) már korán rámutatott arra, hogy a nyugati civilizációban, a keresztény országokban az ember környezet feletti dominanciájának elve vezetett a környezetromboláshoz. Az akkor domináns társadalmi paradigma mellett 1978-ban megjelent egy új, amelyet megalkotói – Dunlop és Van Liere (1978) – Új Környezeti Paradigmának

¹² Az Európai Unió „ötödik környezeti akcióprogramja”, amely a „Fenntarthatóság felé” címet viseli első helyen a fenntartható fejlődést célozza meg, de magában foglalja a fenntartható fogyasztás eszméjét is.

(New Environmental Paradigm – a továbbiakban elterjedtebb formájában, rövidítve: NEP) neveztek el. „A NEP három, egymástól elkülönülő dimenzióból áll. Ezek a természet egyensúlya, a növekedés korlátai és az antropocentrizmus.” (Dunlap és Jones, 2002). A NEP mint alternatív társadalmi paradigma a környezettudatos marketing „filozófiai melegágyát” jelenti. Bár a környezettudatos marketing a 80-as évek végén és a 90-es évek elején vált prominens irányzattá a marketingben, a kialakulása már jóval előbbre tehető. Az Amerikai Marketing Szövetség (AMA) 1975-ben tartotta az első workshop-ját a környezettudatos marketingről "Ecological Marketing" néven. (Henion and Kinneer 1976). A fenti eredmények a következő tézis megfogalmazásához vezettek: A környezettudatos marketing kialakulása, és a világ fejlett országaiban az 1990-es években bekövetkező fókuszpontba kerülése a marketingtudománynak és -gyakorlatnak a hagyományos marketing által indukált - környezeti vonatkozású problémákra adott - racionális válaszként értelmezhető.

A környezettudatos marketing működésének vizsgálatára építve létrehoztam a környezettudatos marketing hajtóerő-modelljét, mely egy vállalat szemszögéből nézve mutatja be a környezettudatos vállalati működés irányába ható környezeti tényezőket, belső és külső erőket. A modell középpontjába magát a termelő és/vagy szolgáltató vállalatot helyeztem, melyet tovább bontottam tulajdonosi, menedzsment és az alkalmazotti érdekcsoportokra. A modellben Pujari (1995) összegzése és a saját primer kutatási eredményeim alapján három fő hajtóerőt különítettem el: az állami oldalból eredeztethető jogi kényszert, a versenytársak viselkedése által indukált változásokat (verseny ereje), és a fogyasztói keresletet.



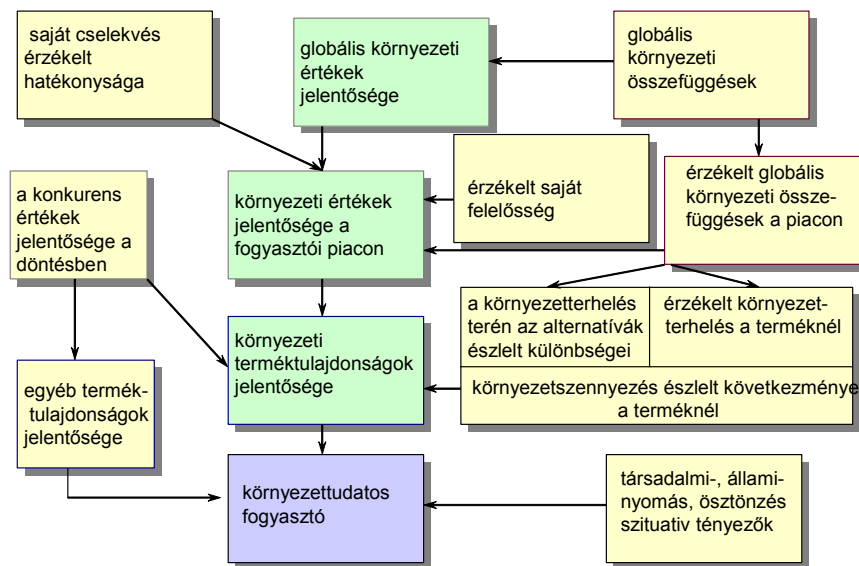
9. ábra: A környezettudatos marketing hajtóerőmodellje

A jogi kényszer és a versenytársak által indukált erők toló-, míg a fogyasztói kereslet húzóerőként foghatók fel. Ezek mellett a szakirodalom (pl. Elkington, Knight és Hailes, 1991) számos más – gyakoriságukat, illetve erejüket tekintve gyengébb – hajtóerőt is megemlít, amelyeket én is beillesztettem a saját modellembe. Saját kutatási eredményeink (Piskóti és Nagy, 1999) rámutattak arra, hogy a magyar vállalatok körében a legjelentősebb hajtóerő a környezeti törvénykezés végrehajtása, amit a piaci verseny és a fogyasztói kereslet követ. A környezeti tényezők vonatkozásában a politikai-, társadalmi-, természeti- és technológiai környezet erőter-szempon-tú vizsgálatára terjed ki a hajtóerőmodell. A külső hajtóerők között szerepelnek a fogyasztói érdekvédelmi szervezetek, a beszállítók, a disztribúciós rendszer (nagy- és kiskereskedelem), a szakszervezetek, a speciális érdekvédelmi csoportok (SIG), a pénzüzetek és biztosítók, valamint a média, melyek erejére és hatására vonatkozó következtetések levonására a szakirodalomban található kutatási eredmények feldolgozása révén jutottam. A vállalaton belüli kapcsolatokat tekintve megállapítottam, hogy a környezettudatos vállalati működés irányába mutató erők egyaránt származhatnak:

- a top-menedzsment személyes értékeiből és attitűdjeiből (Nash, 1990),

- az alkalmazottak elvárásai felől (Elkington, Knight és Hailes 1991; Greeno és Robinson, 1992; Winsemius és Guntram, 1992; Poltorzycki, 2001), illetve
- a részvényesek (tulajdonosok) oldaláról (White, 1999; Welford 2003).

Saját kutatásunk (Piskóti és Nagy, 1999) feltárta, hogy a környezettudatos vállalati tevékenységek kialakításának legfontosabb belső hajtóereje hazánkban az alkalmazottak felől megfogalmazódó igény, akik elsősorban saját munkafeltételeiknek javulását várják a környezettudatosabb működéstől. Mindezek alapján a következő tézist alkottam meg: A szakirodalomban felhalmozott empirikus ismeretek, valamint saját primer kutatási eredményeim szintézise alapján létrehoztam a környezettudatos marketing hajtóerő-modelljét, mely egy vállalat szemszögéből nézve elemzi a környezettudatos vállalati működés irányába ható környezeti tényezőket, belső- és külső hatóerőket. A modellben a szintézis alapján három jelentős hajtóerőt különítettem el, melyek a jogi kényszer, a verseny ereje és a fogyasztói kereslet.



10. ábra: Az öko-tudatos fogyasztói magatartás modellje

Az öko-tudatosság mértéke országonként, fogyasztói szegmensekként eltérő mértékű lehet, s más és másként jelentkezik különböző termékek esetében, s a

vásárlási döntési folyamat különböző szakaszaiban. A nemzetközi tapasztalatok alapján megfogalmazható kiinduló hipotézisek szerint annál nagyobb a jelentősége a környezetvonatkozású terméktulajdonságoknak, minél: nagyobbra becsült a környezet-szennyezés következménye,

- inkább elfogadott a környezetszennyezés csökkentésében a saját felelősség,
- nagyobb a globális környezeti értékek jelentősége a társadalomban,
- hatékonyabb a saját cselekvés a környezeti károk csökkentésben,
- kisebb a konkurens értékek jelentősége a fogyasztásban. Az öko-tudatos

fogyasztás elterjedése feltételezi, hogy a fogyasztók ismerik a környezet károsodásának tényeit, az azzal együtt járó kockázatokat, tisztában vannak a saját fogyasztás környezetkárosító hatásaival. Úgy ítélik meg, hogy saját cselekvésüket is hozzá tud járulni az általuk is fontosnak tartott környezeti értékek megővéséhez. Ugyanakkor ezen attitűd csak akkor válik tényleges cselekvéssé, ha a termék, szolgáltatás vásárlásához kötődő egyéb, konkurens értékek, mint például ár, minőség, elérhetőség stb. nem nyomják el előző „elvi” törekvéseit. Természetesen a fogyasztó döntéseit a vállalkozások általi kínálat jellege mellett a társadalmi, állami nyomás, ösztönzés mértéke is befolyásolja.

A modell jól mutatja, hogy különbség van a lakosság környezettudatos-sága és ténylegesen környezettudatos magatartása között, azaz a vélemények, szándékok nem mindig realizálódnak a következetes cselekvésben. A magyar lakosság környezettudatosságát, vásárlói magatartásának átfogó elemzésére vonatkozóan a Marketing Intézetünk átfogó elemzést végzett.

3.3. Innovációmarketing - marketinginnovációk

A vállalkozások előtt álló követelmény ma kettős, egy időben kell a költséghatékonyságot javítani a meglévő termékek árversenyben való helytállása érdekében, és a differenciált, innovatív termékek, szolgáltatások létrehozására irányuló tevékenységet intenzívebbé tenni, a piacpotenciál növelése, a piaci pozíció erősítése érdekében. A vállalkozásoknak új viszonyt kell kialakítaniuk az innovációhoz, a növekedéshez, a vevőkhöz, melynek egyik kulcsa a piacorientált innovációk és vevőkapcsolatok sikeres menedzselése, sikeres marketingje lehet.

Az innováció piaci körülményei az utóbbi évtizedben jelentősen megváltoztak:

1. A legtöbb piac fejlődése elérte a telítettséget, a nemzetközi verseny egyre erőteljesebbé vált, az ágazatok nagy részében fölös kapacitások jöttek létre, a vevők egyre szélesebb sokoldalúbb kínálatból választhatnak.
2. Az új termékek és szolgáltatások létrehozása a technológiák, a kompetenciák komplex összjátékát igényli, s ebben a normák, a kompatibilitási

elvárások, s előírások sokaságának kell megfelelni, azaz az innováció egy sokelemű, költséges folyamat.

3. Egyre nehezebb kielégítetlen szükségleteket feltárni, s azokhoz találó, helyes megoldásokat találni.
4. Nőnek az új termékek fejlesztésének és azok piaci bevezetésének beruházási kockázata, mivel a fejlesztési kiadások rendkívül nagyok lehetnek, a termékek életciklusa rövidül, s egyre bizonytalanabb, hogy az innovatív kínálat megfelel-e majd a vevői preferenciáknak.

Az innovációk sikere érdekében ma egy vállalkozásnak jelentősen többet kell felmutatniuk, mint kreativitást, ötleteket, műszaki képességeket, hanem vevőorientált innovációs magatartást. A vállalkozásoknak meg kell tanulni az innovációk, a vevőkapcsolatok és a növekedés tudatos egybekapcsolását. Ezen elvárás számos fontos magatartási, szakmai alapvetésre hívja fel a figyelmet:

1. Az innovációs lehetőségek kutatása csak akkor lehet sikeres, ha van a vállalkozásnak jövőképe, jövőbe mutató stratégiája, amelyben az innovációknak világos szerepet kell játszania,

2. El kell fogadni, hogy a technológiai know-how kevésbé fontos, mint azon felhasználói területek, vevőcsoportok beható ismerete, akik attraktív növekedési potenciált mutatnak fel, s az innovatív termékek jelentős előnye építhető rájuk.

3. Az innovatív ötletek széles tárházát kell használni, a vevőket, szállítókat, az értékesítés és vevőszolgálat munkatársait, a versenyelemzést, a külső kutatóintézetet, a saját k+f munkatársait, stb. Azaz abban a helyzetben kell lenni, hogy mindezek gyűjtése, értékelése egy aktív keresési és szűrési folyamat révén történjen.

4. A sikert ígérő innovációs ötletek fejlesztési projektbe történő gyors átvitele, megvalósításának és célratörő piacra vitelének gyorsasága, időstratégiai döntése elengedhetetlen.

5. Egy szisztematikus az innováció- és kapcsolatmenedzsment keretében történő innovációs marketing működtetése szükséges, mely biztosíthatja, hogy az innovatív termékek fejlesztése vevőorientáltan történjen.

Innovációról szólva a változások célirányos, szervezett keresését, a gazdaságban és a társadalomban azokból keletkező megújulási lehetőségek rendszeres elemzését és kihasználását kell hangsúlyoznunk. A történelem is igazolta, hogy a valódi innovációk csak versenyterepen, riválisok nyomása alatt jöhetnek létre. Innovációs lehetőségek a gazdaság, a vállalatok számára több területről származnak. Innovációs források adódnak az ágazat, a piac vagy éppen a lakosság összetételének, struktúrájának változásából. Az innováció fő forrásának

mégis elsősorban az új tudományos ismereteket tartjuk, melyek hatásai kétségkívül látványosak, komplexek, alapjaiban mozgatják meg a piacokat, társadalmakat. Az innovációt többnyire, mint termék- és gyártási technológiák függvényét kezeljük, bár inkább a vásárlói szükségletekből kiindulva kellene megközelíteni. Az egyszerűség és témaközelítés kedvéért az innovációt, mint eddig kielégítetlen igények új módon történő teljesítésének folyamatát kezeljük. A közvetlen műszaki, k+f eredményekre épülő innovációk esetén általában a gyakorlati, látható probléma a piaci bevezetésnél merül fel élesen. Végül is a technológiai, technikai innováció lényege a kutatás és fejlesztés eredményezte termékek piacra való bevezetése, megmérettetése, elismertetése, nem más, mint a verseny által megszürt kreativitás.

A sikeres innovációk lényege a vevőhaszonra, a vevői előnyre koncentrációban és a hatékony piacra vitelben rejlik. A vevőhaszonnak relevánsnak, felismerhetőnek és könnyen kommunikálhatónak kell lennie. Ebből a szempontból nem játszik szerepet, hogy eredeti terméktulajdonságról, vagy a termékkel kapcsolatos pótlólagos haszomból származik az "értéktöbblet". (pl. design, tranzakciós-folyamat)

Az innovációs kudarcok legjellemzőbb okait az alábbiakban emelhetjük ki:

- hiányzó piacelemzés,
- rosszul definiált piaci szegmens,
- alábecsült verseny,
- nem kielégítő marketingtámogatás,
- termékhiányosságok, műszaki problémák,
- termékben és nem problémamegoldásban gondolkodás,
- vezetési és kommunikációs problémák,
- technológiai kapcsolódás problémái,
- rossz erőforrásigény-becslés,
- fejlesztési idő alábecslése,
- a bevezetés rossz időzítése,
- a versenyelőny, sikertényezők rossz meghatározása, azaz gyenge innovációmarketing aktivitások, a hiányzó vevőorientáció áll a háttérben.

A hazai vállalati marketing tevékenység hatékonyságát vizsgáló kutatások (pl. Berács-Kolos(2004), Demeter-Kolos (2006), Piskóti-Schupler(2006) alapján et összességében értékelve megállapítható, hogy a vevőorientáció, a vevőorientált innovációs tevékenység területen jelentős hiányosságok vannak, melyek gyakorta nem is tudatosulnak a cégvezetésnél, hiszen ez a hiány nem közvetlenül megszámlálható, hanem többnyire elmaradt, elvesztett üzleti lehetőségek, újra nem vásárló vevők, s nem javuló, vagy csökkenő eredményesség képé-

ben találkozunk vele, melyre általában külső, elháríthatatlan nehézség magyarázatát találják meg a cégnél. A vevőorientáció jellemző vállalkozói gyengeségeként jelenik meg, hogy

- nem veszik komolyan a termékek komparatív versenyelőny hiányát,
- illetve hiányosan történik a meglévő termékelőny valós versenyelőnyre transzformálása,
- nincs átgondolt piaci, marketingkonceptió,
- versenytársakat nem kellő ismerik,
- nincs kellő versenydinamika, tudatos versenymagatartás,
- napi üzletmenet nehézségei túlzottan lekötik a menedzsmentet,
- hiányzik a kreatív megoldások alkalmazása,
- nem ismerik a vevő terméktulajdonság preferenciáit,
- nem ismerik a vásárlói döntési folyamatot,
- nem ismerik a vásárlási szituációhatásokat,
- csak egy-egy termékben, s nem komplexen gondolkodnak,
- nem hallgatnak a vevői javaslatokra, panaszokra,
- nem ellenőrzik, nem mérik mélységében a vevőelégedettséget,
- nem érzik a technológiaváltások szükségességét,
- nem ismerik a cégről alkotott külső, vevői véleményt, pozíciót,

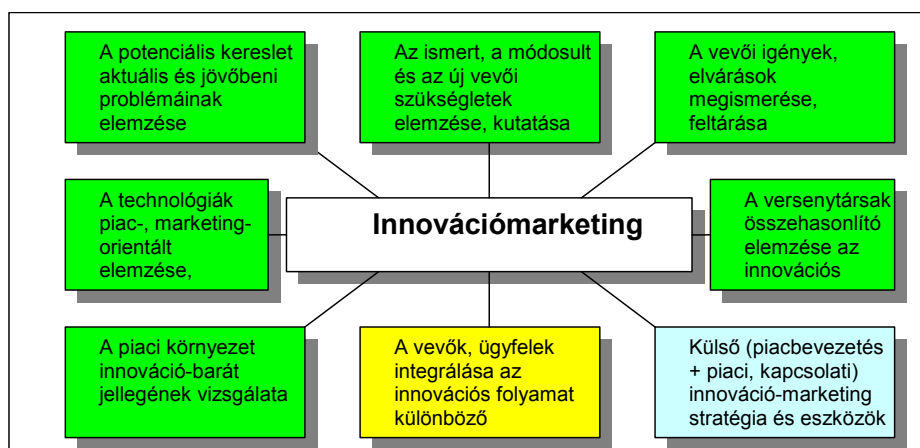
Mindezen elemek mögött a vevőorientációt érvényesítő tudatos marketingmenedzsment hiánya áll

- csak a vevőorientáció egyes tényezőinek optimalizálása jelenik meg, anélkül hogy egymással való kapcsolatukra is figyelnének,
- a vevőközelség, a vevőelégedettség, vevői kötődés, lojalitás mérésének koncepcionális és módszertani gyengeségei vannak,
- gyakorta egyenlőséget tesznek a vevőelégedettség és a vevői kötődés, lojalitás között,
- csak az operatív tényezőkre koncentráció jelenik meg,
- elhanyagolásra kerülnek az ún. „soft kils”, a puha tényezők, mint a kulturális, személyi tényezők szerepe a vevőorientáltság érvényesítésében,
- nincs tudatos vevőstruktúra kialakításra, differenciált kezelésre, vevőselekcióna törekvés.

Ennek értelmében, az innovációs folyamatokban sikereket elért vállalatok azt vallják, hogy *az innováció nem egyszerűen műszaki, technológiai kérdés, hanem alapvetően marketingfeladat is, s ebből következően piacorientált vezetési modellként kezelik.* A piaci tényezők az innovációs folyamatban tehát nem külső paraméterek, hanem az események belső változói. Az innovációmarketinget a marketing-rendszer olyan megjelenésének tekintjük, amely az innovációs folyamat piacorientált, komplex megközelítését kínálja. Ennek keretében a legsikere-

sebb esetekben "integrálja a piacot, a vevőket, célcsoportokat az innovációs folyamatba", azaz érvényesíti a vevőközelséget, vevőorientációt a vállalkozás belső folyamataiban. (a vevőorientáció információs, teljesítmény és interakciós tevékenység alapú, valamint szervezeti, kulturális alapú megközelítései, dimenziói egységeként)

A marketing szerepe nem korlátozódik az innovációs folyamat egy elemére, mint azt gyakran az innováció bevezetési szakaszára vonatkozóan tapasztalhatjuk, hanem a marketing jellemző jegyei az innovációs folyamaton végig húzódó szemléletként az egész vállalati működés feltételrendszerében megjelennek, és a marketing infrastruktúra és eszközrendszer elemei aktívan hatnak. A marketing sajátos integráló, koordináló funkciókat betöltő szupertényezővé válik a vállalati innovációk sikerét meghatározó faktorok között.



11.ábra: Az innovációmarketing tartalmi elemei

Az innovációs marketinget az innovációs menedzsment részének tekintjük. Míg az innovációmenedzsment a vállalkozás innovációs stratégiájának egészét érinti, addig az innovációs marketing a külső és belső kapcsolatokat, különösen a piaci, a vevőkhöz és a szállítókhoz kapcsolódó cselekvéseket állítja középpontba.

Az innovációmarketing nem az új termék, vagy megoldás piacra lépésénél, a jó piaci start támogatásánál kezdődik, hanem már ott van az ötletek születésekor, formálódásakor, a vállalkozáson belüli megvalósítás egész folyamatában. Az ImKKK-n belüli kutatási programunk az alábbi területeken, irányokban folyt:

1. Piacelemzés - „Lead Market típusú összehasonlító elemzés-módszertan továbbfejlesztése” -
2. Közösségi innovációmarketing elméleti, módszertani kereteinek kidolgozása,
3. Innovatív termékek piac-, vevőorientált fejlesztése, a vevőhaszon, vevőérték-maximalizálás módszerei, k+f igények piacorientált meghatározása,
4. Új innovációk piaci érettségének tesztelése, várható és tényleges vevőfogadtatásának elemzése,
5. Diffúzió-elemzés - Innovatív termékek piaci elterjedési sajátosságainak modell-szerű megközelítése,
6. Marketing-logisztika folyamatoptimalizálások beépítése a vevőérték fejlesztésbe, és a vevő-elégedettség mérés modelljeibe.
7. Vevői, üzleti kapcsolatok értékének modellezése, elemzése
8. Kapcsolati, hálózati marketing módszertani kutatások, kapcsolatmenedzsment és kooperáció-készség modellek alkalmazása az innovációs folyamatok optimalizálásában,
9. Marketinginnovációk a piacbefolyásolásban – a hagyományos marketing eszközök módszertani továbbfejlesztése, különös tekintettel az új, elsősorban IT technológiák alkalmazására,
10. A marketing tevékenység optimalizálása, a hatékonyság, eredményesség mérésének módszerei.

A marketinginnovációk általunk kutatott területei:

- az új marketingkonceptiókat, (marketing-orientáció, marketing-kultúra váltások)
- új marketingstratégiák (új problémamegoldó megközelítések, piacváltás stb.)
- új termékkonceptiók (pl. a biotechnológiai területeken,)
- a marketing-módszertan új megoldásai (árképzés, kommunikáció, értékesítés új csatornái, eszközei terén)
- új logisztikai módszerek és megoldások,
- a marketing ellenőrzés, kontrolling új eszközei,
- a marketing kiterjesztése új alkalmazási területekre, pl. közösségi marketing, stb.

Az innovációmarketing tartalmát a kutatási program keretében szakmailag kiterjesztettük, hiszen átfog minden olyan stratégiai és operatív tervezést és intézkedést, mely a vállalkozás-szubjektív innovációk műszaki-, gazdasági és társadalmi tervezésével, fejlesztésével, létrehozásával, bevezetésével és piaci lépéseivel függ össze, azaz az innovációk vevőorientált generálása és vevőorientált piaci értékesítése során történik, azok innovatív megoldásait valósítja meg.

AZ ÜZLETI INFORMÁCIÓGAZDÁLKODÁSI ÉS MÓDSZERTANI INTÉZET KUTATÁSI TEVÉKENYSÉGE

DR. PÁL TIBOR*

A pénzügyi, a számviteli, a statisztikai, valamint az üzleti előrejelzéssel foglalkozó szakmai területek a gazdálkodási gyakorlatban egyaránt megjelenő, egymással többnyire szoros egységet képező, kölcsönös hatásokat eredményező és meghatározó szegmensekként jelennek meg. A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karán az Üzleti Információgazdálkodási és Módszertani Intézet – amely tanszéki struktúrájában is megfelel a felsorolt diszciplináknak –, elsősorban olyan kutatási témákat preferál, amelyek esetében az elméleti összefüggésekből levezethető következtetések a várható üzleti alkalmazások során gyakorlati eredményeket indukálhatnak.

Intézetünk széleskörű szakmai kapcsolatrendszerére támaszkodva – többek között a Magyar Könyvvizsgálói Kamarával, az Állami Számvevőszékkel, az Adó és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatallal, a Központi Statisztikai Hivatallal, nemzetközi könyvvizsgáló cégekkel, valamint bankokkal, biztosítóintézetekkel kötött együttműködési megállapodások alapján – lehetőségünk nyílik közös kutatásokra a magyarországi számviteli, pénzügyi szabályozás, illetve pénzügyi ellenőrzés területén. Az együttműködések eredményeképpen jelentős számú szakkönyv és kapcsolódó publikáció, szakmai előadás született, valamint hagyományra vált az Intézet, évente neves személyiségek részvételével megrendezésre kerülő – a kutatási területeket is jól reprezentáló – szakmai napja.

