

GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK
A Debreceni Egyetem
Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Tudományos Diákköri tevékenységének eredményei

IV. évfolyam, 1. szám, 2012.

Debrecen
2012.

A kiadvány elkészítését a TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0024 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.



Főszerkesztő:
Nábrádi András

Felelős szerkesztető:
Dajnoki Krisztina
Szöllősi László

Szerkesztőbizottság:
Balogh Péter
Bács Zoltán
Berde Csaba
Könyves Erika
Kuti István
Nábrádi András
Pető Károly
Szűcs István
Tarnóczy Tibor

ISSN 2061-2443

© DE GVK Tudományos Diákköri Tanács

Borítóterv:
Tikász Ildikó Edit

Kiadja a Debreceni Egyetem
Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kara
Felelős kiadó:
A kar dékánja

Center-Print Nyomda, Debrecen
2012.

TARTALOM

BESZÁMOLÓ A XII. ÉS A XIII. DE GVK KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA EREDMÉNYEIRŐL (<i>Dajnoki Krisztina – Szöllősi László</i>)	5
A XII. KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIÁN MINŐSÍTETT HELYEZÉST ELÉRT HALLGATÓK PUBLIKÁCIÓI	11
SZABADTARTÁSOS CSIRKE HIZLALÁS ÖKONÓMIAI ELEMZÉSE ADOTT VÁLLALKOZÁS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL (<i>Dorka Nikolett</i>)	13
INTENZÍV SPÁRGATERMESZTÉS BERUHÁZÁSÁNAK ÜZLETI ELEMZÉSE (<i>Erdős Zsuzsa</i>)	21
KERESKEDELMI MÁRKÁS TERMÉKEK VÁSÁRLÓI ELÉGEDETTSÉGÉNEK VIZSGÁLATA A VÁSÁRLÓK ÉS A KERESKEDŐ SZEMSZÖGÉBŐL (<i>Kristóf Erzsébet</i>) ..	27
A KÉZMŰVES CUKRÁSZIPAR JELENLEGI HELYZETE MAGYARORSZÁGON (<i>Ladányi Krisztina</i>)	37
NAGYECSED ÉS FÁBIÁNHÁZA GAZDÁLKODÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA 2004-2011 KÖZÖTT (<i>Lábas István</i>)	47
A FOLYAMATMENEDZSMENT ALKALMAZÁSA A RENDEZVÉNYSZERVEZÉS TERÜLETÉN (<i>Palatinus Brigitta</i>)	55
AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS LEHATÁROLÁSA ÉS RENDSZERÉNEK BEMUTATÁSA EGYES HAJDÚ-BIHAR MEGYEI GYÓGY- ÉS WELLNESS-SZÁLLODÁK VEZETŐINEK VÉLEMÉNYE ALAPJÁN (<i>Vajta Anett Gyöngyi</i>)	63
A XIII. KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIÁN MINŐSÍTETT HELYEZÉST ELÉRT HALLGATÓK PUBLIKÁCIÓI	71
A NEDVESSÉGTAKARÉKOS TALAJMŰVELÉS SZEREPE A KUKORICA TERMESZTÉSÉBEN RÉTI-CSERNOZJOM TALAJON (<i>Bakti Beatrix</i>)	73
AZ INTENZÍV SPÁRGATERMESZTÉS STRATÉGIAI TERVEZÉSE HAZAI VISZONYOK KÖZÖTT (<i>Erdős Zsuzsa</i>)	79
AMI A PÉNZNÉL IS TÖBBET ÉR – AZ IT CÉGEK SEPCIÁLIS FINANSZÍROZÁSÁNAK HAZAI ESETEI (<i>Jenei Anett – Ványi Bernadett</i>)	87
A 2012-ES ÉV TEVÉKENYSÉGÉNEK GAZDASÁGI ELEMZÉSE ADOTT GAZDASÁG ESETÉBEN (<i>Kabai Zsófia</i>)	93
A PÉNZÜGYI INSTRUMENTUMOK VALÓS ÉRTÉKEN TÖRTÉNŐ ÉRTÉKELÉSÉNEK SZEREPE A TŐZSDÉN JEGYEZETT VÁLLALATOK KÖRÉBEN (<i>Kiss Ágota</i>)	101
AZ ÖNKÖLTSÉGSZÁMÍTÁS GYAKORLATI ALKALMAZÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE (<i>Kovács Diána</i>).....	109
„REÁL” SAJÁT MÁRKA FOGYASZTÓI ELÉGEDETTSÉG MÉRÉSE (<i>Kristóf Erzsébet</i>)..	115

INDULÓ SÜTŐIPARI VÁLLALKOZÁS GAZDASÁGOSSÁGI ELEMZÉSE (<i>Kurmai Viktória</i>)	125
A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓS MENEDZSMENT SZERVEZETEK HELYZETÉNEK ÉRTÉKELÉSE A HAJDÚSZOBOSZLÓI TURISZTIKAI NONPROFIT KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL (<i>Molnár Szilvia</i>)	133
DEVIZA ÉS FORINT ALAPÚ JELZÁLOGHITELEK AZ ÁRFOLYAMGÁT ÉS A VÉGTÖRLESZTÉS TÜKRÉBEN (<i>Sepsi Barbara</i>)	139
A VERSENYKÉPESSÉG ÉS A PÉNZÜGYI POZÍCIÓ VÁLTOZÁS ELEMZÉSE A TEJIPARBAN (<i>Tálas Dorisz</i>)	145
A KÖZÉPKORI MAGYAR VASKULTÚRA IDEGENFORGALMI HASZNOSÍTHATÓSÁGA (<i>Thiele Balázs</i>)	151
EGYETEMISTÁK VÉLEMÉNYE A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSRÓL (CSR) (<i>Tordai Georgina</i>).....	159

BESZÁMOLÓ A XII. ÉS A XIII. DE GVK KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA EREDMÉNYEIRŐL

Dajnoki Krisztina¹ – Szöllősi László²

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Tudományos Diákköri Tanács

¹adjunktus, TDT elnök

²adjunktus, TDT titkár

A karon (DE GVK) a tehetséggondozás egyik legfontosabb, legjelentősebb megnyilvánulási formája az országosan is hosszú múltra visszatekintő tudományos diákköri (TDK) tevékenység. Az egyes tanszékekhez köthető tudományos diákkörökben folyó kutatómunka sajátos hallgató-oktató kapcsolattal jellemezhető, amelyben a hallgató lehetőséget kap tanulmányai mellett, meghatározott tudományterületen egyéni kutatómunka végzésére, tudományos témavezető irányításával. A tudományos diákkör országos mozgalom, jelentőségét az is mutatja, hogy ez a doktori képzés egyik „előiskolája”, fontos feltétele a doktori képzésbe való bekerülésnek.

A DE GVK Tudományos Diákkör (TDK) 2003-ban kezdte meg működését, a jogelőd kar (Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar) megalakulását követő évben. A Tudományos Diákkör tevékenysége inentől folyamatos. Mivel a kari TDK konferencia, valamint az OTDK konferencia a diákkörben folyó munkák legfontosabb közzétételi fóruma, ezért a tudományos műhely eddigi tevékenységét leginkább a megrendezett TDK rendezvények számával, az ott résztvevő hallgatók és általuk bemutatott pályamunkák számával, valamint az OTDK-ra delegált hallgatók eredményességével tudjuk legjobban mérni. Az elmúlt 9 év alatt összesen 13 kari TDK konferenciát szerveztünk és bonyolítottunk le, amelyen ez idáig mindösszesen 373 pályamunka került bemutatásra a tehetséggondozásba bevont hallgatók által. Az eddigi kari konferenciák statisztikája az 1. táblázatban látható.

1 táblázat: A Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Tudományos Diákköri Konferenciáinak statisztikája

Megnevezés	Bemutatott dolgozatok száma (db)	Tagozatok száma (db)
I. Kari TDK (2004.04.14.)	37	5
II. Kari TDK (2004.11.30.)	29	4
III. Kari TDK (2006.03.28.)	37	4
IV. Kari TDK (2006.12.05.)	46	5
V. Kari TDK (2007.12.07.)	12	2
VI. Kari TDK (2008.03.27.)	30	3
VII. Kari TDK (2008.12.16.)	44	5
VIII. Kari TDK (2009.10.27.)	30	4
IX. Kari TDK (2010.03.30.)	19	3
X. Kari TDK (2010.10.26.)	20	3
XI. Kari TDK (2011.10.25.)	24	3
XII. Kari TDK (2012.04.18.)	16	3
XIII. Kari TDK (2012.11.07.)	29	4
Összesen	373	48

A XII. kari TDK konferenciát 2012. április 18-án rendeztük meg, amelyen összesen 18 dolgozatot regisztráltak, amelyből 16 került bemutatásra a konferencia napján. A hallgatók három tagozatban mutathatták be munkáikat: Menedzsment és munkaerőpiac; Turizmus és marketing, illetve Vállalatgazdaságtan. A dolgozatok listája tagozatonként megtekinthető a *2-3. táblázatokban*.

A legutóbbi, XIII. kari TDK konferenciánkat 2012. november 7-én rendeztük meg. A konferencián összesen 30 dolgozatot regisztráltak, amelyből 29 került bemutatásra a konferencia napján. A hallgatók négy tagozatban mutathatták be munkáikat: Controlling, Pénzügy, Turizmus és marketing, Üzemtan és makroökonómia. A dolgozatok listája tagozatonként megtekinthető a *4-5. táblázatokban*.

A konferenciákon eredményesen szerepelt (minősített helyezést elért¹) tehetséges hallgatók jogot szereztek arra, hogy részt vegyenek a 2013-ban megrendezésre kerülő XXXI. OTDK Agrártudományi- vagy Közgazdaságtudományi Szekciójában, ahol szintén bemutathatják kutatási tevékenységük eredményeit.

A TDK programba bevont hallgatóinkat folyamatosan segíteni kívánjuk munkájuk közzétételében, nyilvánosságra hozatalában. Ebből kifolyólag a kari TDK konferencián sikeresen szereplő, minősített helyezést elért hallgatóknak lehetőséget biztosítunk arra, hogy munkájukat tudományos cikk formájában is publikálhassák jelen folyóirat soron következő számaiban. A folyóirat ezen számában kerülnek publikálásra azok a tudományos igényességgel elkészített és a szerkesztőbizottság által lektorált kéziratok, amelyeket a legutóbbi két (XII. és XIII.) kari TDK konferencián minősített helyezést elért hallgatók a pályamunkájuk kivonataként készítettek.

¹ I-II-III. helyezés, illetve a kari hagyományoknak megfelelően a kiemelt díjak (Centrumelnöki díj, a Dékáni díj, valamint az Ihrig Károly Doktori Iskola Vezetőjének díja), amelyek magasabb rangúak, mint a tagozati I. helyezés.

2. táblázat: A 2012. április 18-án megrendezett DE GVK XII. Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott dolgozatok

Név	Dolgozat címe	Konzulens	Helyezés
Menedzsment és munkaerőpiac tagozat			
Magyar Andrea	Pályakezdő diplomások a munkaerőpiacon - diplomás munkanélküliség vizsgálata Debrecenben	Dr. Oláh Judit, adjunktus	-
Palatinus Brigitta	A folyamatmenedzsment alkalmazása a rendezvényszervezés területén	Dr. Gályász József, egyetemi docens	Dékáni kiemelt díj, I. hely
Papp Orsolya	A teljesítményértékelési rendszer vizsgálata az ARRK Hungary Kft-nél	Dr. Dajnoki Krisztina, adjunktus	-
Szabó Mariann	A munkanélküliségi helyzet kezelése munkaerőpiac képzésekkel Debrecenben	Dr. Oláh Judit, adjunktus	-
Tordai Georgina	Vállalatok társadalmi felelősségvállalásának értékelése egyetemisták véleménye alapján	Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, adjunktus Dr. Szőke Szilvia, adjunktus	-
Varga Tünde	A teljesítményértékelés vizsgálata a Debrecen Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatalában	Dr. Pakurár Miklós, egyetemi docens	II. hely
Turizmus és marketing tagozat			
Kocsis Anita	A Béli-hegység ökoturisztikai feltárása	Dr. Kozák Lajos, adjunktus	-
Kristóf Erzsébet	Kereskedelmi márkás termékek vásárlói elégedettségének vizsgálata a vevő és a kereskedő szemszögéből	Dr. Popp József, egyetemi tanár	II. hely
Ladányi Krisztina	A kézműves cukrászipar jelenlegi helyzete Magyarországon	Dr. Szöllősi László, adjunktus	Centrumelnöki kiemelt díj, I. hely
Szabó Norbert József	Vetőmag és állateledel kiskereskedés honlapja	Dr. Várallyai László, egyetemi docens	-
Vajta Anett Gyöngyi	A hazai egészségturizmus vizsgálata egyes Hajdú-Bihar megyei gyógy- és wellness-szállodák körében	Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, adjunktus Dr. Hevessy Gábor, adjunktus, szállodaigazgató	-

3. táblázat: A 2012. április 18-án megrendezett DE GVK XII. Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott dolgozatok (folyt.)

Név	Dolgozat címe	Konzulens	Helyezés
Vállalatgazdaságtan tagozat			
Dorka Nikolett	Tanyasi csirke hizlalás ökonómiai elemzése adott vállalkozás példáján keresztül	Dr. Szöllösi László, adjunktus	Ihrig Károly DI kiemelt díja, I. hely
Erdős Zsuzsa	Az intenzív spárgatermesztés stratégiai tervezése hazai viszonyok között	Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár Dr. Zsombik László, adjunktus	-
Hubert Klára	Környezetkímélő szántóföldi növénytermesztési technológiák üzemgazdasági elemzése	Dr. Felföldi János, egyetemi docens	-
Kovács Diána	Az önköltségszámítás rendszerének bemutatása egy baromfityenyésztéssel foglalkozó társaság példáján keresztül	Dr. Fenyves Veronika, adjunktus	I. hely
Lábas István	Nagyecsed és Fábánháza gazdálkodásának összehasonlítása 2004-2011 között	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	II. hely

4. táblázat: A 2012. november 7-én megrendezett DE GVK XIII. Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott dolgozatok

Név	Dolgozat címe	Konzulens	Helyezés
Controlling tagozat			
Bálint Andrea	Európai Unió pályázatok megvalósítása és értékelése a Kumánia Kisújszállási Gyógy-és Strandfürdő tükrében	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	-
Kiss Ágota	A pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésének szerepe a tőzsdén jegyzett vállalatok körében	Kondorosi Ferencné dr., egyetemi docens	I. hely
Kovács Diána	Az önköltségszámítás gyakorlati alkalmazásának összehasonlító elemzése	Dr. Fenyves Veronika, adjunktus	II. hely
Lábas István	A controlling működése az önkormányzatoknál; Nagyecsed és Fábánháza településeken	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	-
Mercs Bettina	Nyíracsad Önkormányzat gazdálkodásának elemzése (2007-2011)	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	-
Takács Henrietta	Sajószentpéter Város Önkormányzata Gazdálkodásának elemzése (2007-2011)	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	-
Tálas Dorisz	A versenyképesség és a pénzügyi pozíció változás elemzése a tejiparban	Dr. Rózsa Andrea, adjunktus	Dékáni kiemelt díj
Pénzügy tagozat			
Guba Dóra	Kis- és középvállalatok finanszírozása a Budapest Bankon keresztül	Dr. Tarnóczi Tibor, egyetemi docens	-
Jenei Anett; Ványi Bernadett	Ami a pénznél is többet ér - Az IT cégek speciális finanszírozásának hazai esetei	Dr. Becsky-Nagy Patrícia, adjunktus	I. hely
Licska Péter	A számviteli törvény és a társasági adó törvény hatása a társasági adó alapjára - különös tekintettel a kis- és középvállalkozásokra	Kondorosi Ferencné dr., egyetemi docens	-
Pető Dalma	Újfehértó önkormányzatának devizahitel problémáinak megoldási alternatívái	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	-
Sepsi Barbara	Deviza és forint alapú jelzáloghitelek az árfolyamgát és a végtörlesztés tükrében	Dr. Fenyves Veronika, adjunktus	II. hely
Varga Magdolna	A helyi adók szerepe Békés Város Önkormányzatának gazdálkodásában	Dr. Reke Barnabás, egyetemi tanár	

5. táblázat: A 2012. november 7-én megrendezett DE GVK XIII. Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott dolgozatok (folyt.)

Név	Dolgozat címe	Konzulens	Helyezés
Turizmus és marketing tagozat			
Boglyasovszky Andrea	A Zempléni tájegység és környékének fejlesztése különböző turisztikai eszközökkel	Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár	-
Cserős Ádám	Kerékpáros turizmus a Tisza-tavi régióban	Dr. Nagy Géza, egyetemi tanár	-
Egri Dorottya	A Facebook, mint tömegkommunikációs és marketingkommunikációs eszköz	Dr. Varga Levente, tanársegéd	-
Kristóf Erzsébet	"Reál" saját márká fogyasztói elégedettség mérése	Dr. Popp József, egyetemi tanár Kovács Sándor, beszerzési vezető	Centrumelnöki kiemelt díj
Molnár Szilvia	A turisztikai desztinációs menedzsment szervezetek helyzetének értékelése a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. példáján keresztül	Dr. Szöllösi László, adjunktus	II. hely
Oláh Krisztina	Online ökológiai marketing vizsgálat, egy multinacionális élelmiszeripari vállalatnál	Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, adjunktus	-
Thiele Balázs	A középkori magyar vaskultúra idegenforgalmi hasznosíthatósága	Dr. Kuti István, egyetemi docens	I. hely
Üzemtan és makroökonómia tagozat			
Bakti Beatrix	A nedvességtakarékos talajművelés szerepe a kukorica termesztésében réti-csernozjom talajon	Dr. Sulyok Dénes, ügyvivő-szakértő, fejlesztőmérnök	I. hely
Erdős Zsuzsa	Intenzív spárgatermesztés beruházásának üzleti elemzése	Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár Dr. Zsombik László, adjunktus	III. hely
Fodor Szilvia Mirjam	A Just-In-Time alkalmazásának lehetőségei és tapasztalatai	Dr. Nagy Lajos, adjunktus	-
Kabai Zsófia	Adott családi gazdaság tevékenységének komplex gazdasági elemzése	Dr. Szöllösi László, adjunktus	II. hely
Kurmai Viktória	Sütőipari vállalkozás létesítésének gazdaságossági elemzése	Dr. Apáti Ferenc, adjunktus	Ihrig Károly DI kiemelt díja
Mester Eszter	Magyarország válságkezelésének társadalmi vonatkozásai a Visegrádi négyek tükrében	Bauerné Dr. Gáthy Andrea, adjunktus	-
Tóth Péter Áron	A szolgáltató központok helyválasztásának tényezői	Dr. Gályász József, egyetemi docens	-
Veres Krisztián	A hazai gazdasági növekedés aspektusai, különös tekintettel a konjunktúra indexekre	Dr. Kovács Sándor, adjunktus	-
Zámborszky Gábor	Az öntözés, az évjárat, a vetésváltás és a tőszám hatása a kukorica termésére a 2007, 2009 és 2010-es években	Dr. Dóka Lajos Fülöp, tanársegéd	-

**A XII. KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI
KONFERENCIÁN MINŐSÍTETT HELYEZÉST
ELÉRT HALLGATÓK PUBLIKÁCIÓI**

SZABADTARTÁSOS CSIRKE HIZLALÁS ÖKONÓMIAI ELEMZÉSE ADOTT VÁLLALKOZÁS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**ECONOMIC ANALYSIS OF FREE RANGE CHICKEN PRODUCTION ON THE BASIS OF A CERTAIN COMPANY***Dorka Nikolett*

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki szak III. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

A nagyüzemi termelés mellett az elmúlt két évtizedben, elsősorban Európában speciális, szabadtartásos baromfitermelési programok is elterjedtek. Hazánkban ez a tartásmód néhány éve vált szervezett tevékenységgé a Master Good cégcsoport keretében. A tanulmány általános célkitűzése a szabadtartásos csirkehizlalás költség-és jövedelem viszonyának értékelése a jelen gazdasági környezetben egy adott vállalkozás példáján keresztül.

Munkám során számba vettem a változó természetes hatékonysági mutatókat (pl. elhullás, fajlagos takarmány-felhasználás, vágáskori testtömeg, takarmány ár, értékesítési ár), s ennek megfelelően vizsgáltam a szabadtartásos csirkehizlalás költség- és jövedelemviszonyait. Érzékenységvizsgálat során a realista eset mellett pesszimista és optimista változatok eredményeit is figyelembe vettem. A kapott eredmények és a nagyüzemi brojler hizlalással való összehasonlítás alapján hipotézisem beigazolódott, vagyis a szabadtartásból származó csirke magas önköltségét olyan mértékben tudja finanszírozni az értékesítési ár, hogy magasabb jövedelem realizálható.

Kulcsszavak: szabadtartásos baromfi, költség-, és jövedelem viszony, hatékonysági mutatók, érzékenységvizsgálat, hipotézis

ABSTRACT

In the last two decades beside the industrial production special free-range chicken programs were spread first of all in Europe. In Hungary this method became organized activity only few years ago in the frame of the group of Master Good. The study's general objective is that evaluate the free-range chicken production's cost and income relation in the present economic environment on the basis of a certain company.

In the course of my work I reviewed the physical indicators of efficiency (such as caducity, specific forage-consumption, cutting weight, consumption price, sales price) and accordingly I analysed the free-range chicken production's cost and income relations. In the course of sensitivity monitoring beside the realistic occasion I took notice of pessimistic and optimistic event's results. On the basis of the result's and the comparison of industrial chicken production my hypothesis was proved true, so the free-range chicken's sales price is able to finance the higher cost price in such a way that we realize higher income.

Keywords: free-range chicken, cost and income relation, physical indicators of efficiency, sensitivity monitoring, hypothesis

BEVEZETÉS

A világ baromfihús termelése és fogyasztása az utóbbi két évtized alatt dinamikusan fejlődött. A növekedés éves üteme 3-6% között alakult, amely meghaladja bármely más állattenyésztési ágazat eredményét. A fogyasztói szokások változása (váltás vörös húsról fehér húrra) a baromfihús-termelés és- fogyasztás növekedését generálja. Míg régebben a sertéshús volt a legkedveltebb húsféleség, mára már a fogyasztói társadalom jelentős része a baromfitermékeket részesíti előnyben (SZÖLLŐSI, 2010).