Célrendszerünk megfogalmazásánál a business school jellegű képzési, és az ehhez illeszkedő kutatási tevékenység célként történő kijelölése azért is jelentős, mivel Intézetünkben – az egyetemi Doktori Iskola keretein belül – közel 10 éve segítjük Ph.D. hallgatók felkészülését. A pénzügyi, számviteli, statisztikai és üzleti előrejelzési szakterülethez kötődően jelentős számban kerültek kapcsolatba Ph.D. hallgatóink a szűkebb szakterületekkel, végeztek a képzést is segítő kutatómunkát. Az Intézet kutatási tevékenységén belül jelentős hangsúlyt kapnak azok az oktatás-fejlesztési, oktatás-módszertani kérdések, amelyek az egyes szakmai területek kutatási tevékenységének oktatásba történő beillesztésének lehetőségeivel, azok gyakorlati megvalósításával foglalkoznak. Ezek részben kutatási projektekhez – HEFOP, ESZA –, részben belső feladatokhoz kapcsolódnak.

* intézeti igazgató, egyetemi docens

Az Intézet szakmai területeihez kötődő kutatási feladatok, illetve azok végrehajtása több formában jelennek meg. Egyrészt az Intézet részt vesz olyan egyetemi, kari projektek, pályázatok megvalósításában, amelyek elősegítik szakmai, tudományos céljaink elérését. Másrészt a szorosan az Intézet szakmai területeihez kapcsolható pályázatok esetében önálló megvalósításra, illetve szakmai partnerek felkutatásával és a velük történő megállapodás alapján közös munkára törekszünk. Az előzőeken túl nagyon fontosnak tekinthetők az Intézet oktatóinak, munkatársainak, Ph.D. hallgatóinak azon egyéni kutatásai, amelyek az Intézet szakmai feladataihoz kötődő, de esetenként más szervezeti forma, felvállalt szakmai feladat, tisztség által felkínált lehetőségeihez kapcsolódnak.

Számvitel tanszéki kutatások, a kutatások eredményeinek megjelenése

A Tanszék oktatási, tudományos, illetve kutatási feladatainak ellátásában – a business school jellegből következően – a gyakorlat orientált felfogásra, az elméletileg megalapozott, a gazdálkodási tevékenység során hasznosítható ismeretek oktatására, továbbá az ezeket megalapozó elméleti kutatásokra koncentrálnak. A tanszék oktatói gyakorlati tevékenységük során megszerzett tapasztalataikat oktatómunkájukban kamatoztatják, valamint ennek megfelelően a tanszék nagy hangsúlyt fektet a gyakorlati élet szereplőivel – vállalatok, bankok, szakmai kamarák – történő együttműködésre, folyamatos kapcsolattartásra. A következő területekre bonthatjuk a tanszék fő kutatási irányait, illetve mutathatjuk be a kapcsolódó publikációs tevékenységet:

A számviteli információkkal, a számviteli információs rendszerek működtetésével összefüggő területek

Témakörök:

- A számviteli információk hatásmechanizmusa, könyvviteli elszámolási kérdések a gyakorlatban
- Költségelszámolási rendszerek az üzleti gyakorlatban

A területekhez kapcsolódóan a tanszék munkatársai az elmúlt időszakban elsősorban oktatásfejlesztési kérdésekkel foglalkoztak, amelynek eredményeképpen önálló tanszéki szakkönyvek jelentek meg:

- Bevezetés a számvitelbe, Economix, Miskolc, 2003. További kiadás: 2005.
- Pénzügyi számvitel, a mérlegtételek elszámolása, Economix, Miskolc, 2007.

A tanszék munkatársai további kiadványok létrehozásában vettek részt:

- Számvitel 2001. A számviteli törvény változásai, MKVKOK, Budapest, 2000.
- A számviteli törvény magyarázata, HVG-ORAC, Budapest, 2001, További kiadások: 2002, 2004-2005. 2007.
- Számvitel-elemzés, MKVKOK, Budapest, 2001.
- Számviteli rendszerek és speciális eljárások, Economix, Miskolc, 2004.
- A társasági adó kapcsolata a számvittel, Novoschool, Budapest, 2004.
- A számvitel és az adózás aktuális kérdései – készletek, Novoschool, Budapest, 2004.
- A számvitel és az adózás aktuális kérdései – követelések, Novoschool, Budapest, 2005.
- A számvitel és az adózás aktuális kérdései – számviteli változások, Novoschool, Budapest, 2006.
- A számvitel és az adózás aktuális kérdései – számviteli változások, Novoschool, Budapest, 2007.

Témakörök:

- A számviteli előrejelzések lehetőségei és korlátai
- Kis- és középvállalkozások vezetői számvitele
- Mezőgazdasági vállalkozások számvitele különös tekintettel a növénytermesztés elszámolási sajátosságaira
- Támogatások számvitele
- Hitelintézeti számvitel
- Kereskedelmi áruk számvitele
- Non-profit szervezetek számvitele
- Speciális céghelyzetek számvitele

Önálló tanszéki szakkönyvek jelentek meg:

Számviteli rendszerek és speciális eljárások, Economix, Miskolc, 2004.

- Számviteli rendszerek, Economix, Miskolc, 2007.
- Speciális számviteli eljárások, Economix, Miskolc, 2007.

A vállalkozások üzleti tevékenységéhez kötődő rendszeres könyvviteli, beszámolóképzési munka mellett a gyakorlatban időről időre találkozunk összetett, pénzügyi és jogi vonatkozásokat egyaránt felmutató sajátos számviteli kérdésekkel. A vállalkozások konszolidációjának, átalakulásának, felszámolásának, végelszámolásának számviteli kezelése, az ellenőrzés, önellenőrzés elszámolásai, a támogatások kezelése mind speciális kutatási feladatokat jelentenek.

A kutatás eredményeképpen a felvetett és megválaszolt kérdéseket külön-külön tárgyalva, a megjelent kiadványok magukban foglalják a vállalkezési gyakorlatban megjelenő sajátos számveteli kérdéseket.

Témakör:

- A környezeti számvetel kérdései

A Nyugat-Magyarországi Egyetem gondozásában megjelent kötet egyik fejezetként publikálta a tanszék a környezeti számvetel kérdéseivel foglalkozó tanulmányt

- Pénzügypolitikai stratégiák a XXI. sz. elején – A környezetvédelem, valamint a pénzügyi számveteli rendszer kapcsolata

A gazdálkodásra ható tényezők száma, struktúrája folyamatosan módosul, így a magát objektívnek beállító szemlélődőnek is újabb és újabb helyzetekben kell elméleti és módszertani megoldásokat keresnie elemzése során. Kevésbé vitatható, hogy napjainkban a környezeti (környezetvédelmi, környezetgazdasági) szempontok szerinti számbavétel és tervezés egyre nagyobb súllyal szerepel a döntések előkészítésekor, mindazonáltal nem csökken a finanszírozhatóságot előtérbe helyező vélemények szerepe sem. A megfelelő összhang, a kompromisszumokat is magába foglaló megoldások keresése felveti olyan új, sok esetben szokatlan, interdiszciplináris jellegű eljárások alkalmazását, új fogalmi megközelítések használatát, amelyek eddig nem jellemezték a közgazdasági gondolkodást. A számveteli információs rendszerek jelenlegi fejlettségi szintjén már lehetőség nyílik, hogy ráirányítsuk a figyelmet néhány perspektivikus, koncepcionálisan is jelentősnek tekinthető területre.

Témakör:

- Államháztartási számvetel

Az államháztartás súlyponti területét képező helyi önkormányzatok, illetve kistérségi társulások feladataival foglalkozó módszertani kutatások eredménye jelent meg, olyan módszertani segédlet formájában, amely kommentárokkal segíti a gazdasági program, a költségvetési rendelet, az évközi rendeletmódosítás, zárszámadási rendelet, illetve a vagyonkimutatás előkészítését.

- A helyi önkormányzatok, többcélú kistérségi társulások feladatai a tervezéstől a zárszámadásig

Témakör:

- Nemzetközi számviteli kérdések

A számviteli információkkal, a számviteli információs rendszerek működtetésével összefüggő területekhez kötődő szakkönyvek mellett jelentős számú szakcikk, tanszékjelentés, illetve konferencia-előadás készült el. A kutatási eredmények az egyetemi oktatásban és a felsőfokú szakképzés területén is felhasználásra kerülnek, nem csak a Miskolci Egyetemen, hanem más felsőoktatási intézményekben (Nyugat-Magyarországi Egyetem, Pécsi Tudományegyetem, Nyíregyházi Főiskola), illetve szakképző iskolákban. A Nemzetközi számvitel tankönyv a Budapesti Corvinus Egyetem, a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem és a Budapesti Gazdasági Főiskola tankönyve is.

- Nemzetközi számvitel – az IFRS-ek rendszere, MKVKOK, Budapest, 2006.

A könyvvizsgálat módszertani kérdéseire, a könyvvizsgálói feladatok szervezéséhez, a könyvvizsgálói intézményrendszer köztestületi irányításához kötődő területek*Témakörök:*

- A könyvvizsgálói standardok alkalmazása a gyakorlati tevékenység során
- Kis- és középvállalkozások könyvvizsgálatának sajátosságai
- A könyvvizsgálat köztestületi feladatai, különös tekintettel az oktatási, továbbképzési kérdésekre

A tanszéki kutatások módszertani kérdésekre irányulnak, az eredmények egyrészt a könyvvizsgálói feladatok ellátásához kapcsolódó szakcikkekben és konferencia-előadásokban jelennek meg, másrészt igen jelentősnek tekinthető az a gyakorlati alkalmazásban is bemutatható eredmény, amely a hazai könyvvizsgálói munkával összefüggő köztestületi feladatok közül a kamarai oktatási és továbbképzési tevékenység keretén belül jelennek meg.

Szakcikk, előadások:

- A könyvvizsgálóvá válás folyamata, Magyar Könyvvizsgálói Almanach, Figyelő Rt. Budapest, 1998.
- Az okleveles könyvvizsgálói képzésről, Számvitel és könyvvizsgálat, 1998/7-8

- Könyvvizsgáló-továbbképzés. A standardok oktatása, Audit Figyelő, 1998. április, Figyelő Rt., Budapest
- A következő évezredben kötelező, Audit Figyelő, 1999. március, Figyelő Rt., Budapest
- A számvitel 2001-es változásai és a könyvvizsgálat, Magyar Könyvvizsgálói Almanach 2000, MKVK, Budapest, 2000.
- Könyvvizsgálói oklevél – egységes jogosítvány, Számvitel-adó-könyvvizsgálat, Budapest, 2001/9
- Az országos könyvvizsgálói konferenciák tapasztalatai, Hírlevél, A Magyar Könyvvizsgálói Kamara lapja, a Számvitel-adó-könyvvizsgálat melléklete, MKVK, Budapest, 2005/12
- A Magyar Könyvvizsgálói Kamara feladatai az okleveles könyvvizsgálói képzés újjászervezésében, VI. Országos Könyvvizsgálói Konferencia, Balatonszéplak, 1998.
- A minőségbiztosítás korlátai és lehetőségei a könyvvizsgálat gyakorlatában, MicroCAD Konferencia, Miskolc, 2000.
- Az oktatás-képzés jövőképe a hazai könyvvizsgáló-képzés és továbbképzés területén, IFAC Nemzetközi Konferencia, Budapest, 2001.
- Könyvvizsgáló: Tanácsadó vagy ellenőr? „Dialógus a gazdaságfejlesztésről és a turizmusról” IV. Regionális tanácsadási konferencia, Miskolc, 2004.
- A számviteli standardalkotás aktuális kérdései, Magyar Könyvvizsgálói Kamara, Győr, 2006.
- Magyar Nemzeti Számviteli Standardok, XIV. Országos Könyvvizsgálói Konferencia, Eger, 2006.

A könyvvizsgálói feladatok szervezéséhez, a könyvvizsgálói intézményrendszer köztestületi irányításához kötődő területek elsősorban a könyvvizsgálói szakma, illetve a könyvvizsgálatot irányító köztestület, a Magyar Könyvvizsgálói Kamara feladatrendszerén belül jelentenek eredményeket.

A kamarai tevékenység egyik alapvető részét képezi az oktatási, továbbképzési, valamint az ezekhez kapcsolódó szakmai és szervezési feladatok ellátása. Az itt elvégzendő munka, az ide kapcsolódó területek kérdéseinek megfelelő színvonalú megválaszolása a szakmai igényesség magas fokát annak következtében feltételezi, hogy a képzésekkel összefüggő komplex tevékenység a számvitel mellett egyidejűleg több – önmagában is összetett – szakterület átfogó ismeretét, tapasztalatainak célzott felhasználását követeli meg. A kutatások szerint a kamara előtt álló időszakban – hosszabb távon is – előtérbe kell helyezni a

kamarai tagság szakmai ismereteinek folyamatos gyarapításához történő szervezett hozzájárulás minél hatékonyabb formáinak működtetését, szükség szerinti továbbfejlesztését. A gazdaság és a társadalom igényeinek megfelelő, szakmáját magas szinten művelő könyvvizsgálónak mind képzésének megszerzésekor, mind ismereteinek bővítése során tapasztalnia kell annak a szakmai háttérnek folyamatos támogatását, amelyet a Magyar Könyvvizsgálói Kamara képvisel. Az ezzel összefüggő feladatok színvonalas ellátását a kamarának kell megoldania, egyrészt támaszkodva arra a szakmai körre, amelyet maga köré gyűjt, másrészt együttműködve azokkal a felsőoktatási és más intézményekkel, szakmai szervezetekkel, amelyekkel közös szakmai célokat tud megfogalmazni és megvalósítani.

A kamarának önállóan is képesnek kell lennie köztisztviselési feladatainak ellátására, meg kell felelnie a kamarai tagság elvárásainak, de ki kell használnia azokat a lehetőségeket is, amelyeket a részére előnyös – más szervezetekkel – közös munkák kínálnak fel. A könyvvizsgálókat szakmailag érintő oktatási-képzési tevékenység túlnő a kamara keretein, ezen a rendkívül összetett, olykor ellentmondásokat hordozó területen olyan megoldásokat kell találni, amelyek kielégítik a könyvvizsgálók elvárásait, nem korlátozzák az indokoltnál jobban a kamara lehetőségeit, sőt adott, az elmúlt időszakban létrehozott alapokra támaszkodva hozzájárulnak a kamara előtt álló feladatok megoldásához.

Pénzügy tanszéki kutatások, a kutatások eredményeinek megjelenése

A Pénzügy Tanszék kutatási profiljában a vállalkozások, költségvetési intézmények és a pénzügyi intézmények üzemgazdasági problémái állnak. A kutatásainkat elsősorban az oktatási munkánk jobbá tétele, szakmaiságának erősítése végett végezzük, ezért dominálnak benne a gyakorlatorientált, mikrogazdasági témakörök. Ebben segítségünkre vannak az egyetemen kívüli tanácsadói munkánik, és a vállalati, biztosítói, banki szakemberek számára szervezett előadások tapasztalatai is.

Tanszékünk specialitása, hogy kiemelt figyelmet szentel a nyugdíjpénztáraknak és biztosítóknak. Munkatársaink több szakkönyvet írtak ebben a témakörben (Paczolai-Bozsik: Nyugdíjpénztárak; Bozsik-Korándi-Németh: Pénzügyi és biztosításmatematikai ismeretek; Fellegi: Pénzügytan; Luttenberger: Pénzügyi tervezés), amit az egyetemi képzésen felül több OKJ-s képzés alaptankönyveként is használnak. Az Intézetünk szervezésében megrendezésre kerülő szakmai napra, mindig egy meghatározott témakörre összpontosítva, térségünk vezető

banktisztviselőivel együttműködve készítünk publikációkat, melyeket honlapunkon közzé is teszünk. Tanszékünk jelenleg 7 Ph.D. hallgató kutatási témáját felügyeli és támogatja.

Témakör:

- Költségvetési intézmények gazdálkodásának ellenőrzése (dr. Vigvári András)

A kutatási tevékenység két területre koncentrált az elmúlt években. Egyfelől az ÁSZ FEMI keretében az Állami Számvevőszék Közpénzügyi Téziseinek megalapozását szolgáló kutatások folytak. Ennek keretében a közpénzmenedzsment nemzetközi gyakorlatát és a hazai gyakorlat összehasonlító elemzését végezte el kollégánk, ezek alapján különböző ajánlásokat tett. Főbb konklúzió, hogy a közszeaktor reformok alapvető feltétele a közpénzügyi menedzsment (Államháztartási törvény) újraszabályozása.

Kutatásai másik iránya a magyar önkormányzati rendszer pénzügyi reformjával kapcsolatos, ennek középpontjában a pénzügyi rendszer vonatkozásában a forrásszabályozás, az önkormányzati eladósodás kérdései, valamint a költségvetésen kívüli feladatellátás vizsgálata állt. Kutatásvezetője volt a Regionális Fejlesztés Operatív Program 3.1.1 „A helyi közigazgatás korszerűsítése és kapacitásépítése képzési programok, tanácsadás és infrastrukturális fejlesztések révén” című központi program Képzési programokat megalapozó kutatások Helyi önkormányzatok vagyongazdálkodása című témának. A kutatás eredményei rövidesen a COMPLEX Kiadónál „Családi ezüst?” címmel tanulmánykötetben is megjelennek.

A vonatkozó kutatási témában megjelent publikációk:

- Kistérségi forráskoordináció és pénzügyi tervezés. In: Kistérségi tervezési módszertan, (szerk. Németh Jenő) Belügyminisztérium IDEA Program, Magyar Közigazgatási Intézet, Országos Területfejlesztési Hivatal, TÖOSZ, 2006. 327-337. o.
- A decentralizáció és önkormányzati pénzügyi rendszer. In: Decentralizáció, transzparencia, elszámoltathatóság, Belügyminisztérium IDEA Program, Magyar Közigazgatási Intézet, 2006. 175-197. o.
- A leggyengébb láncszem. A helyi önkormányzatok finanszírozási rendszerének reformja. In: Vissza az alapokhoz! Tanulmányok a közpénzügyi rendszer reformjáról. Új mandátum Kiadó, 42-66. o.

- A nemzetgazdasági tervezési rendszer szervezeti és intézményi rendje. (dr. Sántha Györggyel közösen) In: Vissza az alapokhoz! Tanulmányok a közpénzügyi rendszer reformjáról, Új mandátum Kiadó, 191-209. o.
- A magyar gazdaság versenyképességét szolgáló közszektorhoz vezető út egy lehetséges forgatókönyve. In: Vissza az alapokhoz! Tanulmányok a közpénzügyi rendszer reformjáról, Új mandátum Kiadó, 229-247. o.
- Politika, gazdaság és reformkényszer a helyi önkormányzati szektorban, 1990-2004. A helyi hatalom és az önkormányzati választások Magyarországon 1990-2002. In: Böhm Antal (szerk) MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest, 2006.
- Államreform, közpénzügyi reform. Nemzetközi trendek és hazai kihívások, Báger Gusztávval közösen, ÁSZ FEMI tanulmány, 2007.
- Finanszírozási reform vs. Feladatreform. Néhány szempont az önkormányzati rendszer reformjához, Magyar Közigazgatás, 2006. március-április, 232-247. o.
- Önkormányzati reformok, de hogyan? Fejlesztés és finanszírozás, 2006. 2. szám. 42-51. o.
- A közpénzügyi reformok megvalósításának egy lehetséges útja, Pénzügyi Szemle, 2006. 2. szám 127-146. o.
- Reformérett önkormányzati rendszer. Helyzetelemzés és a helyzetből kivezető út, CEO 2006. 2. szám mellékleteként 1-12. o.
- Forrásabszorpció és önkormányzati pénzügyi rendszer, Előadás a XIV. Országos Jegyző-Közigazgatási Konferencián, Siófok, 2006. Államreform. közigazgatási reform, KÖZSZÖV. 42-57. o.
- Ami a csúcstalálkozóból kimaradt. Magyar modell felülvizsgálatra szorul. Önkormányzati reformok és pénzügyi rendszer, Bank&Tőzsde 2007. 1. szám melléklete, 51-55 o.
- Elszámoltathatóság a közszférában. Új fűgefalevél? Figyelő 2007. 33. szám 20-21.o.

Témakör:

- Pénzügyi szolgáltatók (dr. Bozsik Sándor)

A 2000-es évek második felében két irányban folytak a kutatások:

Az első kutatás célja a magyar bankrendszer fejlődésének áttekintése a 2000-es években a rendelkezésre álló banki pénzügyi beszámolók alapján. Arra keresi a választ, hogy milyen gyorsan halad a magyar pénzügyi rendszer e legfontosabb szegmensének felzárkózása az Európai Unió régi tagországainak pénzügyi rendszereihez és ez a felzárkózási ütem hogyan viszonyul a többi csatlakozó

szereihez és ez a felzárkózási ütem hogyan viszonyul a többi csatlakozó középkelet-európai országéhoz.

A fejlődést négy szempont szerint vizsgálja:

1. Hogyan alakult a pénzügyi közvetítés és ebben a hitelintézetek jelentősége az elmúlt években?
2. Hogyan alakult a bankrendszer kockázati kitettsége?
3. Hogyan változott a bankrendszer szereplőinek száma és a bankrendszer koncentrációja?
4. Milyen tényezők befolyásolták a bankok jövedelmezőségének alakulását, mennyiben javult a bankrendszer hatékonysága és a bankok versenyképessége?

A második kutatás egy elnyert PSZÁF-os pályázat kapcsán a nyugdíjpénztárak gazdálkodásának vizsgálatára irányult. Talán egyedülállóan a mi karunkon van külön szabadon választott tantárgy szentelve a „Nyugdíjpénztárak” témakörnek, amit a Felügyelet ezen a területen dolgozó munkatársa jegyez. Az oktatás színvonalának emelése érdekében jegyzetírásra vállalkoztunk, ami átfogja mind az önkéntes, mind a kötelező magánnyugdíjpénztárak gazdálkodási szabályait. A bevezető fejezet a nyugdíjreformról és a magánnyugdíjpénztárak szerepéről szól a hosszú távú befektetések piacán, amit a Tanszékünk munkatársa végzett el. A pályázati forrásnak köszönhetően a tankönyv nemcsak a hallgatóink rendelkezésére áll, de tudtunk belőle küldeni minden olyan magyar és határokon túli felsőoktatási intézménybe is egy-egy példányt, ami közgazdászképzéssel foglalkozik.

A fenti témakörökben megjelent publikációk és szakkönyvek:

- Nyugdíjpénztárak (Paczolai Szabolccsal társszerzőként): „A közgazdasági-módszertani képzés fejlesztéséért” Alapítvány, 2007.
- A magyar bankrendszer fejlődése 2000 és 2004 között, (Pénzügypolitikai Stratégiák a XXI. század elején), Akadémia Kiadó, 2007.
- Vállalati pénzügy – XXI. századi enciklopédia sorozat Közgazdaságtan, Pannonica Kiadó, 2005.
- Pénzügyi számítások – Pénzügyi és biztosításmatematikai ismeretek, Babikszki, 2004.
- Javaslatok az adórendszer reformjára és a meglévő adórendszer egyszerűsítésére, Álláspontok, 2004. VII/1. szám
- A magyar lakáshitelezés nemzetközi összehasonlításban, Hitelintézeti Szemle, 2002/VI.

Témakör:

- Gazdasági jellegű jogszabályok hatásvizsgálata (Fellegi Miklós)

Két preferált kutatási terület körvonalazódott ki ebben az esetben az elmúlt években. Az egyik terület annak a hatásvizsgálati módszertannak a kialakítása, amivel a törvénykezés gazdaságra gyakorolt eredménye lemérhető. A terület hangsúlyosabb szerepeltetésével az a cél, hogy az egyetemi képzésben választható tárgyként megjelenjen a későbbiekben. Két területen látni fontosságát: egyrészt a közgazdász, másrészt a jogász képzésben. Pillanatnyilag Magyarországon úgy születnek meg nagy horderejű gazdasági vonatkozású döntések, hogy az érvényben levő jogi szabályozás ellenére nem előzi meg őket hatásvizsgálat, amely feltárhatná a kritikus területeket, alternatívákat nyújthatna az elmozdulás irányait illetően, természetesen a várható következmények, az érintett csoportok, stb. feltárásával. A tantárgy tanításához szükséges segédanyag kidolgozása megtörtént, egyetemi jegyzetté való kibővítése lehetséges.