Az elmúlt években, az Európai Unióban egyre inkább előtérbe kerülnek az alternatív tartásmódok (szabadtartás, biotartás). A változások egyik fő oka az új, állatjólétre is egyre jobban kiterjedő fogyasztói elvárások. A fogyasztóknak az alternatív tartásmódokból származó alapanyag iránti igényében pozitív trend várható. A legtöbb fogyasztó számára az élelmiszerbiztonság, az állatvédelmi előírások betartása, az állatok jólétének biztosítása elsődlegessé vált.

A fogyasztók egy szűkebb rétege (magasabb iskolai végzettségűek, magasabb jövedelműek, kisgyermekes családok) preferálja a hagyományos szabadtartásos termékeket, de fontos szerepet játszik az ország tradíciója is, a háztáji ízek. A fogyasztók egyre nagyobb része tart az ipari termelés során felhasznált kemikáliáktól, maradványanyagoktól, amely elősegíti a hagyományos szabadtartásban előállított termékek értékesítését. Ugyanakkor a bio- vagy szabadtartással előállított termékek szűkebb piaci kategóriát jelentenek, de az áruhátláncok beszállása ebbe a piaci szegmensbe bővíti a lehetőségeket.

A nagyüzemi termelés mellett az elmúlt két évtizedben, elsősorban Európában speciális, szabadtartásos baromfitermelési programok is elterjedtek. A hagyományos szabadtartásos állattartásnak több évtizedes hagyománya van Nyugat-Európában. Ennek az alternatív tartásmódnak a mozgató rugója a francia Label Rouge program. Franciaországban jött létre a legismertebb szabadtartásos termékmárka, a Label Rouge, amely nem csak a baromfitermékeket jelöli, hanem a teljes állati terméktermelésben elterjedt módszer (ANONYMUS, 2005). A Label Rouge egy olyan termelési módszer, ami szigorú előírásokon alapul. A termelés során elsődleges szempont a kiváló minőség, az állatjólét és a környezetvédelem (I1).

Hazánkban ez a tartásmód csak néhány éve vált szervezett tevékenységgé. Bárány László, a Master Good Kft. tulajdonosa felismerte a piacon megjelenő szabadtartásos csirke iránti igényt, s a Nyugat-Európában elterjedt speciális állattartási gyakorlatok és módszerek átvételével elindította a Red Master programot. A kisvárdai székhelyű Master Good cégcsoport 2001-ben kezdte kialakítani a nyugat-európai rendszernek megfelelő termelési körülményeket, előírásokat és ellenőrzési rendszert. A szabadtartásos baromfítartási és takarmányozási programok lehetőséget kínálnak a kereskedelmi méretű, de nem iparszerű körülmények között gazdálkodók számára, hiszen ez nem más, mint a hagyományos háztáji gazdálkodás alternatív formája. A szabadtartásos baromfi nevelés lehetőséget teremt a meglévő háztáji gazdálkodás hagyományainak felhasználására és annak továbbvitelére. Magyarországon a szabadtartásos baromfinevelés népszerűségét növelheti, hogy nem igényel jelentős beruházást, viszont nem nélkülözheti a jó tartási körülményeket, az állatok igényeit biztosító tartástechnológiát, és az állategészségügyi, illetve járványvédelmi előírások szigorú betartását (ANONYMUS, 2005).

A feldolgozott és értékesített, szabadtartásból származó csirkék mennyiségének hazai tendenciája azt mutatja, hogy az alternatív tartásmódból származó csirke sikert arat, s termelése folyamatosan bővül (I2).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A tevékenység költség- és jövedelemviszonyait a szabolcs-szatmár-bereg megyei, kisvárdai székhelyű Master Good cégcsoporthoz tartozó, nyírkércsi szabadtartásos baromfitelep adatai alapján vizsgáltam. A vállalkozás 100%-ban a Bárány család tulajdonát képezi, ami teljes körű vertikális integráció keretében működik a takarmány előállításától egészen a feldolgozásig (I2).

Első lépésként primer és szekunder adatgyűjtést végeztem. Primer (üzemsoros) adatgyűjtésem különböző naturáliákra (elhullás, vágáskori testtömeg, telepítési sűrűség, technológiai információk, stb.), illetve ökonómiai adatokra (input, output árak, stb.) irányult, melyek begyűjtéséhez az adott telep munkatársa volt segítségemre. Az input, output árak a 2012. év első negyedévére vonatkoznak. Szekunder adatgyűjtésem során hazai és nemzetközi forrásokat használtam fel.

A Debreceni Üzemtani Iskola által kidolgozott kalkulációs és modellezési rendszer keretében egy olyan költség- haszonelemzést készítettem, amely az adott tevékenység költség- és jövedelemviszonyait szolgálja részletes bontásban. Így árbevételt, termelési értéket, termelési költséget és ezek eredőjeként jövedelmet, ágazati szintű jövedelemkategóriát (fedezeti összeg) határoztam meg. Ezen túl számos természetes és hatékonysági mutatót képeztem, ami segít abban, hogy a tevékenység hatékonyságát, jövedelmezőségét megítéljük (NÁBRÁDI és FELFÖLDI, 2008). Utolsó lépésként elvégeztem a modell érzékenységvizsgálatát. Az érzékenységvizsgálatokat a legfontosabb technológiai és gazdasági paraméterekre készítettem el. Ezekre vonatkozóan realista, optimista és pesszimista szempontból vizsgálva futtattam le újra a modellt (SZÖLLŐSI, 2009).

EREDMÉNYEK

A modell készítésekor a nyitó állományból és elhullásból, valamint a napi takarmányadagokból indultam ki. A modellben 46 260 db napos csibe került letelepítésre 15 db/m² telepítési sűrűséggel. A szakirodalmak alapján a szabadtartásban alkalmazott telepítési sűrűség 12 db/m². A vizsgált telepen használt nagyobb telepítési sűrűség a rántani való csirkék hizlalása miatt megengedett, hiszen az állomány 10%-a a 60. napon értékesítésre kerül. A hozam és ezen keresztül a termelési érték meghatározása a csirkék napi súlygyarapodásának függvényében történt (SZÖLLŐSI, 2008). A csirkék hizlalási ideje 77 napig (11 hét) tart. A 11. hét után 2 hét szervizperiódus következik, ami alatt a takarítás, fertőtlenítés, rágcsálóirtás értendő. A madarak takarmányozásához 3féle tápot használnak, melyek a következők: Red Master Indító: finom morzsa, durva morzsa; Nevelő; Befejező. Az indítót 0-28 napos korig, a nevelőt 29-58 napos korig és a befejezőt 59-77 napos korig etetik az állatokkal.

Az 1. táblázat a szabadtartásos csirkehizlalás hozamait és termelési értékeit szemlélteti. A vizsgált telepnél 2 hozamtartalommal rendelkező termékkel számoltam: rántanivaló- és szabadtartásos csirke. A két termék közül a szabadtartásos csirke rendelkezik nagyobb hozamtartalommal. A modell alapján azt feltételeztem, hogy az állománynak csupán 10%-a kerül értékesítésre rántanivaló csirkeként. Így az egy rotáció során realizált termelési érték 31 millió Ft körül alakul.

1. táblázat: Hozamok és termelési értékek alakulása turnusonként (2012. év első negyedév)

Megnevezés	Fajlagos hozam (kg/db)	Mennyiség (db)	Összes hozam (kg)	Értékesítési ár (Ft/kg)	Termelési érték (eFt)	Megoszlás (%)
Rántanivaló csirke	1,51	4 523	6 846	416,0	2 848	9,18
Szabadtartásos csirke	2,02	40 611	82 236	342,5	28 166	90,82
Összesen	-	45 134	89 082	-	31 014	100,00

Forrás: Saját számítás és szerkesztés

A szabadtartásos csirkehizlalás költségszerkezetét az 2. táblázat szemlélteti. A költségeket egy rotációra, illetve egy évre is meghatároztam, valamint különböző fajlagos mutatókat is képeztem. A táblázat adataiból láthatjuk az egy betelepített csirkére, egy kg élőtömegre és egy m² istállófelületre eső költségeket.

A szabadtartásos csirkehizlalás során felmerült összes közvetlen költség egy rotáció során mintegy 28 millió Ft. Fajlagos értékekben kifejezve az egy betelepített csirkére eső költség 610 Ft/db, míg az egy kg élőtömegre eső költség 320 Ft/kg, s egy m² istállófelületre vetítve 36 ezer Ft körül alakul. Az összes közvetlen termelési költség %-os megoszlását tekintve az anyagjellegű költségek képviselik a legnagyobb hányadot 85%-kal, második legnagyobb költségelem a

személyi jellegű költségek 7%-kal. Ezt követi az értékcsökkenési leírás, illetve az egyéb közvetlen költségek, amely alatt például a javítás, karbantartás költsége értendő.

2. táblázat: A termelési költség összetétele (2012. év első negyedév)

Megnevezés	Érték (eFt/rotáció)	Érték (eFt/év)	Egy betelepített csirkére eső költség (Ft/db)	Egy kg élőtömegre eső költség (Ft/kg)	Egy m ² istállófelületre eső költség (Ft/m ²)	Megoszlás (%)
Anyagjellegű költségek	24 102	96 409	521,01	270,56	31 261	85,68
Személyi jellegű költségek	2 057	8 229	44,47	23,09	2 668	7,31
Értékcsökkenési leírás	1 386	5 470	29,56	15,35	1 774	4,86
Egyéb közvetlen költségek	605	2 420	13,08	6,79	785	2,15
Összesen	28 132	112 528	608	316	36 487	100,00

Forrás: Saját számítás a vizsgált telep adatai alapján

A tevékenység során keletkező két termékre arányszámos osztókalkulációval szűkített önköltséget határoztam meg a termelési érték arányában (SZÖLLŐSI, 2008). A rántanivaló csirke önköltsége 377 Ft/kg, a szabadtartásos csirke önköltsége pedig 311 Ft/kg.

Kalkulációm során nem a vállalkozás-, hanem ágazati szintű jövedelem kategóriát, fedezeti összeget határoztam meg. A 3. táblázat az összes közvetlen termelési költséget, termelési értéket és fedezeti összeg értékeit szemlélteti.

3. táblázat: A szabadtartásos csirkehizlalás jövedelemtermelő képessége

Megnevezés	Érték (eFt/rotáció)	Érték (eFt/év)	Egy betelepített csirkére eső érték (Ft/db)	Egy kg élőtömegre eső érték (Ft/kg)	Egy m ² istállófelületre eső érték (Ft/m ²)
Termelési érték	31 014	124 055	670,42	348,15	40 225
Közvetlen termelési költség összesen	28 132	112 527	608,12	315,80	38 487
Fedezeti összeg	2 882	11 528	62,30	32,35	3 738

Forrás: Saját számítás és szerkesztés

Az ágazati szintű jövedelem egy rotáció során 2,8 millió Ft, ami éves szinten 11,5 millió Ft-ot jelent. Az egy betelepített csirkére eső fedezeti összeg 62,30 Ft/db, illetve egy kg élőtömegre vetítve 32,35 Ft. Az egy m² istállófelületre jutó ágazati szintű jövedelem 3 738 Ft. A legfontosabb hatékonysági mutatók alakulását a 4. táblázat mutatja.

4. táblázat: A vizsgált hatékonysági mutatók

Megnevezés	Mutatók (%)
Közvetlen költségarányos jövedelmezőség	10,24
Befektetett eszközarányos jövedelmezőség	7,55
Árbevétel arányos jövedelmezőség	9,29
Költségszint	90,71
Jövedelemszint	9,29

Forrás: Saját számítás és szerkesztés

Mivel célkitűzésem nem a brojler csirke költség- és jövedelemviszonyának meghatározása volt, ezért az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) Tesztüzemi adatait használtam fel arra, hogy összehasonlítsam a szabadtartásos csirkehizlalás költség- és jövedelem viszonyaival. Annak ellenére, hogy az AKI által begyűjtött adatok a 2010-es évre vonatkoznak, úgy gondolom nagyszámú megállja a helyét a jelen viszonyok között.

5. táblázat: A brojler- és szabadtartásos csirke legfőbb ökonómiai mutatóinak összehasonlítása

Megnevezés	Brojler csirke (2010)	Szabadtartásos csirke (2012. év első negyedév)	Szabadtartásos/brojler (%)
Termelési érték (Ft/kg)	249,80	348,15	139,37
Termelési költség (Ft/kg)	242,68	284,22*	117,11
ebből takarmányköltség (Ft/kg)	160,30	217,23	135,54
Nettó jövedelem (Ft/kg)	7,12	15,73	220,93

*5%-os általános költséggel kalkulálva

Forrás: Saját szerkesztés és számítás

Az 5. táblázat adatiból látható, hogy a szabadtartásból származó csirke termelési értéke, termelési költsége és nettó jövedelme is magasabb, mint a brojler csirke értékei. A brojler csirke termelési értéke 249,80 Ft/kg, míg a szabadtartásos csirke termelési értéke 348,15 Ft/kg. A szabadtartásos csirke termelési költsége magasabb (284,22 Ft/kg), mint az ipari csirke termelési költsége (242,68 Ft/kg), valamint a takarmány költség is magasabb mintegy 35%-kal, viszont a nettó jövedelem is nagyobb, több mint kétszerese az ipari csirke jövedelmének.

A tanulmány során technológiai, illetve gazdasági paraméterekre végeztem érzékenységvizsgálatot. Három technológiai és két ökonómiai mutató együttes hatását vizsgáltam az általam begyűjtött – peremfeltételnek tekintett – természetes értékek alapján. A realista változat mellé felállítottam egy optimista és pesszimista változatot is (SZÖLLŐSI, 2009). Az optimista és pesszimista változat két szélsőértéket mutat, melyek közt számtalan eltérő kombináció feltételezhető. A szkenárió-elemzésben a legfontosabb paraméterek együttes szélsőértékeinek hatását vizsgáltam.

A 6. táblázat a realista, optimista és pesszimista esetek szélső értékeit szemlélteti.

6. táblázat: A változók értékei a három eset alapján

Megnevezés	Pesszimista	Realista	Optimista
Elhullás (%)	3,0 (2)	2,5 (1*)	2,0 (1)
Értékesítés kori testtömeg (kg/db)	1,900	2,025	2,200
Fajlagos takarmány felhasználás (kg/kg)	2,70	2,52	2,30
Takarmány ár (%)	105	100**	95
Értékesítési ár (%)	95	100***	105

* A zárójelben lévő érték az 1. hetes elhullásra vonatkozik.

** indító FM: 81,51 Ft/kg; indító DM: 82,02 Ft/kg; nevelő: 91,72 Ft/kg; befejező: 80,49 Ft/kg

*** rántani való: 416,00 Ft/kg; tanyasi: 342,5 Ft/kg

Forrás: Saját összeállítás

A 7. táblázat a három eset fajlagos gazdasági mutatóit szemlélteti. Pesszimista esetben a fajlagos termelési érték a realista esethez képest 5%-kal kevesebb, optimista esetben pedig 5%-kal több. A termelés során közvetlenül felmerült költségek pesszimista esetben 10%-kal nőnek, míg az optimista feltevés szerint 11%-kal csökkennek. A realista elképzeléshez képest a fedezeti összeg pesszimista esetben 45%-kal kevesebb és optimista esetben mintegy két és félszer nagyobb.

7. táblázat: Gazdasági mutatók értéke 1 kg csirkére vetítve

Megnevezés	Pesszimista	Realista	Optimista
Termelési érték (Ft/kg)	330,74	348,15	365,56
Közvetlen termelési költség (Ft/kg)	348,58	315,80	280,35
Fedezeti összeg (Ft/kg)	-17,84	32,35	85,21
Közvetlen költségarányos jövedelmezőség (%)	-5,12	10,24	30,39
Befektetett eszközarányos jövedelmezőség (%)	-3,89	7,55	21,71

Forrás: Saját összeállítás

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Jelen tanulmány során egy olyan kalkulációs modellt állítottam össze, melynek segítségével értékeltam a szabadtartásos baromfihizlalás paramétereit. A modell az input és output árak valamint a hatékonysági mutatók különböző értékei mellett megadja az adott telep ökonomiai viszonyait kifejező mutatóit (SZÖLLŐSI, 2008). A jelenlegi helyzet értékelésénél a 2012. évi költség- és jövedelemviszonyokat mutattam ki.

A kalkulációs modell alapján az egy szabadtartásból származó csirkére jutó termelési érték 348,15 Ft/kg, a termelési költség 284,22 Ft/kg, míg a nettó jövedelem 15,73 Ft/kg. Szűkített önköltsége 310,67 Ft kilogrammonként. Ezzel szemben az ipari csirke termelési értéke (249,80 Ft/kg), termelési költsége (242,68Ft/kg) és nettó jövedelme (7,12Ft/kg) is alacsonyabb. 2010-ben egy kg ipari csirke előállítására 243 Ft-ba került. Mindezek alapján hipotézisem helyt álló, mely szerint a szabadtartásban hizlalt csirkék magasabb önköltségen állíthatók elő, mint az ipari körülmények között hizlalt madarak. Mivel a brojler csirke értékesítési ára 245 Ft/kg körül alakult 2010-ben és a modellben szereplő szabadtartásos csirke esetén 342,50 Ft/kg-os értékesítési átlagárral kalkuláltam úgy gondolom, hipotézisem további része is tükrözi a valóságot, miszerint a szabadtartásos csirke értékesítési ára tudja fedezni a relatív magas önköltséget.

Az érzékenységvizsgálatot technológiai (elhullás, fajlagos takarmány-felhasználás, vágáskori testtömeg) és gazdasági paraméterekre (takarmány ár, értékesítési ár) végeztem optimista, realis-

ta és pesszimista esetben. A 3 eset alapján a főbb gazdasági mutatók (termelési érték, közvetlen termelési költség, fedezeti összeg) alakulását is vizsgáltam. Az eredmények rávilágítottak arra, hogy pesszimista esetben rejt némi kockázatot magában a tevékenység, hiszen az ágazati szintű jövedelmet (fedezeti összeg) tekintve optimista esetben, realista esethez képest magasabb jövedelmet érünk el, míg pesszimista esetben már veszteséget realizálunk.

Ennek ellenére véleményem szerint érdemes a szabadtartásos baromfi-hizlalással foglalkozni, mert a magasabb előállítási költséget az értékesítési ár olyan mértékben tudja finanszírozni, hogy nyereséget tudjunk realizálni, valamint az egyre inkább változó fogyasztói szokások is a tevékenység bővülését eredményezi.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ANONYMUS (2005): Red Master Általános Kézikönyv. III. Kiadás. Budapest. 1-18.p. (2) NÁBRÁDI A. – FELFÖLDI J. (2008): A mezőgazdasági vállalkozások eredményének mérése. In.: Üzemtan I. (Szerk.: NÁBRÁDI A. – PUPOS T. – TAKÁCSNÉ GYÖRGY K.) DE AMTC AVK, Debrecen. 87-95.p. (3) SZÖLLŐSI L. (2008): A vágócsirke vertikum modellezése és gazdasági elemzése egy, az Észak-Alföldi régióban működő integráció alapján. Doktori értekezés. DE AMTC AVK, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, 63.p. (4) SZÖLLŐSI L. (2008): „A vágócsirke termékpálya 2007. évi költség és jövedelem viszonyai” In.: Baromfiágazat. 2008/4. december, Budapest, 4-12. p. (5) SZÖLLŐSI L. (2009): „A gazdasági és technológiai tényezők szerepe a vágócsirke termékpályán” In.: Baromfiágazat. 2009/2. június, Budapest, 12-18. p. (6) SZÖLLŐSI L. (2010): A brojler csirke ágazat gazdasági kérdései In.: Állattenyésztési ágazatok ökonómiája. Az Agrármérnök MSc szak tananyagfejlesztése. TÁMOP-4.1.2-08/1/A-2009-0010 projekt (Blaskó B. – Cehla B. – Kiss I. – Kovács K. – Lapis M. – Madai H. – Nagy A.Sz. – Nábrádi A. – Pupos T. – Szöllősi L. – Szűcs I) Elektronikus tananyag. 205-223.p. Elérhetőség: <http://nodes.agr.unideb.hu/moodle/course/view.php?id=1186> (I1): <https://attra.ncat.org/attra-pub/viewhtml.php?id=224> Pasture-based Poultry Production in France, letöltve: 2012.03.05. (I2) http://mastergood.hu/hirek/joizu_egeszseg.html A Master Good Kft. küldetése: A jóízű egészség, letöltve: 2012. 02.27.

INTENZÍV SPÁRGATERMESZTÉS BERUHÁZÁSÁNAK ÜZLETI ELEMZÉSE**INVESTMENT BUSINESS ANALYSIS OF ASPARAGUS OFFICINALIS***Erdős Zsuzsa*

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Vállalkozásfejlesztés MSc szak II. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

A spárga, mint zöldségnövény az igen korai zöldségek csoportjába tartozik. Tudományos kutatások bebizonyították, hogy a spárgában található antioxidánsok és vitaminok jótékony hatást gyakorolnak az emberi szervezetre. Mindezek ellenére Magyarországon az egy főre jutó fogyasztása igen alacsony (0,1 kg), míg Nyugat-Európában az éves fogyasztás meghaladhatja a 2 kg/fő mennyiséget.

Az általam vizsgált vállalat 20 hektáros spárgatelepítést tervez. A 20 ha ültetési költsége több mint 147 millió Ft. Ebben az összegben a következő tételek jelennek meg: szaporítóanyag, ültető- és bakhátkészítő gép, öntöző- és tápanyag kijuttató rendszer, a kerítés, a fólia és a hűtőház. A technológia vizsgálatával és a technológiai tervlapok részletes kiszámításával elkészítettem a spárgaültetvény 10 éves termelési tervét.

Vizsgálataim során a bevételi adatok meghatározását realista (legvalószínűbb), pesszimista, és optimista scenáriókkal végeztem. Elemzéseim eredményeként a 20 hektáros spárgaültetvény reális esetben - önerő, hitel és támogatás mellett - a beruházás 9 év alatt térülne meg. A számításaim azt mutatják, hogy a beruházást mindenképpen érdemes és indokolt valósítania a vállalatnak.

Kulcsszavak: spárgaültetvény, beruházás, nettó jelenérték, megtérülés

ABSTRACT

The asparagus belongs to the groups of early vegetables plants. The asparagus can be found in large amounts of antioxidants and vitamins. These intrinsic values are positive effects over the human body. However, the per capita consumption of asparagus is low in Hungary (0.1 kg). Until then, the annual consumption may exceed 2 kg/capita in Western Europe.

20 hectares of asparagus planting plans for the companies investigated. The 20 hectares planting costs of 147 million HUF. This amount included the following items are displayed: mother spawn, planter and ridge maker machine, watering and nutrient getting out system, fence, foil and the cold storage. The analysis of technology and technological design sheets prepared a detailed calculation of the asparagus plantation ten-year operating plan.

In the course of the determination of realistic revenue figures (most likely), pessimistic and optimistic done scenarios. The 20 hectares of asparagus plantations realistic cases downpayment, subsidized loans and the investment return on your investment in 9 years. The calculations indicate that the investment is appropriate and be sure to deliver the company.

Keywords: asparagus plantation, investment, Net Present Value, return

BEVEZETÉS

A Debreceni Egyetem Agrár- és Gazdálkodástudományok Centruma Kutatóintézetek és Tangazdaság Nyíregyházi Kutató Intézetében és Pallagi kísérleti telepeken 2009-ben megkezdődtek a spárgatermesztési kísérletek. A spárga (*Asparagus officinalis*), mint zöldségnövény az igen korai zöldségek csoportjába tartozik. Megfelelő körülmények között szedése már április közepétől megkezdődhet.

Fehér Béláné publikációi alapján arra a megállapításra jutottam, hogy spárga az igen finom és a korai zöldségek csoportjába tartozik. Felmérései szerint az elmúlt évek statisztikai adatai azt mutatják, hogy hazánkban egyre nő az egy főre jutó éves fogyasztás. A zöldségnövény az emberi szervezetre jótékony hatással van, így indokolt lenne a magyar lakosság körében a széleskörű népszerűsítés kampány elindítása. Ehhez persze elengedhetetlen, hogy a kedvező hazai természeti viszonyok mellett a hazai feldolgozást is meg tudják oldani termelők, így mindig friss áru kerülhetne a piacok, boltok polcaira.

A DE AGTC KIT Nyíregyházi Kutató Intézetben és a Pallagi Kísérleti telepeken dolgozók által közölt verbális információk, továbbá a kísérleti ültetvények tényszerű adatai voltak segítségemre. Az itt összegyűjtött adatok segítségével készítettem el egy induló vállalkozás termelési tervét, valamint vizsgálataimban további elemzéseket és számításokat végeztem. Mivel spárgatelepítési beruházást fog megvalósítani a vállalat, emiatt indokolt beruházás gazdaságossági számításokat készíteni, melynek segítségével kiértékelhető, hogy jövedelmező lesz-e ez a befektetés.

„A beruházások gazdaságosságának fő célja a tőkebefektetés, illetve az azt megtestesítő műszaki fejlesztés indokoltságának és életképességének bizonyítása. Minden egyes beruházás előtt meg kell győződni arról, hogy az adott termelő-berendezés működése során folyamatosan keletkező bevételek tartósan meghaladják-e a vállalkozás zavartalan működését és befektetett tőke megtérülését” (APÁTI et al., 2010).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Egy jövőben várható beruházásról van szó, ezért indokoltnak tartottam, hogy beruházás gazdaságossági vizsgálatokat végezzek különböző bevételi adatokkal. Ehhez először kiszámítottam a különböző költségek és bevételi adatokat a technológiai tervlapok segítségével.

A spárga termesztése a szántóföldi növénytermesztés keretei között valósítható meg. Azonban mivel ültetvény az ágazati tervet nem egy évre vonatkoztatva készítettem el, mint a tervet általában, hanem tíz évre. A termésmennyiség és az értékesítési ár becslését követően elkészítettem a spárga technológiai tervét. A tervlap egész éves művelési munkákat tartalmazza.

A szántóföldi növénytermesztés esetében a talajművelés térben és időben elkülönülten következnek, de egymástól nem függetlenek. Egyes műveleteknek más és más típusú gépek szükségesek, melyek eltérő teljesítménnyel is rendelkeznek. A talajmunkák megszervezésekor az a helyes ökonómiai szemlélet, ha a munkavégzéshez olyan erőgépet rendelünk a munkagép elé, amely még megfelelő minőségben elvégzi a munkálatokat. Ezen ökonómiai elgondolás költségcsökkentést vonhat maga után (MARSALEK-FERENCZ, 2008). A technológiai terv N4-es tervlapja alapján elkészítettem a spárgatermesztés termelési technológiáját. Lépésről lépésre kiszámítottam és meghatároztam, hogy milyen munkálatok következnek egymás után, hónapról hónapra. A talajmunkálatok közé sorolható például a szántáselmunkálás, a szervestrágya bedolgozása, a talajmaró. A talajmunkálatokat a telepítés követi (mivel több éves ültetvényről van szó).

A terv készítésekor a tápanyag utánpótlás megtervezése is fontos lépés. A technológiai műveleti tervlapon a szerves- és műtrágyázás kiszámítása is megtörténik.

A szervestrágya állattartó telepekről vásárolható meg. A szervestrágya kiszórása fontos, hogy amint lehet, megtörténjen a beforgatása a talajba, hogy ne legyen nagy a tápanyagvesztés. A spárgatermesztés során nem csak szervestrágyázás történik, hanem műtrágyázás is. A folyékony műtrágya kijuttatása a föld alatt történik csepegtető csőrendszeren keresztül. A folyékony műtrágya előnye az egyenletes kijuttatás, a kisebb tárolási veszteség, környezetkímélő és a kisebb munka és energiaigény (MARSALEK-FERENCZ, 2008).

A technológiai terv elkészítése során a trágyázás mellett a növényvédelem is lényeges kérdés. A károsítók elleni vegyszeres védelem függ attól, hogy milyen a vállalat anyagi helyzete,

valamint a technikai ellátottsága (MARSÁLEK-FERENCZ, 2008). Ezen fontos szempontokat szem előtt tartva töltöttem ki a technológiai tervlapot és alkalmaztam a rendelkezésemre álló technikai erőforrásokat.

A terv elkészítése során a szedés kérdésével is foglalkozni kell. A spárga esetében ezzel csak harmadik évtől kezdve kell számításba venni. A spárga szedése kézzel történik. Meghatározott időben kell szedni a spárgát, mivel ha ez nem történik meg minőségvesztés következhet be, ami pedig csökkentheti a jövedelmet.

Az értékesítési ár kialakításánál a Budapesti Nagyban Piac 2012-es árait vettem figyelembe. Tény, hogy az első termést hozó évben még nagy százalékban nem szedhető első osztályú spárgasíp. Így egy átlagos értéket (700 Ft/kg) határoztam meg a számításimhoz. A további években már 900 Ft kilogrammonkénti árat határoztam meg.

A beruházás gazdaságosság számítása során első lépésben az volt, hogy kiszámoljam a beruházás nettó pénzáramait. Ehhez szükség volt a bevétel és költség adatok kalkulációjára, a hitel, a tőketörlesztés és a kamattörlesztés kiszámítására. Ezt követően már nem volt más feladatomb hátra, mint a mutatók kiszámítása, amelyek a nettó jelenérték (NPV), a belső megtérülési ráta (IRR) a jövedelmezőségi index (PI) és a diszkontált megtérülési idő (DPP).

A konkrét beruházás-gazdaságossági vizsgálatok során meg kell becsülni a beruházási költségeket, bevételeket, hozamokat és a beruházás teljes élettartamát. Ezen elemzésekhez használtam fel a technológiai tervlap kiszámított adatait. A már az előzőekben bemutatott beruházás gazdaságossági mutatók mindegyike egy fontos kérdésre adja meg a választ (SZÉKELY, 2000). A mutatókat többféle szcenárió - optimista, pesszimista, realista - alapján került kiszámításra. Az esetek összehasonlításával arra a kérdésre kapható válasz, hogy melyik eset az a vállalat számára, amelyik a leginkább megvalósítható.

EREDMÉNYEK

A vállalat, melyre kialakítom a beruházás-gazdaságossági vizsgálatokat egy Magyarországon induló vállalat, mely spárgatermesztési beruházást tervez 2012-től Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. 10 éves időtartamot vettem vizsgálat alá a beruházás évétől egészen 2021-ig. A 20 hektáros spárgatelepitést a vállalat fokozatosan kívánja elvégezni.

Először a vállalat ágazati tervét tervet számítottam ki 1 hektárra. A spárga csak a harmadik évben fordul termőre, így az első két évben nem származik bevétele a vállalatnak az értékesítésből.

Kezdetben az egy hektár esetén nem számoltam speciális gépi költséggel, mert ilyen kis területet a vállalatnak már meglévő eszközeivel is meg tud valósítani. Például a burgonya ültetővel és töltőgetővel megvalósítható egy hektár művelése. Így a speciális eszközök, mint az ültető, a bakhátkészítő gép, vagy a bakhátbontó, a feldolgozószalag és a hűtőház nagyobb terület esetén lenne.

A 1. táblázat szemlélteti a kiszámított ágazati tervek összefoglaló adatait a 10 éves időtartamra. A szakirodalmi elemzéseim azt mutatják, hogy a spárga 10 évig képes gazdaságosan teremni. Ezen tény alapján végeztem a számításaimat tíz éves intervallumra. A spárga első két évben nem szedhető, hogy a növény elég erős legyen ahhoz, hogy a harmadik évtől szedhető lehessen. A harmadik évben közel 4 t/ha-os terméshozam várható. Ezt követően folyamatosan növekszik a hozam 2019-ig, ahol elérheti a 8 t/ha-os terméshozamot. Ettől kezdve a növény által produkált síphozam folyamatosan csökken.

Az értékesítési ár kialakításánál a Budapesti Nagyban Piac 2012-es árait vettem figyelembe. Tény, hogy az első évben még nagy százalékban nem szedhető első osztályú spárgasíp. Így egy átlagos értéket (700 Ft/kg) határoztam meg a számításimhoz. A további években már 900 Ft kilogrammonkénti árat határoztam meg.

Ezt követően a hozam és az egységár összeszorozásával megkaptam az árbevételt. Az első két év kivételével minden évre kiszámítottam az árbevételt, ami 2 800 eFt és 7 200 eFt között változik a termésmennyiségtől és az ártól függően.

A termelési érték annyiban tér el az árbevételtől, hogy a növelő tényezőket is figyelembe kell venni. Jelen esetben növelő tényező csak a területalapú támogatás melynek mértéke egy hektárra vonatkoztatva 40 000 Ft-ot jelent, mely hozzáadódik az árbevétel értékéhez.

A termelési költség meghatározása során az első év magas értéke (5 839 eFt) a magoncok magas darabára miatt. A második évben még a szedés nem jelent többletköltséget, így az ültetvény fenntartási költsége nem haladja meg az 1 200 eFt-ot. 2015-től a szedés kézimunka igénye növeli a költséget, ezekben az években sem haladja meg a 3 millió forintot.

1. táblázat: A spárgatermesztési adatok 1 hektárra vonatkoztatva 2012 és 2021 között

	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021
Hozam (kg/ha)	0	0	4000	5200	6000	7000	8000	7200	6600	6000
Értékesítési ár (Ft)	0	0	700	900	900	900	900	900	900	900
Árbevétel (eFt)	0	0	2800	4160	5400	6300	7200	6480	5940	5400
Termelési érték (eFt)	40	40	2840	4200	5440	6340	7240	6520	5980	5440
Termelési költség (eFt)	5839	1114	2138	2108	2401	2805	2805	2805	2401	2729
Nettó jövedelem (eFt)	-5799	-1074	702	2092	3039	3535	4435	3715	3579	2711

Forrás: Saját számítás a Nyíregyházi Kutató Intézet termelési terve alapján

A beruházáshoz többféle befektetett- és forgóeszközre is szükség van. Ilyen a szaporítóanyag, a tápanyagellátó rendszer, az öntözőrendszer, a hűtőház és még egyéb eszközök melyeket részletesen a 2. táblázat mutatja a beszerzési értékükkel együtt.

2. táblázat: Eszközsükséglet 20 ha spárgaültetvényhez (eFt)

Eszközök	Összeg (eFt)
Szaporítóanyag	87 370
Ültetőgép	13 000
Bakhátkészítő gép	5 000
Öntözőrendszer kiépítése	10 000
Hűtőház	24 500
Kerítés	1 000
Fólia	5 000
Tápanyag utánpótlási rendszer	1 500
Összesen:	147 370

Forrás: Saját kalkuláció

A beruházás-gazdaságossági vizsgálatok során a realista, pesszimista és optimista bevételi adatok alapján alakítottam ki. A különböző értékesítési árakat a nagybani piacok árstatisztikái alapján választottam ki. A legolcsóbb spárga ára a pesszimista eset, a legjobb az optimista, az átlag pedig a legvalószínűbb esetet jelenti.

A vállalat számára a tervezett profitabilis beruházás megvalósításához szükség van legalább 20 hektár szakaszos telepítésére. 2012-ben 5 hektár telepítését tervezi, majd 2015-ben további 10 ha, végül pedig 2016-ban még további 5 ha.

A nettó pénzáramok számítását követően kiszámítottam a Nettó jelenértéket (NPV), majd a Jövedelmezőségi indexet (PI), és a Belső megtérülési rátát (IRR). A mutatók kiszámításához kalkulatív kamatlábra van szükség. Nagysága a hosszú lejáratú államkötvények és kincstárjegyek kamata adja (SZÖLLŐSI-SZÜCS, 2007). Az Államadóság Kezelő Központ (ÁKK) Zrt. adatai alapján (11) 8,61%-os államkincstári kamattal kalkuláltam a vizsgálataim során. Kutatásaimat többféle bevételi lehetőség figyelembevételével végeztem el, melynek részeként itt is kialakítottam a különböző scenáriókat.

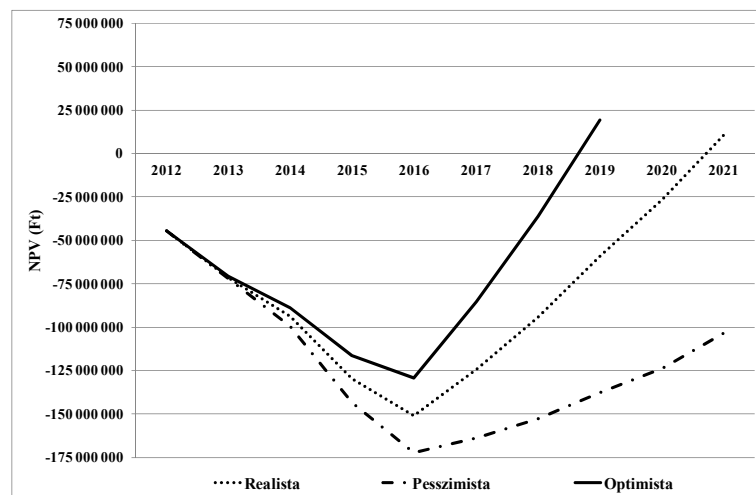
A különböző scenáriók részletes adatait a megtérülési lehetőségekről a 3. táblázat tartalmazza. Pesszimista esetben a beruházás nem térül meg a vizsgált tíz éves időtartam alatt. A realista esetet vizsgálva már azt tapasztaltam, hogy a beruházásra befektetett pénz a 9. évben megtérül, ami azt jelenti, hogy érdemes megvalósítani a tervezett beruházást. Gyorsabb megtérülést eredményez, mint az ültetvény időtartama. A legjobb eset pedig az optimista eset. A magasabb bevételek következtében hamarabb megtérülhet a spárgatelepítési beruházásba fektetett pénze a vállalkozónak

3. táblázat: **Beruházás-gazdaságossági vizsgálatok a különféle finanszírozási módokban**

	NPV	PI	IRR	DPP
Realista	10 445 303	1,01	9,97%	9. év
Pesszimista	-103 550 020	0,56	-	Nincs megtérülés 2021-ig
Optimista	19 150 855	2,29	11,94%	8. év

Forrás: Saját kalkuláció

A nettó jelenérték évenkénti ábrázolásával a diszkontált megtérülési idő szemléltethető egy koordináta rendszerben. Ahol a függvény értéke eléri a nullát, valamint meghaladja abban az évben térül meg a beruházás. A spárgatermesztési beruházás diszkontált megtérülési idejét az 1. ábra szemlélteti.



1. ábra: **A beruházási lehetőségek Nettó jelenértéke az idő függvényében**

Forrás: Saját kalkuláció

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A spárga, mint zöldségnövény szakirodalmi vizsgálata során szembesültem azzal a ténnyel, hogy a magyar társadalom számára mennyire ismeretlen ez a zöldségnövény. Igen korai zöldségféle, így nem igazán akad vetélytársa a piacon.

A beruházás-gazdaságossági vizsgálatok azt mutatják, hogy ha sikerül tartani a realista értékesítési árakat, akkor mindenképpen érdemes megvalósítani a beruházást. A kiszámított mutatók mindegyike meggyőzőtt abban, hogy ez a beruházás nem csak a ráfordított költségeket téríti meg a vállalatnak, hanem további jövedelmet biztosít, melynek köszönhetően a vállalat spárgatermesztő területének méreteit tovább tudja növelni. A beruházás ugyanakkor nem csak a magának a termelőnek fog előnyöket biztosítani, hanem a környezetének is. Mivel a beruházást Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében tervezik ezért ennek a térségnek a helyzetét is javítani fogja. Növelheti a foglalkoztatását, mind az idénymunka miatt, mind pedig amiatt, hogy a növekvő területhez idővel több állandó, bejelentett dolgozóra lesz szüksége. Exportpiaci lehetőségek kihasználásával további jövedelemre tehet szert, melynek következtében az állam számára befolyt (adóbevételek által is) többlet bevételt tesz lehetővé.

A vizsgálataim során az is kiderült, hogy a telepítést nem egyszerre kell elvégezni. Így az ültetvény nem egyszerre fog felszámolás alá kerülni, tehát a folyamatos telepítéssel elérhető a folyamatos termelés és így biztosan nem lesz bevétel kiesés.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Apáti F. – Szöllősi L. – Szűcs I. (2010): Beruházások tervezése. In: A stratégiai és üzleti tervezés gyakorlata. (Szerk. Nábrádi A. – Pupos T.) Budapest. Szaktudás Kiadó Ház, 145-148 p. (2) Marsalek S. – Ferencz Á. (2008): A zöldségtermesztés szervezése és ökonómiája. In: Üzemtan II. (Szerk. Nábrádi A. – Pupos T. – Takácsné Gy. K.) Budapest. Szaktudás Kiadó Ház, 88-108 p. (3) Székely Cs. (2000): Tervezési módszerek és eljárások In: Mezőgazdasági Üzemtan I. (Szerk. Buzás Gy. – Nemessályi Zs. – Székely Cs.) Budapest. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó, 302 p. (4) Szöllősi L. – Szűcs I. (2007): Üzleti tervezés. In: A vállalkozások működése az Európai unióban (Szerk. Nábrádi A. – Nagy A.) Budapest. Szaktudás Kiadó ház, 183 – 191 p. (5) II: <http://www.akk.hu/index.ivy> (letöltve: 2012.03.31.)

**KERESKEDELMI MÁRKÁS TERMÉKEK VÁSÁRLÓI ELÉGEDETTSÉGÉNEK
VIZSGÁLATA A VÁSÁRLÓK ÉS A KERESKEDŐ SZEMSZÖGÉBŐL**PRIVATE LABEL PRODUCTS CUSTOMER SATISFACTION SURVEY IN THE
CONTEXT OF CUSTOMER'S AND RETAILER'S PERSPECTIVE*Kristóf Erzsébet*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Gazdasági agrármérnöki MSc szak I. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

A vizsgálat célja az utóbbi évekre jellemző kereskedelmi irányvonalak bemutatása, a saját márka növekvő forgalmazásával „kereskedelmi hatalmi erők” jönnek létre a piacon. E feladat teljesítéséhez a fogyasztói kérdőíves módszer mellett a kiskereskedő beszerzési vezetővel, bolt-csoportvezetővel, bolthálózati menedzserrel interjút és mélyinterjút is készítettem.

A sokaságot az ALFI-KER Kft. vevői köre képezte a mintanagyság 150 vevő volt. A 17 szempontot 6 faktorra csoportosítva elemeztem a vásárlói döntést a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által gyártott saját márkás termékek értékesítésében.

Kulcsszavak: interjú, fogyasztók, saját márka

ABSTRACT

The purpose of the investigation is to present the recent trends in trade because “trade powers” have been created by the increasing turnover of private labels. In order to complete this task, I have made interviews and deep interviews with the retail purchasing manager, the team leader of the retail unit and the retail network manager besides following the method of asking customers to fill in a questionnaire.

In the conducted sampling the population was defined as the group of customers of ALFI-KER Kft. and the size of the sample was 150 customers. The 17 criteria were grouped into 6 factors and finally the buying decision was analysed in the course of the sales of own branded items produced by a Reál Hungária Élelmiszer Kft.