A másik terület az adórendszer átalakítása, szűkebben véve a helyi adók szerepének növelése. Az adórendszer egészét tekintve elsősorban adóelméleti kutatásról van szó. Méltányos adórendszer, igazságosabb tehereloszlás, progresszivitás mértéke, stb. A helyi adók tekintetében a magyar adórendszerből „hiányzó láncszem” a vagyoadó, vagy szűkebben fogalmazva az ingatlanadó beillesztésének, beilleszthetőségének kérdése áll a kutatás homlokterében. Erre vonatkozóan elméleti és empirikus kutatás is történt és történik jelenleg is. A legtöbb adat a nagyobb megyei jogú városokról áll rendelkezésre (Miskolc, Debrecen, Pécs, Győr, Szeged). A kutatás egyik fontos kérdése, hogy milyen adókat képes az ingatlanadó kiváltani? További, nem elhanyagolható fontosságú kérdés, hogy lehet-e úgy elvégezni az adórendszer átalakítását, hogy szélesedjen az adóalap, elmozdulás történjen a gazdaság kifehéredésének az irányába, és a jelenleginél „igazságosabb” legyen az adóteher eloszlás?

A tárgykörben megjelent publikációk és jegyzetek:

- Pénzügytan, Perfekt Kiadó, 2004.
- Hollandia és az újonnan csatlakozott országok, JATEPress, Szeged, 2005.
- The Netherlands on the Hungarian Scale, V. Nemzetközi Konferencia Miskolc-Lillafüred, 2005.
- „Közgazdasági koktél” recenzió a 21. századi enciklopédia Közgazdaság című könyvéről. Pannonica Kiadó, Bp. 2006.

Témakör:

- A vállalati tőkeszerkezet alakulása Magyarországon 1992-2003 között (Szemán Judit)

A kutatás középpontjában a vállalati pénzügy területén belül a vállalatfinanszírozás kérdései állnak.

A vállalati finanszírozás kérdésköre az 1960-as évektől tart széles körű tudományos érdeklődésre számot. Modigliani-Miller [1958] híres írásával kezdődött meg a vita arról, hogy a vállalat értékét csak az eszközök által generált pénzáram határozza meg, vagy befolyással bír a tulajdonosi értékre a vállalat forrásszerkezete, a források között az idegen és saját források aránya is. S vajon létezik-e egy olyan optimális tőkeszerkezet, amellyel a vállalat maximalizálni tudja piaci értékét. Az ezzel kapcsolatos könyvtárnyi szakirodalom elsősorban angolszász szerzők tollából származik, s az empirikus kutatások is elsősorban a világ fejlettebb országaiban levő vállalatok tőkeszerkezetét vizsgálja. Viszonylag kevés figyelem jutott ezidáig a kevésbé fejlett országokra, ezen belül Közép-Kelet-Európára és Magyarországra. Ezért izgalmas körüljárni, hogy Magyarországon melyek azok a tényezők amelyek befolyásolják a vállalat idegen tőke-saját tőke arányának megválasztását.

A kutatás célja annak vizsgálata, hogy a klasszikus befolyásoló tényezők mellett, melyek azok a speciális tényezők, amelyek kifejezetten a Közép-Kelet-Európai országok s ezen belül a magyarországi vállalatok tőkeáttételét befolyásolják. A vizsgálatokhoz egy vállalati adatbázis áll rendelkezésre, amely évente átlagosan 4700 vállalat adatát tartalmazza az 1992-2003 közötti időszakban. Vizsgálandó speciális szempont az, hogy van-e befolyásoló szerepe a tőkeáttételben a vállalat tulajdonosi struktúrájának, vagyis a külföldi tulajdonosi jelenlét egyben azt is jelenti-e, hogy a vállalat forrásaiban magasabb az idegen források aránya, mint azoknál a vállalatoknál, ahol magyar a többségi tulajdonos. A magyar vállalatokról azt lehet tudni, hogy a vállalat finanszírozását elsősorban belső forrásból próbálják megoldani, s ha nem képződik elegendő belső forrás, akkor fordulnak a külső finanszírozók felé, elsősorban hitelfelvétel reményében s legvégső esetben részvénykibocsátás révén. Ezt a szigorú finanszírozási hierarchia sorrendet mondja ki a hierarchia elmélet is (Pecking Order Tehory). Kérdés, hogy mennyire érvényesült ez az elmélet a magyar vállalati szektor esetében és hogy az adózásnak milyen szerepet szánnak a magyar vállalatok vezetői, amikor tőkeszerkezet politikájukat kialakítják. Mivel a hitel kamata eredménycsökkentő és ezáltal adóalap csökkentő hatású, így a hitelfelvétel előnyös a vállalat számára.

Minél nagyobb az érvényes társasági adókulcs, annál nagyobb az adópajzs, vagyis a hitelfelvétel miatti adóalap csökkentés. Modigliani-Miller II. tétele éppen ezt a szempontot ragadja ki, amikor kimondja, hogy a vállalat értéke akkor maximális, ha teljes mértékben hitelből finanszírozzák. A tőkeszerkezetet kutató vizsgálat arra is keresi a választ, hogy a hitelfelvétel adómegetkarító hatását mennyire tartják szem előtt a vállalat vezetői amikor hitelt vesznek fel.

A hipotézisvizsgálat eredményei több területen is hozhatnak új eredményt:

- Megismerhetjük, hogy a fejlett piacgazdaságokban érvényesülő trendek és elméletek igazolhatók-e az átmeneti gazdaságnak tekinthető magyar gazdaság vállalataira is. Ennek segítségével fény derülhet, hogy a fejlett országokban követett magatartásminták Magyarországon is érvényesülnek-e.
- A vizsgálat célja, hogy felhívja a vállalatvezetők figyelmét a tőkeszerkezet fontosságára és szempontokat adjon a tudatos tőkeszerkezet politika kialakításához. A meghatározó tényezők megismerése ugyanis javíthatja a pénzügyi vezetők finanszírozási döntéseit, azok tudatosságát, így hozzájárulhat a vállalat tőkeköltségének csökkentéséhez, a vállalati vagyonmaximalizálásához.

A témakörben megjelent publikációk:

- Hipotézisek és tapasztalatok a vállalati tőkestruktúráról, Gazdaságtudományi Közlemények, a Miskolci Egyetem Kiadványa, 2005.
- Using VAR to Determine the Value of a Company (társszerző), Theory, Methodology, Practice Club of Economics in Miskolc 2005, Volume 3. Number 1. Miskolci Egyetem Kiadványa, 2005.
- A tőkeszerkezettel kapcsolatos főbb elméletek tesztje magyar vállalati panel példáján (társszerző), V. Nemzetközi Konferencia, Miskolc-Lillafüred, 2005.
- Some Determinants of Corporate Capital Structure in Hungary, Transactions of the Universities of Kosice, a Kassai Egyetem Kiadványa, 4/2006
- A vállalati tőkeszerkezet befolyásoló tényezői, Doktorandusz Fórum, Miskolc, 2005.

Az Üzleti Statisztika és Előrejelzési Tanszék kutatásai, és a kutatások eredményeinek megjelenítése

Az Üzleti Statisztika és Előrejelzési Tanszék kutatási profiljában alapvetően a közgazdaságtani módszertan gyakorlati orientáltságú fejlesztése és alkalmazása

áll. Számos gazdasági és társadalmi problémakört vizsgáltunk, értelmeztünk, elemeztünk és jeleztünk előre a Tanszékünk fennállása óta. Mivel a népesedési helyzet, a társadalmi fejlettség és a gazdasági fejlődés egymással összefonódva, kölcsönhatásban érvényesül, kiemelt hangsúlyt fordítunk a társadalmi, gazdasági folyamatok közötti ok-okozati kapcsolatok feltárására, a kölcsönhatások kimutatására is.

A közgazdaságtani módszertan gyakorlati alkalmazása témakörben végzett kutatások:

- Áramszolgáltató Rt. fogyasztói körében végzett kutatás

A kutatás célja a villamosáram fogyasztás tendenciáinak megállapítása, a fogyasztói szokások változásainak, illetve okainak feltárása volt. A kutatást megalapozó adatfelvétel kérdőív segítségével lebonyolított lekérdezésen alapult. A vizsgálat eredményeként átfogó képet kaptunk a villamosáram fogyasztás teljes vevői struktúrájáról, a lakásfűtési módok összetételéről, a villamos energiát felhasználó eszközök korszerűségéről, illetve a vállalat által a fogyasztók számára nyújtott információk hatékonyságáról.

- Fogyasztási modell ellenőrzése

A kutatómunka célja egy már meglévő fogyasztói modell matematikai-statisztikai módszerekkel történő ellenőrzése volt. A kutatómunka a következő lépéseket ölelte fel:

- A fogyasztás ellenőrzéséhez mintavételi terv készítése, illetve a statisztikai minta meghatározása a matematikai-statisztikai követelményeknek megfelelően.
- A mintába került fogyasztók fogyasztásának rendszeres ellenőrzése, melynek alapján úgynevezett fogyasztási függvények, illetve azok egyes pontjainak a becslése.
- A fogyasztói modellek adatainak ellenőrzése hipotézisvizsgálat módszerével.

A közgazdaságtani módszertan gyakorlati orientáltságú fejlesztése témakörben végzett kutatások:

- Kutatás-fejlesztési projekt mérési bizonytalanság meghatározása céljából
Kutatás-fejlesztési szakértői munka során a kutatás céljai a következők voltak:

- Annak feltárása, hogy egy zárt hálózat egészén, illetve azon belül áramlásmérésekkel határolt részhálózatokon mekkora mérlegkülönbség tekinthető természetesnek a mérési adatok bizonytalanságából fakadóan.
 - A mérlegadatokat statisztikai elemzése.
 - Annak felmérése, hogy milyen befolyásoló tényezők hatnak a mérleg egyenlegének alakulására, illetve ezen befolyásoló tényezők hatásának kimutatása több éves hisztorikus adatok elemzésével.
 - A kutatás során meg kellett határozni a mérőrendszerek elméleti eredő mérési bizonytalanságát.
 - Matematikai modell kidolgozása egy jól definiált határfeltételekkel rendelkező hálózat mérlegegyenlegének számítására.
- Az innováció-menedzsment tevékenység által érintett környezeti és eredmény-állapot értékelési rendszer és kiinduló állapot kutatása
- Az egyszerűbb összehasonlítható mintavételezésnek köszönhetően a szoftver használata már megkönnyíti a tudásteremtés mérhetőségét, lehetőséget biztosítva a tudomány és a technológiai teljesítmény mutatói változásának nyomon követésére. A szoftver segítségével standardizált statisztikai mintavételezési eljárások elősegítik a strukturális változások mérhetőségét, mivel könnyebben értelmezhetővé válik a hozzáadott érték változása, a képzési és foglalkoztatási mutatók átrendeződése valamint a kereskedelmi mutatók szerkezete. A szoftverrel így már megvalósítható az a számítástechnikai alapokon nyugvó tudás-transzfer, amely szükséges a különböző régiós fejlesztési programokhoz történő sikeres integrációhoz. A szoftver adta egységes mintavételi eljárások megalapozzák a régió vállalkozásai innovációs K+F tevékenységét meghatározó feltételrendszer elemezhetőségét, ezáltal a tényleges mérési és értékelési modellek kidolgozását.

Demográfiai témakörben végzett kutatások illetve a demográfiai, gazdasági folyamatok közötti ok-okozati kapcsolatok feltárására irányuló kutatások

- Természetes népmozgalmi események a gazdasági – társadalmi tényezők tükrében
- A népmozgalmi események, mint társadalmi jelenségek szervesen összekapcsolódnak a társadalom többi szegmensével. A népesség összetétele hatással van a gazdaságra, és természetesen a népmozgalmi jelenségek alakulásában is meghatározó szerepet játszik a gazdasági, társadalmi környezet. A gazdasági fejlettség társadalmi, kulturális, és egészségügyi szűrőkön keresztül fejti ki a hatását. Ebből is adódik, hogy ha meg akarjuk ismerni és érteni egy ország, régió, területi

egység demográfiai folyamatait igen nagy segítségünkre lehet a társadalom gazdasági, szociális helyzetének ismerete. A kutatás célja a magyar népesedési folyamatok tendenciáinak, és az azokat befolyásoló gazdasági-társadalmi tényezőknek a bemutatása, és a gazdasági, társadalmi, demográfiai fejlődés összefüggéseinek a feltárása volt.

- Demográfiai kihívások („A demográfiai folyamatok társadalmi-gazdasági beágyazottsága” NKFP projekt része)

Az 1990-es évek a politikai, gazdasági és társadalmi rendszerváltás látványos időszaka volt, amely a demográfiai jelenségek és magatartások gyors változásával járt együtt. A családalapítás és gyermekvállalás területén szokatlan és új demográfiai jelenségek tűntek fel, amelyek korábban egyáltalán nem vagy csak évtizedekkel ezelőtt, más társadalmi környezet mellett fordultak elő. Ezzel egyidejűleg felgyorsultak azok a demográfiai folyamatok, amelyek népesedési helyzetük alakulását továbbra is kedvezőtlen irányba mozdították. A kutatás célja részben annak megállapítása volt, hogy melyek azok az új, várhatóan tartósan fennmaradó demográfiai jelenségek, melyek a rendszerváltás következményei, és mely tényezők okozzák a népmozgalmi eseményeknél tapasztalható jelentős területi különbségeket? Kutatásunk középpontjában Borsod-Abaúj-Zemplén megye állt. A kutatás részét képezte egy, a megye kórházaiban készített nagymintás reprezentatív felmérés is. A felmérés során az 1990-2001 között született csecsemők és édesanyjuk demográfiai adatait vizsgáltuk és elemeztük.

- „Érbetegségek epidemiológiai vizsgálata, avagy a symptomás és asymptomás érbetegségek vizsgálata egy átlag populációban Miskolcon” érsebészeti felmérés statisztikai elemzése

Az érrendszeri megbetegedések világszerte vezető helyen állnak a megbetegedési és halálozási adatok alapján. A magyarországi lakosság körében korábban nem volt felhasználható pontos információ az érbetegségek előfordulási gyakoriságáról, mivel ilyen jellegű vizsgálat addig nem történt. Ezért volt elengedhetetlenül szükséges egy olyan Magyarországon végzett epidemiológiai vizsgálat, amely elegendő számú reprezentatív lakos bevonásával képet adhat a tünetmentes és tünetekkel járó verő- és gyűjtőeres megbetegedések előfordulási valószínűségéről. Ezt a felmérést a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Kórház Érsebészeti Osztálya végezte el, azzal a céllal, hogy Magyarországon egyedülállóként betöltsse ezt az űrt. A statisztikai elemzés során összefüggéseket mutattunk ki az étkezési-, életmódbeli-, élvezeti szokások és a megbetegedés előfordulási gyakorisága között. Vizsgáltuk továbbá, hogy mennyire kórjelzők az aktuálisan meglévő

laboratóriumi eltérések és egyidejűleg fennálló társbetegségek. (Pl.: hyperlipidemia, hypercholesterinaemia, diabetes mellitus, hypertonia, stb.)

Társadalmi folyamatok, illetve a társadalmi, gazdasági folyamatok közötti ok-okozati kapcsolatok feltárására irányuló kutatások

- Borsod-Abaúj-Zemplén megye gazdasági-társadalmi helyzetének áttekintése (Miniszterelnöki Hivatal megbízásából)

Az észak-magyarországi térség ezen belül Borsod-Abaúj-Zemplén megye társadalmi gazdasági helyzetének vizsgálata kiemelt fontosságú kérdéskör. Az európai uniós tagságunk szempontjából is rendkívül fontos a kettészakadt ország jelenlegi állapotának megszüntetése, illetve a különbségek mérséklése. A kutatásunk a térség gazdasági-társadalmi folyamatainak konkrét tényeken alapuló vizsgálatát foglalta magában és ennek alapján konkrét, a társadalmi-gazdasági döntéshozók számára közvetlenül alkalmazható következtetéseket és álláspontokat kívántunk kialakítani.

A vizsgálat első szakaszában a központi és helyi adatforrásokból, korábbi kutatásokból megszerezhető adatbázist, illetve az erre épülő megállapításokat összegeztük. A vizsgálat második szakaszában saját empirikus felméréseinkre alapozva végeztünk elemzéseket, melyek a következő területeket ölelték fel:

1. A régió gazdasági-társadalmi-demográfiai helyzete
2. A régió egészségügyi helyzete
3. A régió nemzetiségi és etnikai (kisebbségi) népességének helyzete
4. A bűnözési helyzet alakulása

Vizsgálatunk elsősorban Borsod-Abaúj-Zemplén megyére irányult, törekedtünk azonban arra, hogy a regionális helyzetképről is információt adjunk.

- A lakosság életszínvonalát befolyásoló tényezők vizsgálata

A kutatás célja a lakosság életszínvonalát befolyásoló tényezőkkel kapcsolatos folyamatok és a közöttük érvényesülő ok-okozati kapcsolatok feltárása, az eredmények értékeléséből adódó előrejelzés készítése. Célja továbbá annak ki-munkálása, hogy a makrogazdasági folyamatok elemzésében alkalmazott matematikai-statisztikai módszerek hogyan kerülnek alkalmazásra a regionális összehasonlítás területén.

- A szegénységet befolyásoló tényezők elemzése különböző statisztikai módszerekkel.

A kutatás során meghatározásra kerülnek, hogy melyek azok a tényezők, amelyek szignifikáns hatást gyakorolnak a jövedelemre, mint a szegénységet legjobb-

ban kifejező változóra. Valamint a szegénységet szignifikánsan befolyásoló tényezők (a munkanélküliek aránya, a 60 évesnél idősebb népesség aránya, valamint a három vagy több gyermeket nevelő családok aránya) egymás közötti kapcsolatának elemzése. A kutatás célja ezen kívül a szociális ellátó rendszer működésének elemzése összehasonlítva az alanyi jogon és a rászorultság alapon járó támogatási formákat. Szükséges továbbá a változások hatásainak, illetve azok pozitív és negatív vonásainak feltárása. A kutatás jövőbeni iránya, egy nemzetközi elemzés végrehajtása, melyben Magyarország, valamint a környező kelet-közép-európai országok gyakorlatának összehasonlítása történik.

- Az alkohol-, a kábítószer-fogyasztás és a bűnözés összefüggései a statisztikai adatok tükrében

Kutatásunkat a Pigmallion Projekt keretében, az ERÜBS adatbázisa alapján a ME Büntetőjogi és Kriminológiai Tanszékével közösen végeztük. Elemzéseink során vizsgáltuk, hogy az egyes életkori szakaszokban mely okok befolyásolják különös súllyal az elkövetőket, mely bűncselekménytípusoknál jellemző az alkohol, illetve a kábítószer közrehatása, valamint azt, hogy milyen területi különbségek mutatkoznak a szubjektív okok tekintetében.

- Önellátó területi gazdálkodás kialakítása

A modern államrendszer legjellemzőbb tulajdonságai: a lakosság területi rendezettsége, amely determinálja az emberi tulajdonságokhoz köthető politikai mozgásteret, valamint a gazdaság területi eloszlása, amely lényegében behatárolja a lakosság életminőségét. Természetesen a két említett fogalom egymással szoros összefüggésben áll, aminek köszönhető, hogy az állam a területhez kötődő preferenciáit ezek összehangolásával folytonosan befolyásolja.

A kutatás célja megállapítani, hogyan építhetők fel olyan struktúrák, melyek képesek a területi elkülönültség által lehatárolt társadalom különböző preferenciáinak folyton változó szintjeit összehangolni és harmonikus rendben tartani. Ebben várhatóan különleges szerepe az államszervezetnek és az azt meghatározó döntési és információs rendszernek van.

A kutatás célja továbbá rámutatni, hogy azok a kérdések, amelyek a regionalitás, az önkormányzatiság és az államirányítás körül sokasodnak tudományos módszerek nélkül ma már nem megoldhatóak, valamint a falusi összefogásra építve egy mintát mutatni a falu összetartását és fenntartását meghatározó falugazdaság leírására. Ebben központi erőnek látjuk a helyi önkormányzatot, amelyet olyan helyzetbe kell hozni, hogy irányítási- és információs rendszerének korszerűsítésével képessé váljon az önfenntartás stratégiájának koordinált kidolgozására és annak megvalósítására, természetesen figyelembe véve azt a többhasznosságú

rendszert, melyben több egymástól független gazdasági szereplő saját gazdasági döntéseinek koordinálása történik, és amely elsődlegesen információs rendszer-változtatást és befektetést igényel.

Az előzőekből kiindulva a kutatás folyamán sor kerül:

- a falugazdaság fogalmi rendszerének tisztázására,
- az önfenntartó gazdaság paramétereinek és összefüggéseinek meghatározására,
- a szereplők és azok tevékenységeinek összehangolására,
- az előzőeket támogató falu információs rendszer kiépítésére,
- a döntési rendszer meghatározására.

A VEZETÉSTUDOMÁNYI INTÉZET KUTATÁSI TEVÉKENYSÉGÉ- NEK FŐBB IRÁNYAI

SZINTAY ISTVÁN* – HEIDRICH BALÁZS* – SZAKÁLY DEZSŐ* –
VERESNÉ SOMOSI MARIANN*

1. Bevezetés

A Szervezési és Vezetési Tanszék, majd a Vezetéstudományi Intézet kutatási tevékenysége elsősorban a gazdasági szereplők – gazdasági társaságok, közintézmények szervezeti, szervezési, vezetési és irányítási – problémáinak elméleti, módszertani kutatásaival, illetve gyakorlati megoldásaival foglalkozik.

Ahhoz, hogy ezeket a témaköröket strukturáltan bemutassuk, célszerű abból kiindulni, hogy az előzőekben értelmezett szervezetek változási tendenciái milyen keretek között mozognak, illetve a verseny „tisztító ereje”, az adaptáció és kezdeményező készség együttes érvényesülésével milyen változtatási mezőket generál.

Az 1990-es évektől (1995-96) összefoglalóan a szervezeti változások négy mezőjét különböztetik meg a kutatók:

- a szervezeti struktúra változása,
- a szervezet értékrendjének változása,
- a szervezet folyamatainak változása,
- a szervezet határainak változása.

A továbbiakban nem fogjuk mindig a szervezet és változás szót hangsúlyozni, de azt értelemszerűen mindig a fogalmakhoz tartozónak tekintjük.

Az 1. ábrán ennek a rendszerezésnek megfelelő főbb tendenciákat tüntetjük fel.

Az ábra kifejtő értelmezését a következők szerint tesszük meg: a tendencia általános értelmezése, az Intézet ehhez kötődő kutatási tevékenységének rövid meghivatkozása a vezető kutatók, illetve publikációs háttér jelzésével. Mindezek után az öt legeredményesebb témakör kifejtése, meghivatkozása következik, amelyből négyet részletesebben bemutatunk, az ötödik témakörre csak utalunk. (Erről a Kari 20. éves jubileumi kiadványban önálló tanulmányban számolunk be.)

* intézeti igazgató, egyetemi tanár; egyetemi docens; tanszékvezető egyetemi docens; tanszékvezető egyetemi docens

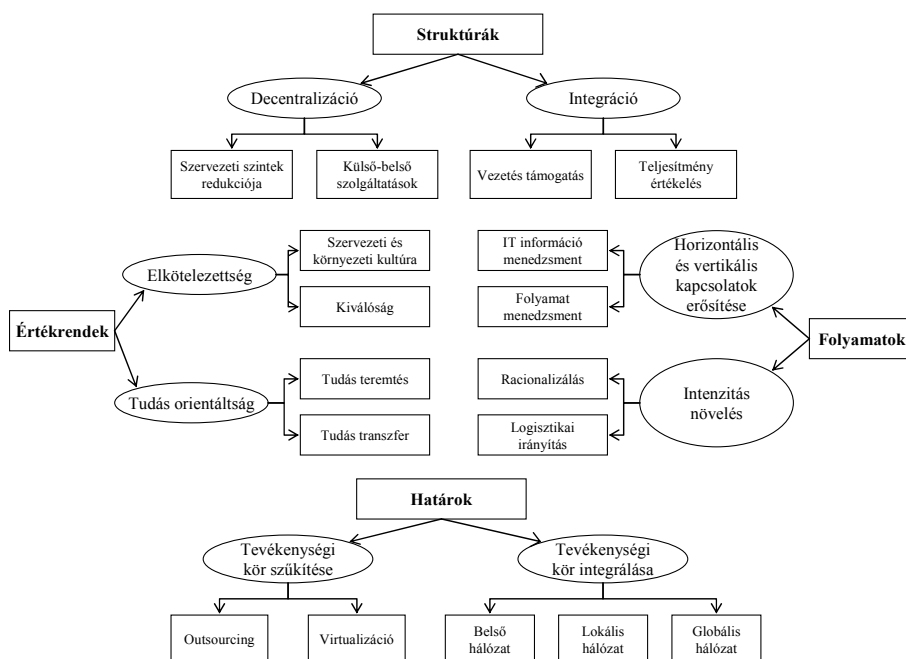
1.1. Változó struktúrák

A szervezetek változásában két fontos irányzat figyelhető meg:

- **DECENTRALIZÁCIÓ**, ami egyrészt a szervezeti szintek redukciója, ami a nagy monolitikus szervezetek jogilag, vagy változatlan jogi keretek közötti felbontását, a hatékonyabb irányítási lánc és gazdasági, működési paraméterek biztosítását célozza meg. A divizionális szervezetek, a lean menedzsment, a strukturált mátrixok, az on-demand szervezetek stb. tartoznak ide. A decentralizáció másrészt külső és belső szolgáltatások piaci alapon való igénybevételét is jelenti. Az osztott szolgáltatások és az erőforrás szolgáltatásként való vásárlás témakörei tartoznak ide.

A rendszerváltás korai időszakában az Intézet a hazai bányavállalatok és néhány nagy kohászati cég átszervezését, karcsúsítását végezte el. Szintay István, Szakály Dezső és Veresné Somosi Mariann; a szolgáltatások témaköréből, Heidrich Balázs és Somogyi Aliz nevét kell itt kiemelni.

Jelenleg doktorandusz disszertációs téma: az on-demand, a strukturált mátrixok és az osztott szolgáltatások vizsgálata.



1. ábra: A szervezeti változások mezői

- Az *INTEGRÁCIÓ* az együttes célrendszer és működési mód megteremtésének eszköze. Ezen belül a vezetés támogató rendszerek közül a kontrolling, a stratégiai vezetés, Balanced Scorecard az összetett szervezetek értékesítési, termelési összehangolása, irányítási módszerei tartoznak ide.

A kontrolling kutatások, a stratégiai vezetés vonatkozásában †Nagyné Sáfár Mária, Urbán Rozália, Szintay István, Bíró Zoltán, Somogyi Márta a nevesíthető kutatók.

A teljesítmény értékelő rendszerek a vezetés számára az egyén, csoport, szervezet valós produktumainak megítélhetőségét biztosítják (külön összefoglalást adunk). A témakör kutatásának gesztorai szervezet, csoport vonatkozásában Veresné Somosi Mariann, az egyén személyi képességei tekintetében Kunos István Hogya Orsolya és Heidrich Éva.

1.2. Változó értékrendek

Az értékrendek, a cégek, a vezetés jövője tekintetében a tudásalapú társadalom egyik fő pillérei. Ez a vonulat a humanizálás, illetve a természeti erőforrások és emberibb, racionálisabb életminőség megóvása, megteremtése céljából, annak fontosságát felismerő irányzatok eredményeként jött létre. Az már könnyen belátható, hogy ennek kiteljesedése az *ELKÖTELEZETTSÉG*, az értékek konzekvens cselekedetekben megnyilvánuló vállalása, illetve a ráció, a gondolkodó, alkotó ember szimbiózisa nélkül nem képzelhető el.

Az elkötelezettséghez kapcsolódva az Intézet nagyon jelentős kutatásokat és összegző produktumokat hozott létre. Az ezekre vonatkozó részletesebb beszámolók a szervezeti kultúra és a kiválóság témaköreiben a következő részben található. Név szerint Szintay István, Veresné Somosi Mariann, Heidrich Balázs, Berényi László kutatómunkája emelendő ki.

A *TUDÁS ORIENTÁLTTSÁG* az innovációs menedzsment témakörében még szintén részletezésre kerül. A beszámoló a tudás teremtés és transzfer területén elért eredmények együttes áttekintését adja. A kutatás gesztora Szakály Dezső. Minőség, szervezeti kultúra, környezeti kultúra, innovációs menedzsment témakörökben doktorandusz kutatások is folynak.

1.3. Változó folyamatok

Az értéklánc és kompetencia elvűség felértékelte a folyamatok tér és idő szervezési, illetve feladatorientált megközelítését. A tagolt, szabdalt funkcionáli-

san szétválasztott tevékenységsorok HORIZONTÁLIS és VERTIKÁLIS integrációja intenzív módon zajlik, ahol a végpont a vevő, akit koncentráltan és hibátlanul kell „kiszolgálni”.

Az IT természetesen a hagyományos távolsági és kommunikációs hatások átlépését, a reakció idők meggyorsítását lehetővé tette. Az intézeti fejlesztések Lates Viktor nevéhez kötődnek.

A folyamat menedzselés átfogó témaköre a BPR, a projekt menedzsment, a munkafolyamatok szervezése és irányítása stb. tekintetében új utakat és lehetőségeket nyitott. A kutatás gesztora Deák Csaba, a témakörben szakmai eredményeket Veresné Somosi Mariann és Mester Csaba mutatott fel.

Itt kell megemlíteni, hogy Deák Csaba a GTK Innovációmenedzsment Kooperációs Kutató Központ ügyvezető igazgatójaként a kutatások hasznosításának, illetve újabb fejlesztések projektálásának, és így a folyamatinnováció témakör gesztoraként is tevékenykedik. (Az ImKKK eredményeiről külön kiadvány és konferencia keretében fogunk beszámolni.)

Az ImKKK 3-4 doktorandusz kutatását finanszírozza ezen témakörhöz kapcsolva.

Az INTENZITÁS növelés a meglévő struktúrák hatékonyabb működtetését, az ehhez tartozó feladattípusokat, módszertanokat foglalja magába. Az Intézet jogelődje az Ipargazdaságtani Tanszék, amelynek Susánszky János professzor volt iskolateremtő vezetője, a racionalizálás témakörében nagy múlttal rendelkezik.

Hasonló a logisztikai irányítás termelési logisztika témaköre is. Ezek a témák ma is kutatási palettánk részét képezik. Itt Szakály Dezső, Bíró Zoltán, Eszes László kutatási eredményeire hívjuk fel a figyelmet.

1.4. Változó határok

Az elmúlt 10 év legizgalmasabb témaköreinek egyike. A 20 éves jubileumi konferencia kötetben Globalizáció, Hálózatok, Klaszterek cím alatt erről Szintay István, mint a kutatás gesztora átfogó tanulmányt közöl.

2. Integráció – teljesítményértékelés

A teljesítményértékelés vizsgálatának fókuszában az áll, hogy meghatározzuk, mi a kívánatos szervezeti és egyéni teljesítmény, mik a teljesítmény konkrétan megfogalmazott kritériumai, kik és milyen folyamat során fogalmazzák meg, s mik a mérésének lehetséges metodikái.

Mindez normatív követelményeket támaszt a szervezeti szereplők elé, amit összhangba kell hozni egyéni céljaikkal, törekvéseikkel, ami alapján megtervezhetők cselekvési programjaik, és a ténylegesen elért teljesítmény alapján értékelhetik (egyéni) hozzájárulásait. Ebből kiindulva megfogalmazódnak az eddigi cselekvést megerősítő cselekvések vagy éppenséggel az új fejlesztési igények, tanulási követelmények. Elemzéseink irányultsága kettős:

1. A szervezetek teljesítményértékelése során módszertani megközelítésben (szervezeti önértékelés, Controlling, Balanced Scorecard ...) vizsgáljuk az alapvető célelemeket, az érintett működési területeket, az alkalmazható módszerkombinációkat, a szervezetbeli ismertséget és elfogadottságot, az integrált vagy parciális jelleget, a stratégiai menedzsmenthez való viszonyt, a döntéshozatali sajátosságait, a hatékonyság vagy hatásosság elvének követését, az ehhez kapcsolható rendszerrel való kapcsolatot, valamint az alkalmazókkal szemben támasztott képességeket és készségeket.

Ezen pályázatok közül komplexitása miatt kiemeljük és röviden ismertetjük a Stratégiai irányítás hatékonyságát befolyásoló tényezők komplex vizsgálata a globalizáció és a regionalitás tükrében (OTKA T0 34890) kutatást.

Az észak-magyarországi régió átmenetgazdaságában bekövetkező változások felmérésére Intézetünk 2002-2004. között OTKA finanszírozású kutatást végzett. A módszertanilag a szervezeti önértékelésen alapuló és a régió vállalataira épülő reprezentatív minta vizsgálata kiterjedt a kiválóság, a társaság-irányítás, a kultúra és az innováció együttes értékelésére. A primer és szekunder értékelés keretében statisztikai számításokat, EFQM adaptációt és a RADAR módszert alkalmaztuk. Az összemérhetőség céljából megadtuk a régió és B.-A.-Z. Megye vállalatainak típus leírását és számszerű színvonal paramétereit. A kutatás indításakor az a határozott szándék vezetett minket, hogy

- későbbi ellenőrző változást követő felmérésekkel összehasonlítást, illetve annak értékelését tudjuk elvégezni;
- határon túli nagyobb gazdasági térségek, illetve hasonló helyzetű régiók összehasonlítható elemzését is lehetővé tegyük;
- valamint saját régióink vállalkozásfejlesztési, gazdasági, társadalmi növekedéséhez, felzárkózásához háttérrel, esetleg kiutat is felmutatható hozzájárulást adjunk.

Ez a kutatás is megerősítette, illetve még határozottabban kimutatta, hogy az észak-magyarországi régió KKV struktúrája nem megfelelő. Nincsenek, illetve alacsony számban találhatóak erős középvállalkozások. Ugyanakkor az

életképebb közép vállalkozások (elsősorban a hazai tulajdonosi háttérű cégekről van szó) pedig abban a kettős helyzetben vannak, hogy

- hazai viszonylatban relatíve nagyok,
- nemzetközi viszonylatban pedig egyértelműen kicsik.

A kisvállalatok többsége pedig a mikrovállalkozói körhöz áll közelebb. Mindezek a problémák a következő főbb okokra vezethetők vissza:

- kényszer egzisztenciális útkeresésből származó vállalkozói kezdeményezések magas aránya;
- beszállítói klaszterek kialakulásának hiánya;
- termelési, értékesítési hálózatosodás hiánya,
- komplex vállalkozás, gazdaságfejlesztési programok hiánya,
- vállalkozássegítő infrastruktúra, tanácsadási, tudásátadási támogatás hiánya.

Ezekből következik, hogy a régió KKV-inek többségét a napi gondok megoldásának „fogsága” szorítja. A kis- és mikrovállalkozások jelenlegi helyzetét külön nehezítik a finanszírozási problémák. Kiegészítő felmérést végeztünk a pénzügyi forrásokhoz, támogatásokhoz való jutás tekintetében. Részletezés nélkül kimondhatjuk, hogy e vonatkozásban talán még borúsabb a kép.

Az üzletvitel fejlesztése tekintetében a tanácsatlanság, a bizalmatlanság kultúrája mellett a régió belüli gazdasági szervezőerő hiánya az egyik döntő probléma. Jellemző, hogy a régióban működő klaszter nincs. A KKV-k versenyképessége a hálózatosodást elősegítő gazdaságfejlesztő és munkahelyteremtő programok nélkül nem javítható lényegesen.

2. Ezen felmérés nemzetközi kiterjesztését is megvalósítottuk a kassai, harkovi, kolozsvári egyetemekkel való együttműködésünk keretében, ami kiváló lehetőségeket biztosít az összehasonlító vizsgálatok elvégzésére, valamint a tágabb környezetünk elemzésére.

Az egyéni teljesítmények vizsgálati fókuszai a személyiség vizsgálati módszertanok, a személyiségfejlesztés területei, coaching, valamint a vezetéstudomány viselkedéskutatás-centrikus megközelítése.

3. Értékrend-elkötelezettség

3.1. Szervezeti kultúra átalakulása Magyarországon

A gazdasági-társadalmi és politikai változások szükségszerűen érintették a volt szocialista típusú vállalati működést is hazánkban. A folyamat, felszínen is nyilvánvalónak tűnő stratégiai és strukturális mozgások mellett, a magatartási- és cselekvési normákat valamint az évtizedes értékrendet is befolyásolta. Ezeknek, a felszín alatti, szervezeti kulturális rétegeknek a mozgása és egymásra hatása került kutatásaink középpontjába.

Kutatás célja az volt, hogy a szervezeti kultúra vonatkozó területeinek feltárása után az átalakuló magyar gazdasági környezetben vizsgáljuk meg a szervezetekben zajló kulturális változásokat.

Az alábbiakban a kutatás főbb megállapításai és összegző táblázatai láthatók:

- A vezető kultúrateremtő és változtató szerepe determinisztikus hatása a szervezeti kultúra befolyásolásában. A vezető kultúrabefolyásoló eszközei a következők lehetnek, élesen nem elválasztva az alapítási és a változtatási mechanizmusokat: Viselkedési minták; Értékrendet jól láthatóan befolyásoló döntések; Döntéshozatal módja.
- Az erős kultúrák és a szervezeti kultúra változásának látszólagos ellentmondása feloldható. Kialakíthatók olyan erős szervezeti kultúrák, melyek egyik fő alkotóeleme a változásra való képesség.
- A szervezetváltoztatási programok eredménye kettős hatásra jön létre. A megfogalmazott szervezeti célok mellett jelentős a nemzeti kultúra hatása a változások vonatkozásában. A hazánkban zajló szervezetalkítási programoknál az alábbi kulturális jellegzetességeket figyelhetők meg:

<i>Jellegzetesség</i>	<i>Kialakulás okai</i>	<i>Feloldási lehetőségek</i>
<i>Döntési pontok te- lepítettsége nem hatékony</i>	- hatalmi centralizáció (új tulajdonos, átalakulás bizonytalansága)	- piackonform struktúrák kialakítása - innovatív, kezdeményező szervezeti légkör kialakítása - kockázatok természetessé tétele (bukás lehetősége)
<i>Szervezeti lojalitás mesterségesen magas szintje</i>	- bizonytalanságkerülési hajlam - magas munkanélküliségi ráta - alacsony munkaerő mobilitás	- belső rotáció a munkaerő részére - nem materiális ösztönzők hangsúlyos használata - rendszeres szocializációs programok

<i>A belső szervezeti kommunikáció alacsony szintje</i>	- vezetői információk visszatartása - feed-back kör hiánya - vezetői stílus hibái	- rendszeres tájékoztatás - formális és informális kommunikációs csatornák intenzív használata - nyílt szervezeti légkör kialakítása
---	---	--

- A szervezeti kultúrák átalakulásának folyamatában jelentős szerepet játszik a vállalat tulajdoni viszonyai, a szervezeti méret, az adott iparág. A szervezeti értékrendet gyakran felülírják külső gazdasági és társadalmi hatások.

A kultúraváltoztatás jellegzetességei különböző tulajdonú és méretű hazai vállalatainknál

	<i>Közepes méretű, "levált" magyar vállalatok</i>	<i>Nemzetközi cégek hazai vállalatai</i>	<i>Nagy méretű magyar tulajdonú vállalatok</i>
<i>Strukturális sajátosságok</i>	Rugalmas szervezeti forma	Centralizált, de eredményes forma	Merev forma, nehézkes reagálás
<i>Munkatársak hatásköre</i>	Nagy önállósággal bírnak	Kis mozgástér	Kis mozgástér
<i>Szervezeti klíma</i>	Jó informális kapcsolatok, önálló kezdeményezések lehetősége	Megfelelő informális kapcsolatok, kevés lehetőség az egyéni kezdeményezésekre	Vezetés tisztelete alacsony, önálló kezdeményezések lehetőségének teljes hiánya
<i>Elkötelezettség</i>	Megfelelő elkötelezettség	Magas szintű ragaszkodás	Alacsony elkötelezettség
<i>Változások sebessége</i>	Közepes	Gyors	Lassú

- A magyar szervezeti kultúra öröksége két jellegzetes befolyást tükröz. Ezek a szocialista működés jellemzői és az iparosítás időszakából és a kultúrkörből is fakadó német-osztrák orientáltság. Ezt a jövőben jelentősen befolyásolhatja egy harmadik hatás, a nemzetközi vállalatok eddigőtől eltérő kultúra alakító módszerei.

3.2. Szervezeti kultúra és környezettudatosság

A szervezeti működéssel - termék-előállítással és szolgáltatás-nyújtással – összefüggő környezeti-társadalmi problémák megoldásához a szervezeteknek is hozzá kell járulniuk. Fel kell tárnunk, hogyan és miként tudnak a szervezetek aktív és hasznos szerepet vállalni a környezeti- és társadalmi problémák megoldásában.

A vizsgálatok középpontjában a szervezetek vezetési- és menedzsment rendszerei, a szervezeti kultúra és a külső kapcsolatok álltak, melyeket a környezeti- és társadalmi problémák kezelésének szemszögéből vizsgáltunk.

A kutatás célja volt felmérni a magyarországi szervezetek környezettudatosságának kulturális beágyazottságát, vállalati összetevőit, jelenlegi színvonalát, továbbá azon potenciáljait, melyek segítségével környezeti teljesítményük javítható.^{13/}

Kutatási megállapítások:

- A fenntarthatóság minél teljesebb megvalósításához a szervezeteknek újra kell gondolni működésüket és vezetési rendszereiket oly módon, hogy stratégiai szinten építsenek a szervezeti tagok és a külső érdekeltek aktív részvételére és együttműködésre. Az együttműködés eredményeinek meg kell jelenni a termékekben-szolgáltatásokban, valamint az előállításukhoz és a szervezeti működéshez kapcsolódó egyéb folyamatokban.
- A szervezetek fenntarthatósághoz való hozzájárulásának fejlesztéséhez jelentős szervezeti tartalékok állnak rendelkezésre a szabályozás, a koordináció és az elektronikus megoldások területén.
- A fenntarthatóság felé elmozdulásban kiemelt szerepe van a szervezetek közötti partneri együttműködésének a beszállítói kapcsolatokban, továbbá a kis- és közepes méretű szervezetek szakmai-módszertani támogatásában.
- A fenntarthatósági fejlesztések nem valósulhatnak meg a szervezeti kultúra figyelembe vétele és fejlesztése nélkül. Mivel a szervezetek kulturális sajátosságai jelen vizsgálatok alapján „csak” közvetett módon befolyásolják az eredményeket, fejlesztésüket azon tényezők (vezetés elkötelezettsége, belső partnerség, irányítási rendszer) mentén kell megvalósítani, melyekben dominánsan megjelennek.
- A szakmai várakozással ellentétben a környezeti teljesítményértékelésre kidolgozott módszerek nem képesek a vezetés számára a fenntarthatóság minden dimenzióját figyelembe vevő, szakmailag megalapozott döntéstámogató információt nyújtani.

^{13/} A kutatás az OTKA T048849 - A vállalati környezettudatosság kialakításának és fejlesztési lehetőségeinek kulturális alapjai címmel valósult meg. A kutatás vezetője Heidrich Balázs, projekt vezetője Berényi László volt.

- A szervezetek fenntarthatósági értékelésére olyan módszertant kell kialakítani, amely a működés meghatározó tényezőire és azok kölcsönhatásaira építve egyszerre veszi számba a szervezeti erőfeszítéseket és eredményeket a fenntarthatóság természeti-, társadalmi- és gazdasági dimenziói mentén.
- A környezettudatosság fejlesztése többdimenziós feladat, amely magában foglalja az ismeretek bővítését, az értékrend megváltoztatását, illetve az ezeket támogató mechanizmusok működtetését egyéni, csoport és szervezeti szinten egyaránt.

3.3. Szolgáltató szervezetek kultúrájának sajátosságai a tudásalapú társadalomban

A hagyományosan termelés-orientált rendszerek mentén működő vállalatok száma egyre csökken, miközben a szolgáltatás-orientált működésből adódó sajátosságokra az elmélet sem mindig reagál megfelelő sebességgel. Különösen igaz ez a vezetési- és humán tényezőkre, amelyeknek egy egész másféle kapcsolatrendszere jön létre a nyitottabb szolgáltatási keretek között. A kutatás célja az volt, hogy a szolgáltatások működési sajátosságainak figyelembe vételével megpróbáljon egy olyan szervezeti kultúrát is figyelembe vevő, értékrendi alapú modellt megfogalmazni, mely megfelelően leírja a szolgáltatások vezetésének és humán tényezők kezelésének sajátosságait.^{14/}

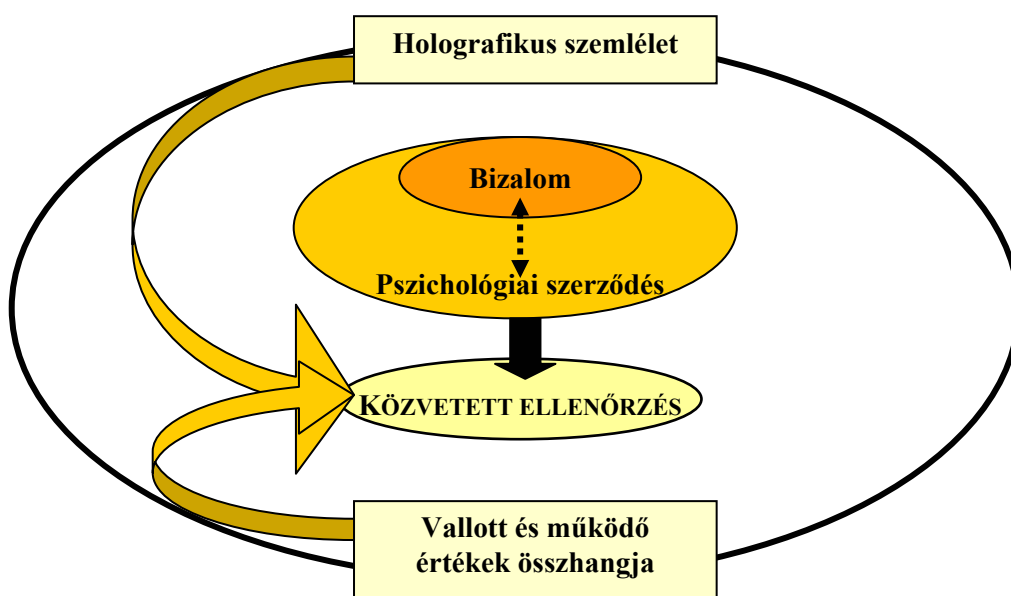
A kutatás főbb megállapításai a következők:

- A szolgáltatások globalizációja eltér a sztenderd termékek világméretű diffúziójától. Szolgáltatások esetén egységes rendszereket lehet csak elterjeszteni. A rendszereket azonban emberek működtetik a maguk kulturális beágyazottságával és eltérő attitűdjeivel, így az egységesítés korlátokba ütközik. Két modell tűnik uralkodónak a világgazdaságban a szolgáltatások nemzetköziesedésével kapcsolatban: a McDonaldizáció és a Disneyalizáció. Míg az első a Ford- és Taylor-féle munkaszervezési elveket alkalmazza a szolgáltatások területén, az utóbbi posztmodern társadalmakra jellemző, az adott pillanathoz kapcsolódó élményszerű fogyasztásnak kíván a szervezeti és a humán erőforrások szintjén is megfelelni.

^{14/} A szolgáltatás menedzsment-hez kapcsolódó intézeti kutatások elméleti alapját, a Heidrich Balázs által elnyert MTA Bolyai János kutatói ösztöndíj jelentette (2001-2004). Az empirikus kutatásban a Vezetéstudományi Intézet T034890 számú OTKA projektje, illetve annak a Kolozsvári Babes-Bolyai Egyetem Gazdaságtudományi Karának segítségével végzett romániai kiterjesztése nyújtott elemzési bázist.

- A szolgáltató szervezetek kultúrája eltér a termelő vállalatokétól. A kultúra elemek tekintetében az elfogadott vezetői kép, valamint a szervezeti klíma mutatja a legélesebb eltéréseket a szolgáltató és termelő vállalatok között. A vezető kultúra-formáló szerepe és hitelességének tényezői különböznek a szektorok mentén. A szolgáltató szervezetek némileg barátságosabb, családiasabb értékekre épülő intézményekként jelennek meg, mint a termelő vállalatok.
- A szolgáltató szervezetek vezetése, különösen a nagy méretűeké, eltérő feladatot jelent. Mivel a vezetőnek nincs lehetősége közvetlen kontrolra, vagy a szervezet méretéből vagy annak működési területéből adódóan (pl. professzionális szolgáltatások), így más vezető-beosztott kapcsolatot igényel a szervezet. A közvetett vezetői ellenőrzés módja, nem feltétlen a szabályok, hanem a kultúra, illetve a normákon keresztül vezérelt. A normák adnak válaszokat a bizonytalan helyzetekben a szervezet tagjainak. Így a vezető normateremtő és -hordozó szerepe megnő.
- A termelő vállalatok kultúrájára – a szolgáltatókkal összehasonlítva- jellemző a vezető kevésbé gondoskodó szerepe, az informális kapcsolatok alacsonyabb szintje és a szervezeti légkör barátságatlanabb jellege. Szignifikáns különbség jelentkezik a közszolgáltató szervezetek és a termelők, valamint a szolgáltatók között. Egy mindkettőnél tradicionálisabb értékek mentén működő kultúra rajzolódott ki a közszolgáltatóknál, ami felveti a kultúraváltoztatás értéksintű elmaradását a szektorban.