Keywords: interview, customers, private label

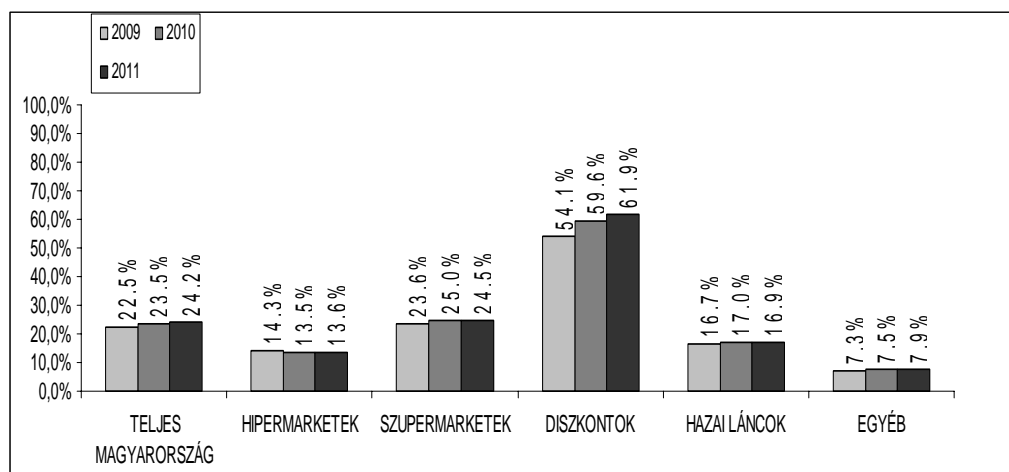
BEVEZETÉS

A kereskedelem fontos szerepet játszik a gazdaság és életszínvonal növekedésében. A nemzetgazdasági ágak közül a kereskedelem a Központi Statisztikai Hivatal besorolása alapján a tercier (szolgáltató) szektor része. A gazdaság alapját jelentő csere, és az erre épülő vállalkozói környezet adja a kereskedelem bázisát. Ez a közeg közvetít abban a folyamatban, amikor a szükségletből kereslet, majd fogyasztás lesz. Ezzel a feladattal a nemzetgazdaság egyik fontos ágává válik a kereskedelem (KURUCZ, 2004).

Az élelmiszerkereskedelem jelenlegi tendenciája alapján elmondható, hogy legfőbb szereplői, nevezetesen a kiskereskedelmi hálózatok növekvő szerephez jutnak, mivel a márkázott termékek értékesítésén kívül saját márkás termékek forgalmazásával nagyobb teret nyernek bizonyos termékcsoportok körében. Az élelmiszeripar, kereskedelem azon nemzetgazdasági ágak közé tartoznak, melyek aktualitásukat és szerepüket stabilan megőrzik a piacon. Egy profitorientált kereskedelmi vállalkozás számára kulcskérdés, hogy milyen termékek kerüljenek a polcokra, beleértve a saját márkás termékeket is. A legfontosabb cél minden esetben a fogyasztó igényének/elvárásának kielégítése, az értékesített árucikkal. A fogyasztási szokások egyre inkább az egészséges élelmiszerek felé tolódnak (NAGY, 2005).

A vásárlási hajlandóság változása is hatással lehet a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által forgalomba hozott saját márkás termékek forgalmára, piaci helyzetére. Az ALFI-KER Kft, a Reál Hungária Élelmiszer Kft. társult tagjaként forgalmazza a vizsgálni kívánt „Reál” márkajelzésű termékeket. Saját márkás termékekkel kapcsolatos vásárlói véleménykutatás még nem történt, ezért foglalkozom ezzel a témával. A vizsgálat célja az utóbbi évekre jellemző kereskedelmi irányvonalak bemutatása, ugyanis a saját márká növekvő forgalmazásával „kereskedelmi hatalmi erők” jönnek létre a piacon. A felmérés azokra a fogyasztói jelenségekre irányul, amelyek hozzájárulnak a saját márkás termékek jövedelmezőségének javításához. Céлом tehát a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által bevezetett termékek forgalmazási körülményeinek és az érintett termékekkel kapcsolatos vevői elégedettség elemzése.

A hazai kereskedelmi láncok saját márkáinak értékbeni részesedése az elmúlt években alig változott, 17% körül alakult. Legnagyobb részesedést a diszkontok tudhatják magukénak, 61,9%-kal, amely 2009-2011 között 7,8%-al növekedett. A hazai láncok részesedése 17% körül alakul (1. ábra). A mennyiségi részesedést alapul véve a diszkontok vezetnek 71,5%-os részesedéssel (2011). A hazai láncok esetében ez az érték 2011-ben 23,1% volt. Összességében elmondható, hogy a saját márkáknál a mennyiségi részesedés meghaladja az értékben kifejezett arányt, mert olcsóbbak a gyártói márkáknál.



1. ábra: Élelmiszer árucsoportok kereskedelmi márkáinak értékbeni részesedése

Forrás: ACNielsen, 2012

Magyarországon megoszlanak a vélemények a saját márkás termékek minőségéről. Sokak szerint a saját márká gyenge minőséget takar, mások viszont úgy gondolják, hogy a saját márkás termékek minősége megfelelő, különösen akkor, ha a gyártó neve is „kideríthető” a termékjelölésen. Gyakran azonban maguk a gyártók sem járulnak hozzá, hogy a saját márkás termékek esetében feltüntessék a nevüket, az uniós szabályozásnak megfelelően ugyanis elégséges csupán a forgalmazó nevének feltüntetése a címkén. A saját márkák gyenge imázsa lehet elhibázott saját márká szegmentálás következménye, amikor is egy típusú saját márkához a fogyasztói értékítélet szerint is gyenge minőség kapcsolható (STAUDER, 2009).

Hazánkban az alábbi magyar tulajdonú cégek képviseltetik magukat a kereskedelmi piacon saját márkás termékkel: CBA, Coop, Reál.

CBA

Mintegy 260 saját márkás termékkört gyártanak, arányuk az összforgalom értékében mintegy 20%-ot tesz ki. A saját márká főleg az alapvető élelmiszer, a frissáru, a tartós ipari termékek, a zöldség-gyümölcs és az italok termékcsoportra jellemző. A tartósító-ipari termékek csaknem felét, a friss áruk mintegy negyedét adják a saját márkás fajták az üzletlánc logójával ellátva. Az újabb bolttípusok kiépítése a CBA márkastratégiájában is változást hozott, ugyanis a CBA Prima boltok célja az egyenletes és magasabb minőség biztosítása. Elkezdődött a saját fejlesztésű, magas minőségű magyar termékek gyártása, a „Mert Magyar” és a „Minőségi Magyar” néven (JUHÁSZ et al., 2010).

Coop

A saját márkás termékek cikkszama eléri a 900-at és a forgalom több, mint 25%-t teszik ki. Három nagy márká családát alakították ki. A „Nap, mint nap”, valamint a „Jót jó áron” alacsonyabb árkategóriás termékek, szinte minden termékkategóriában megtalálhatóak. Az egészséges táplálkozást hirdető „Jó nekem” termékcsalád újabb fejlesztés főbb termékcsoportjai pedig a húskészítmények, a reggeliző, a puffasztott termékek, tészta és olajok, készlevesek és kekszfélék. E termékek ára magasabb, mint az előző két márkacsoportba tartozó termékekénél, de a minőségi gyártói termékekhez képest olcsóbb. A minőségi saját márkákat a gyártókkal szorosan együttműködve, javaslataikat is figyelembe véve alakították ki (JUHÁSZ et al., 2010).

Reál

Mivel dolgozatomban kutatása a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által forgalmazott termékekre vonatkozik, így a Kft. bemutatása részletesebben történik. A Reál csoport 614 saját márkás termékkel rendelkezik (ALFI-KER Kft, 2012). A saját márkás termékek eladása 15%-t tesz ki az összes forgalomban érték szerint. A Reál forgalmára jellemző termékek 3 fő csoportba oszthatók: jól ismert nemzetközi és hazai gyártói márkák, szezonális termékek és saját márkás termékek. A Reál saját márkás termékei (főleg élelmiszerek, nem alkoholos italok és tisztasági termékek) a hálózat kereskedelmi nevét viselik és kizárólag a Reál Élelmiszer, illetve Reál PONT üzletekben kaphatók. A saját márkás termékeken feltüntetik a gyártó nevét is, ezzel egyrészt segítik a vásárló tájékoztatását, másrészt növelik a feldolgozók felelősségét (JUHÁSZ et al., 2010).

A hazai kereskedelmi láncok fontosabb adatai (1. táblázat). Első helyen a Tesco szerepel 705, 2 Mrd Ft forgalommal, míg a Reál Hungária Élelmiszer Kft. előtt a Spar áll 389,6 Mrd Ft forgalommal.

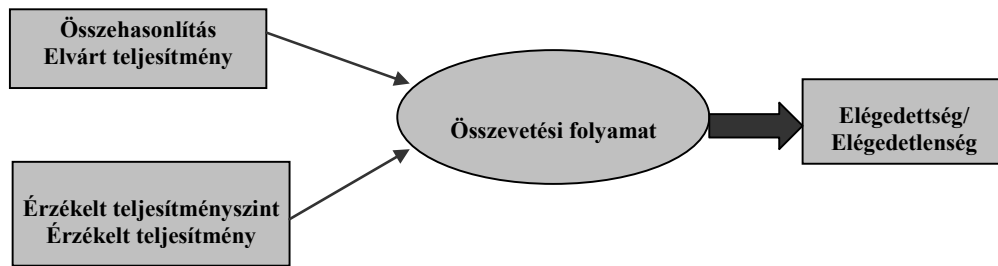
1. táblázat: **Hazai tulajdonban lévő kereskedelmi egységek forgalma és boltszáma 2011**

Helyezés	Boltlánc	Forgalom (milliárd Ft)	Boltok száma
2.	CBA	565	2827
3.	Coop	510	3200
5.	Reál	367	2240

Forrás: AGÁRDI, 2010

Első helyen a Tesco szerepel 705, 2 Mrd Ft forgalommal, míg a Reál Hungária Élelmiszer Kft. előtt a Spar áll 389,6 Mrd Ft forgalommal.

A fogyasztó elégedettség összehasonlításán alapszik, mely eredménye lehet az elégedettség-elégedetlenség (2. ábra).



2. ábra: A fogyasztói elégedettség kialakulásának folyamata

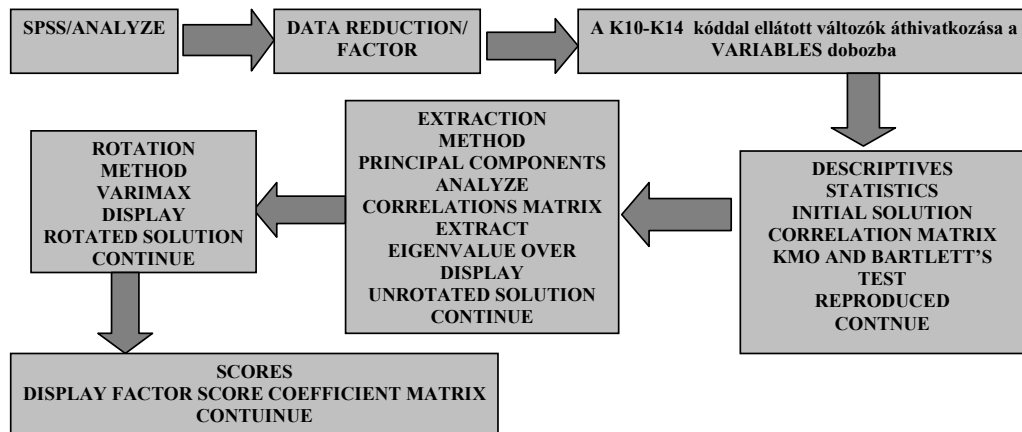
Forrás: SIMON-HOMBURG, 1995

ANYAG ÉS MÓDSZER

A faktorelemzés létjogosultsága a fogyasztói elégedettség vizsgálatok során

Kutatásaink során gyakran találkozunk olyan helyzettel, amikor egy jelenséget szeretnénk megmagyarázni és megítélésünk szerint ehhez kettőnél jóval több változót kell figyelembe vennünk. A mennyiben egy probléma részletes megismerésénél egyszerre több, egymástól sem független változó kapcsolatával is számolnunk kell, a faktoranalízis elemző módszerével célszerű dolgozni (FALUS-OLLÉ, 2000).

A faktoranalízis funkció használata az SPSS programban (3. ábra).



3. ábra: A faktoranalízis funkció használata

Forrás: MALHOTRA, 2008

EREDMÉNYEK

A faktorok elnevezése

A témához kapcsolódó legfontosabb hipotézisem: Jól elkülöníthető csoportokat találunk a „Reál” termékeket vásárló fogyasztók között.

Az SPSS program nem értelmezi a faktorokat, így ezt az elemzőnek kell megtennie. A faktor elnevezése igen szubjektív, ugyanakkor mindig törekedni kell arra, hogy a faktornévben az öz-

szes változó tartalma és jelentése benne legyen. Az elnevezés során nagyobb hangsúlyt kell, hogy kapjanak azok a változók, amelyeknek a faktorsúlya magasabb.

A fentiek alapján az alábbi elnevezéseket adtam:

- 1. faktor: saját márkás termék és üzlet megjelenést preferáló vásárló
- 2. faktor: kényelem és akcióorientált vásárló;
- 3. faktor: friss áru kínálat megfelelő saját márká minőséggel
- 4. faktor: árszínvonal alapján történő saját márká vásárlása
- 5. faktor: élelmiszerbiztonság és csomagolás
- 6. faktor: saját márká paletta bővítése

A faktorok jellemzőinek (állítás, kód, érték) szerinti bemutatása a következőkben látható (2. táblázat).

2. táblázat: **Faktorok jellemzői**

Faktor	Változó állítása	Változó kódja	Faktorsúly érték
F1	ABC megközelíthetősége	K10_2	0,678
F1	ABC nyitva tartása	K10_4	0,653
F1	ABC tisztasága	K10_5	0,823
F1	ABC hangulata	K10_6	0,787
F1	ABC eladók magatartása	K10_8	0,778
F1	ABC áruválasztéka	K10_9	0,595
F1	ABC frissessége	K10_10	0,546
F1	ABC élelmiszerbiztonság	K10_11	0,518
F1	SM minőség	K14_1	0,475
F1	SM csomagolás	K14_2	0,613
F2	ABC parkolás	K10_3	0,636
F2	ABC bankkártya	K10_7	0,588
F2	ABC magyar áruk	K10_12	-0,441
F2	SM akció	K14_5	0,601
F3	ABC frissesség	K10_10	0,453
F3	SM minőség	K14_1	-0,541
F3	SM csomagolás	K14_2	-0,519
F4	ABC ár	K10_1	0,472
F4	SM csomagolás befolyásol	K14_3	-0,556
F4	SM kiszérelés változtatás	K14_4	-0,400
F5	ABC élelmiszerbiztonság	K10_11	-0,596
F5	SM csomagolás befolyásol	K14_3	0,427
F6	ABC parkolás	K10_3	-0,428
F6	SM kiszérelés változtatás	K14_4	0,446

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

Az első faktorba 10 változó, a másodikba 4 változó, a harmadik és negyedik faktor 3 változót foglal magába, az ötödik és hatodik faktor pedig 2 változót tartalmaz. A 2. táblázat eredményei alapján elmondható, hogy a legnagyobb faktorsúly értékkel az „ABC tisztasága” változó rendelkezik (0, 823), ezt követi az „ABC hangulata” (0,787), a harmadik legmagasabb értéket pedig „ABC eladók magatartása” (0,778).

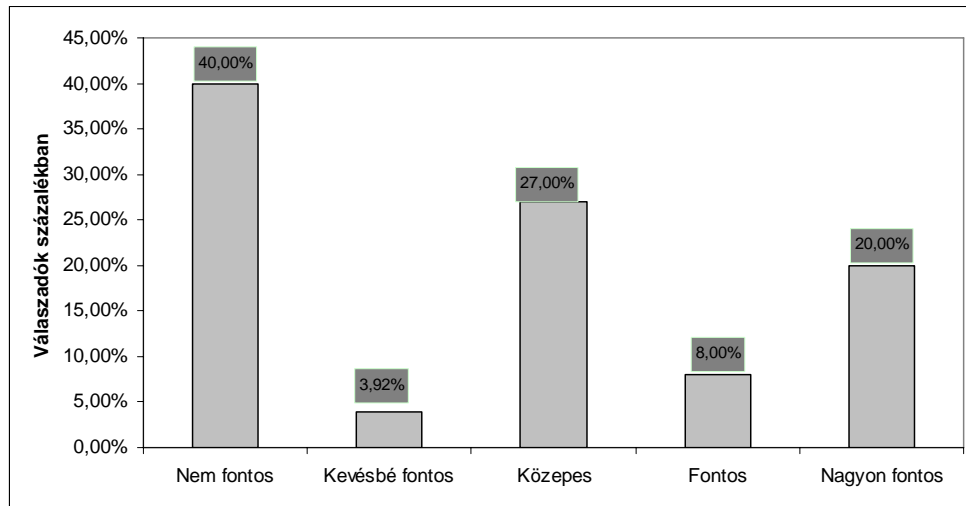
A Reál jelölésű termékek ismeretségének átlaga (3. táblázat). Az adatok azt mutatják, hogy legtöbben a „Reál tej”-et ismerik (85,33%), ezt követi a „Reál étolaj” (75,33%-al). A felsorolt tíz áru ismeretségének átlaga 57,67%. Tehát a megkérdezett vásárlók csaknem fele már találkozott az általam felsorolt árukkal.

3. táblázat: A vizsgált saját márkás termékek ismeretsége

Termék megnevezése	Ismertség (%)
Reál Fehérkenyér	60,67
Reál tej (2,8%)	85,33
Reál baromfi párizsi	48,00
Reál étolaj (1l)	75,33
Reál finomliszt 1kg)	74,00
Reál ételízesítő (250g)	47,33
Reál kávékrémpor (250g)	28,67
Melody sampon (1l)	36,67
Hárs Wc papír (4 tekercs)	66,67
Reál mosogatószer (500 ml)	54,00
Átlag	57,67

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

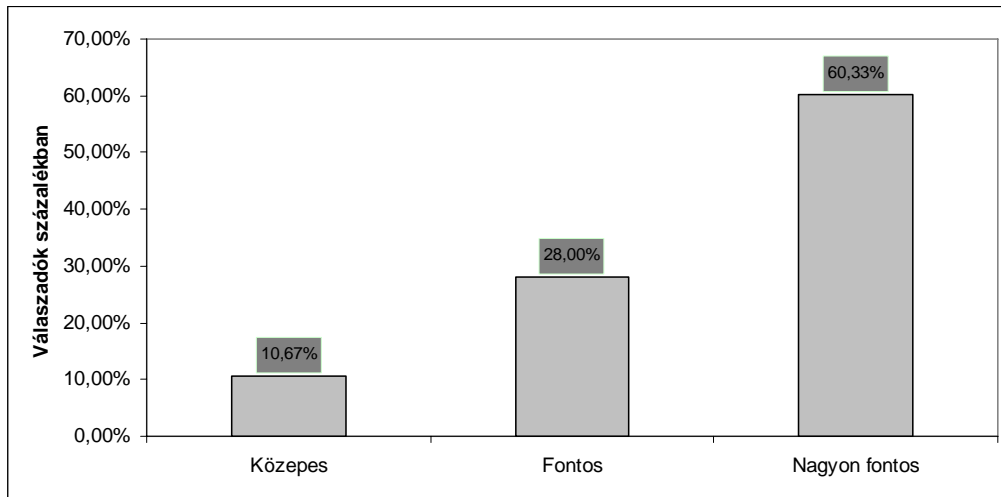
A következőkben a csomagolás fontosságának bemutatása történik (4. ábra). A válaszok alapján eredményei alapján elmondható, hogy a megkérdezett vásárlók 20%-a számára kiemelkedően fontos a csomagolás kivitelezésére a minőség mellett.



4. ábra: A saját márkák csomagolásának befolyása

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

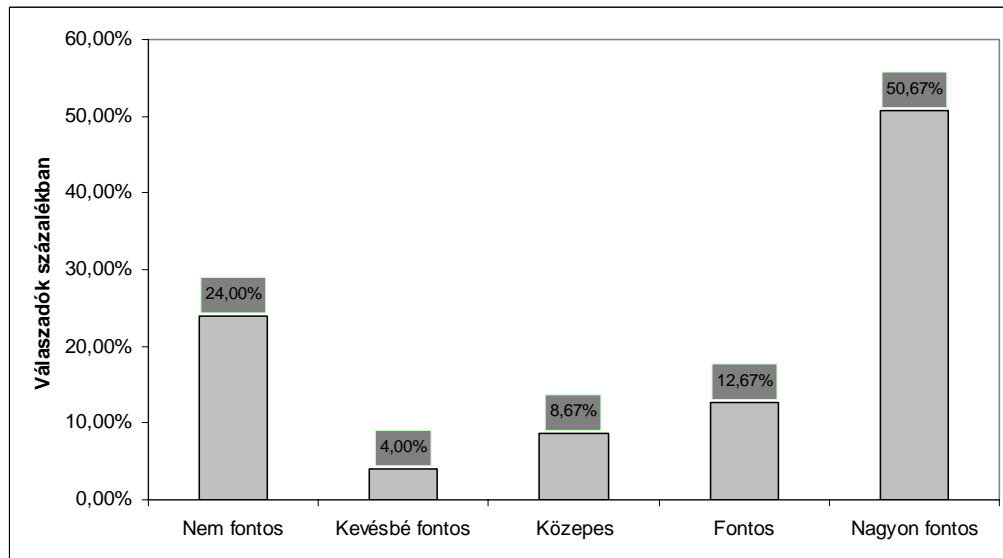
A „Reál” jelöléssel ellátott termékek minőségének bevásárlási döntésre gyakorolt hatásának eredménye következik (5. ábra). Az eredmények alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a minőség „nagyon fontos” (60,33%), a saját márkák vásárlásánál. Ez a döntő ok a márkaválasztás mellett.