A szolgáltatások vezetésének karakterisztikus kérdéseinek megválaszolására egy olyan modell került kidolgozásra (*ld. 2. ábra*), amely hangsúlyossá teszi a hagyományostól eltérő jelleget ebben a szektorban:



2. ábra: A szolgáltatás-vezetés kultúra alapú modellje

3.3. Kiválóság

A minőség, mint a versenyképesség egyik legfontosabb követelménye, a nemzetgazdaság szereplőinek központi témájává vált. A TQM szemlélet érvényesítésének, kiterjedtségének, eredményességének megítélésére értékelő modellek, például minőségi díjmodellek léteznek. A kiválóság irányába történő elmozdítása a szervezetnek komplex feladat, amelynek alap logikáját adhatják a szervezeti önértékelési modellek. Ezen a területen szerteágazó kutatást végez az Intézet.

A már korábban bemutatott észak-magyarországi régiót vizsgáló OTKA pályázat is EFQM díjmodell adaptációra épült. Kidolgoztuk a Magyar Köztársaság rendőrségének integrált vezetési modelljét, aminek szintén egyik módszertani eleme a szervezeti önértékelés, valamint a felsőoktatás szervezeti önértékelésének kétszintű modelljét. Mindkét esetben gyakorlati bevezetés is párosult a kutatáshoz, amelyekről részletesebben szólunk a következőkben.

A Magyar Köztársaság Rendőrségénél egy integrált vezetési modell (3. ábra) kialakításának vizsgálatával foglalkoztunk egy pilot program és egy további pályázat tapasztalataira építve.

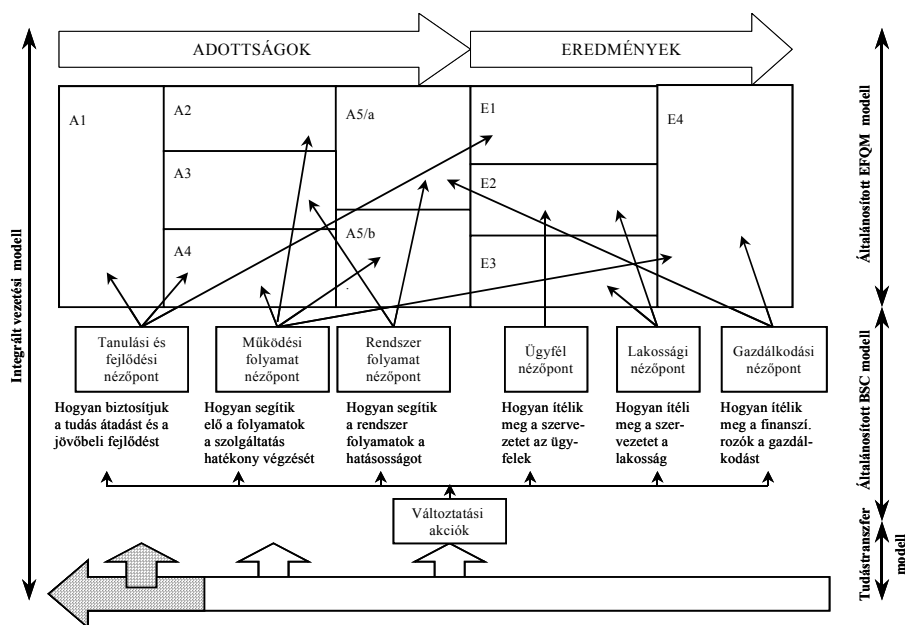
A kidolgozott és rendőrségre adaptált metodika az európai gazdasági térség és rendőrségi szervezetek számára is elfogadott EFQM modell struktúrájára és a Balanced Scorecard filozófiájára épít. E módszer megítélésünk szerint jó eszközt és támogatást adhat a rendőrségi vezetőknek a szervezeti tanulás, a kiválóság szemléletének elterjesztésére, saját programok alkotására, a best practice érvényesítésére.

Az integrált szó elsősorban a rendszerbe foglalás fogalmához tartozó olyan szándékunkat fejezi ki, amelyek a következőkben foglalhatók össze:

- ISO orientációjú, illetve TQM elvekre épülő minőségfejlesztési akciók és a kiválósági modell kapcsolatának megteremtése;
- a stratégiai vezetés számára különböző, keretet törő és kis léptékű fejlesztések akciótervezési, erőforrás-szétosztási, ösztönzési, értékelési rendszereinek új közös keretbe foglalása;
- stratégiai és operatív irányítás kapcsolatának megteremtése;
- normatív összemérhetőség feltételeinek és a fejlesztési, értékelési elemek együttes megteremtése, mind a rendőrkapitányságok, mind a megyei rendőr-főkapitányságok között;
- a tudástranzfer egyén, csoport, szervezet szintjén való összekapcsolása;
- eltérő szervezeti szintű és feltételek között tevékenykedő szervezetek – rendőrkapitányságok, rendőr-főkapitányságok – számára alkalmazásba vételi és fejlesztési programok generálására alkalmas keretmodell biztosítása;
- humán erőforrás-fejlesztést és a minőségfejlesztést együttesen előnyben részesítő megoldás kialakítása a szervezeti tanulás és a személyzetfejlesztés kapcsolatának megteremtésével.

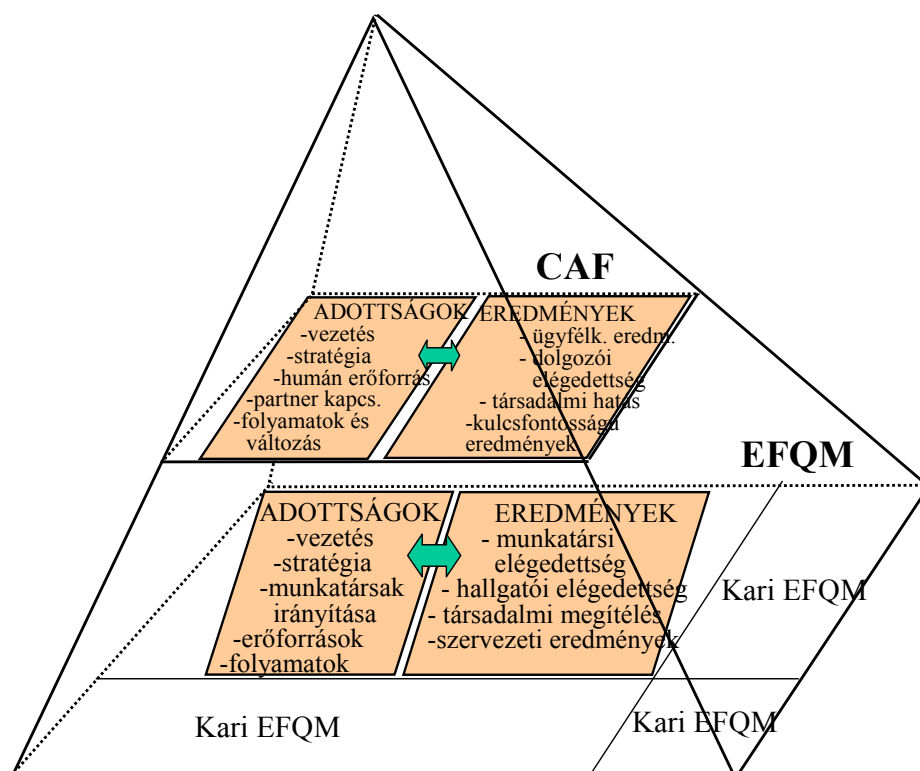
Az RKM (Rendőrségi Kiválósági Modell) szerinti szervezeti önértékelést (egy a többszöri alkalommal) 14 megyei rendőr-főkapitányságon, a Készenléti Rendőrségnél és a BRFK-nál végezték el szakmai támogatásunkkal, irányításunkkal.

A Magyar felsőoktatási intézmények számára az EU integráció, valamint az annál szeélesebb kört érintő Bologna-folyamathoz való csatlakozás jelentette az elmúlt 4-5 évben a valós átalakulás eseményeit, esetleg kényszereit.



3. ábra: A Magyar Köztársaság Rendőrségének integrált vezetési modellje

A képzési struktúra megváltozása a globális felsőoktatási térben a tömeg- és életképzés feladatait soros, egymáshoz kapcsolódó rendszerben kívánja megoldani, ami az átjárhatóságok szabályozottságát és a képzés, oktatás minőségirányításának egységes elvek mentén való kiépítéseit és működtetését igényli. A felsőoktatás minőségkultúra váltásának pilot programja c. HEFOP-3.3.1-P.-2004-09-0129/1.0 azonosítási számú, "A felsőoktatási intézmények minőségkultúra váltásának pilot programja" pályázatban – amely 7 felsőoktatási intézmény konzorcionális együttműködésében, az intézet szakmai vezetésével valósult meg – kidolgozott felsőoktatási minőségirányítási modell koncepció a szervezeti önértékelés kétszintű modellje. Alkalmas a képzési programok (bemeneti elemek, folyamatjellemzők, kimeneti elemek és egyensúlyuk) karok rendszerszintű és intézmények rendszerszintű vizsgálatára.



4. ábra: A szervezeti önértékelés kétszintű modellje

Az UNI-EFQM követi az EFQM modell önértékelési filozófiájának kettősségét. Diagnosztikai értékelés esetei megengedhetők a belső súlyok, illetve a mezők pontszámarányának elmozdítása. Mi ezt még, mint az öntanulás fázisát segítő értékelést azzal is bővítettük, hogy a szöveges önértékelés kritériumainak átértelmezése és tartalmi kifejtése mellett betanítjuk és az önértékelés részévé tesszük a RADAR, az UNI-CAF esetén pedig a PDCA szerinti szöveges minősítő rendszereket. A normatív önértékelés elsősorban a Felsőoktatási Minőségi Díj, illetve nemzetközi díjpályázatok értékelési kézikönyvétől függ.

A konzorciumi partnerintézményekben 43 kar/szak minősítését hajtottuk végre.

4. Tudás orientáltság

Kutatásaink keretében a tudásteremtés és a tudás transzferálás határkövei közé illesztve, az Innováció- és technológiamenedzsment alapvető témaköreiben folytatott munkáinkat helyeztük el.

Ezen területek mindegyikén részben módszertani kutatások folytak, részben vállalatoknál végzett K+F együttműködés keretében kerültek kifejlesztésre szoftvereink és ezekhez kapcsolódó konkrét folyamatszervezési megoldásaink, részben a klasszikus társadalomtudományi felmérések keretében adtunk helyzetképet aktuális innovációs ügyekről, jelenségekről.

A kutatásaink kimenetei három nagy csoportba sorolhatók:

- A vizsgálati területnek megfelelő jelenségek, tendenciák, állapotok, összefüggések leírására vonatkozó elméleti megállapítások ill. következtetések (regionális innovációs kutatások, OMFB, OTKA felmérések, szakirodalmi feldolgozások).
- Módszertani fejlesztések (modellek, eljárások, vizsgálati metodikák – vállalati megbízások, tananyagfejlesztések).
- Szoftverek (a saját metodikák alkalmazását segítő egyedi fejlesztésű döntéstámogató eszközök)

4.1. Tudásteremtés

A tudás teremtés fogalma alá alapvetően az innováció menedzsment területén folytatott kutatásainkat soroljuk. Ennek egyik súlyponti vizsgálati és módszertani fejlesztési téma köre, az „*innovatív vagyon – innovatív kompetenciák – techno-potenciálok minősítése*”.

A vállalatok innovatív képességei (innovációs vagyon) a cégértékelésnek ma meghatározó elemei. Jól példázza ezt az olyan akvizíciók gyakoriságának növekedése, amelyekben a tudásbázis megszerzése az elsődleges cél. E vagyon csoportot, négy kompetencia csomag definiálására építik, melyek modellértékű menedzsment megoldásainak kidolgozása és vállalati alkalmazása volt a kutatásaink célpontja. Ennek feldolgozott témakörei:

1. Kutatási kompetenciák, beleértve az alap- illetve alkalmazott kutatások minden mozzanatát.
2. Folyamat- (technológia) orientált kompetenciák, amelyek a gyártásfejlesztéstől a logisztikai képességekig terjednek, beépítve a minőségbiztosítási képességeket is.

3. Termék–szolgáltatás alapú kompetenciák, amelyek az output oldalon megjeleníthető képességeket testesítik meg (márka, diverzifikáltság stb.).
4. Esztétikai kompetenciák, az igény kielégítés szubjektív dimenzióit szolgáló képességek köre (design, arculat, megbízhatóság stb.).

A vállalatok innovatív kompetenciái két módon osztályozhatók. Beszélhetünk egyrészt, a kulcstechnológiák és tudományos diszciplínák szerinti kompetenciákról, másrészt, az innovációs folyamat különböző fázisaihoz kötődő kompetenciákról.

Az előzőeket összefoglaló néven tudásalapú kompetenciáknak, az utóbbiakat tevékenység-orientált kompetenciáknak tekinthetjük.

A múltban elsősorban a tevékenység-orientált kompetenciáknak tulajdonítottak nagy jelentőséget. Napjainkban és a jövőben a tudás alapú kompetenciák szerepe válik meghatározóvá.

A tudásalapú kompetenciákra épülő rendszerekben előtérbe kerülnek:

- a tudástranszfert erősítő szabad mozgásterek biztosítása,
- személyorientált szabályozás,
- külső ismeret források bekapcsolása,
- decentralizált tudásbázisok kialakulásának támogatása.

A tevékenység-orientált kompetenciákra épülő rendszerekben a koordinációs mechanizmusok is operatív irányultságúak: centralizációt támogató beavatkozások, stratégia mozgástér kijelölését, részletes munkamegosztást, költségvetési korlátozást, tekintély elv érvényesítését, az ismeretáramlás korlátozását támogató szabályozások.

A második nagy vizsgálati terület az *újdonságok diffúziója* folyamatainak és modellezési lehetőségeinek áttekintése és ehhez kapcsolódó konkrét diffúziós vizsgálatok elvégzése. (diffúziós modellek, rapid prototyping módszerek elterjedése)

A Rapid Prototyping módszerek és eszközök elterjedésének folyamatait elemeztük részletesen. A fejlett országok adatai szerint az első nagy ugrás 1994-ben és 1995-ben történt, amikor a rapid prototyping (RPT) eszközök eladásának növekedési üteme meghaladta a 25%-ot. Ez az ütemes piacbővülés azóta is folytatódik. Az RPT módszerek alkalmazása természetesen hasonló mértékben bővült. Különösen az USA-ban és Japánban dinamikus a fejlődés, de az európai piac is folyamatosan növekszik. Napjainkban a világon szinte mindenhol megkezdődött az RP módszerek ipari alkalmazása és az erre a feladatra specializálódó szolgáltató szervezetek elterjedése. Az RPT módszerek alkalmazásakor a multinacionális cégek (Ford, General Motors, Boeing, IBM, stb.) saját központi fej-

lesztő intézetet hoznak létre. A nemzeti technológiai kutatóintézet hálózatok (TNO, DTI, Fraunhofer, stb.) önálló intézeteket, laboratóriumokat alapítanak a termékfejlesztési tevékenységre. Mindezeken túl számos magáncég alakul, amelyek mint szolgáltatók jelennek meg a piacon. Ez utóbbi tendencia eredményeként ma már Magyarországon is léteznek elérhető szolgáltatások.

Magyarország kis lemaradással követte az ipar elvárásait. Ma már többféle RPT technológia is elérhető határainkon belül. A hajtóerőt itt is az autóiipari cégek jelentették, amelyek egyre nagyobb számban végeznek gyorsított fejlesztéseket.

A harmadik kutatási terület vizsgálati módszertanok kifejlesztésére irányult. A *technológiai – technológiaváltási audit* a technológiai állapotfelmérésnek olyan komplex rendszere, amely lehetővé teszi a korszerűsítési kényszerek felismerését, a szervezet felkészültségét, a fogadókészség elemeinek szisztematikus áttekintését. A jelenségek vizsgálatára önálló módszertant fejlesztettünk ki mind a vállalati, mind a térbeli vizsgálataink céljaira.

Az ezt megvalósító un. technológiai auditok mindig valamilyen összetett kérdéslistára épülnek, amelyekben a vállalkozás különböző potenciáljait, a technikai adottságait és a fejlesztés sikerrel kecsegtető területeit tekintik át. A vizsgálati területek:

- Innovációs potenciálok
- Technikai potenciálok
- Működtetési potenciálok
- Befogadási potenciálok

A technológiaváltás auditálás segítségével felmérhető a technológiaváltás szükségességének és lehetőségének vállalati ismerete, átgondoltsága, a szervezet fogadókészsége és felkészültsége a technológiaváltás menedzselésére. Auditálási keretmodellek segítségével felállíthatók és kezelhetők a tipikus technológiai audit paraméter rendszerek, melyek ágazat specifikus eljárastechnikák kialakítását teszik lehetővé. Itteni fejlesztéseink eredménye egy döntéstámogatási módszertan és szoftver kidolgozása. A döntés előkészítési munka két fázisra tagolható. A két, iteratív módon megvalósítható elemzés – értékelés:

- termék – technológia kritikus pont önértékelése
- beszállítói potenciál analízis és technológiai audit területén ad szoftveres támogatást a szakemberek számára.

A negyedik vizsgálati területünk az innovációs folyamatok szabályozására irányult. Egy speciális, de óriási piaci területen, az ún. „after market” szegmensben végeztük el a termékfejlesztési folyamat szabályozását.

A folyamatszabályozás célja, hogy keretbe foglalja és szabályozza a vásárlói igények kielégítését szolgáló gyártmányfejlesztés és a vele integrálódott gyártásfejlesztés és gyártás előkészítés ill. minőségbiztosítás folyamatát.

A folyamatszabályozáshoz kötve egy projektirányítást támogató szoftver is kidolgozásra került.

A projekt támogatás, egy többirányú információ generálást, rögzítést és cserét biztosító - párbeszédes keretrendszerben - valósul meg. Ennek kialakításakor alapvető feltételként az alábbiakat tűztük ki célul:

Minden információt a keletkezési mozzanatában / tervezés, fejlesztési, ellenőrzési műveletek/, a saját folyamatában rögzítünk.

A keletkező információkat minden információkezelési síkon elérhetővé tesszük. Minden információt, a folyamat előrehaladásának megfelelően, folytonosan aktualizálunk.

A fejlesztési – tervezési jogosultságoknak megfelelően - minden a termékfejlesztésben résztvevő szakember és anyaszervezete – naprakészen követheti a folyamatok előrehaladását és annak információs bázisait.

A keretrendszer, amelyet a vállalat Intranetjébe illesztve működtetünk, három fő irányítási terület integrációját és információcseréjét biztosítja:

Folyamatszabályozás síkja:

- A termékfejlesztés folyamatelemeinek tartalmi kezelését, az egyes fejlesztési mozzanatok és események információs háttérének /input és output oldalak/ adminisztrálását, strukturált tárolását biztosító felület. Ezen a felületen követhető a fejlesztés előrehaladása során minden érdemi dokumentum és mintadarab.

Minőségbiztosítás síkja:

- A minőségbiztosítási rendszer követelményeinek megfelelő dokumentáció keletkeztetésére és elsődleges kezelésére szolgáló felület. Itt a „check point” rendszerben előírt továbbléptetési követelmények adminisztrálása és az ehhez kapcsolódó primér dokumentáció keletkeztetése történik meg.

Projektirányítás síkja:

- A projektirányítás - valamely keretrendszerében – létrehozott projekt terv szolgál kiindulási bázisként. A monitoring rendszer valójában a határköesemények figyelésén keresztül ad impulzusokat a projekt vezetés ill. az anyaszervezet illetékes döntéshozói számára a szükséges beavatkozások előkészítésére.

Erre az információs bázisra építjük rá az információcsere tipikus relációit:

- Fejlesztési folyamat előrehaladása – mérföldkő esemény tartalma.
- Make or Buy döntések input – output tartalma.
- Fejlesztési erőforrások rendelkezésre állása vagy hiánya.
- Dokumentáció és materiális tartalom elfogadhatósága.
- Költségvetési előírások és ráfordítások összhangja.

4.2. Tudás transzfer

Az újdonságok megosztásának és tudatos elterjesztésének üzleti alapú rendszereit is vizsgáltuk kutatási munkáink során.

A technológia- és tudás transzfer összetett jelenségeit, potenciáljait kutattuk, kidolgozva annak értékelési és folyamat modelljeit. A programot a technológia- és tudástranszfer eredményességének elengedhetetlen növelése indokolja, hiszen jelentős tapasztalatlanság, gyengeség jellemzi a hazai transzfer folyamatokat.

Az e téren folytatott kutatásaink középpontjában az *innovációs és technológiai kooperációs stratégiák és az ezek megalapozását biztosító "Technológiai úttérképezési"* módszertanok álltak. A stratégiai tervezés folyamatában, a funkcionális részstratégiák területén erősíthető a módszertani megalapozottság.

Ennek egyik lehetséges megoldása, ha a feladatok végrehajtásának információs bázisát a Technológiai úttérképezésre építjük. A Technológiai Úttérképezés (Technology Roadmapping - TRM) a technológiai stratégia megtervezésének egy új eszköze, módszertana. A technológiai tervezés a vállalkozás számára megszerzendő, kifejlesztendő technológiák azonosításával foglalkozik. A meglévő technológia továbbfejlesztése vagy új technológia megszerzése kapcsán el kell döntenie, hogy mely területeken kíván a cég belső fejlesztések révén előrelépni és mely területeken kíván – üzleti vagy stratégiai partnerségi alapon – külső partnerekkel együttműködni. A TRM során ennek a fejlesztési és együttműködési folyamatnak a lényeges határköveit és a folyamat végrehajtásának lépéseit tervezzük meg. Kutatásaink eredményeire épülve a módszertan elterjesztését tekintjük első lépésben a legfontosabb feladatunknak.

A fejlett technológiák magyarországi elterjesztését szolgálták azok a kutatások és a kapcsolódó tanácsadási munka, amely konkrét Rapid Prototyping eljárásokra, nevezetesen a 3D szkennelésre és nyomtatásra irányult. A fejlett ipari országokban az utóbbi években a termékek életciklusának rövidülése következtében felgyorsult a termékfejlesztés folyamata. Ennek egyik jelensége a termékfejlesztés-

tést hatékonyan támogató *gyors prototípus készítés* (rapid prototyping) módszereinek rohamos fejlődése és elterjedése.

A „kellő időben a piacon lenni” (Time to Market) kényszerének feloldásában a számítógéppel segített tervezési, szimulációs és gyártási eljárások (CAD/CAM/CAE) ugyan jelentős segítséget nyújthatnak, de a termékfejlesztés idejének csökkentésére új technológiákat és eljárásokat kellett kidolgozni, elsősorban a prototípusgyártás idejének csökkentése érdekében. Kutatásaink során megbízóink számára az alábbi területen biztosítunk támogatást:

- A megfelelő RPT partnerek felkutatása Magyarországon.
- Az adott szakma kultúrába alkalmazható eljárások kiválasztása.
- Kiválasztott alkatrész típusokon a 3D modellezés (szkennelés) végrehajtása.
- A kiválasztott alkatrészek 3D nyomtatása és értékelése.

Az Intézet jelentősebb publikációi^{15/}

1. Könyv, könyvrészlet 1987-től

Susánszky János (1982): A racionalizálás módszertana. Bp. Műszaki Kiadó.

Szakály Dezső (1996): Csoportmunka. Miskolci Egyetem jegyzete. Miskolc. 133 p.

Szintay István (2000): Vezetéstudomány. [Kiad. a] Miskolci Egyetem Vezetéstudományi Intézet. Miskolc. Bíbor Kiadó. 120 p.

Szintay István (2000): Stratégiai menedzsment. [Kiad. a] Miskolci Egyetem (Gazdaságtudományi Kar) Vezetéstudományi Intézet. Miskolc. Bíbor Kiadó. 215 p.

Deák Csaba – Heidrich Éva – Heidrich Balázs (2000): Vezetési ismeretek. Békéscsaba. Booklands 2000. Kiadó. 208 p.

Hedrich Balázs (2001): Szervezeti kultúra és interkulturális management. Bp. Human Telex Consulting. 170 p.

Szakály Dezső (2002): Innováció és technológiamenedzsment 1. Miskolc. Bíbor Kiadó. 365 p.

Szakály Dezső (2002): Innováció és technológiamenedzsment 2. Miskolc. Bíbor Kiadó. 381 p.

Deák Csaba (2003): Kommunikáció és prezentáció. [Bp.] Human Telex Consulting Kft. 182 p.

Deák Csaba (2005): Üzleti folyamatok újjáalakítása. (Miskolc). Miskolci Egyetemi Kiadó. 143 p.

^{15/} A válogatás rendező elveként az egyes publikációs típusokban egy szerzőtől maximum az 5 legfontosabb szerepel.

Szintay István (szerk., 2005): Minőségmenedzsment I. Elmélet. Fejezeteket írták: Szintay I. – Szakály D. – Veresné Somosi M. – Bíró Z. – Berényi L. – Árvay A. – Harangozó Zs. [Kiad. a] ME Vezetéstudományi Intézet. Miskolc. Bíbor Kiadó. 210 p.

Szintay István (szerk., 2005): Minőségmenedzsment II. Módszertan. Fejezetek írták: Szintay I. – Csépes O. – Berényi L. – Deák Cs. – Petró M. Kiad. a Miskolci Egyetem Vezetéstudományi Intézet. Miskolc. Bíbor Kiadó. 200 p.

Szintay István (szerk., 2005): Minőségmenedzsment III. Alkalmazás. Fejezeteket írták: Szintay I. – Szakály D. – Veresné Somosi M. – Bíró Z. – Berényi L. – Árvay A. – Harangozó Zs. Kiad. a Miskolci Egyetem Vezetéstudományi Intézet. Miskolc. Bíbor Kiadó. 194. p.

Heidrich Balázs (2006): Szolgáltatás menedzsment. Bp. Human Telex Consulting. 204 p.

Szintay István – Veresné Somosi Mariann (2006): Hálózat és kapcsolat menedzsment. [Közread. a] ME Világ és Regionális Gazdaságtan Intézet. ME. Miskolc. 67 p.

Nagyné Sáfár Mária (1997): "Közlekedni pedig kell!" Kiad. a Magánvállalkozásokat Fejlesztő Központi Alapítvány. Budapest. 7-2. oldaltól 7-9. oldalig.

Bíró Zoltán (1999): Az operatív controlling elszámolási rendszerének kialakítása. 6/4.3. fej. In: Gyakorlati controlling. Magyarországi vállalkozások és intézmények controllingkézikönyve. Bp. Weka. 11 p.

Bíró Zoltán (1999): A vezetői információs részrendszer kialakításának koncepciója a controllingfeldolgozások támogatására. 6/4.4. fej. In: Gyakorlati controlling. Magyarországi vállalkozások és intézmények controllingkézikönyve Bp. Weka Kiadó. 1-26. p.

Bíró Zoltán – Urbán Rozália – Nagyné Sáfár Mária (2000): Az éves gazdasági tervezés mint az operatív controlling egyik fő funkciója. 6/4.5. fej. In: Gyakorlati controlling.

Magyarországi vállalkozások és intézmények controlling kézikönyve. Bp. Weka

Nagyné Sáfár Mária (2001): A controlling és az elszámolási rendszerek kapcsolata. 6/4.7. fej. In: Gyakorlati controlling. Magyarországi vállalkozások és intézmények controlling kézikönyve. Bp. RAABE. 1-18. p. Kiadó. 1-14. p.

Bíró Zoltán – Nagyné Sáfár Mária (2004): A vállalatok (vállalkozások) gazdálkodásának értékelése, elemzése. 6/4.11. fej. In: Gyakorlati controlling. Magyarországi vállalkozások és intézmények controllingkézikönyve. Bp. Raabe Kiadó.

Bíró Zoltán (2005): Gondolatok az egészségügyi szolgáltatóegységek (kórházak) járó- és fekvőbeteg-szakellátásának számlázásához. Gyakorlati controlling 2005. júliusi kiegészítés. 7/7.8 fej. Bp. RAABE.

Deák Csaba (2005): Change Management in the Hungarian Corporate Practice. In: Current Issues in Change Management: challenges and Organisational Responses. Ed. Farkas, F. Kiad. a Pécsi Tudományegyetem – Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. Pécs. 171-178. p.

Deák Csaba – Mester Csaba (2005): How you can build (upon) a CRM projects? In: Zarządzanie Przedsiębiorstwem – Ekonomia, Prawo, Kultúra, Etyka. Redakcja: Sitko, W. WSPA, Politechnika Lubeska etc. Lublin. 43-57. p. ISBN 89970-07-4

Heidrich Balázs (2005): What Difference Does it Make? On the Characteristics of Cultural Changes in Different Sectors in Northern-Hungary. In: Current Issues in Change Management: challenges and Organisational Responses. Ed. Farkas, F. Kiad. a Pécsi Tudományegyetem – Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. Pécs. 51-59. p.

Somogyi Aliz (2006): 137- Public menedzsment. In: Heidrich B.: Szolgáltatás menedzsment. Bp. Human Telex 162. p.

Szintay István (2007): Az észak-magyarországi régió vállalatainak normatív elemzése. In: Pénzügyi stratégiák a XXI. század elején. Prof. Dr. Huszti Ernő DcC. egyetemi tanár a pénzügyi intézményrendszer, a tudomány és a felsőoktatás szolgálatában. Tiszteletkötet 75. születésnapja alkalmából. Bp. Akadémiai Kiadó. 373-396. p.

2. Folyóiratcikkek

Bíró Zoltán – Kiss Imre (1993): Gazdasági társaságok irányítási folyamatainak szabályozása. In: Vezetéstudomány. 3-4 sz. 96-103. p.

Szakály Dezső (1993): Integrációs törekvések és lehetőségek a stratégiai tervezésben. In: Vezetéstudomány, 1993. 3-4. sz. 20-28. p.

Szintay István (1993): A stratégiai menedzsment befolyásolási eszközei. In: Vezetéstudomány. 3-4. sz. 9-19. p.

Szintay István (1993): Tendenciák a korszerű vállalati információs rendszerek területén. In: Vezetéstudomány. 3-4. sz. 73-86. p.

Urbán Rozália – Nagyné Sáfár Mária (1993): A controlling rendszer kialakításának és működésének tapasztalatai. In: Vezetéstudomány. 3-4. sz.

- Veresné Somosi Mariann* (1993): Szerveztelemzés és fejlesztés szakértői rendszerrel. In: *Vezetéstudomány*. 3-4. sz.
- Heidrich Balázs* (1997): A vállalati kultúra magyar sajátosságairól. In: *Vezetéstudomány*. 4. sz. 9-17. p.
- Heidrich Balázs* (1998): A szervezeti kultúra megváltozása és vezetési kérdései. In: *Vezetéstudomány*. 1. sz.
- Szintay István* (2000): Corporate Governance és a stratégiai szemlélet kapcsolat. Az igazgatóságok hatékonyabb működése. In: *Harvard Business Manager*. 3. sz. 53-64. p.
- Heidrich Balázs* (2002): Eladó a menyasszony Vállalati összeolvadások és felvásárlások kulturális kihívásai. In: *Vezetéstudomány*. 5. sz. 11-21. p.
- Heidrich Balázs – Somogyi Aliz* (2003): A szolgáltatás-vezetés értékalapú modellje a „köz-menedzsmentben”. In: *Marketing és Menedzsment*. 5. sz. 14-25. p.
- Szakály Dezső* (2003): Kipróbált szerepek, változó esélyek: a diffúzió szárnya-in. In: *Harvard Businessmanager*. január-február. 50-61. p.
- Heidrich Balázs – Somogyi Aliz* (2005): Az elengedett kéz dilemmája, avagy a vezetők kulturális lehetőségei a szolgáltató és közigazgatási szervezetekben. In: *Vezetéstudomány*. 9. sz. 2-14. p.
- Berényi László* (2005): Iránytű a környezettudatos vállalati menedzsmenthez. (Ön)értékelési modell a vállalatok környezeti teljesítményének fejlesztéséhez. In: *Marketing & Menedzsment*. 4-5. sz. 4-19. p.
- Kunos István* (2005): A vezetéstudomány viselkedéskutatás-centrikus megközelítése – a humánetológia tükrében –In: *Vezetéstudomány*. 4. sz.
- Veresné Somosi Mariann* (2005): A sikeres szervezetalakítás előfeltétele az eredményes szerveztelemzés, azaz a gyógyítás a helyes diagnózissal kezdődik. In: *Harvard Businessmanager*. 11. sz.
- Deák Csaba* (2006): A projektmenedzsment érettsége. In: *Vezetéstudomány*. ksz. 60-68. p.
- Heidrich Balázs – Berényi László* (2006): Zöld stratégia – barna kultúra? Koordinációs eszköztár és szervezeti kultúra a környezettudatosság szolgálatában. In: *Vezetéstudomány*. Ksz. 98-106. p.
- Heidrich Balázs* (2006): Ördögi körök vonzásában. A szolgáltatások menedzsmentjének sajátosságairól. In: *Vezetéstudomány*. Ksz. 50-59. p.
- Kunos István* (2006): A rangsor, dominancia és szabálykövetés evolúciós vizsgálatának vezetéstudományi hozadéka In: *Marketing & Menedzsment*. 5-6. sz.

- Somogyi Aliz* (2006): Reformérett közügyek. Public Management: új irányok, átalakuló cél- és eszközrendszer. In: *Vezetéstudomány*. Ksz.79-86. p.
- Somogyi Márta* (2006): Balanced Scorecard és controlling. Filozófia és/vagy menedzsmenteszköz a szervezetek vezetésében. In: *Vezetéstudomány*. Ksz.69-78. p.
- Szakály Dezső* (2006): Technológiatranszfer: A tudásáramoltatás hatékony mód-szere. In: *Vezetéstudomány*. Ksz. 39-49. p.
- Szakály Dezső – Berényi László – Harangozó Zsolt* (2006): Gyorsított fejlesztés – Integrált irányítás. Az After Market környezet kihívásai. In: *Marketing Menedzsment*. 2-3. sz.49-64. p.
- Szakály Dezső – Berényi László – Harangozó Zsolt* (2006): A másodpiaci termékfejlesztés kihívásai. 1. r. In: *Magyar Minőség*. 11. sz.18-25. p.
- Szakály Dezső – Berényi László – Harangozó Zsolt* (2006): A másodpiaci fejlesztés kihívásai. II. r. A fejlesztési folyamat és az irányítási rendszer kapcsolata. In: *Magyar Minőség*. 12. sz. 10-14.p.
- Szintay István* (2006): EFQM alapú értékelés az Észak-magyarországi régió vállalkozásainak mintáján. In: *Vezetéstudomány*. Ksz. 3-20. p.
- Veresné Somosi Mariann* (2006): Integrált vezetési modell – önfejlesztés, tudásmenedzselés. Egy pilot program tapasztalatai a Magyar Köztársaság Rendőrségénél. In: *Vezetéstudomány*. Ksz. 21-38. p
- Heidrich Éva* (2007): A vezető magányossága, avagy a coaching mint személyre szabott vezetőfejlesztési módszer vezetéselméleti megközelítésben. In: *Vezetéstudomány*. 3. sz. 12-26. p.
- Kunos István* (2007): Munkahelyi agressziókatóriák vizsgálata vezetéstudományi nézőpontból In: *Marketing & Menedzsment*. 2. sz. 36- 41. p.
- Szakály Dezső – Berényi László – Harangozó Zsolt* (2007): A másodpiaci termékfejlesztés kihívásai. III. r. A fejlesztési folyamat dokumentumainak integrált kezelése. In: *Magyar Minőség*. 2007. 2. sz.18-22. p.
- Szakály Dezső – Berényi László – Harangozó Zsolt* (2007): A másodpiaci termékfejlesztés kihívásai. IV. r. A fejlesztés kritikus pontjainak azonosítása és a beszámolók kiválasztása. In: *Magyar Minőség*. 4. sz. 20-25. p.
- Szintay István – Veresné Somosi Mariann* (2007): A felsőoktatás egy javasolt minőségirányítási modellje In: *Magyar Minőség*. 3. sz. 26-30. p.
- Szintay István – Veresné Somosi Mariann* (2007): A felsőoktatás egy javasolt minőségirányítási modellje. Az UNI-EFQM pilot program. In: *Magyar Minőség*. 4. sz. 15-19. p.

Szintay István – Veresné Somosi Mariann (2007): A felsőoktatás belső és külső minőségirányítási rendszerének sajátosságai. In: Magyar Minőség. 6.sz.21-28.p.

3. Külföldi Konferencia 1987-2007

Szintay István (1987): Metodiak racionalizacija. Organizacija, racionalizacija i savremet metode poslovanja u gradjevinartvu. Társz. Susánszky J. Szabadka, 1987.

Szintay István (1987): Planyirovanyije sztruktur predpriyatij sz pomocsju processzo-orientalnoj vysoké Skoly hauské v Ostravé Gakultni pbocka. CSVTS. Osztrava, 1987. február.

Szintay István (1989): Termelésirányítási rendszer koncepció magyarországi alkalmazási feltételei. Ryerson. Kanada, Torontó, 1989. június.

Szintay István (1989): Opradjanje proizecem, vaz podsistema adkuciojja i informacija, podsistemi informacionog podristava. Teorija, proksa adlicivanja. Szabadka, 1989.

Szakály Dezső (1990): Revitalizacija preduzeca i Struktorno prilagodavanje. Mezdunarodni naucni skup. Razvoj Ljudkih Reursa. Szabadka, 1990. május 17-18.

Szintay István (1992): Logika spojenia privatizacie a krizovéka manazmennu, pripodne aktualne problemy modarskyh progneckov. Privatizacia a pognekemie b komitve. Besztercebánya, 1992. 142-160. p.

Szintay István (1993): A változásmenedzsment vállalati területei és kapcsolatrendszere. microCAD-SYSTEM`93. Kassa-Szlovákia, 1993. november 9-10.

Nagyné Sáfár Mária (1994): The role of controlling system in the financial management Financial Management Workshop. Szlovákia, 1994. október.

Szakály Dezső (1997): Timova práca, tvorba a rozvoj timov. Modul 5. Slovenska siet distancneho uzdelávania. Társz. Timcák, G. M. Kassa, 1997. április

Deák Csaba (1998): Process Benchmarking: Springboard for success change. Proceedings of ICAMC '98 13th International Committee on Automation in Mining Conference and ASRTP '98 13th International Conference on Process Control and Simulation. September 8-11, 1998, High Tatras, Slovak Republic. 580-584. p.

Szakály Dezső (1998): New ways of knowledge creation. Proceeding of ICAMC '98 13th International Committee on Automation in Mining Conference and ASRPT '98 13th International Conference on Process Control and Simulation. September 8-11, 1998, High Tatras, Slovak Republic. 566-569. p.

Szintay István (1998): Virtual enterprise, corporate governance and their characteristics. Proceedings of ICAMC '98 13 th International Committee on Automation in Mining Conference and ASRTP '98 13th International Conference on Progress Control and Simulation. September 8-11, 1998, High Tatras, Slovak Republic. 549-554

Szintay István (2000): The key role of boards in strategic management. *Ekonomika Firiem* 2000. Ekonomická Univerzita v Bratislave Podnikovohospodárska Fakulta v Kosciach. Sninské Rybníky. 7-9. 09. 2000.

Szintay István (2001): The Forms and Management of Complex, Multilevel Business Corporations. IX. microCAD. 2001. Mízsnarodna naukovo-prakticsna konferencija. Nauka i szocialni problemi szuszpilsztva: Ijudina, tehnik, tehnologija, dovkillja. Harkiv, 14-16 travnja 2001. 168-173. p.

Szintay István (2001): The forms and management of complex, multilevel business corporations. *Ekonomika Firiem* 2001. (Zbornik z medzinarodnej konferencie). II. diel. Ekonomická Univerzita v Bratislave. Podnikovohospodárska Fakulta Kosice. Svit 12. - 14. 9. 2001. 678-683. p.

Deák Csaba (2002): Transformation in Practice. *Acta Oeconomica Cassoviensia* N°6. Ekonomická univerzita v Bratislave Podnikovohospodárska fakulta v Kosiciach. Kosice. 2002. 61-70 p.

Heidrich Balázs (2002): Business As Unusual. The Role of National Cultural Background in Corporate Life. IDM Euro Conference. Europe's rediscovered wealth - what the accession candidates in Eastern and Central Europe have to offer. Vienna, March 18-19, 2002.

Heidrich Balázs (2002): A Possible Model for Cultural Changes in Organisations. A Stud Based on Hungarian Experiences. *Acta Oeconomica Cassoviensia* N°6. Ekonomická univerzita v Bratislave Podnikovohospodárska fakulta v Kosiciach. Kosice. 2002. 79-93 p.

Heidrich Balázs (2003): Hungarian Experiences of Mergers and Acquisitions – Persective. International Symposium Specialisation, Integration and Development. Babes-Bolyai University. Faculty of Economics. Cluj-Napoca. 14-15. november 2003. p: -

Berényi László (2004): Cultural characteristic of small ventures. Application of Management Theory in Practice II. Proceedings of Seminar. University of Economics Bratislava Faculty of Business Economics in Kassa. Kassa, Februáry 6, 2004. 3-11 p. [CD]

Deák Csaba (2004): The Role of information Technology in Business Process Reengineering. 2nd International Conference of „Research and Education” for the

40 years jubilee of the cooperation between the National Technical University „Kharkiv Polytechnic Institute” and the University of Miskolc. Miskolc 17-19 March 2004. 365-373. p.

Deák Csaba (2004): Change by Success Projects. 20th EGOS The Organization as a Set of Dynamic Colloquium Relationships. Ljubljana, Slovenia July 1-3, 2004.

Deák Csaba – Mester Csaba (2004): Necessity of Launching CRM Projects for Hungarian Companies of OTKA Research Conducted by the Institute of Management Science at the University of Miskolc. Teoretické aspekty prierezových ekonomík II. (zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie) Ekonomická univerzita v Bratislave Podnikovohospodárska Fakulta v Kosiciach. Kosice 22. október 2004. 101-123. p.

Heidrich Balázs (2004): The Times They are a Changing? On the Cultural Characteristics of Service and Production Companies in Northern-Hungary. Társsz. Somogyi Aliz. 20th EGOS The Organization as a Set of Dynamic Colloquium Relationships. Ljubljana, Slovenia July 1-3, 2004.

Heidrich Balázs – Somogyi Aliz (2004): Does it Really Make a Difference? On the Cultural Characteristics of Service and Production Companies. 2nd International Conference of „Research and Education” for the 40 years jubilee of the cooperation between the National Technical University „Kharkiv Polytechnic Institute” and the University of Miskolc. Miskolc 17-19 March 2004. 269-278. p.

Veresné Somosi Mariann (2004): Organisational Self - Evaluation as a Possible Tool of Organisational Analysis. 2nd International Conference of „Research and Education” for the 40 years jubilee of the cooperation between the National Technical University „Kharkiv Polytechnic Institute” and the University of Miskolc. Miskolc 17-19 March 2004. 365-373. p.

Veresné Somosi Mariann (2005): Organisational Self – Evaluation as a Possible Tool of Organisational Analysis. Sixteenth Annual Conference of POMS, Chicago, IL, April 29 – May 2, 2005. 14 p. [CD]

Heidrich Balázs (2006): What Difference Does It Make? On the Characteristics of Cultural Changes in Different Sectors in Northern-Hungary. International Conference. Strategic Leadership in the Context of Globalization and Regionalization. Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca. Cluj-Napoca, Romania. 9-10 June, 2006. 23-35. p.

Heidrich Balázs – Berényi László (2006): Green Strategy – Brown Culture? Coordination Toolset and Organizational Culture in the Service of Environmental Consciousness. International Conference. Strategic Leadership

in the Context of Globalization and Regionalization. Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca. Cluj-Napoca, Romania. 9-10 June, 2006. 74-83. p.

Szintay István – Pererva, P. – Veresné Somosi Mariann – Hoga Orsolya (2006): Comparing Analysis of the Miskolc-Harkov Economic Region, as a Joint Research of the Two Universities. *Informacijni tehnologii: nauka, tehnika, tehnologija, oszvita, zdorovja. XIV mizsnarodna naukovo-prakticsna konferencija. microCAD 2006. Harkiv, 18-19 travnija 2006. 232-239. p.*

Szintay István – Veresné Somosi Mariann – Hoga Orsolya (2006): Main Arguments of a Research Project Examining the Operation of Companies in a Crisis Region of Hungary (OTKA To 34890). International Conference. Strategic Leadership in the Context of Globalization and Regionalization. Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca. Kolozsvár, Romania. 9-10 June, 2006. 84-92. p.

Veresné Somosi Mariann (2006): A Research Project-Performance Measurement of a Crisis Region of Hungary Adapting a Method of Organization Evaluation. International Conference. Strategic Leadership in the Context of Globalization and Regionalization. Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca. Cluj-Napoca, Romania. 9-10 June, 2006.

Heidrich Balázs (2007): Two Sides of the Coin? Service Production and National Culture as Decisive Factors on Organizational Culture: a Hungarian-Romanian Comparison. ISPIIM-ASIA. International Conference. Innovation and Knowledge Management of Social and Economic Issues: International Perspective. 9th & 10th January 2007, New Delhi

Heidrich Balázs - Deák Csaba (2007): Differences in Similarities: Service, Production and National Culture as Decisive Factors on Organizational Culture: A Hungarian-Romanian 23rd EGOS Colloquium Vienna, Beyond Waltz- Dances of Individuals and Organization 2007.

4. Kutatási tevékenységhez köthető publikációk 1997 – től

Szintay István (1991): Szakértői rendszerekkel támogatott projektek informatikai mintarendszerének kialakítása. IKM szakértői kutatási megbízás *témavezetése. Miskolc. 65 p.*

Szintay István – Szakály Dezső – Veresné Somosi Mariann – etc. (1991) : Ipari kutatóintézetek válságkezelő és szerkezetátalakítási programja IKM szakértői megbízás. Miniszteri előterjesztés munkaanyaga. Technikai, technológiai transzfer hálózat kialakításának lehetőségei. Miskolc.

Szintay István (1991): Szakértői rendszerekkel támogatott projektek informatikai mintarendszerének kialakítása. IKM szakértői kutatási megbízás témavezetése. Miskolc. 65 p.

Szintay István – Darabos Attila (1992): Számítógéppel támogatott vállalatirányítási részrendszerek fejlesztéséről. Megbízás Információs rendszerszervezés metodológiai. I. köt. OTKA. Miskolc. 31 p.

Szintay István – Biró Zoltán (1992): Számítógéppel támogatott vállalatirányítási részrendszerek fejlesztéséről. Kutatási megbízás témavezetése. Controlling, mint a vezetéstámogatás egyik meghatározó eszköze II.köt.OTKA. Miskolc. 1992.26 p.

Szintay István – Eszes László (1992): Számítógéppel támogatott vállalatirányítási részrendszerek fejlesztéséről. Vezetéstámogató információs rendszerek fejlődési tendenciái, fogalmi tisztázása. I. köt. OTKA. Miskolc. 14 p.

Szintay István - Szakály Dezső - Nagyné Sáfár Mária - Gyetvai Attila - Darabos Attila (1992): Mátraaljai Szénbányák revitalizációs programja. Szakértői megbízás. Miskolc.

Szintay István – Szakály Dezső (1992): A Tatabányai Bányák Vállalat átalakítási programja.. Ek 09010493. Miskolc.

Szakály Dezső - Papp Ottó (1996): Csoportmunka. TDQM tananyagfejlesztés. Bp.

Szintay István - Szakály Dezső - Veresné Somosi Mariann - Heidrich Balázs - Talyigás Judit (1996): Változás és válságmenedzsment. TDQM tananyagfejlesztés. Miskolc.

Szintay István - Szakály Dezső - Fekete Iván - Zsoldos Mariann - Deák Csaba - Veresné Somosi Mariann (1996): Változás - emberi erőforrás fejlesztés. TDQM tananyagfejlesztés. Miskolc.

Szintay István - Cselényi József - Szakály Dezső (1996): Technológiai transzfermenedzsment. TDQM tananyagfejlesztés. Miskolc.

Szintay István - Szakály Dezső - Fekete Iván - Veresné Somosi Mariann - Deák Csaba - Zsoldos Mariann (1997): Változás - emberi erőforrás fejlesztés. HU-9305-01/1391/2. "Készült az Európai Unió Phare HU 9305 számú programjának támogatásával". Miskolc. 269 p

Szintay István - Szakály Dezső - Veresné Somosi Mariann - Talyigás Judit - Heidrich Balázs (1997): Változás és válságmenedzsment. HU-9305-01/1391/1. "Készült az Európai Unió Phare HU 9305 számú programjának támogatásával", Miskolc, 1997. 272 p.

Szintay István – Szakály Dezső (2000): Az innováció, a technológiai fejlettség, a munkahelyteremtés és a foglalkoztatás regionális kapcsolatrendszere. I-II. köt. Programvezető: *Szintay I. Bp. OMFB. 70+46 p. + függelék.*

Szintay István (2001): Vezetéstudomány. (Programmenedzser: Veresné Somosi M.) [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 104.p.

Szintay István (2001): Minőségügyi ismeretek. Fogalmak – megoldások – a magyar rendőrség integrált vezetési modelljének koncepciója. (Programmenedzser: Veresné Somosi M.) [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 163 p.