5. ábra: A saját márkás termékek minőségének megítélése

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

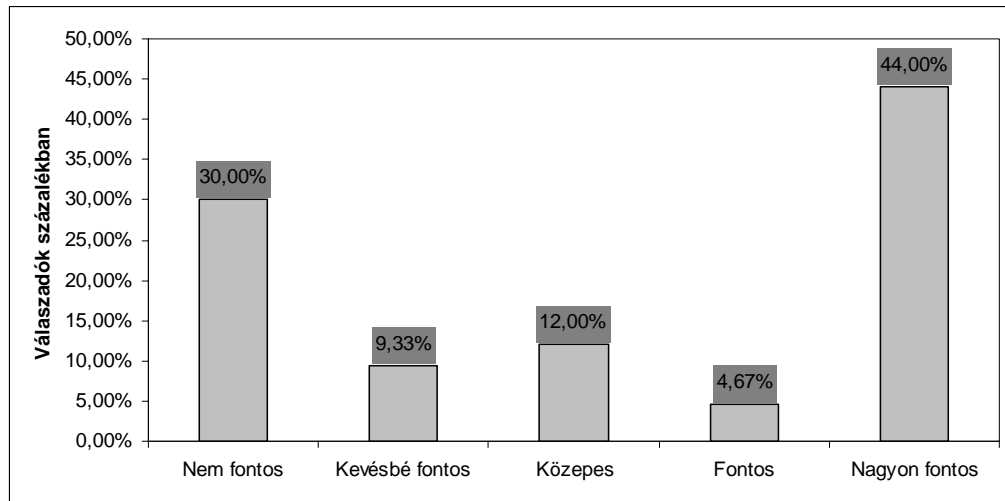
Az akciók vásárlási kedvre gyakorolt hatása az alábbiakban kerül bemutatásra (6. ábra). Az értékek alapján kiderült az, hogy a vásárlók többsége akcióorientált (50,67%), ha az adott saját márkajelzésű termék olcsóbb a megszokottnál szívesebben emeli le a polcról.



6. ábra: Az akciók hatása a vásárlási döntésben a saját márkás termékek esetében

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

A jelenleg forgalmazott saját márkatermékek kiszérlésének változtatására vonatkozó igény eredménye (7. ábra). Az adatok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a többség (44%) igényelné a kiszérlés bővítését. Azonban a következő legmagasabb érték (30%) válasza azt tükrözték, hogy nincs erre a változtatásra szükségük, tehát elégedettek a termékek jelenlegi mennyiségi kivitelezésével.



7. ábra: A kiszerelés változtatásának igénye

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A Reál Hungária Élelmiszer Kft, így az ALFI-KER Kft. célja a saját márkás termékkörrel értékesítésével, hogy a versenytársaktól markánsan elkülönülő, speciálisan csak a Reál üzletekben található, szinte valamennyi termékkategóriát felölelő termékkört biztosítsanak a vásárlóknak. A saját márkás termékkör ezen felül erősíti a Reál észlelését és tudatos ismerettségét. A saját márkás termékek kedvező fogyasztói áru, ugyanakkor az üzleteknek magas árrést biztosító termékkört képviselnek. Ez az üzletek részéről azt jelenti, hogy a saját márkák minden termékkategóriájának valamennyi cikkeleme kötelezően tartandó minden Reál és ReálPont üzletben. A faktoranalízissel és a vásárlói elégedettséget mérő kérdőíves munkámmal elemeztem a „Reál” saját márkás termékek vásárlókra gyakorolt hatását. Az ALFI-KER Kft. szempontjából ez a felmérés hasznos lehet a későbbi stratégiák tervezésében, a meglévők fejlesztésében.

A többváltozós módszerek közül a faktoranalízist alkalmaztam. A faktorelemzést Statistical Package for Social Sciences (SPSS) program segítségével végeztem. A célom az volt, hogy a változók számát csökkentsem minimális információvesztés mellett. Először a faktorelemzésre alkalmas adatok halmazát vizsgáltam meg. A faktorelemzés használhatósága három esetben lehetett volna indokolt, azonban végül két kérdést választottam, amelyek 17 értékelési szempontot tartalmaznak az üzletekre és a „Reál” saját márkák értékelésére vonatkozóan. Az 17 szempontra 6 faktor jött létre. 1. faktor: saját márkás termék és üzlet megjelenést preferáló vásárló; 2. faktor: kényelem és akcióorientált vásárló; 3. faktor: friss áru kínálat megfelelő saját márkával; 4. faktor: árszínvonal alapján történő saját márkás vásárlás; 5. faktor: élelmiszerbiztonság és csomagolás; 6. faktor: saját márkás paletta bővítése.

A faktorok elnevezése során arra törekedtem, hogy a faktornévben az összes változó tartalma és jelentése benne legyen. Ugyanakkor az elnevezés során arra törekedtem, hogy nagyobb hangsúlyt kapjanak azok a változók, amelyeknek a faktorsúlya magasabb. A hat faktor alapján elmondhatom, hogy a vásárlók ezek alapján választják a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által kifejlesztett saját márkás termékeket.

Javaslatom a két vizsgált üzlet esetében:

- A kialakult faktorszempontok (6) figyelembe vétele a későbbi stratégiai koncepciók kialakításában/megvalósításában. A választék és szezonális igények lehetőségeinek konkretizálása, lehetőség szerint bővítése.

- Helyi adottságok pontosabb felmérése valósult meg a kérdőíves vásárlói elégedettség vizsgálatom során, ezen eredményekre indokolt minél gyorsabban reagálni és a különböző termékkategóriákban rejlő lehetőségeket kihasználni a magasabb profitszerzés érdekében.

A saját márkák piaci ereje kevésbé ismert így érdemes ezzel kapcsolatban vizsgálatokat folytatni. Az esetleges hiányosságok bolt/egység szinten feltérképezhetőek, a korábban nem ismert fogyasztói igények is kifejeződhetnek. A faktoranalízissel és a vásárlói elégedettséget mérő kérdőíves munkámmal elemeztem a „Reál” saját márkás termékek vásárlókra gyakorolt hatását. Az ALFI-KER Kft. szempontjából ez a felmérés hasznos lehet a későbbi stratégiák tervezésében, a meglévők fejlesztésében.

A Reál Hungária Élelmiszer Kft, így az ALFI-KER Kft. célja a saját márkás termékkörrel értékesítésével, hogy a versenytársaktól markánsan elkülönülő, speciálisan csak a Reál üzletekben található, szinte valamennyi termékkategóriát felölelő termékkört biztosítsanak a vásárlóknak. A saját márkás termékkör ezen felül erősíti a Reál észlelését és tudatos ismerettségét. A saját márkás termékek kedvező fogyasztói áru, ugyanakkor az üzletnek magas árrést biztosító termékkört képviselnek. Ez az üzletek részéről azt jelenti, hogy a saját márkák minden termékkategóriájának valamennyi cikkeleme kötelezően tartandó minden Reál és ReálPont üzletben. Munkám során megállapítottam, hogy a fogyasztók a bemutatott szempontok, faktorok szerint értékeli a Gólya és Szarvas ABC-ket. E tényezők, faktorok tekintetében kimagasló teljesítményt kell nyújtaniuk ahhoz, hogy kedvező képet alakítsanak ki magukról, sőt ezt meg is tartásuk a jövőben. Ha e tényezők megvalósulnak a vásárló ismét visszatér a boltba és kialakul a bolttal, a „Reál” saját márkás termékekkel szembeni hűség, elégedettség.

Ha az ALFI-KER Kft. e a faktortényezőket kihangsúlyozza magasabb piaci részesedésre tehet szert más magyar tulajdonban lévő kereskedelmi vállalkozásokkal szemben.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1): Agárdi I. (2010): Kereskedelmi marketing és menedzsment. Akadémiai Kiadó Zrt, Budapest, pp. 21.-26. (2): ACNielsen, Reál Hungária élelmiszer Kft számára készített kimutatás (3): Juhász A. – Jankuné K. Gy. – König G. – Stauder M. – Tunyoginé N. V. (2010): A kereskedelmi márkás termékek gyártásának hatása az élelmiszer kiskereskedelemre és a beszállítókra. Agrárgazdasági könyvek, 2010. 5. sz., Agrárgazdasági Kutatóintézet, Budapest, pp. 54. (4): Kurucz A: Kereskedelmi vállalkozások gazdálkodása, Előadás, Sopron 2004-2005 tanév I. félév www.kurucz.aanre.hu/forras/Kergazdjel.doc (letöltve:2011. 07. 26.) (5): Naresh K. M. (2008): Marketingkutató. Akadémia Kiadó, Budapest, pp. 607– 608.(6): Nagy J. 2005: Élelmiszeripari tendenciák, Műhelyesettanulmány, <http://edok.lib.uni-corvinus.hu/86/1/Nagy58.pdf> (letöltve: 2011. 04. 11.) (7): Simon H. – Homburg C. (1995): Kondenzufriedenheit. Konzepte, Methoden, Erfahrungen, Wiesbaden: Gabler pp. 36. (8): Stauder M. (2010): Az élelmiszer-kereskedelmi rendszer átalakulásának hatása a hazai termelők piaci helyzetére. Doktori (PhD) értekezés, Szent István Egyetem, Gödöllő, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, pp. 183.

A KÉZMŰVES CUKRÁSZIPAR JELENLEGI HELYZETE MAGYARORSZÁGON
THE CURRANT SITUATION OF CRAFTSMAN CONFECTIONERY INDUSTRY IN HUNGARY

Ladányi Krisztina

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Turizmus-vendéglátás szak IV. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

A magyarországi kézműves cukrásziparban az elmúlt évtizedekben számos változás ment végbe. A rendszerváltás után az 1990-es években fellendült a szakma, ez a lendület egészen a 2008-as gazdasági világválságig kitartott, mely teljesen átalakította, megnehezítette az ágazat helyzetét. 2008 előtt sem volt problémamentes ez a szektor, de a válság begyűrűzése után egyre több gonddal kell megküzdenie cukrászainknak, ilyen például a szakképzés, szakemberek képzettsége, felkészültsége, alapanyag használat, feketegazdaság, multinacionális cégek térnyerése, stb. Ezen túl előtérbe kerülnek a mesterséges anyagok és félkész termékek használata, amelyek rontják a szakma presztízsét.

Dolgozatom fő célkitűzése a magyarországi hagyományos kézműves cukrászati iparág helyzetének és az azt befolyásoló legfontosabb tényezőknél a feltárása. Ezzel együtt egy összefoglaló képet kívánok adni a cukrászat múltjáról, jelenéről és jövőéről.

A kutatásaim alapján megállapíthatom, hogy a magyar kézműves cukrászipar központi problémája a kézműves cukrászati termékek háttérbeszorulása a piacon. Erre a fő problémára közvetlenül hatást gyakorol a multinacionális láncok és pék szakma térnyerése, feketegazdaság megléte, illetve hozzájárul az oktatásbeli problémák.

Kulcsszavak: cukrászat, kézműves, problémafa, hagyományos, SWOT-mátrix

ABSTRACT

The last few decades witnessed several changes in the Hungarian handi-craft confectionery industry. In the 1990s, after the change of regime the industry enjoyed a boom which lasted until the 2008 global economic crisis transforming the industry and making its situation more difficult. Although the industry encountered a few problems even before 2008, when the crisis infiltrated into the country, the Hungarian confectioners had to tackle more and more problems, including vocational training, qualification, learning, the use of raw materials, black economy, the spread of multinational companies, etc. Besides, the use of artificial materials and semi-finished products which ruined the prestige of the trade gained importance. In my paper I wish to explore the situation of the Hungarian traditional handi-craft confectionary industry and the most important factors which had a dramatic impact on it. In addition, I wish to present the past, the present and the future of confectionery. Relying on my research, I suggest that the core problem of the Hungarian handi-craft confectionery industry lies in the decreasing importance of the handi-craft products. The problem is directly influenced by the spread of multinational companies and the baker's trade, the existence of the black economy and educational issues as well.

Keywords: confectionery, craftsman, problem tree, traditional, SWOT-matrix

BEVEZETÉS

A század elején az édességkészítő ipar anyagilag és szakmailag egyaránt megerősödött, keresett és jól menő szakmának bizonyult. Majd a világháború, később pedig az államosítás visszább vett lendületéből. Ezekben az években az ÁFÉSZ-ek és vendéglátó vállalatok vették át a cukrászatokat. Az egykori fellendült vendéglátóiparnak – beleértve a cukrászipart is – a szakma egy virágzó korszakának vetett véget ez a változás. Az összevonási törekvések hatására, eleinte csak a termelőműhelyek nagysága változott, korszerűsítés nélkül. Több emberrel egy helyen, régi technikákkal, szakmai fejlődés nélkül folytatódott a termelés. A változásra egészen az 1980-as évek végéig kellett várni, ekkor újra elkezdtek kialakulni a magáncukrászatok. Sorra nyitották meg a különböző típusú vendéglátóhelyeket. A szakma ismét fejlődésnek indult, kezdett újjáéledni. 1995-től ismét akadály gördült a cukrászok elé, a multinacionális cégek térnyerése évről évre nehezíti helyzetüket. Ehhez az eddig sem felhőtlen állapothoz 2008-ban csatlakozott még a gazdasági válság is.

Az utóbbi években egyre több kereskedelmi lánc jelent meg országunkban. Az élelmiszerkereskedelem és élelmiszeripar kapcsolata szélsőségesen megváltozott a láncok térnyerésével. Az általuk forgalmazott áruk iránt nagy a kereslet, főként széles termékskálájuk és alacsony áraik miatt. Ezek a multinacionális cégek kedvezőbb áron kínálják a helyben készített, illetve az előre csomagolt, fagyasztott, pék- és cukrásztermékeiket. Ezáltal a hagyományos kézműves cukrászok háttérbe szorulnak a piacon, mivel ők minőségi alapanyagokból állítanak elő kiváló termékeket, amelyek árban nem tudják felvenni a versenyt. A cukrászaink nap, mint nap, országszerte szembesülnek ezzel a problémával. Ezekre a bonyodalmakra keresik a megoldási lehetőségeket, hogy a piaci versenybe ők is be tudjanak kapcsolódni és talpon tudjanak maradni.

A probléma nagyon összetett, fogyasztóként mi magunk is felelősek vagyunk a kereskedelmi láncok térnyeréséért. Az emberek döntő többsége háttérbe szorítja a minőséget, az itthon gyártott magyar termékeket, az egyetlen és elsődleges szempont az ár. A fogyasztói szemléletváltással valószínűleg még éveket kell várjunk Magyarországon. Mindemellett a magyar kézműves cukrászipar is küzd különböző nehézségekkel, mint a szakképzés, szakemberek képzettsége, felkészültsége, alapanyag használat. Előtérbe kerülnek a mesterséges anyagok és félkész termékek használata. A technológiai fejlődés az egyszerűbb, szakmai ismereteket nem igénylő folyamatok felé halad, mely a szakma oldaláról is egyfajta igénytelenséget mutat.

A gazdasági válság sem javít helyzetükön, nehéz megtalálni azt a szűk, de létező fogyasztói szegmest, amely rendelkezik a megfelelő jövedelemmel és meg tudják fizetni ezeket a kézzel készített, minőségi termékeket.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatómunka megtervezése után, megkezdtem a vizsgálatokat. Első lépésben szekunder adatgyűjtést végeztem, mely során statisztikai adatokat és szakirodalmakat dolgoztam fel. Ezt követően mélyinterjún alapuló primer adatgyűjtést végeztem, melynek keretében személyesen kerestem fel a szakma képviselőit. A személyes interjúk során sokat tanultam a szakma jeles képviselőitől, akik pozitívan fogadták kezdeményezésemet. Az interjúk során, az általuk megfogalmazott javaslatok és problémák alapján elkészítettem az ágazat SWOT-mátrixát. Első lépésben számba vettem a vizsgált terület, vagyis a cukrászipar legfontosabb jellemzőit – erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek kategóriába csoportosítottam. Majd a gyengeségek és fenyegetettségek figyelembevételével összeállítottam a kézműves cukrászipar problémafáját. Itt az egymással logikai kapcsolatban álló elemek, alulról felfelé mutatják a köztük lévő ok-okozati kapcsolatokat. Utolsó lépésben, pedig a feltárt problémákra tettem megoldási javaslatokat, mely során a megállapított problémákat újrafogalmazva célok formájában jelenítettem meg.

EREDMÉNYEK

A magyar kézműves cukrászipar SWOT-mátrixa

A begyűjtött adatok és információk feldolgozása után összeállítottam a kézműves cukrászipar SWOT-mátrixát (*1. ábra*), mely rávilágít az ágazat legfőbb erősségeire és gyengeségeire, ezen túl pedig a külső tényezők által meghatározott lehetőségekre és veszélyekre.

A belső jellemzők, melyek segítik a célok elérését az ágazat erősségei. Az egyik legfontosabb erőssége a kézműves cukrásziparnak a magas minőségű, egyedi, kézzel készített termékek. Pozitív előnyük van más piaci szereplőkkel szemben, mivel a cukrászdákban személyes kapcsolat alakul ki a vásárlók és az eladók között, vendégül látják a fogyasztókat, egyedi élményt nyújtanak számukra. Magyarország szerencsés helyzetben van a tekintetben, hogy megmaradt a tiszta cukrászdai profil, nem olvadt össze a pék szakmával, mint az, ahogyan Európa több országában tapasztalható. Ki kell emelni a szakmai tradíciókat és a meglévő megfelelő szaktudást, mely hozzájárul az ágazat fejlődéséhez.

A tényezők melyek gátolják a célok elérését az ágazaton belül az ipar gyengeségei. Az egyik legfőbb probléma az oktatás, mely több területre is kihat, befolyásolja az egész ágazatot. Igénység szintjének csökkenése figyelhető meg a cukrászok oldaláról, mind alapanyag tekintetben, mind pedig technológiailag. Nehezítő körülmény a gyenge érdekérvényesítés. A Magyar Cukrász Iparosok Országos Ipartestülete létszámánál fogva nem tudja érdekeiket megfelelő módon képviselni. A Magyar Kereskedelmi és Iparkamarai tagok sokféleségéből adódóan egy-egy csoport érdekeit speciálisan nem tudják képviselni. Változó ár-érték arány adódhat többek között a kézművességből, alapanyagok minőségéből, elkészítés technológiájából, szakember ellátottság területi eloszlásából, stb.. Gyengítő körülmény továbbá a fogyasztók szemléletváltásának hiánya, a vendégeknek nem a mennyiséget, hanem a minőséget kellene jobban preferálni, jobban törődni az összetétellel, alapanyagokkal. A kézműves iparból adódóan kevésbé jövedelmező az ágazat mivel elengedhetetlen a kézi munka, továbbá fontosak az állandó fejlesztések ezek mind magas költségekkel járnak. A gyenge marketing politika is negatívan befolyásolja a piacot, pedig vannak pozitív kezdeményezések, ilyen például az „ország torta” kampány. 2007 óta augusztus 20-ára meghirdetnek egy versenyt a cukrászok között, az ország születésnapjához tartozó receptjét kell megtervezni, a beérkezett recepteket bírálják, majd kiválasztják a legjobbat. Ezt az augusztus 20-ai ünnepségre országsszerte elkészítik cukrászaik. Kiváló kezdeményezés, mely nagy sikert arat a fogyasztók körében.

Lehetőségekként azokat az adottságokat vettem figyelembe, melyek szintén segítik a célok elérését. Itt főként a technológiai illetve irányzatbeli újításokat emelném ki. Elengedhetetlen a szakmában a trendek és újítások felismerése, követése és alkalmazása. Lehetőségek közé sorolható a kiváló minőségű alapanyagok, melyek ma már mindenki számára elérhetőek, többet között például a csokoládé, ahogy azt már említettem az Európai Unió csatlakozással csökkent a vám mértéke. Nem nagy számban, de jelen vannak a különböző szakmai tanfolyamok mely során új tapasztalatokra tehetnek szert a cukrászok, új technikákkal találkozhatnak, például francia illetve mediterrán cukrászati irányzat. Illetve fontos megemlíteni a nemzetközi piaci lehetőségeket. Egyes alapanyagok olyan alternatívát kínálnak, melyek segítségével külföldi piacokon is meg lehet jelenni a saját készítésű termékekkel.

A külső tényezők melyek gátolják a célok elérését az ágazat fenyegetettségei, ezek jelentik a kézműves cukrászatok számára a legnagyobb veszélyeket, ezeket közvetlenül nem tudják befolyásolni. Idetartozik a gazdasági és politikai környezet, amelyre nem tudnak közvetlenül hatást gyakorolni. A fizetőképes kereslet csökkenése kapcsolatban állhat a munkanélküliség növekedésével, mely részben a gazdasági válsággal magyarázható. Egyrészt a fogyasztói szokások megváltozásával, csökkent a vásárlók igény szintje, másrészt ez is magyarázható a nehéz gazdasági

helyzettel. A kiszámíthatatlan piaci környezet több szempontból is negatív hatásokat gyakorol, például értékesítési bizonytalanságot generál.

<p>ERŐSSÉGEK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minőség • Személyes kapcsolat a vevőkkel • Tiszta cukrászdai profil • Egyediség • Kreativitás • Szakmai tradíciók • Kézműipar • Meglévő szaktudás 	<p>GYENGESÉGEK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oktatási problémák • Szemléletváltás hiánya • Anyagfelhasználás • Igényesség szintjének csökkenése a cukrászok oldaláról alapanyag-használat tekintetében • Gyenge érdekérvényesítés • Változó ár-érték arány • Alacsony jövedelem termelőképesség • Növekvő adminisztrációs munka • Gyenge marketingpolitika
<p>LEHETŐSÉGEK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kiváló minőségű, elérhető alapanyag-ellátottság • Elérhető technológiai újítások, pl. <ul style="list-style-type: none"> - Molekuláris konyha - Vákuum technológia - Csökkentett energiatartalmú alapanyagok • Szakmai tanfolyamok • Rendelkezésre álló új irányzatok, pl. <ul style="list-style-type: none"> - Francia desszertek - Bon-bonok - Mediterrán cukrászat • Nemzetközi piaci lehetőségek 	<p>VESZÉLYEK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gazdasági válság • Feketegazdaság • Csökkenő fizetőképes kereslet • Multinacionális kereskedelmi láncok térnyerése • Fogyasztói igényesség csökkenése • Széleskörű süteményforgalmazás • Munkanélküliség • Fenyegetettség a multinacionális láncokkal, feketegazdaság szereplőivel szemben • Pék szakma térnyerése • Kiszámíthatatlan piaci környezet • Politikai környezet • Fiatal generáció érdektelensége • Értékesítési bizonytalanság • Közterhek növekedése • A piac területi diverzifikációja • Időbeli szezonális

1. ábra: A magyar kézműves cukrászipar SWOT-mátrixa

Forrás: Saját szerkesztés

Veszélyeztető tényező a kereslet térbeli diverzifikációja. Egyes területeken melyek turisztikailag frekvenciáltabbak, magasabb kereslet mutatkozik a kézműves cukrászipari termékek iránt, ezáltal eltérőek az eladási árak az országban. Időbeli szezonális is jellemző, nyáron a fagyalt szezon által, a legtöbb helyen bevétel növekedés figyelhető meg, míg a téli szezonban ez kiesést eredményez. Fenyegetettséget jelent a cukrászok számára a széleskörű édesipari termékek forgalmazása. Manapság már mindenhol lehet süteményeket kapni, így kevesebben térnek be a cukrászdákba. Az utóbbi években, nemzetközi tendencia hatására növekedett meg Magyarorszá-

gon a pékségek száma, mely azóta csökkenő tendenciát mutat. Fenyegtettség figyelhető meg a multinacionális láncokkal, illetve a feketegazdaság szereplőivel szemben. A láncok illetve „zugcukrárszdák” térnyerésével gyengül a kereslet a minőségi termékek iránt, mely a versenyképességet negatívan befolyásolja. A pékek bekapcsolódtak a piaci versenybe, mivel már édesipari termékeket, süteményeket is gyártanak, ezáltal konkurenciát jelentenek a cukrászoknak. A fiatal generáció érdektelensége, nevelési problémákra vezethető, hiányoznak a lelkes, szakma iránt elkötelezett fiatalok. Ezáltal veszélyeztetve van az ágazat utánpótlásának jövője.