Szintay István – Veresné Somosi Mariann (2001): Stratégiai menedzsment. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 126. p.

Szintay István [közrem. a szerzői munkaközösségi tagként.] (2001): A rendőrség teljesítményorientált értékelési rendszerének kézikönyve. Írta: Hunyadiné Elekes E., Fényes L., Lakatos A., - etc. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc.

Heidrich Balázs (2001-2004): Szolgáltatás menedzsment és szervezeti kultúra összefüggései Északkelet-Magyarországon. (MTA Bolyai kutatási jelentés)

Szintay István [közrem. a szerzői munkaközösség tagjaként.] (2001): Tervezési útmutató a rendőrség részben önállóan gazdálkodó költségvetési szervek költségvetési előirányzatainak összeállításához. Írta: Bartók P. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 66 p.

Szintay István [közrem. a szerzői munkaközösség tagjaként.] (2001): Integrált bűnmegelőzés. Írta: Havasi Z., Hrabecz Gy. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 69 p.

Szintay István [közrem. a szerzői munkaközösség tagjaként.] (2001): A rendőri állomány belső megelégedettségének mérése EFQM. Írta: Házi I., Sas F. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 27 p.

Szintay István [közrem. a szerzői munkaközösség tagjaként.] (2001): A lakossági megelégedettség mérésének kézikönyve. Írta: Berta L., Vanczák Z.

- [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 28 p.
- Veresné Somosi Mariann szerk. Írta: Szintay István – Veresné Somosi Mariann - Kunos István – Lates Viktor (2001): Esettanulmánygyűjtemény a Magyar Rendőrség integrált vezetési modelljéhez. [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 128 p.*
- Veresné Somosi Mariann (2001): Szervezeti folyamatok és irányításuk. [Közrem. a szerzői munkaközösség tagjaként: Szintay I..] [Északkelet Magyarországi Régióban működő rendőr főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT program anyaga.] Miskolc. 42. p.*
- Veresné Somosi Mariann (2002): Északkelet-Magyarországi régióban működő rendőr-főkapitányságok távoktatási, EU konform menedzserképzési PILOT programja. HU 9705-0201-0013. 2002.*
- Veresné Somosi Mariann (2003-2006): Szervezetalkítás döntéstámogatási lehetőségeinek vizsgálata (MTA Bólyai Kutatási jelentés)*
- Veresné Somosi Mariann (2004): Gyémántok csiszolása - Képzés - Vállalkozás" 2. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar PHARE HU105-03-01-0028, Miskolc. 678 p.*
- Veresné Somosi Mariann (2004): Horgászbótot, ne halat! Dinamikus vállalkozói perspektíva. Gazdaságtudományi Kar PHARE HU0105-03-01-0029, Miskolc.*
- Szintay István - Veresné Somosi Mariann (szerk., 2004): Stratégiai irányítás hatékonyságát befolyásoló tényezők komplex vizsgálata a globalizáció és a regionalitás tükrében. OTKA TO 34890. Zárójelentés. Szöveges összefoglaló és elemzés. Miskolci Egyetem Gazdaságtud. Kar Vezetéstudományi Intézet, Miskolc. 116. p.*
- Lates Viktor (2006): E-learning and culture. Doktoranduszok Fóruma. Miskolc, 2006. november 9.*
- Veresné Somosi Mariann (2006): A szervezeti önértékelés sajátosságai."Úton a kiválóság felé" A HEFOP 3.3. „Felsőoktatási intézmények minőségkultúra váltásának PILOT programja” c. pályázat keretében. [Konferencia.] (Debreceni Egyetem.) Debrecen. 2006.06.29.*
- Szintay István – Veresné Somosi Mariann (2007): A felsőoktatás külső és belső minőségirányítási rendszerének kapcsolata és lényeges argumentumai – a HEFOP 3.3 alapján. Agrárgazdaság, Vidékfejlesztés, Agrárinformatika Nemzet-*

közi Konferencia. AVA 3. Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum Agrár-gazdasági és Vidékfejlesztési Kar. Debrecen, március 20. 21 p: -

Szintay István – Veresné Somosi Mariann – Kerekesné Bozsó Beatrix –

Marciniak Róbert (2007): Felsőoktatási intézmények minőségkultúra váltásának pilot programja. Összefoglaló eredmények kiadványa

5. Tudományos értekezések

Eszes László (1989): A gyártásütemezés számítógépes támogatási lehetőségeinek vizsgálata. Miskolc. Doktori értekezés

Szakály Dezső (1988): Modellrendszer a vállalati műszaki fejlesztés racionalizálására. Kandidátusi értekezés. Budapest.

Veresné Somosi Mariann (1997): Modellrendszer a szervezetalakítás folyamatának támogatására. Kandidátusi értekezés. Miskolc

Heidrich Balázs (1999): The Change of Organizational Culture in the Transition Time in Hungary. PhD Dissertation. ME Gazdaságtudományi Kar.

Deák Csaba (2000): Változás, változtatás, újjáalakítás a mai magyar vállalati gyakorlatban : Ph.D értekezés . ME Gazdaságtudományi Kar.

Horváth Csaba (2001): Virtuális szervezetek.Divatos fogalom, vagy valódi trend. Ph.D értekezés. ME Gazdaságtudományi Kar.

Kunos István (2003): A vezetéstudomány viselkedéskutatás-centrikus megközelítése a humánétológia tükrében. PhD disszertáció. ME Gazdaságtudományi Kar.

Berényi László (2007): A fenntarthatóság szervezeti szintű értékelése. Ph.D. értekezés. ME Gazdaságtudományi Kar.

Mester Csaba (2007): A CRM hatalma avagy ügyfélkezelés a magyar általános vállalati gyakorlatban. ME Gazdaságtudományi Kar.

Somogyi Aliz (2007): Közszolgáltatás és közmenedzsment. - Európai egészségügyi rendszerek koherencia- és konvergencia-vizsgálata a közmenedzsment tükrében – ME Gazdaságtudományi Kar

Heidrich Balázs (2007): A szolgáltatás vezetés értékrendi alapú megközelítése Habilitációs értekezés. Miskolci Egyetem.

FELZÁRKÓZÁS VS. LESZAKADÁS; A VILÁG- ÉS REGIONÁLIS GAZDASÁGTAN INTÉZET KUTATÁSI SÚLYPONTJAI

DR. KOCZISZKY GYÖRGY*

1. Bevezetés

Az elmúlt években a gazdaságtudomány talán a korábbiaknál is nagyobb figyelmet szentel a gazdasági fejlődés makro- és mezo-szintű összefüggéseire, a konvergencia lehetséges feltételeire. Nem véletlen; az elméleti- és gyakorlati szakembereknek számos, évtizedek óta megoldatlan kérdéssel kellett ismétlően szembenézniük. Elég talán ha arra utalunk, hogy:

- a gyakorlatban nem igazolódtak azok a remények, amelyek a periférikus helyzetben lévő térségek gyors felzárkózását prognosztizálták; ezzel szemben a polarizáció felgyorsulása tapasztalható a világban;
- az EU legjobban teljesítő (belső-londoni) és a leggyengébb (dél-közép bulgáriai) statisztikai régiói között az egy főre jutó GDP különbség több, mint tízszeres.

Az egyenlőtlen területi fejlődés a világ valamennyi országában (a fejlettség színvonalától függetlenül) tetten érhető és kimutatható.

A kérdéskörrel foglalkozó regionális gazdaságtani szakirodalom alapvetően egységes álláspontot képvisel a területi diszparitások kialakulását előidéző okokban, valamint mérséklésük érdekében szükséges állami (költegvetési) beavatkozás kérdésében; kevésbé egységes azonban a szerepvállalás jellegének megítélésében.

Az eltérő gazdaságpolitikai közelítésmódon túl ebben minden bizonnyal szerepe van annak is, hogy a fejlesztési beavatkozások társadalmi-gazdasági hasznosságának, valamint a területi konvergenciákra gyakorolt hatásának kimutatására hosszabb ideig kevesebb figyelmet fordítottak. Talán ennek a számlájára is írható, hogy a területi konvergenciák üteme a növekvő támogatások ellenére a legtöbb országban elmaradt a kívánatostól.

Az EU regionális politikájában az un. Lisszabon stratégiával paradigma-váltás indult meg. A korábbi, szinte kizárólagos konvergencia cél mellett mind nagyobb súlyt kap a versenyképesség növelése, ami annyit jelent, hogy egyre egyértelműbb: a versenyképességet erősítő intézkedések hiányában a felzárkózás jóval lassabban halad. Másrészt a Közösség versenypozícióinak romlása újabb

* intézeti igazgató, egyetemi tanár

és újabb költségvetési vitákat fog generálni, amelynek eredményeképpen mind kevesebb forrás juthat a felzárkóztatásra hivatott programok finanszírozására. Ezek a jelek már mutatkoznak; az új tagállamok megjelenése (az „éhes szájak” számának gyarapodása és a területi diszparitások növekedése) ellenére a területi kiegyenlítésre fordítható források nagysága fajlagosan nem nő. Ezért határozottabb módszertani változásokra, a jelenleginél jóval karakteresebb hatékonysági és hatásvizsgálatok elvégzésére van szükség nemzeti szinten a források elosztásakor !

Változtatni kell a magyar gyakorlaton is, hiszen ma még csak elvétve találkozunk ex-ante elemzésekkel. Bár a jogszabályi háttér hazánkban is rendezett (a területfejlesztésről és a területrendezésről szóló 1996. évi XXI. törvény kötelezi a kormányt, hogy kétévenként számoljon be az országgyűlésnek a területi folyamatok alakulásáról és a területfejlesztési politika tapasztalatairól, de mint azt az első két beszámoló is igazolja) lényeges lépés a hatékonyság szempontú forráselosztás irányába nem történt.

A Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézetben folyó kutatások az 1990-es évek közepétől:

- a regionális gazdasági fejlődés és növekedés a humán- és a környezeti potenciált is figyelembe vevő ökonometriai modellezésére, a hatások kvantifikációs módszertanának fejlesztésére,
- mezo-gazdasági versenyképesség és fejlődési pályák összehasonlító vizsgálatára,
- életciklus hatásvizsgálatokra,
- munkaerőpiaci mozgásokat meghatározó összefüggésekre fókuszálnak.

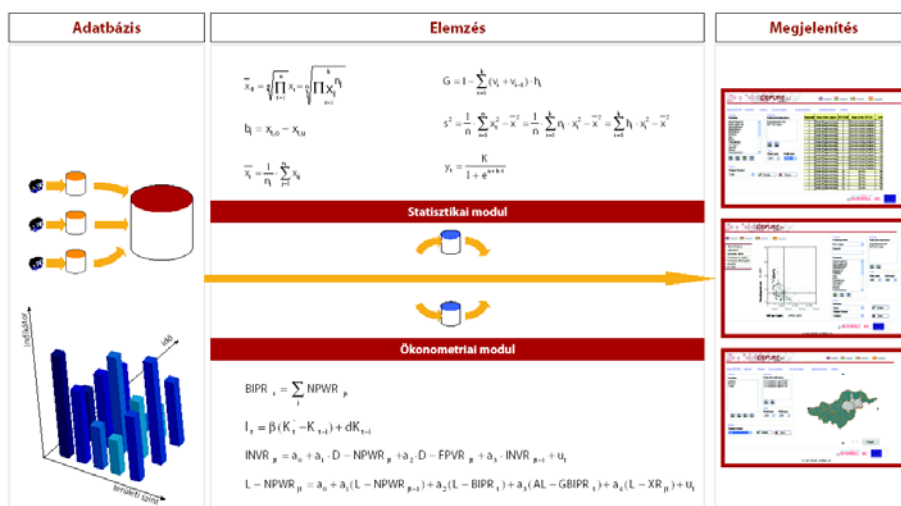
2. Regionális gazdasági fejlődés és növekedés modellezése, empirikus vizsgálata

A gazdasági növekedés vizsgálata egyike a közgazdaságtudomány vissza-visszatérő, ciklikusan reneszánszát élő témáinak. Ezen belül a regionális növekedés összefüggéseinek újragondolását elméleti, másrészt gazdaság- és társadalompolitikai okok egyaránt indokolják.

Elméleti szempontból érdemes arra utalni, hogy ma sem egységes az irodalom a regionális növekedést kiváltó okok hatásmechanizmusának, a gazdasági különbségek kialakulásának, ill. megszüntetésének kérdésében. Többek között vita tárgyát képezi, hogy a regionális gazdasági növekedés vizsgálható-e a nemzetgazdasági növekedés elemzésére alkalmazott módszerekkel, vagy a szubrégióknak a nemzetgazdaságoknál nagyobb nyitottsága, gyakoribb strukturális aránytalansága, stb. miatt az előbbitől eltérő, önálló eljárásra van szükség.

Nem kevésbé nyomósak a gazdaságpolitikai szempontok, ami elsősorban avval indokolható, hogy a szubrégiók közötti diszparitások problémája állandósulni látszik, mint azt hazai és külföldi példák sokasága bizonyítja.

Az Intézet által az INTERREG IIIC (nemzetközi konzorcionális együttműködés keretében) kidolgozott un. RegiO[®] modell a területi szintű társadalmi- és gazdasági folyamatainak elemzésére, kauzális összefüggéseinek feltárására, prognózisok készítésére és vizualizálására szolgál.



RegiO[®] modell logikai felépítése

Lehetőséget ad az önkormányzati szakembereknek, irányító hatóságok munkatársainak, a civil szféra szereplőinek, valamint a beruházóknak az intézkedések következményeinek mérésére, a tervezett beavatkozások várható hatásainak bemutatására, ill. monitorizálására, a regionális gazdaságfejlesztési politikák vizsgálatára, a támogatási mechanizmusok hatékonyságának elemzésére.

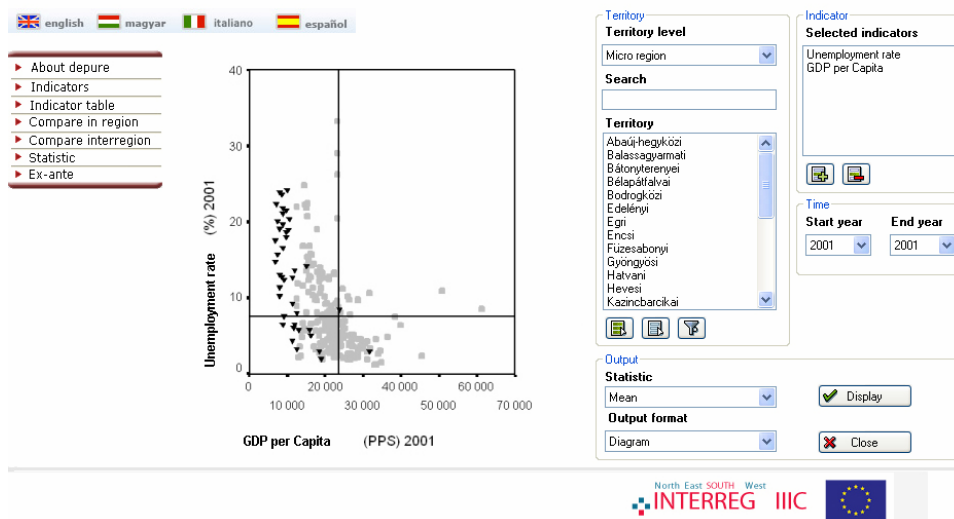
A modell alapvetően három részből áll: az adatbázisból, ill. az adatbázis kezelő- az ex-post és az ex-ante elemzésekre szolgáló aritmetikai-, továbbá a lekérdező és vizualizáló alrendszerekből.

Az adatbázis öt (társadalmi, gazdasági, K+F, infrastrukturális és környezeti) indikátor csoportokhoz rendelt (jelenleg közel 1,2 millió) adata, településsoros, kistérségi, megyei és regionális szintű lekérdezéseket tesz lehetővé (pillanatnyi-lag 1995-2005 között).

Az ex-post elemzést statisztikai modul segíti, amely egyszerű módszereken túl (megoszlási- és összehasonlító viszonyszám, átlagok és középértékek megosztására, eloszlások számítása, rangsor készítés) trendek kimutatását teszi lehetővé.

Az ökonometriai modul a régió belüli gazdasági kapcsolatok előrejelzésére szolgál.

A döntéshozók munkáját segítő, vizualizáló alrendszer segítségével a keresett adatok, ill. összefüggések táblázatos, grafikus és térképi formában jeleníthetők meg.



Észak-magyarországi régió kistérségeinek pozícionálása

Fontosabb kutatási eredmények:

Kalocsai Kornél; López, A.J. „Predicción del efecto de la UE en Hungrya del Norte. Análisis comparativo con el caso de Asturias”. Documentos de Trabajo Hispalink-Asturias (2005) Febrero, 2: pp.1-64.

Kociszky György: Adalékok a térségi gazdaságfejlesztés módszertanához. Egyetemi Jegyzet. Miskolc, 2005. pp.76.

Kociszky György: Bevezetés a regionális gazdaságtani modellezés módszertanába. Egyetemi jegyzet. Miskolc, 2007. pp.119.

Kociszky György: Ex-ante Analysis of Regional Development Programme for 2007-2013 in North Hungary (in: Regional and Rural Economics). Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca. 2005. pp.36-43.

3. Észak-magyarországi régió versenyképességének vizsgálata

Az Intézet kiemelt fontosságú feladatának tekinti szűkebb pátriánk XX. századi gazdasági, társadalmi változásainak tudományos igényességű feldolgozását, ill. elemzését. A „kézenfekvő közelségen” túl a vizsgálatok jelentőségét az is indokolja, hogy a térségben kialakult válsághelyzetet az előzmények ismerete nélkül aligha lehet megérteni, ill. a megoldást keresni. Másrészt (mint azt a nemzetközi tapasztalatok is igazolják) az un. nehézipari régiók válságkezelése elhúzódó, rendkívül költségigényes folyamat. A helyi problémák kezelését segíthetik azok az összehasonlító vizsgálataink, amelyek a '60-as, '70-es években hasonló helyzetbe került térségekben alkalmazott válságkezelési metodikák vizsgálatára irányulnak.

Borsod-Abaúj-Zemplén megye XX. századi gazdaságára legalább három tényező volt hatással.

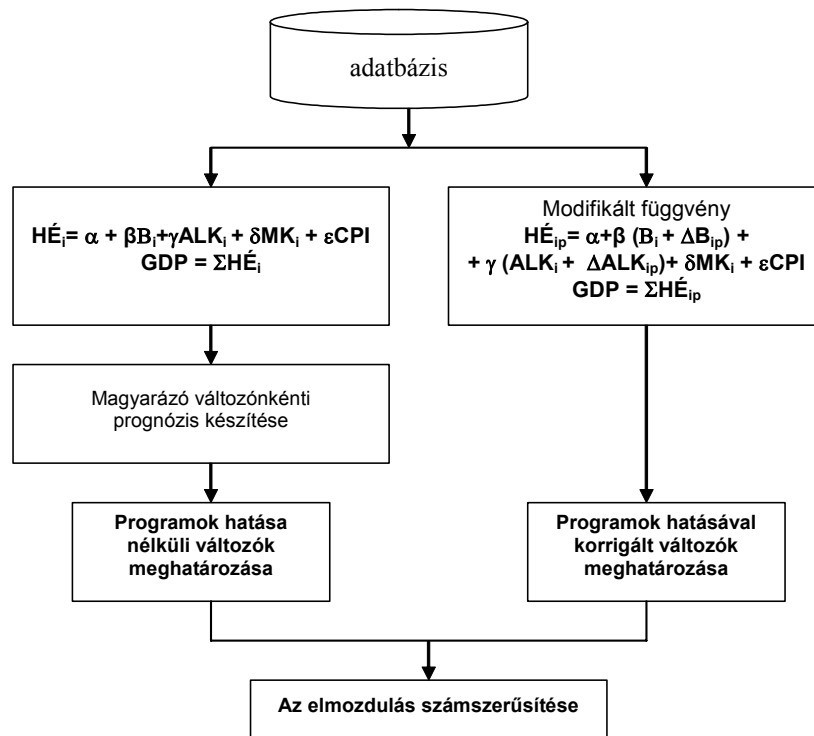
Az első lényeges, a gazdaság térszerkezetét, a társadalom helyzetét megváltoztató befolyást az I. világháború utáni országhatár módosulás idézte elő, amelynek következtében az újonnan (a három csonka történelmi vármegyéből) létrehozott megye, ipari kapacitásainak mintegy 70 %-át, történelmi felvevőpíccsainak közel felét veszítette el.

A borsodi kohászat elszakadt legfontosabb vasérc-, mész- és bányafa forrásaitól. A Rimamurányi Salgótarjáni Vasmű Rt. (RIMA) ózdi és borsodnádasi telepe, valamint az Állami Vas-, Acél- és Gépgyárak (MÁVAG) diósgyőri gyára az ország nyersvas és acélszükségletét biztosítani tudta ugyan, azonban a nyersanyag-ellátáshoz szükséges vasércbányák részben Csehszlovákiához, részben Romániához kerültek. Így Magyarországnak egyetlen számottevő vasércbányája maradt, Rudabánya (amely azonban a békekötés előtti vasércvagyonnak csak 14 %-át tette ki).

A második lényeges korszak a „szocialista iparosodás”, a „Sajó-menti Ruhr-vidék” mítoszának időszaka. Az erőltetett iparosodás átrendezte a megye gazdaságának térszerkezetét (felépült Kazincbarcika, majd Leninváros), megváltoztatta a gazdasági szektorok súlyát; a nehézipari koncentráció megváltoztatta a megye településszerkezetét, társadalmi összetételét.

Az 1989-es társadalmi-gazdasági változások a „nehézipari” térség gazdaságát és társadalmát olyan súlyosan érintette, hogy a régió perifériálódó helyzetbe került, a régióon belül soha nem látott mértékű diszparitások jelentek meg.

Az Intézet által kidolgozott REINNPLAN modell (egyrészt költség-haszon, másrészt ökonometriai modell segítségével végeztük el az Észak-magyarországi régió 2007-2013 közötti időszakra előrevetített változásait.



Területi hatások kimutatásának modellje (REINPLAN©)

Fontosabb kutatási eredmények:

Éva G. Fekete: A Situation of Disadvantage Turned into an Advantage? Convergence Opportunities for Backward Small Regions in the Region of Northern Hungary. *European Integration Studies* Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 71-89.

G. Feteke Éva: Az Észak-magyarországi régió kistérségeinek abszorpciós képessége és helyzetük Magyarország más kistérségeivel összehasonlítva. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 2004. (1) 1. pp. 40-97.

Győrffy Ildikó: Közúti infrastruktúra vizsgálata az Észak-magyarországi régióban. *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek*. 2006. (3) 1. pp. 93-99.

György Kocziszky: Chances of convergence of the Region of Northern Hungary. *European Integration Studies* Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 139-159.

Helmut Polzer: Der Prozess der Transition der Wirtschaft Für immer arbeitslos? European Integration Studies Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 91-117.

István Bakos: Causes and Regional Impacts of the Crisis of Metallurgy in the Borsod Industrial Region. European Integration Studies Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 15-29.

Iván Illés: Scenarios of economic and regional development in Europe. European Integration Studies Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 119-138.

János Zsúgyel: The economic and social situation of the region of Northern Hungary in the context of European integration. European Integration Studies Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 59-14.

Klára Tóth Szita and Adrienn Buday-Malik: The County of Borsod-Abaúj-Zemplén: on the Way to Sustainability? European Integration Studies Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 31-57.

Kocziszky György (szerk.) Borsod-Abaúj-Zemplén megye kistérségeinek jelene és jövője az ezredfordulón. Miskolc, 2001. pp.156.

Kocziszky György: Az Észak-magyarországi régió innovációs potenciáljának vizsgálata. Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek, 2004. (1) 1. pp.5-39.

Kocziszky György: Egészségügyi klaszter(ek) kialakításának lehetőségei az Észak-magyarországi régióban. Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek. 2004. (1) 2. pp. 3-31.

Kocziszky György: Versenyképességi elemek a hazai regionális stratégiákban. (in.: Horváth Gyula szerk.: Régiók és települések versenyképessége.) MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs, 2006. pp. 443-464.

Kuttor Dániel: Change of economics structure in Borsod-Abaúj-Zemplén: post, present, future. International Summer School: Entrepreneurship, Governance and Local & Regional Development: Urban and Regional Planning. Karol Adamicki University of Economics, Katowice, 2006.

Nagy Zoltán: Adalékok Észak-Magyarország, Kelt-Szlovákia és Baden-Württenbert régióinak összehasonlító elemzéséhez. Tájak, régiók, települések. Debrecen, 2005. pp. 87-95.

Nagy Zoltán: Miskolc Város pozícióinak változásai a magyar városhálózatban a 19. század végétől napjainkig. Debrecen, 2007. pp.236.