A magyar kézműves cukrászipar problémafája

Vizsgálataim alapján kijelenthető, hogy a hazai kézműves cukrászipar központi problémája az ágazat alacsony versenyképessége, a kézműves cukrászipari termékek háttérbeszorulása a piacon, melyet a 2. ábrán mutatok be. Kutatómunkám során három fő problémakört tártam fel, amelyek közvetlenül a központi probléma meglétéhez vezetnek. Így a legfőbb problémákat az oktatásbeli hiányosságok, a feketegazdaság megléte, illetve a multinacionális cégek térnyerése és tevékenysége köré csoportosítottam.

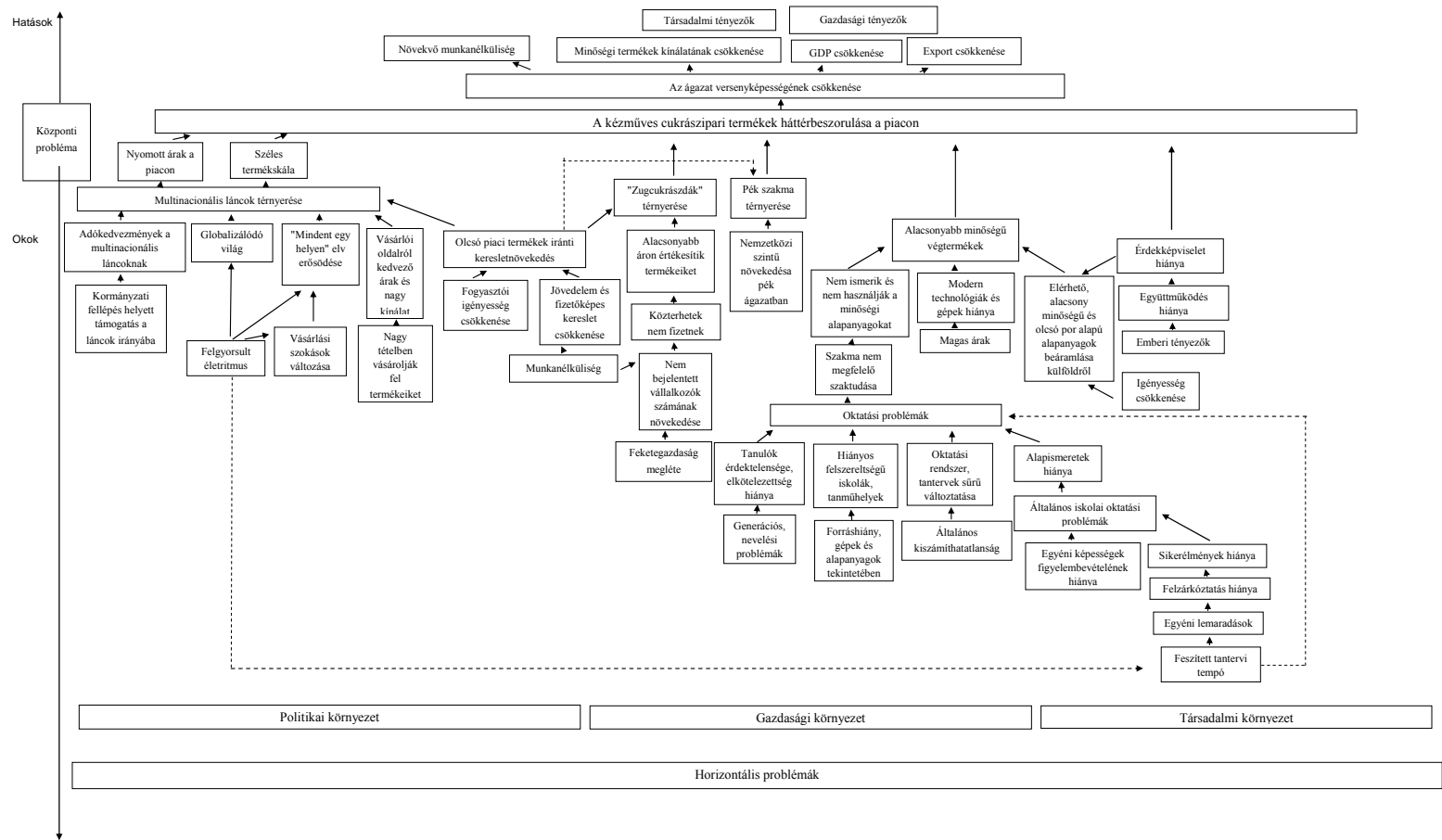
A központi probléma hatással van mind társadalmi, mind pedig gazdasági tényezőkre. Többek között gazdasági szempontból a GDP csökkenését eredményezi, illetve export csökkenést. Társadalmi tekintetben, pedig növekvő munkanélküliséget, kínálat csökkenést minőségi termékek tekintetében stb.

A multinacionális cégek térnyeréséhez nagyban hozzájárult a kormányzat oldaláról a támogatások megléte. A rendszerváltás óta magas társasági-adókedvezményt kaptak mely hátrányosan érintette a magyar vállalkozókat. A felgyorsult életritmus is pozitívan befolyásolta helyzetüket. A vásárlási szokások megváltozásával előtérbe került a „mindent egy helyen elv”, a vásárlók könnyen, gyorsan, egy helyen intézhetik el a teljes bevásárlást. Termékeiket nagy tételben vásárolják fel, így ezeket kedvezőbbén tudják beszerezni, illetve tovább értékesíteni. Vevői oldalról számos előnnyel számolhatunk, széles termékskálát biztosítanak, jutányos áron.

Olcsó piaci termékek iránti keresletnövekedés figyelhető meg, mely közvetlenül is hozzájárul a központi problémához, illetve közvetve a láncok, „zugcukrárszdák” és pékségek térnyerése által. Ok-okozati tekintetben a fogyasztói igényességre illetve jövedelem és fizetőképes keresletcsökkenésre vezethető, az utóbbihoz pedig nagyban hozzájárul a munkanélküliség.

A feketegazdaság megléte évtizedek óta probléma Magyarországon. A gazdasági válság hatására csökkent a munkahelyek száma, ezáltal is erősödött a feketegazdaság. Az ágazatban nagy hátrányt jelentenek ezek a „vállalkozások” akik, nem bejelentett vállalkozók, így közterheket sem fizetnek, ezáltal termékeiket kedvezőbb áron tudják kínálni. A munkanélküliségből adódóan, foglalkozásuk végett sokan elkezdtek otthon süteményeket készíteni és forgalmazni, ezzel is növelve a feketegazdaságot. Ez több szempontból is veszélyes lehet, melyeket az interjúk kiértékelése során már említettem.

A pék szakma előtérbe kerülése főként egy nemzetközi hatásnak, tendenciának tudható be. Az utóbbi évek során megszorodott a pékségek száma Magyarországon illetve Európa szerte is. Mint ahogy korábban megemlítettem, Svájcban, Franciaországban, Ausztriában a cukrárszdák mellett megtalálható egy kisebb pékség is. Hazánkban is számuk megnőtt, mára már csökkenés mutatkozik, de függetlenül a cukrárszdáktól, a tiszta cukrászdai profil megmaradt. Viszont a pékek is elkezdtek a különböző édesipari termékek, süteményeket készíteni, mely konkurenciát jelentenek az ágazatnak.



2. ábra: A magyar kézműves cukrászipar problémafája

Forrás: Saját szerkesztés

Az alacsonyabb minőségű végtermék, a cukrászatok részéről részben oktatási problémákra vezethető vissza, meg kell említeni itt még a modern technológiai hiányosságokat, illetve a cukrászok részéről egyfajta igényesség csökkenését. Ezáltal előnyben részesítik az olcsóbb, de minőségileg rosszabb por alapú alapanyagokat, melyek nagy számban külföldről érkeznek Magyarországra. A modern gépek hiányoznak a cukrász műhelyekből is, ennél fogva nem tudják a legújabb technológiák adta lehetőségeket kihasználni, ez is befolyásolja a végtermék minőségét. A berendezések magas ára miatt nem áll módjukba beszerezni a legújabbakat. A szakma nem megfelelő szaktudása egyértelműen oktatási problémákra vezethető vissza. Az oktatásbeli hiányosságokat részben generációs és neveltetési problémák okozzák. A diákok felőli érdektelenség és elkötelezettség hiánya hátráltatja a képzést. Szintén problémákat okoznak a hiányos felszereltségű iskolák és tanműhelyek. Nincsenek modern gépek, nem tudják kipróbálni a legújabb technológiákat, ezen túl az alapanyag ellátással is gondok vannak. Ez mindenekelőtt pénzügyi okokra vezethető vissza, az iskolák forráshiánnyal küzdenek.

Ugyancsak visszahúzó erő az oktatási rendszer, tanterv sűrű módosítása. Illetve fontos megemlíteni az alapsmereti hiányosságokat. Némelyik diák nincsen tisztába az alapvető matematikai műveletekkel, mértékegységekkel, szövegértéssel. Első sorban az általános iskola oktatási rendszerének problémáira lehet visszavezetni. Az alapp probléma a feszített tantervi tempó, mely sok esetben az egyének lemaradását eredményezi, ezáltal a sikerélmények és eredmények elmaradnak, nincs ami motiválja a tanulót, a felzárkóztatásra pedig nincs idő. A rendszer egyik fő gondja, hogy nem méri fel, és nem veszi figyelembe az egyéni képességeket.

Az ágazat versenyképességét hátráltatja az érdekképviselő hiánya. Érdekeiket nem tudják képviselni a piacon vagy más piaci szereplőkkel szemben sem. Ezt az emberi tényezők befolyásolják és nagyban az együttműködés hiánya.

A horizontális problémák megléte, egyenrangúan hatással van a teljes ágazatra, ezek a politikai, társadalmi és gazdasági tényezők.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A saját eredmények kiértékelése során számos problémát, és ezek ok-okozati összefüggését tártam fel, melyek az ágazatot közvetlenül és közvetve negatívan befolyásolják. Központi problémaként az ágazat versenyképességének csökkenését állapítottam meg. Mindez számos tényezőre vezethető vissza. Fontos problémakörök a multinacionális láncok, pékek és „zugcukrászdák” térnyerése, melyet abefolyásol a gazdasági helyzet és a fogyasztói igény szint csökkenése is, negatív hatást gyakorol az ágazatra az oktatásbeli hiányosságok, mely kiható a szakemberek felkészültségére, szaktudására és hozzáállására, előtérbe kerülnek a silány minőségű por alapú alapanyagok, ezáltal szintén az igény szint csökkenése figyelhető meg a cukrászok oldaláról is, illetve az érdekképviselő hiánya nehezíti az ágazat lobbiját.

Az általam feltárt és összegzett, rendszerbe foglalt problémákat újrafogalmazva célok formájában lehet megjeleníteni. Ezzel meghatározhatóak a kézműves cukrászat szereplői számára azok a jövőbeli feladatok, a kitűzött cél megvalósításának feltételes lépései, amelyeket megoldva feloldhatóak, megszüntethetőek, illetve mérsékelhetőek azok a problémák, amelyeket az ágazat szereplői befolyásolni tudnak. Mindezek alapján központi célkitűzésként fogalmazható meg a magyar kézműves cukrászipar versenyképességének helyreállítása. Ennek elengedhetetlen lépései pedig az alábbiak:

- Érdekérvényesítés megerősítése, ezáltal könnyebben tudnak fellépni a felmerülő problémákkal szemben. A közös erő megkönnyíti a fellépést a multinacionális láncokkal, pékekkel, fekete-gazdasággal szemben.
- Oktatási reformok elengedhetetlenek. Szakmailag jobban felkészíteni a tanulókat, nagy figyelmet fordítva a gyakorlati helyekre és az ott történő munkára. Tanulók ösztönzése, motivá-

lása, szakma megszerettetése. Megfelelő szaktudással növelhető a termékek minősége, ezáltal jobban be tudna kapcsolódni az ágazata a piaci versenybe.

- Még több szakmai tanfolyam, képzés indítása, a cukrász szakmában tevékenykedők részére. Elengedhetetlen a tanulás az ágazatban, állandó fejlődésben kell lenni. Az ehhez szükséges tanfolyamok és iskolák biztosítása rendkívül fontos.
- Szakmai konferenciák, workshopok, rendezése melyek során a cukrászok tapasztalatokat tudnak cserélni, szembesülnek az egyéni problémákkal, és akár közösen találhatnak rájuk megoldásokat. Itt az újításokat, szakmai tapasztalatokat is megoszthatják egymással.
- Nem megfelelő por alapú alapanyagok kiszorítása a piacról, ezáltal nőne a minőségi alapanyagok használata, mely a végtermékek esetében egy pozitív minőségi ugrást mutatna. Ehhez szükséges az erős érdekérvényesítő erő.
- Közös marketing tevékenység kiépítése. Erre kiváló példa az országtorta kezdeményezés, az év során több ilyen jellegű rendezvényt kellene szervezni, ezáltal a szakmát, kézműves termékeket is lehetne népszerűsíteni, illetve a forgalmat is pozitívan befolyásolja.

A célok megvalósítását jelenleg nagyban befolyásolja és nehezíti a gazdasági válság. Amíg fennáll a forrás és tőkehiány, addig a cukrászok nem tudnak fejleszteni, de a gazdasági helyzetet közvetlenül nem tudják befolyásolni, de addig is a közösségi tevékenységek kiépítésére kellene fektetni a hangsúlyt.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Csordás L. (1998): 180 éves a debreceni cukrászat. Szakdolgozat. Debrecen. 5-20. pp. (2) Bács Z. – Fenyves V. – Grasselli N. – Nagy A. – Szűcs I. (2005): Projektmenedzsment. Budapest. Szaktudás Kiadó Ház Rt. 70. p. EUROSTAT (2012): News Release Euro Indicators. 5/2012 (3) Grasselli N. – Szűcs I. (2007): A projektmenedzsment elmélete és gyakorlata. Budapest. Szaktudás Kiadó Ház Rt. 58-70. pp. (4) Nagy L. – Szűcs I. (szerk.) (2004): Gyakorlati alkalmazások, az üzleti tervezés gyakorlata. Debrecen. 18-20. pp. (5) Síki J. – Tóth-Zsiga I. (1997): A magyar élelmiszeripar története. Mezőgazda kiadó. Budapest. 161-228. pp. (6) Stauder M. (2000): Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet. Budapest. 17-27. pp. (7) Stauder M. (2003): Az agrár- és élelmiszertermékek belföldi kereskedelme a kilencvenes években és napjainkban. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet. Budapest. 19-31. pp. (8) Szabó G. (1997): A duális képzés rendszere és a projekt orientált képzés kapcsolata. Kandó Kálmán Műszaki Főiskola. Budapest. 1. p. (9) Tóthné M. (2007): Kereskedelmi anomáliák, In.: Ágazatspecifikus innováción alapuló projektek generálása a baromfi ágazatban. (szerk. Nábrádi A.-Szöllösi L.), Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum Agrárgazdasági és vidékfejlesztési kar. Debrecen. 68-71. pp. (10) I1: <http://www.kfki.hu/chemonet/hun/food/iptort/iptort2.html>, Az élelmiszeripar fejlődése a kiegyezéstől a 20. század elejéig, (letöltve: 2011.04.20.) (11) I2: <http://www.trademagazin.hu/esemenyek/ceglenden-talalkoznak-az-orszag-cukraszai.html>, Cegléden gyülekeznek a cukrászok, 2011.03.25 (letöltve: 2011.05.01.) (12) I3: http://hvg.hu/gasztronomia/20100812_magyar_cukraszat, Hol tart a magyar cukrászat 1.?, 2010.08.12. (letöltve: 2011.05.01.) (13) I4: http://hvg.hu/gasztronomia/20100917_magyar_cukraszat_mihalyi_laszlo, Hol tart a magyar cukrászat 2.?, 2010.09.17. (letöltve: 2011.05.01.) (14) I5: http://hvg.hu/gasztronomia/20101105_magyar_cukraszat_szamos, Hol tart a magyar cukrászat 5.?, 2010.11.05. (letöltve: 2011.05.01.) (15) I6: <http://www.euvonal.hu/index.php?op=hirek&id=7121>, Változatlanul magas munkanélküliségről számolt be az Eurostat, 2012. 01. 06. (letöltve: 2012.03.16.) (16) I7: <http://www.maipiac.hu/index.php/2009-januar-februar/2810-a-hipermarketek-piaca>, A hipermarketek piaca, 2009.02.18 (letöltve: 2011.05.01.) (17) I8: http://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/zugcukraszok_teszik_tonkre_a_hazai_piacot.html, Zugcukrászok teszik tönkre a hazai piacot, 2011.06.27. (letöltve: 2011.10.08.) (18) I9: http://hvg.hu/karrier/20101111_szakkepzes_iparkamara, Várhatóan 2012-től jön a duális szakképzés, 2010.11.11. (letöltve 2012.01.12.) (19) I10: <http://www.vg.hu/kozelet/tarsadalom/indul-a-dualis-szakkepzes-355281>, Indul a duális szakképzés, 2011.08.10. (letöltve: 2012.01.12.) (20) I11: http://hvg.hu/karrier.oktatas/20110303_pokorni_dualis_szakkepzes, Pokorni: A duális szakképzést kell bevezetni, 2011. 03. 03. (letöltve: 2012.01.12.) (21) I12: <http://www.ipsos.hu/site/egyeni-melyinterju-szakertoi-interju/> Interjú, 2008, (letöltve: 2012. 03.29.) (22) I13: <http://www.adatfelvetel.hu/modszertan/interju.pdf>, A szociológiai interjú (mélyinterjú) készítése,

(letöltve: 2011. 10.01) (23) I14: <http://www.piackutatasok.hu/2012/01/magyar-legmagasabb-afa-kulcseuropaban.html>, A magyar a legmagasabb ÁFA-kulcs Európában, 2012.01.26,(letöltve: 2012.04.03)
(24) I15: http://europa.eu/about-eu/facts-figures/living/index_hu.htm, Élet az Európai Unióban, 2009,(letöltve: 2012.03.29) (25) I16: <http://www.top5ofanything.com/index.php?h=efb06b00>, The top 5 Global Confectionery Companies, 2009, (letöltve:2012.04.01)

**NAGYECSED ÉS FÁBIÁNHÁZA GAZDÁLKODÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA
2004-2011 KÖZÖTT**THE COMPARISON OF THE ECONOMICS OF NAGYECSED AND FÁBIÁNHÁZA
BETWEEN 2004-2011*Lábas István*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Számvitel szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Napjainkban egyre jobban érvényesül az a mondás, hogy az erőforrások szűkössége és a felhasználói igények korlátlansága miatt az önkormányzatokat erős célracionalizmusnak kell jellemeznie. Dolgozatom célja, hogy bemutassam vajon két önkormányzat (Nagyecsed, Fábíánháza) hogyan gazdálkodik a lehetséges, megengedett kereteikből.

Korunk egyik legsúlyosabb problémája az elvándorlás, mely ezen településeken is érvényesül; demográfiai problémákat okoz. A településeken kevesebben fognak élni, kevesebben fognak dolgozni, kevesebb lesz a vállalkozások száma, s így magával vonzza a kisebb bevételeket is. A kiadásoknál az figyelhető meg, hogy sok esetben csökkenő létszám mellett indokolatlanul nőnek az egy főre eső kiadások.

Kulcsszavak: Nagyecsed, Fábíánháza, önkormányzat, gazdálkodás

ABSTRACT

The statement that limited resources together with the unlimited user demand force local governments to follow the principle of strictly target-oriented financial rationalism is becoming more and more valid these days. The aim of the present thesis is to show how two local governments (Nagyecsed, Fábíánháza) use their financial resources at their disposal.

One of the most serious problems we are facing today is migration. Which affects these communities as well causing demographic problems. Diminishing population means fewer jobs and fewer entrepreneurs which results in a lower income for these communities. It is interesting to observe that in many cases lower population figures leave municipal spendings per capita on a cause of increase contrary to previous expectations.

Keywords: Nagyecsed, Fábíánháza, local government, budget analysis

BEVEZETÉS

Magyarországon az 1989-1990-es évek rendszerváltozását követően átalakult az állam szerkezete; a tanácsrendszerek helyébe a helyi önkormányzatok léptek. Ekkor elfogadásra került az 1990 LXV. tv; a helyi önkormányzatokról, melyben nem a korábbi, szakmai elemzéseken nyugvó, racionális megfontolásokat követő modellt, s nem is a helyi társadalom tényleges állapotát tartották szem előtt, hanem olyan absztrakt értékeket, mint az autonómia, a bázisdemokrácia, a szabadság, és olyan nemzetközi standardokat, mintákat, melyek biztosították szalonképességét Európában (PÁLNÉ KOVÁCS, 2010).

Dolgozatom témájául egy kisváros (Nagyecsed) és egy település (Fábíánháza) gazdálkodásának összehasonlítását választottam, melynek vizsgálati időintervalluma 2004-2011 közötti évek. Megvizsgáltam Nagyecsed és Fábíánháza gazdálkodását; egy főre vonatkoztatva, hogy a nagyobb létszám, terület, bevétel ellenére vajon jobban képes-e gazdálkodni egy város, mint egy község. Mind a bevétel és kiadás tekintetében megvizsgáltam, hogy hol következnek be változások, s ezeknek mi az oka. Napjainkban egyre fontosabb az, hogy milyen lehetséges tartalékok

jelenhetnek meg az önkormányzatok működésében, mivel a közeljövőben egy újfajta fejlődési irány bontakozik ki.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Ahhoz, hogy eredményes legyen a kutatómunkám, a két település önkormányzatának a pénzügyi vezetőjét kerestem fel. Személyes beszélgetések révén kérdéseket tettem fel az önkormányzatok gazdálkodásának múltjával, jelenével és lehetséges jövőbeni változásaival kapcsolatban. A kapott beszámolókból lévő adatokat elemeztem.

EREDMÉNYEK

A lakosság szám

Szükséges volt a lakosság szám vizsgálata, mivel pénzügyi és gazdasági összehasonlítást hajtottam végre fajlagos mutatók alapján.

Az 1. táblázatban szereplő adatokból megállapítható, hogy Nagyecseden egy folyamatos létszám csökkenés ment végbe, ez körülbelül 0,4 és 1,4% közötti visszaesés - láncviszony számítás alapján -. A bázisviszonyszámítás alapján megállapítható, hogy a 2004-es évhez képest egy folyamatos létszámfogyás ment végbe, s ez a csökkenési érték a 2011-es évre 381 fő; értéke több mint 5%. Miután Nagyecsed várossá vált (1997) nagyobb volumenű beruházások mennek végbe, melyekkel sikerül a munkaerőt odacsábítani. Ennek következményeképpen sokan itt telepedtek le, családot alapítottak. Ennek ellenére kutatásaim alapján úgy gondolom nem igazán sikerült a városnak a lakosságmegtartó funkcióját erősíteni.

1. táblázat: Nagyecsed és Fábiánháza lakosság száma

Év	Nagyecsed Létszám (fő)	Fábiánháza Létszám (fő)
2004	7245	2018
2005	7172	1985
2006	7072	1982
2007	6995	1974
2008	6967	1936
2009	6904	1917
2010	6864	1906
2011	6819	1861

Forrás: Az önkormányzati adatok alapján saját készítésű

Fábiánházán az adatok alapján a 2004 évi 2018 fős létszámot, mint 100%-os bázisnak vesszük akkor ahhoz képest egy folyamatos csökkenés ment végbe, mely a 2011-es évre már csak 1861 fő; a változás üteme mintegy 8,5%-os. Ha csak az egyes évekhez képesti változásokat figyeljük meg, akkor 0,2-2,4 %-os csökkenések mentek végbe, kivételt képez a 2011-es év ahol a csökkenés mértéke 2,36 %. A lakosság megélhetését korábban a községben működő TSZ biztosította. A rendszerváltást követően megindult egyfajta hanyatlás, megszűnt a TSZ; az emberek munka nélkül maradtak. Miután Nagyecsed fejlődésnek indult valószínűsíthető, hogy többen ide települtek át, azonban az nem megállapítható a kapott adataim alapján, hogy mennyien választották ezt a települést, a közeli Mátészalkát, illetve egyéb községeket, városokat.

„Önmagában az, hogy kevesen vagyunk, nem jelent semmit. A kérdés az, hogy a népesség képes-e arra, hogy jólétet teremtsen” (FEHÉR, 2012).

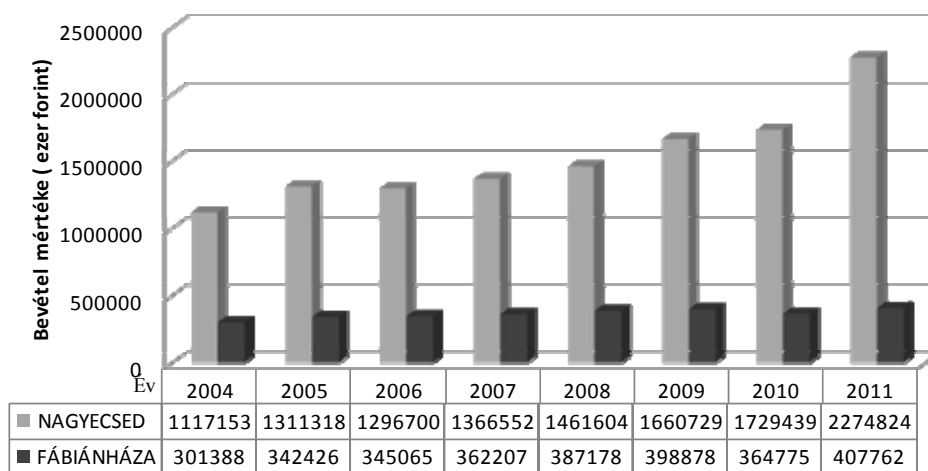
Svájcban kevesebben élnek, öregebbek, mint a magyarok, az erőforrásaik is szűkösebbek, mégsem fenyegeti őket az elszegényedés. Azaz a képzettség és a munkaerőpiaci sajátosságok, tesznek egy országot versenyképesé (FEHÉR, 2012).

Mi lesz a falvakkal?

A kialakítás alatt lévő koncepció szerint bezárnák az önálló polgármesteri hivatalokat azokon a településeken, ahol kétezernél kevesebben laknak. Az érintett önkormányzatok működését egy közös, "egyesített hivatal" biztosítaná, s itt tartanák a képviselőtestületi üléseket, itt működnének az önkormányzatok szövetségeiből alakuló társulások is. Az új törvény szerint, ha egy település nem tud polgármestert vagy helyi képviselőket választani, akkor egy másik községhez kell csatlakoznia; részönkormányzatként kellene tovább működni. Egy másik lehetőség, hogy átmeneti időre a megyei kormányhivatal vezetője nevezne ki egy településvezetőt. A jövőben az ezer fő alatti településeken nem lehetne főállású a polgármester.

Fő kérdésként felmerülhet az, hogy ezen falvakban, ahol az ottani képviselő testület döntött a helyi ügyek szervezéséről, irányításáról, akkor a jövőben hogyan fog ez történni? Nem fogják elveszíteni teljes mértékben a függetlenségüket?

Az "egyesített hivatal" vajon képes lesz-e úgy ellátni a falvak feladatait, érvényesíteni az érdekeit, ahogy azt megelőzően a helyi rendszer tette. Fejlődés tekintetében vajon mi lesz a döntő szempont. A város nagyobb fejlődése, vagy az egységes fejlesztés vagy netán az elmaradott település előtérbe helyezése?



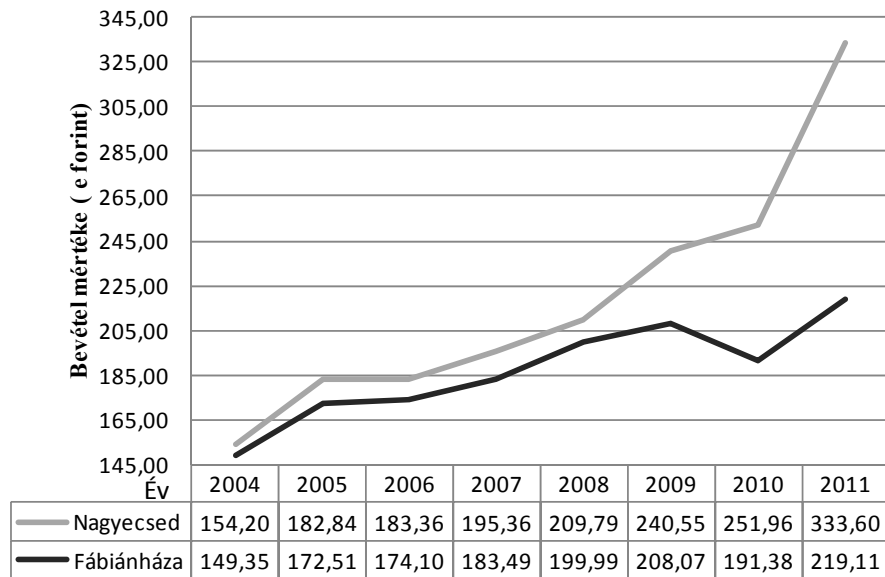
1. ábra: Nagyecsed és Fábánháza bevételeinek összehasonlítása
2004-2011 évek között

Forrás: Nagyecsed és Fábánháza 2004-2011 évi költségvetési jelentései alapján

Az önkormányzatok bevételeit összehasonlítva megállapítható, hogy Nagyecsed bevétele csaknem háromszorosa a fábánházi bevételekhez képest. (1. ábra). A különbség egyrészt a lakosságszámból eredő nagyságra, másrészt a területi, gazdasági infrastrukturális eltérésekre vezethető vissza. Nagyobb lakosságszám esetén, több bevétel realizálható; több sajátos működési és a normatíva szerinti bevétel, több helyi adóbevétel. Bizonyos pályázati pénzek elbírálása során döntő tényező a nagyobb lakossági létszám és egyéb területi, infrastrukturális fejlettségi szerep.

Az eltérés okait azonban gazdasági adottságokban is keresni kell, Nagyecsedben számos kereskedelmi és szolgáltató, gazdasági egység megtalálható, ezzel szemben Fábíánházán sokkal kevesebb.

Ha a bevételt elosztom a lakosság létszámával, megkapom az egy főre eső bevétel mértékét (2. ábra).



2. ábra: Egy állandó lakosra jutó bevétel

Forrás: Költségvetési jelentés alapján saját készítésű

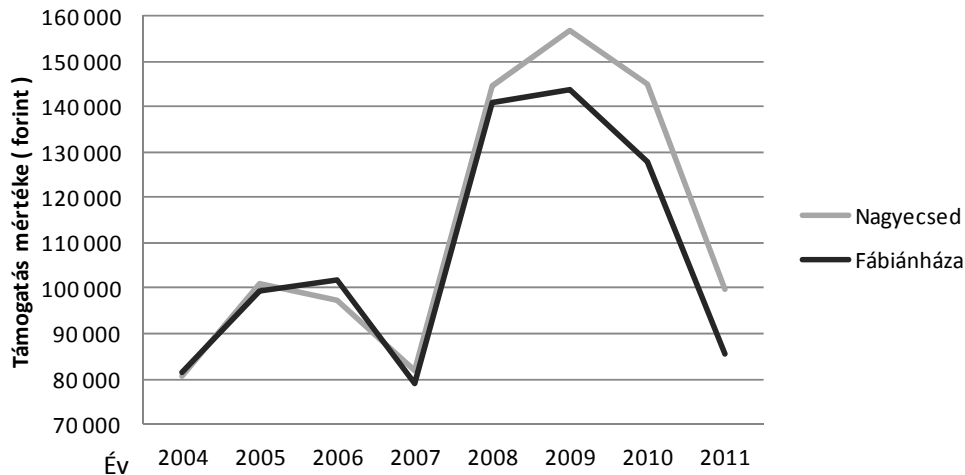
Megállapítható, hogy 2004-től a 2008-as évig a lakosságszámból, a település szerkezetéből és az infrastrukturális fejlődésből eredő különbségek szinte eltűnnek a két település esetében. Majd a 2008-as évtől kezdődően a „párhuzamos együttmozgás” megszűnik, Nagyecsedben szignifikáns növekedés következett be. Nagyecsedben a saját bevételek növekedési mértéke 2009-ről 2010-re 71612e forint, illetve a felhalmozási bevételek 142630e forint. A 2011-re a felhalmozási bevétel összege 700409e forint. A felhalmozási bevételek a különböző fejlesztési pályázatokból származó bevételek növekedését mutatja, melyet csak folyamatában lehet megtervezni. Ez a növekedés okozza azt, hogy a 2011-es évre az egy főre eső bevétel mértéke majdnem 334e forint.

Fábíánháza esetében 2010-es évre egy erőteljes visszaesés tapasztalható. Elsődleges oka, hogy a felhalmozási bevételek 11001e-ről 4658e forintra mérséklődtek. A 2011-es évben a működési célú támogatások bevételét a közfoglalkoztatás megemelkedett támogatási része indokolja, illetve a felhalmozási bevételekben a tervezhető uniós támogatások kerültek kimutatásra.

A 3. ábra költségvetési támogatásokat tartalmaz. A költségvetési támogatás nem más, mint a pénzügyi év során a központi költségvetésből biztosított források összessége.

A költségvetési támogatás lehet:

- normatív támogatás,
- pályázati támogatás,
- megállapodás alapján biztosított támogatás.



3. ábra: Egy állandó lakosra jutó támogatás

Forrás: A kapott adatok alapján saját szerkesztésű

Nagyecsedben a bázisévtől 2006-ig egy enyhén növekvő, majd egy elég erősen visszaeső tendencia rajzolódik ki. A költségvetési támogatások visszaesésének mértéke 155600 e forint 2006-ról 2007-re. 2008-ban a támogatás mértéke majdnem 1,8 szerese az előző évnek, a 2009-es évben még tovább is növekedett 12450 forinttal. Ennek oka, hogy a városban különböző beruházások, fejlesztések mentek végbe pl.: szennyvíz-elvezetés beruházás, ivóvíz minőség javító program, hulladéklerakó létesítése, melyet az ország egyik legnagyobb hulladékgazdálkodási beruházásának keretében hajtottak végre. Ahogy a beruházások, fejlesztések lezajlottak úgy az egy állandó lakosra jutó támogatás mértéke is visszaállt közel a 2004-es év értékére.

Fábánházán a támogatások mértéke 2004-től folyamatosan emelkedtek, s a 2006-os évre elérték a bázisévhez képesti 20431 forintos növekményt; több mint 25%. A csökkenés mértéke 2006-ról a 2007-es évre 22848 forint volt. A vizsgált két utolsó évben szignifikáns növekedés következett be. A pályázatok során sikeresen elnyert pénzek nagymértékben növelték az egy főre eső támogatás mértékét, s elérték a személyenkénti több mint 140000 forintos értéket. Úgy, mint a város esetében itt is miután lezajlottak a fejlesztések az érték a 2004, 2006-os év adataira állt vissza.

Az átengedett személyi jövedelemadó 2007 évben 168603e forint volt, míg ez az adat 2008 évben 680320 e forint volt. Az elfogadott 2008. évi költségvetésről szóló törvényben ezt az önkormányzati támogatás, átvett pénzeszközt átalakították és egy része más formában a költségvetési támogatásokhoz került.

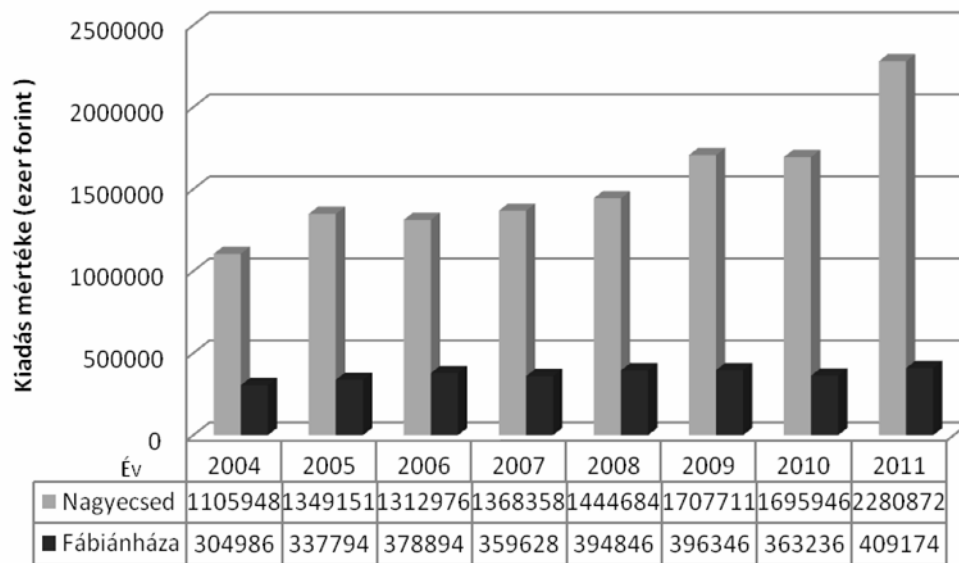
A helyi önkormányzatok támogatását a központi költségvetési kapcsolatokról származó források – az állami hozzájárulások, támogatások, valamint a helyben maradó személyi jövedelemadó – együttesen határozzák meg. A helyi önkormányzatok 2012-ben hitelforrások nélkül több mint 3200 milliárd forinttal gazdálkodhatnak. Ehhez a központi költségvetés – állami támogatás és helyben maradó személyi jövedelemadó révén – mintegy 1140,6 milliárd forintot biztosít. A helyi önkormányzatok központi költségvetési kapcsolatokról származó bevételei együttesen a 2012. évi bázis előirányzathoz viszonyítva 0,7%-kal (7,9 milliárd forinttal) növekednek. Ezen belül a helyben maradó személyi jövedelemadó 2012-re 10,5%-kal (13,3 milliárd forinttal) csökken. Az önkormányzatokat mindig a két évvel korábbi településekre bevallott SZJA illeti meg; a válság hatása erősen jelentkezik ez a bevételekben. 2012-től az átengedett személyi jövedelemadó részesedése javarészt megszűnik, a helyben maradó személyi jövedelemadóból a 8%-

os részesedés ugyanakkor változatlan formában és mértékben fennmarad. A megszűnő személyi jövedelemadó részesedést kiváltó támogatás a 2011. évvel azonos célokat szolgál, e változás nem érinti tartalmilag és összegszerűségében az egyes önkormányzatok forrásait.

Lehetséges további források

Az elmúlt évek során megfigyelhető, hogy a kötelező feladatok finanszírozás során egyre nagyobb szerepet ölt a saját bevétel. Azonban a saját bevétel csak korlátozott mértékben áll rendelkezésre, így a helyi önkormányzatok többségénél az egyedüli megoldást a központi támogatás jelenti; esetemben az ÖNHIKI. Mivel a külső finanszírozási lehetőségek korlátozottak, így csak a belső működés lévén lehet tartalékokat képezni. Tartalékok merülhetnek fel (DANKÓ, 2010):

1. képviselő testületek, közgyűlések működésének átvizsgálása,
2. tisztségviselők számának felülvizsgálata,
3. a kistelepüléseken az államigazgatási feladatok önálló hivatalokban történő ellátása helyett akár kötelező társulásokban történő megszervezése,
4. a hivatali dolgozók számának csökkentése,
5. az adminisztrációs, működési költségek csökkentése során.

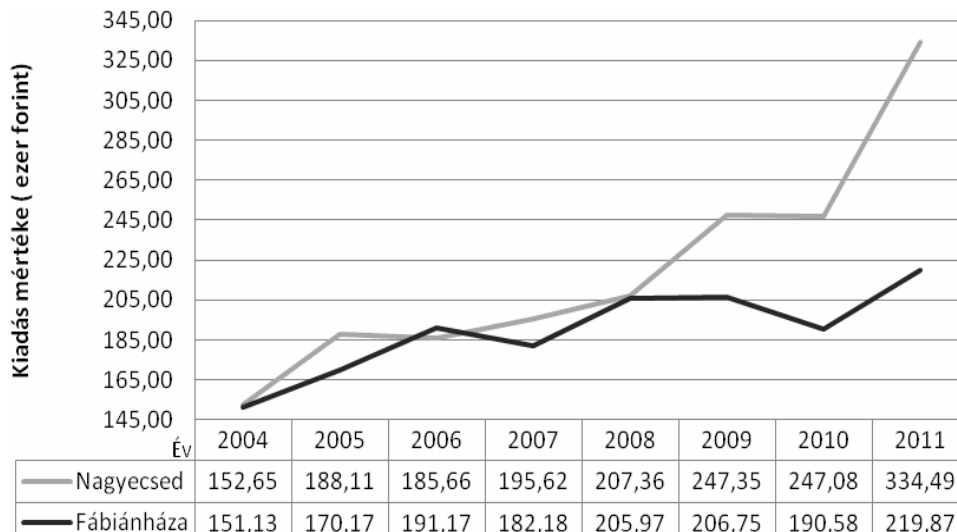


4. ábra: A Nagyecsed és Fábíánháza kiadásainak összehasonlítása

Forrás: Nagyecsed és Fábíánháza önkormányzatának 2004-2011 évi költségvetési jelentései alapján

A két önkormányzat között kiadási tekintetben (4. ábra) jelentős a különbség, úgy, mint ahogy bevételi adatok tekintetében volt. Mivel Fábíánháza kisebb település, mint Nagyecsed, illetve az ellátandó feladatok mennyisége is kisebb ezért valószínűsíthető hogy az eltérések ennek háttérében alakulhattak ki. Ha a bevételekhez viszonyítjuk a kiadások összegét, akkor megállapíthatjuk, hogy a kiadási és bevételi oldalak egymással arányban vannak.

Ha a kiadásokat elosztjuk a létszámmal, akkor megkapjuk az egy főre eső kiadás mértékét (5. ábra).