Péter Zsolt: Tourism Trend sin Borsod-Abaúj-Zemplén Coutry since the Middle of the Nineties. The Impact of the European Integration ont he National Economy. Chij-Napoca, 2005. pp. 348-355.

Zoltán Nagy: The situation of the towns of the region of Northern Hungary in the competition among Hungarian towns. *European Integration Studies* Vol. 5. 2006. Nr.1. pp. 59-69.

Zsúgyel János: A magyarországi kistérségek jövedelemtermelő és finanszírozó képességének alakulása 1996 és 2003 között. *Területi Statisztika*, 2007/2. pp. 170-185.

Zsúgyel János: Területi különbségek kialakulására ható tényezők vizsgálata az Európai Unió 27 tag- és tagjelölt államának régióiban. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 2004. (1) 1. pp. 98-111.

4. Környezetgazdaságtani kutatások

A környezet és gazdaság közötti kapcsolatok vizsgálatában, a fenntartható fejlődés mérésében az életciklus-hatásvizsgálatok meghatározó szerepet töltek be. A kutatások célja egy-egy terület fejlődésének környezetre és társadalomra gyakorolt hatásának jobb megismerése, illetve a jövőben várható (externális) hatások alaposabb feltérképezése. A kutatások egy-egy szektor, vagy azon belül egy-egy termelési folyamat, vagy éppen egy-egy régió vizsgálatára irányultak.

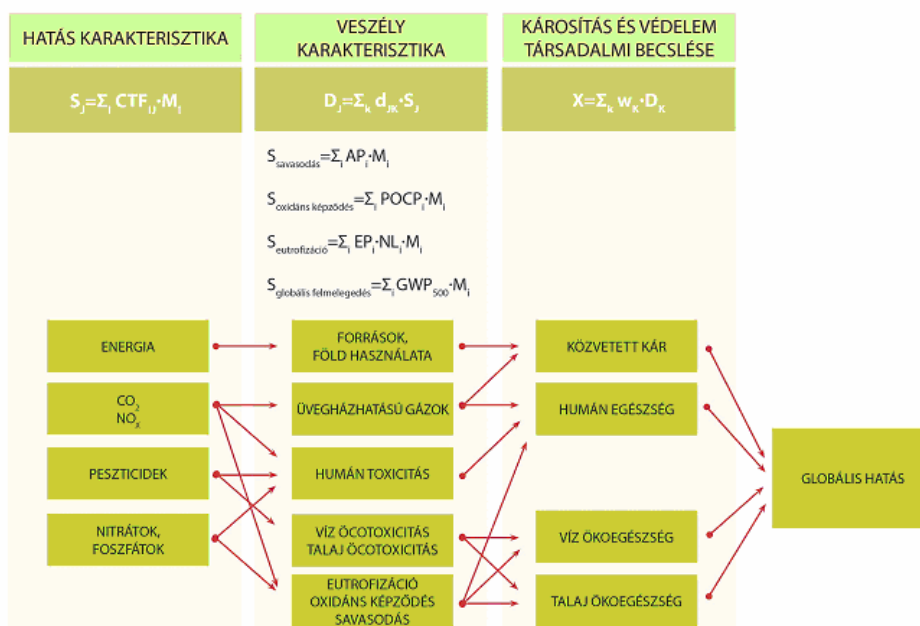
4.1 Életciklus hatások vizsgálata

Intézeti kutatásaink igazolják, hogy az életciklus szemléletben való problémakezelés nemcsak a környezeti hatások, a környezeti teljesítmény, élelmiszerbiztonság meghatározásában fontos, de lehetőséget teremt öko-hatékonysági mérésekhez is. Sőt az IO-LCA továbbfejlesztésével, ha az anyag- és energiaáramok dinamikus mozgását összekapcsoljuk a gazdasági adatokkal, az LCA lehetőséget teremt a gazdasági teljesítmények különböző szintre vetített, komplexebb, újfajta ökonometriai megítélésére.

„A biotechnológia fejlődése és várható hatása...” című kutatásunkkal igazoltuk, hogy meghatározó jelentőségű lehet a gazdaság fejlődése és versenyképessége szempontjából, különösen, ha a biotechnológia terén elért eredményeket és potenciális veszélyeket megfelelően mutatják be. E téren a kutatók feladata és felelőssége legalább akkora, mint az alkalmazást meggyőződésből elutasítóké. A biotechnológiával kapcsolatos elmarasztaló értékítéletek elsősorban az élelmiszerlánc vonatkozásában jelennek meg, ugyanakkor az egészségügyi biotechnológiai kutatásokat sokan elfogadhatónak tartják. A biotechnológiai kutatások terén a világ élvonalában vagyunk, a kutatási programokban való részvételünk jó, a tudományos eredmények publikálása a ráfordításokhoz képest kimagasló, a

biotechnológiához kapcsolódó kisvállalkozások számának szaporodása, a biotechnológiai klaszter létrejötte biztató, társadalmi gazdasági összefüggések elemzése viszont hiányos (OTKA T32926, OTKA T 043139).

Eco-Indikator 95, 99, EcoPont 97 stb.



Az életciklus elemzések elterjedésének egyik alapfeltétele a hazai sajátosságokat tükröző adatbázis kiépítése. Az on-line LCA adatbázis kiépítésére irányuló kutatás (témavezető: István Zsolt a Bay Z. Alkalmazott Kutatási Közalapítvány) jelentős lépés az életciklus elemzés gyakorlatba való átültetéséhez. Az adatbázis akkor hasznosítható, ha összekapcsolódik oktatással, képzéssel, módszertani tapasztalatcserével, a kis- és középvállalkozások bekapcsolásával, hazai és közép-európai LCA hálózat és az adatbázis további bővítésével. A hazai életciklus konferenciák és a HUPLEE LCA szeminárium megszervezése, az LCA web oldal létrehozása, a hallgatói projektmunkák szaporodása, az életcikluselemzés oktatása jelentős előrelépés volt e téren (GVOP, HUPLEE Mecenatúra pályázat, ROP).

A témában született publikációk:

Tóthné Szita Klára (2002): A biotechnológia szerepe a jövőképekben – nyereségek és veszélyek in Magyar Jövőképek a jövő Európájában pp.159-167. MTA JKB, Miskolci Egyetem, 2002.

Tóthné Szita Klára (2002): GM Foods and Governance Responsibility and Sustainability in: Corporate Social Responsibility - governance for sustainability 10th International Conference of the GIN, pp 195, Göteborg <http://www.informtrycket.se/gin2002sql/pdf/010097Szita.pdf>.

Tóthné Szita Klára (2003): A géntechnológia vezethet-e versenyképes élelmiszergazdasághoz? In: Gazdasági Fejlődés-Társadalmi egyenlőtlenség MTA IX.osztály JKB, 2003 197-206. ISBN:963 661 5969.

Tóthné Szita Klára (2003): Az élelmiszerminőség és élelmiszerbiztonság kritériumai és szabályozása In: Az Európai Unió Agrárpolitikája és a magyar mezőgazdaság felkészülése az EU csatlakozásra Az EU-normák adaptálása a piacpolitikában és a marketingben” c. TEMPUS program keretében, 2003. BKÁE DSG-megjelenés alatt.

Klára Szita Tóth, Tímea Molnár Sipos, Zsolt István (2006): Developing a LCA software in Hungary in LCE 2006 Towards a closed loop economy Proceedings of 13th CIRP International Conference on Life Cycle Engineering Vol pp 71-74 ISBN 90-5682-712-X.

Tóthné Szita Klára, Krisztina Zelei Tímea Molnár Siposné (2005): LCA analysis regarding to a Hungarian project The 12th Symposium on Analytical and Environmental Problems, Szeged, 26 September pp 315-319, MTA SZAB, 2005 ISBN 963-219-675-9.

Klára Szita Tóth, Tímea Molnár Sipos, Zsolt István, Adrienn Buday_Malik, Attila szilágyi (2007): Evaluation of environmental performance and way towards sustainability with LCA in the region of Northern Hungary 10 pages in: Sustainable Development 2007 Third International Conference on Sustainable Development and Planning, Wessex Institute of Technology, UK 2007.

LCA-case Study of the Environmental Effects of a Hand-tool (co-autors: Zs. István, Tímea Molnár Sipos, Péter Chrabák) in microCAD 2007 International Scientific Conference Section P: Company Competitiveness in the XXI Century pp327-332 ISBN 978-963-661-757-8.

Klára Szita Tóth (2007): LCA activities in Hungary Journal of Poznan University 2007.

Klára Szita Tóth, Tímea Molnár Sipos, Zsolt István (2007): LCA of a Handtool during in printing Journal of Poznan University 2007 Co-autors: Zsolt István, Tímea Molnár Sipos).

Tóthné Szita Klára (2007):Az élelmiszerlánc kockázatelemzése életciklus szemléletben, Magyar Minőség Folyóirat 2007. február, 12-17.

Tóthné Szita Klára, István Zsolt, Siposné Molnár Tímea (2007): Hazai on-line LCA adatrendszer – vállalkozások környezetbarát fejlesztésének támogatására Magyar Minőség Folyóirat 2007. február, 7-12.

Tóthné Szita Klára, Siposné Molnár Tímea (2007): Az energiatermelés környezetterhelése összehasonlító életciklus vizsgálat alapján, Észak-magyarországi Regionális Stratégiai Füzetek megjelenés alatt.

4.2 Termék- és technológiafejlesztések környezeti hatásvizsgálata

A fejlesztések eredményeinek objektív megítélését, hatásértékelését az életciklus elemzés mellett költség-haszonelemzéssel modellezzük. A kutatások az élelmiszeripari technológiafejlesztés környezeti hatásainak vizsgálatához kapcsolódtak, és komplex elemzések készültek élelmiszeripari hulladékártalmatlanításra és újrahasznosításra, új termékek, eljárások környezeti teljesítményének megítélésére (biológiailag lebomló csomagolóeszközök életciklus-hatásvizsgálata és polisztirollal, polietilénnel történő összehasonlító életciklus-hatásvizsgálatok, almatörköly és szennyvíziszap-hasznosítás). Az életciklus hatásértékelés (LCA) a fejlesztési lehetőségek meghatározását, a környezettudatos fejlesztés irányát segítette megjelölni, miközben a gazdaságossági számítások a bevezethetőség ökonómiai szempontjait támasztották alá.

A faktor 20 öko-hatékonysági koncepció talaján elindulva kreatív jövőképek születtek 2050-re a SusHouse projektben - a scenárió módszer továbbfejlesztési technikáit használva -, amelyben a háztartások már sokkal kevesebb környezetterhelést jelentenek, mint napjainkban. Ha nem is teljesült a faktor 20 célkitűzése, a fosszilis erőforrások területén 50 %-os megtakarítás elérhető. A jövő háztartás modelljeiben a szolgáltatások igénybevétele várhatóan tovább fog növekedni, míg a hagyományos háztartási modellek jelentősen visszaszorulnak, az étkezési szokások átalakulnak. A 90-es évek végén még jellemző gyakorlat, hogy a magyar háztartások táplálkozásában az elfogyasztott élelmiszerek több mint húsz százaléka saját termelésből származott, mára egyáltalán nem jellemző, a szuper és hipermarketek megjelenése visszaszorította a háztáji- és a kiskerti termelést.

A háztartások metabolizmusa nálunk gyorsabban megy végbe, mint a fejlett nyugati országokban, de jól azonosítható a polarizáció a technikai és kulturális értékek, valamint a közösségi és individuális szemlélet mentén. A SusHouse projekt filozófiája nyomon követhető a ROP3.3.1-2005-02-0014/31 „Hallgatók a régióért, régió a hallgatókért” projekt Fenntarthatósági műhelyében is. (SusHouse projekt, OTKA T 043139).

A globalizáció – regionalizáció folyamatában Magyarország számára a leszakadás esélye nagyobb valószínűséggel jelenik meg 2025-ben, mint a felzárkózás. Ez a rendkívül pesszimista jövőkép zömmel közgazdász egyetemi hallgatók és kutatók körében végzett kérdőíves lekérdezés eredményeképpen rajzolódott ki, amikor a kérdőívekben szereplő válaszokat faktor és klaszter analízis segítségével és multidimenziós skálázással értékeltük. A leszakadás elkerülése érdekében fel kell tárni a nemzet adottságaihoz igazodó stratégiai célokat, lehetséges fejlesztési irányokat és eszközrendszereket, hiszen vannak olyan erősségek, amelyek hosszú távon is előnyt biztosítanak, úgymint oktatás, kutatás, informatika (OTKA T 043139).

Fontosabb kutatási eredmények:

Tóthné Szita Klára (2001): Háztartások és a local Agenda Északkelet-Magyarország 30-35.

Jaco Quist, Ken Green, Klara Szita Tóth, William Young (2002): Stakeholder Involvement and Alliances for Sustainable Households: the Case of Shopping, Cooking and Eating in: Partnership and Leadership Building Alliances for a Sustainable Future, pp 273-293, KLUWER Academic Publishers, ISBN: 1-4020-0431.

Tóthné Szita Klára, Buday-Malik Adrienn (2006): Borsod-Abaúj-Zemplén megye: úton a fenntarthatóság felé? Északmagyarországi Regionális Stratégiai Füzetek, 2006. 1. 24-44.

Klára Szita Tóth, Adrienn Buday-Malik (2006): B.A.Z. County: Ont he way towards sustainability? European Integration Studies A Publication of the University of Miskolc, 2006. Vol. 5. Number 1, pp 31-57.

Tóthné Szita Klára ed.(2006): A fenntarthatóság aktuális kérdései, 97 oldal Regionális Fejlesztés Operatív Program "Hallgatók a régióért region a hallgatókért" Miskolci Egyetem Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézet, 2006.

Klára Szita Tóth (2005): Partnership for Emerging Economies in the European Union in The impact of European Integration on the National Economy Regional and Rural Economics 28-29 October, 2005, Babes-Bolyai University of Cluj_Napoca Faculty of Economics and Business Administration, pp 110-117, Romania ISBN:973-751-081-X.

Klára Szita Tóth, Andrea Gubik (2005): SMEs in the Global Transition, Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska pp 205-214. ISBN 961 -6573-03-9.

Tóthné Szita Klára (2005): Európa közepén egy globalizálódó világban in Tudásalapú társadalom Tudásteremtés – Tudástranszfer Értékrendváltás 215-223 o. ME GTK V. Nemzetközi Konferencia Kötet, 2005.

Klára Szita Tóth, Andrea. Gubik (2006): Partnership for Sustainability: A Case Study of BAZ County 13th International Conference of the Greening of Industry Network, July 2-5 2006 Cardiff, Wales UK.

Tóthné Szita Klára (2007): Magyarország felzárkózási stratégiái – egy kérdőíves felmérés alapján előadás az MTA JKB február 2-i ülésén.

Tóthné Szita Klára (2007): A gazdasági és környezeti hatékonyságnövelés trendjei Magyar Tudomány Jövőkutatói tematikus szám, 2007. 9. megjelenés alatt.

5. Munkaerőpiaci politikák és emberi erőforrás gazdálkodási folyamatok

Munkaerőpiac és foglalkoztatáspolitikák: munkaerőpiaci folyamatok és intézmények, foglalkoztatási stratégiák, foglalkoztatáspolitikák és szociális ellátás, munkaerőáramlás és mobilitás, esélyegyenlőség és a nők helyzete a munkaerőpiacon, EU munkaerőpiac elemzése.

Gazdálkodás az emberi erőforrásokkal: emberi erőforrás tervezés és létszám-gazdálkodás, bér- és jövedelemgazdálkodás, munkakörelemzés és értékelés, motivációs és érdekeltségi rendszerek, oktatás-képzés és munkaerőforrás fejlesztés, munkaügyi kapcsolatok vizsgálata.

Stratégiai humánerőforrás menedzsment és kommunikáció: humánstratégiai tervezés, struktúra, kultúra és a humánerőforrások összhangja, stratégiai humánerőforrás fejlesztés, teljesítményértékelés és teljesítménymenedzsment, üzleti arculat és kultúra, munkaerőpiaci és személyzeti marketing, interkulturális kommunikáció.

Kutatási koncepció:

- A nemzetközi környezet kisugárzó hatásaként felértékelődik a humánerőforrások szerepe és fontossága.
- Középpontba kerül a munkaerőpiac és foglalkoztatás, a stratégia- és magatartásorientált humánerőforrás menedzsment, az üzleti arculat és kultúra, az interkulturális kommunikáció.
- Hazai és külföldi trendek alapján a humánerőforrások szakmai tartalma bővül:

„...nemcsak a munkához, hanem a munkaerő újratermeléséhez is kötődő (oktatás, egészségügy, lakás, szociális és kommunális ellátás)...”

Főbb szerkezeti elemek:

- a munkaerő képessége, tudása, szellemi és fizikai állapota
- a munkaerő magatartását és megtartását befolyásoló tudati tényezők: motivációk, információk, normák, értékrend, beállítódás
- a családi háttér és a társadalmi-emberi kapcsolatok
- Az emberi erőforrás menedzsment folyamatokban egyszerre jelenik meg az erőforrás-gazdálkodási és a motivációs érdekeltségi funkció, a releváns befolyásoló tényező pedig a teljesítmény-készség és a hatékonysági kényszer.
- A munkaerőpiac sajátos jellemzője pedig az a kettős szerepkör, amely abból adódik, hogy a társadalmi és gazdasági folyamatok együttes színtere, így a munkaerő egyrészt alapvető erőforrás és termelési tényező, másrészt munkavállalóként társadalmi tényező is.

Kutatás jellege:

- szakirodalom-kutatás, tananyag-fejlesztés,
- multimédiás képzési formák és tananyagok fejlesztése,
- pályázatokhoz kapcsolódó empirikus kutatás,
- Ph.D. hallgatók kutatása,
- új tantárgyak és képzésprogramok kidolgozása (távoktatás, e-learning).

Fontosabb kutatási eredmények:

Fekete Iván (témavezető): Humán stratégia és emberi erőforrás fejlesztés. Kutatási tanulmány. PHARE KPA 054. Miskolc, 1997.

Fekete Iván (témavezető): Humán erőforrás szakirány képzési programjának fejlesztése. Tananyagfejlesztés. FFPF. Budapest, 1998.

Fekete Iván – Kocsisné Baán Mária (témavezető): Távoktatási tananyagfejlesztés (Nemzetközi humán erőforrás menedzsment). Tempus IDEAL JEP. Miskolc, 1998.

Fekete Iván – Fruttus István – Nemeskéri Gyula – Pintér Zs. – Zsoldos Mariana (szerk.): A Személyzeti Osztály. Szakkönyv. KJK, Budapest, 1998.

Tóthné Sikora Gizella (szerk.): Humán erőforrások gazdaságtana. Tankönyv. Bíbor Kiadó. Miskolc, 2000.

Dabasi Halász Zsuzsa: Kivándorlási hajlandóság Észak-Magyarországon. Területi statisztika, 2003. március. 6. (43) évfolyam 2. szám.

Fekete Iván (szerk.): Európai Unió munkaerőpiaca. EU-Mátrix elemek (e-learning tananyag). Apertus Kft., Budapest, 2004.

Tóthné Sikora Gizella (szerk.): Humánerőforrások gazdaságtana. (Kibővített kiadás). Bíbor Kiadó, Miskolc, 2004.

Fekete Iván (témavezető): Személyzettanúsítás a felnőttképzésben (HR audit). Kutatási tanulmány. Felnőttképzési bázisközpontok kialakítása és hálózatának fejlesztése az Észak-magyarországi Régióban. „ANDRA-NORD” ÉM. Régió Pályázat. Miskolc, 2005.

Fekete Iván (szerk.): Humánerőforrás fejlesztés az EU-ban. EU-Mátrix elemek (e-learning képzési tananyag önkormányzati köztisztviselőknek). CBC Képzési program. Miskolci Egyetem – Kassai Egyetem Távoktatási Központja. Miskolc-Kassa, 2005

Fekete Iván – Csordás Tamás: The basis of the corporate identity: Corporate philosophy and personality. Publication of the Miskolc University. Miskolc University Press. Volume 3, Number 1.2005.

Uglyai György: Személyzeti marketing. Philosophiae Doctores sorozat. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2005.

Fekete Iván (szerk.): Személyzettanúsítás. (In.: Felnőttképzési bázisközpontok kialakítása és hálózatának fejlesztése az Észak-Magyarországi Régióban című szakmai kiadvány 7. fejezete.) ANDRA-NORD” Észak-magyarországi Régió Pályázati Konzorcium és a Nemzeti Felnőttképzési Intézet (NFI) kiadványa. Miskolc, 2006.

Fekete Iván – Kocsisné Baán Mária (szerk.): Nemzetközi humánerőforrás menedzsment. Távoktatási tankönyv. ME Távoktatási Központ. Miskolc, 2006.

A kiadásért felelős a Miskolci Egyetem Rektora
Megjelent a Miskolci Egyetemi Kiadó gondozásában
Felelős vezető: Dr. Péter József; Műszaki szerkesztő: Serdült Balázsné
Közlemény készítése: Gazdaságtudományi Kar. Példányszám: 250
Készült DUPLO fóliáról
A sokszorosításért felelős: Kovács Tiborné üzemvezető
TU-2007-640.ME.

HU ISSN 1586-0655

A Miskolci Egyetem Közleményeinek rövid története

A Miskolci Egyetem soproni jogelődje indította el az Egyetemi Közlemények sorozatát. A soproni M. Kir. Bányamérnöki és Erdőmérnöki Főiskola Bányászati és Kohászati Osztályának Közleményei címmel (I.-VI: kötetek) 1929-ben. Az 1934-től 1947-ig terjedő időszakban M. Kir. József Nádor Műszaki és Gazdaságtudomány Egyetem, Bánya-, Kohó- és Erdőmérnöki Kar Sopron volt az intézmény neve. Ennek megfelelően változott a közlemények címe: Bánya és Kohómérnöki Osztály Közleményei (VII.-XVI. kötetek). Az 1950 előtti utolsó kötetnek – az intézmény nevének további változása miatt – Műszaki Egyetem, Bánya-, Kohó- és Erdőmérnöki Kar, Sopron, Bánya és Kohómérnöki Osztály Közleményei volt a címe. A közlemények kiadása 1950 után átmenetileg szünetelt.

A Gépészmérnöki Kar 1949-es miskolci megalapítását, illetve a soproni Bánya és Kohómérnöki Karok Miskolcra történő költözését követően 1955-ben a Miskolci Nehézipari Műszaki Egyetem Közleményei címmel újra indult a közlemények kiadása mind magyar, mind pedig idegen nyelven.

1976-ban, a kari struktúrához is igazodva, négy sorozat indult – A Sorozat (Bányászat), B Sorozat (Kohászat), C Sorozat (Gépészet) és D Sorozat (Természettudományok). Ezek magyarul és idegen nyelveken (angol, német, orosz) is megjelentek.

1990-ben, újabb karok alapítását követően, Miskolci Egyetem lett az intézmény neve és Miskolci Egyetem Közleményei lett a közlemények címe. Egyidejűleg kibővítették a Közleményeket oly módon, hogy továbbra is igazodjon a kari szerkezethez. Ennek megfelelően három új sorozat indult: E sorozat (Jogtudomány), F Sorozat (Gazdaságtudomány) és G Sorozat (Bölcsész és Társadalomtudományi Közlemények). 2002-ben H Sorozat (Társadalomtudomány) címmel új karközi sorozat indult.

A Gazdaságtudományi Kar gondozásában megjelenő Gazdaságtudományi Közlemények 2007. évi évfolyama a sorozat 18. kötete.



Tartalomjegyzék

Ajánlás	1
Fejezetek a miskolci közgazdász képzés történetéből	
Czabán János: A kezdetek (1986-1994).....	3
Besenyei Lajos: a Gazdaságtudományi Kar 1994-1997 közötti tevékenységéről	15
Szintay István: A Gazdaságtudományi Kar 1997-2006 közötti tevékenységéről	21
Nagy Aladár: Vállalkozáselmélet- és gyakorlat Doktori Iskola munkámunkájáról.....	31
A Kar kutatási eredményei	
Pelczné Gáll Ildikó: A Gazdálkodástani Intézet tudományos tevékenysége a Gazdaságtudományi Karon	37
Karajz Sándor: Szemléletváltás a gazdaságelméletben	65
Piskóti István: Marketinginnovációk-innovációmarketing – a Marketing Intézet szakmai törekvései és eredményei	91
Pál Tibor: Az Üzleti Információgazdálkodási és Módszertani Intézetkutatási tevékenysége	127
Szintay István – Heidrich Balázs – Szakály Dezső –Veresné Somosi Mariann: A Vezetéstudományi Intézet kutatási tevékenységének főbb irányjai	147
Kocziszky György: Felzárkózás vs. leszakadás; a Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézet kutatási súlypontjai	181