5. ábra: Egy állandó lakosra jutó kiadás

Forrás: Költségvetési jelentés alapján saját készítésű

Az önkormányzatoknál a bevételek és a kiadások nagysága megközelítik egymást, így az egy főre eső kiadás nagysága majdnem megegyezik a bevételeknél számított ugyanezen mutató adataival. 2004-2008 között szinte a két település egy főre eső kiadásai megegyeznek. 2009-ben következnek be nagy változások. Nagyecsednél a változás oka az egyéb működési célú támogatás, kiadás jelentős nagyságú összege a különböző segélyformákra kifizetett összegből tevődik össze. A felhalmozási kiadások is növekedtek, mely az önkormányzat költségvetésében szereplő szennyvíz beruházás előkészítési szakasz kiadásainak megjelenése okozott. Finanszírozási kiadások között a különböző hiteltörlesztések növekedése okozza a fajlagos mutató növekedését. 2011-ben a személyi juttatások kiadási előirányzata során 11 %-os növekedést mutattak ki, mely a közfoglalkoztatás, START közmunkaprogram év közbeni bővülésének eredménye. Az egyéb működési kiadások között a különböző segélyek kiadási előirányzata jelenik meg, mely a különböző jogszabályi változások, létszámbővülések miatt jelentősen növekedett év közben. 15,01%-os előirányzat növekedés a felhalmozási kiadások kiadás-nemen tapasztalható, mely a településen folyamatban lévő 4 európai uniós beruházásnak tulajdonítható.

Fábánházaán a dologi kiadások okozzák a növekedést; a várható étkezők számának növekedése kiadás növekedéseként jelenik meg. 2010-ben a személyi juttatások esetén a 6,89%-os növekedés oka a közfoglalkoztatás év közben induló pályázataihoz kapcsolódó bérnövekedés. Dologi kiadások esetén 2862 ezer forintos növekedést az év közbeni új feladatok megvalósításának kötelezettsége okozta: választások, közfoglalkoztatás eszközigenye.

A fiskális ekvivalencia elve alapján meg kell teremteni a helyi adóztatás és a helyi közkiadási programok összhangját. A tétel érvényesülését azonban nagymértékben befolyásolhatja a központi költségvetésből a működési célra nem normatív alapon visszaosztott források, a működési célú önkormányzati hitelfelvételek. Azonban ha nem történik meg a központi elosztás, akkor nem megy végbe a különböző adottságú területek közötti differencia kiegyenlítése. A fiskális ekvivalencia elvét azon tény is korlátozza, hogy vannak bizonyos közszolgáltatások, melyeket nem csak a helyi lakosság vehet igénybe, hanem bárki más is.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az önkormányzatok pénzügyi helyzete nem egyik napról a másikra romlott jelentős mértékben. A legnagyobb gondot az okozza, hogy az ellátandó feladatok és a kapott források között lényeges különbség áll fenn. Ez a fajta diszkrépancia a rendszerváltást követően állandóan fennáll.

Ahhoz, hogy a településeken megszűnjön az elvándorlás létszám növelést kell végrehajtani:

- Ipari parkok kialakítása révén; különféle kedvezményekkel odacsábítani a vállalkozásokat, nő a munkahelyek száma, így több helyi adóbevétel generálható.
- A településeken üresen álló ingatlanok megvásárlása, majd kedvező feltételekkel történő értékesítése, esetleg bérbeadása betelepülni kívánók részére. Ezen intézkedés által nőne az önkormányzatok szolgáltatásait igénybevevők száma, s indokolt lenne az intézmények további fenntartása.

Így növelni lehetne a vállalkozások számát, s a lakosság számát is egyaránt. Közvetve infrastrukturális fejlődés menne végbe a térségben.

Egy komoly kérdésként vetődik fel, ha kevesebb a lakosság, ebből eredően kevesebb a gyermek szám a településeken szükséges e mindkét helyen óvoda, illetve iskola? Egyfajta költségcsökkentést lehetne véghezvinni, ha Fábíánházán csak óvoda; mivel a feltételek adottak, Nagyecsedben csak iskola működne. A gyerekeket pedig iskolabusz vinné át az egyik településről a másikra.

A takarékoság érdekében központi törvény kellene, hogy

- optimálisan lehessen kialakítani a képviselő testület létszámát,
- képviselő testületi tagok döntései mögötti anyagi felelősség érvényesüljön.

Ennek következményeképpen:

- a döntéseknél körültekintőbbek, alaposabbak lennének,
- nem pártpolitikai döntések születnének.

FELHASZNÁLT IRODALOM

(1) Dankó G. – Lóránt Z. (2010) : Az önkormányzati szabályozással szembeni kihívások. Pénzügyi Szemle. Budapest. LV. évfolyam. 493-498. p. (2) Pálné Kovács I. (2008): Helyi kormányzás Magyarországon. Budapest – Pécs, Dialóg-Campus kiadó (3) Pálné Kovács I. (2001): Regionális politika és közigazgatás. Budapest-Pécs, Dialóg Campus Kiadó (4) 1990. évi LXV. törvény - helyi önkormányzatokról szóló (5) 1992. évi XXXVIII. törvény – az államháztartásról (6) 2004-2010 évi költségvetési jelentés Nagyecsed (7) 2011 elemi költségvetés tervezése Nagyecsed (8) 2004-2010 évi költségvetési jelentés Fábíánháza (9) 2011 elemi költségvetés tervezése Fábíánháza

A FOLYAMATMENEDZSMENT ALKALMAZÁSA A RENDEZVÉNYSZERVEZÉS TERÜLETÉN

THE APPLICATION OF PROCESS MANAGEMENT IN EVENT PLANNING

*Palatinus Brigitta*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Vállalkozásfejlesztés MSc szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

A régi funkcionális jellegű megközelítés alapján a vállalat vezetők feladatokban, hatáskörökben és osztályokban gondolkodtak. Mára egyre jobban elterjed a folyamatszémleletű megközelítés, amely szerint a vállalatvezetőknek a döntések, a megvalósítás során a vállalkozás rendszer-elemeit felölelő folyamatok mentén kell cselekedniük és gondolkodniuk egyaránt.

A zentai Nyári Ifjúsági Játékok elnevezésű rendezvényen keresztül szeretném bemutatni a folyamatok fontosságát a rendezvényszervezés területén. Egy rendezvény megszervezésénél a kezdeti tervezési folyamattól kezdődően egészen az utómunkálatokig mindenre tekintettel kell lennünk, mivel a rendezvényszervezés veszélye a részletekben rejlik és a megfelelően átgondolt, felépített folyamatok nélkülözhetetlenek egy eredményes rendezvény megszervezésében.

Dolgozatom célja, hogy a folyamatszémlelet alkalmazásával feltárjam a folyamatok egyes tevékenységei közötti logikai, ok-okozati kapcsolatrendszert és ezen keresztül kiküszöböljem a szervezés folyamán jelentkező problémák forrásait. Mindezt azért tartom fontosnak, mert a rendezvények esetében az eladás és a felhasználás párhuzamosan, egyidőben történik a rendezvény látogatói részéről és ebből az okból kifolyólag a problémák, hibák utólagos korrigálására nincs lehetőség.

Kulcsszavak: folyamatmenedzsment, rendezvényszervezés, üzleti folyamat, főfolyamat, részfolyamat, tevékenység

ABSTRACT

According to the old functional approach the leaders of the companies were thinking in tasks, competencies and classes. Nowadays the process approach is increasing. According to this approach it has to be done among the processes covering the understanding system components for the company's leaders.

I would like to introduce the importance of the program organization processes through the "Nyári Ifjúsági Játékok" (Summer Youth Games). Organising a program beginning with the initial planning process it is necessary to consider the supplementary works since the danger of the program implement resides in the details and the built up thoughts are adequately indispensable in the organization.

The goal of my research paper that let me reveal it between the single activities of the process with the application of the process view logic connection system and let me eliminate the sources of the problems coming during the organization. I consider all important issues the selling and using happen in parallel with the programs and flows out the subsequent correction of the problems and there is no chance to further opportunity.

Keywords: process management, event planning, business process, main process, subprocess, activity

BEVEZETÉS

Napjainkban egyre inkább elterjed a folyamat alapú megközelítés és a menedzserek rájöttek arra, hogy nem elég az egyes osztályok keretein belül gondolkodni, hiszen az értéket teremtő folyamatok átlépik az egyes osztályok, funkciók kereteit. A vállalat profitja a szervezet működésének eredményeként jelenik meg. Tehát, ha rosszul húzzuk meg a rendszerhatárokat, akkor a döntések során a vállalat egésze számára előnytelen megoldásokhoz juthatunk. Ezért a döntések, a megvalósítás és a beavatkozások során a vállalati rendszerelemek teljes skáláját átszelő folyamatok mentén kell gondolkodnunk és cselekednünk (I1).

A vállalat működésén belül mennek végbe azok a folyamatok, amelyek eredményeként a vállalati teljesítmény és eredmények kialakulnak. A teljesítmény nem más, mint egy tevékenység, illetve tevékenységsorozat (folyamat) mérhető eredménye. Az üzleti folyamatok eredményeként jelennek meg a vállalat szolgáltatásai és produktumai, amelyeket a piacon egyéb értékekre cserél a vállalat. A folyamatok erőforrásokat használnak fel és el az érték létrehozása érdekében. Tehát a folyamatok menedzselésén keresztül befolyásolhatjuk, javíthatjuk a vállalat gazdasági teljesítményét (I2).

A folyamat alapú megközelítés alkalmazása elősegíti a vevőközpontúság értelmezését és alkalmazását. A folyamat minden résztvevője láthatja, hogy kik az ő vevői és milyen eredményeket várnak tőlük a vevők. A folyamatszemplélet alkalmazásával nyilvánvalóbbá válnak azok a tevékenységek, amelyek egyetlen vevő céljait sem szolgálják, vagy nem megfelelően szolgálják a vevői célok kielégítését, és így többlet költséget vagy veszteséget okoznak a vállalatnak. A folyamatszemplélet alkalmazása segíti az egyes tevékenységek közötti ok-okozati kapcsolatrendszer megértését és ezen keresztül, a működésfejlesztés során a problémák forrásainak megtalálását, illetve a fejlesztési területek kijelölését (NÉMETH, 2001).

A folyamatmenedzsment nem más, mint a vállalati folyamatok és a szervezet állandó hozzáillesztése a vevői igényekhez és a tágabb értelemben vett környezeti elvárásokhoz. A menedzsment egy részterületét képezi, amely a vállalati folyamatok tervezésével, szabályozásával, dokumentálásával és fejlesztésével foglalkozik. Célja a fő üzleti folyamatok megfelelő kialakítása, kézbe tartása és fejlesztése a jobb üzleti eredmények elérése érdekében (IFUA Horváth & Partners, 2006).

Napjainkban a rendezvényszervezés egy globális iparágga nőtte ki magát, speciális szakterületekkel. A történelem folyamán a rendezvények végig jelen voltak és jelképeztek valamit az emberiség életében, különböző formában nyilvánultak meg, mint például az ókori egyiptomi ünnepek, amelyeknek vallási szerepük volt, az ókori görög Olimpiai játékok vagy a római gladiátor küzdelmek, melyek a nép szórakoztatása mellett politikai célokat is szolgáltak.

A rendezvényszervezés előre meghatározott célból, adott helyen és időben tartott összejövetelekkel kapcsolatos teljes körű előkészítő, összehangoló munka, amely magába foglalja az esemény megvalósításával kapcsolatos infrastruktúra biztosítását, valamint a résztvevőkről való gondoskodást. A rendezvényszervezésnek többféle célja lehet, mint például: társadalmi, politikai, tudományos, szakmai, kulturális, szórakoztató és hasonló célok (GYARMATI, 2001).

Manapság a rendezvények jelentősége az egész világon nő. A rendezvények rendelkeznek azzal a pozitív tulajdonsággal, hogy élményt tudnak közvetíteni, ami segítségével egy kellemes, maradandó emléket szereznek, mind a résztvevőknek és a meghívottaknak egyaránt. Egy rendezvény sem képzelhető el megtervezett és jól átgondolt szervezés nélkül, ez mellett minden rendezvény egyedi és egy bizonyos célt szolgál. A rendezvények tervezésénél, szervezésénél nagy hangsúlyt kell fektetni az attraktivitásra, hogy elnyerjük a közönségnek, a célcsoportnak a figyelmét. Ennek a legjobb módja, ha rendelkezünk egy új, kreatív ötlettel, amit megvalósítunk (ALLEN, 2010).

A kreatív és új ötlet mellett szintén nagyon fontos tényező a rendezvényszervezés területén az emberi erőforrás, amely az esemény sikerességét nagyban befolyásolja. Fontos, hogy kik azok az emberek, akik elvégzik az egyes feladatokat. A személyi feltételek a belső kockázati tényezők közé sorolhatók, amelyet leghatékonyabban úgy tudunk minimalizálni, ha olyan embereket választunk, akik rendelkeznek kellő rátermettséggel, tapasztalatokkal és fizikailag is alkalmasak egy rendezvény megszervezésére (FARAGÓ, 2011).

A rendezvényszervezők munkaköréhez tartozik az adott rendezvény programjának előkészítése, gondoskodás annak zökkenőmentes lebonyolításáról és az utólagos munkák elvégzése. Egy rendezvény programjának megszervezése nem könnyű feladat, amit már az elején el lehet rontani, ha nem megfelelően mérjük fel az igényeket, illetve ha rossz az alapötlet. Ennek tudatában kell ügyelni a tervezés, megvalósítás minden egyes folyamatára, valamint az utómunkálatokat is össze kell hangolni a szervezési folyamat egészével (ALLEN, 2010).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A vizsgálatom témája a folyamatmenedzsment és annak alkalmazása a rendezvényszervezés területén. A zentai Nyári Ifjúsági Játékok elnevezésű ifjúsági fesztivál példáján keresztül szeretném bemutatni és elemezni azokat az üzleti folyamatokat, főfolyamatokat, támogató folyamatokat és tevékenységeket, amelyek jelentkeznek ennek a rendezvénynek a tervezési, előkészítési, lebonyolítási és utómunkálati folyamatai során.

A zentai Nyári Ifjúsági Játékok az elmúlt 12. év során a vajdasági fiatalok kedvenc rendezvényévé nőtte ki magát. A rendezvény program koncepciója három különálló részből tevődik össze, amelyek a következők:

1. Éjszakai szórakoztató zenei program
2. Nappali kulturális programok,
3. Csapatverseny, amely köré az egész fesztivál épül, ahol 8 fős, fiatalokból álló csapatok mérik össze erejüket és rátermettségüket különböző típusú vetélkedőkön

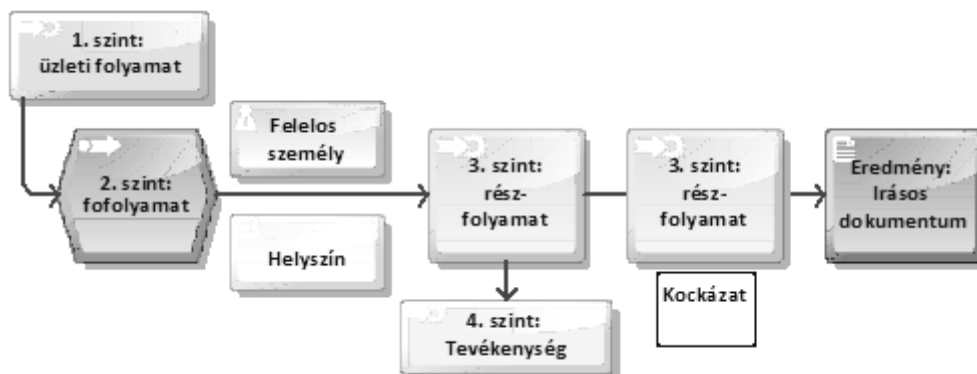
A folyamatstruktúra felépítésénél az IFUA Horvath & Partners által alkalmazott folyamat-hierarchiát használtam, amely alkalmas a folyamatok részletezésére és egy egységes séma kidolgozására. A folyamatmodell alapstruktúrája ez alapján négy szintből tevődik össze, amelyek a következők:

- I. Szint: itt helyezkednek el az üzleti folyamatok, amelyek a legfontosabb témaköröket tartalmazzák.
- II. Szint: a főfolyamatok találhatóak itt. A folyamatok komplexitása függ az ágazattól, vállaltól az általam vizsgált esetben a rendezvény programjának sokoldalúságától, résztvevők és szervezők létszámától.
- III. Szint: a folyamatokat úgynevezett részfolyamatokra bontjuk fel. A részfolyamat olyan tevékenységcsomag, amely nem állhat több tevékenységből, mint amit egy osztály, egy szervezeti egység a rendezvényszervezés területén szervezői csapat, az adott folyamat érdekében végrehajt.
- IV. Szint: ezen a szinten történik a részfolyamatok még részletesebb ábrázolása, ahol tevékenységekre bontjuk le őket.

A folyamatoknak az ábrázolása a második folyamat szintig viszonylag könnyen ábrázolható. Ez a részletezési szint elegendő ahhoz, hogy a folyamatmodell, mint a vállalat működési keretétét bemutassa. A második szinten ábrázolt folyamatokat a folyamatlefutás meghatározásával részletezzük tovább a harmadik szinten. A folyamatok hierarchiájának és az alapvető összefüggéseknek a bemutatása a harmadik és a negyedik szinten történik, az egyes folyamatlépések egymásutánosságának a meghatározásával. A folyamatok harmadik és negyedik szinten történő ábrázolása bonyolultabb ábrát eredményez.

A folyamatmodellek elkészítéséhez a Software AG által kifejlesztett ARIS Express ingyenesen letölthető és használható programját használtam. Az ARIS az első olyan alkalmazás, amely az üzleti folyamatok analizálására alkalmas felhasználói felületet biztosít.

A folyamatmodell elemeinek a bemutatását az 1. ábra tartalmazza. A modell elemei a következők: üzleti folyamat, főfolyamat, részfolyamat, tevékenység, felelős személy, helyszín, dokumentum és kockázat.



1. ábra: Folyamatmodell elemeinek bemutatása

Forrás: Saját szerkesztés

EREDMÉNYEK

Az általam vizsgált rendezvény három különálló program területe közül, a Csapatverseny megszervezésének folyamatait modelleztem és vizsgáltam.

A Csapatverseny megszervezése során négy különböző üzleti folyamatot különíthetünk el, amelyek alkotják a folyamatmodell első szintjét. Az első szinten elhelyezkedő folyamatokat üzleti folyamatoknak nevezzük és ezek a következők: tervezési folyamat, előkészítési folyamat, lebonyolítási folyamat és az utómunkálatok folyamatai. Az üzleti folyamatokat a 2. ábra mutatja be.

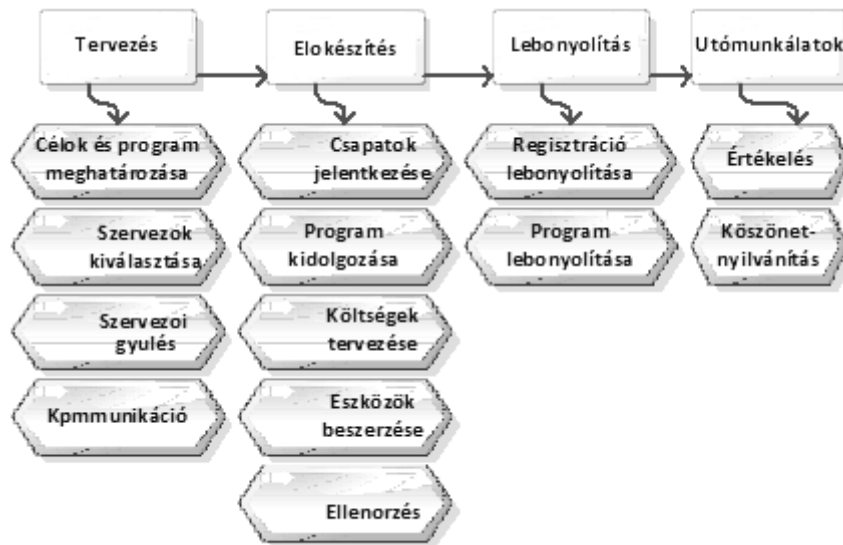


2. ábra: 1. szintű folyamatok ábrázolása

Forrás: Saját szerkesztés

A 3. ábra mutatja be az úgynevezett folyamatterképet, amely tartalmazza a négy üzleti folyamatot és a hozzá tartozó főfolyamatokat. Összesen tizennégy darab főfolyamatot azonosítottam. Ezt a tizennégy főfolyamatot tovább vizsgálva negyvennyolc részfolyamatra bontottam a modellek elkészítése során. A negyvennyolc részfolyamat részletesebb vizsgálatának eredményeként további kilencvenkettő tevékenység meghatározására került sor, így összesen százötvennyolc elemet sikerült azonosítani.

A vizsgálat során minden egyes fő folyamatra elkészíttem a folyamatmodellt. Az elkészített folyamatmodellek közül a tervezési folyamat egyik főfolyamata kerül bemutatásra a továbbiakban.



3. ábra: Folyamattérkép

Forrás: Saját szerkesztés

Tervezési folyamat

A tervezési folyamat öleli fel a célok és program meghatározását, szervezők kiválasztását, az első szervezői gyűlés megtartását és a kommunikációt. Az ábrázolás során ez a négy folyamat helyezkedik el a második szinten, ezek a főfolyamatok (1. táblázat).

1. táblázat: A főfolyamatok határideje, a felelős személyek és a résztvevők

Célok és program meghatározása	április 15-ig	Csapatverseny felelős főszervező Rendezvény főszervező
Szervezők kiválasztása	április 25-ig	Csapatverseny felelős főszervező és rendezvény főszervező
Első szervezői gyűlés	május 15-ig	Csapatverseny felelős főszervező Minden szervező
Első megjelenés a médiában	május 20-ig	Csapatverseny felelős főszervező

Forrás: Saját szerkesztés

A tervezési folyamat első főfolyamatát a célok és a program meghatározása képezi. Ez a folyamat a következő részfolyamatokat tartalmazza: főszervezői gyűlés megtartása, játék koncepció megalkotása, helyszín és időpont kiválasztása, résztvevők számának a meghatározása. A folyamat modelljét a 4. ábra mutatja be.

A célok és a program meghatározása a legfontosabb lépés egy rendezvény szervezésének megkezdésekor. Fontos tisztáznunk, hogy a rendezvényünknek mi a célja, milyen alkalomból kerül megrendezésre és kiknek szánjuk, vagyis meg kell határoznunk a célcsoportot.

Ezt követi a játék koncepció megalkotása. Ezen részfolyamaton belül olyan tevékenységek különíthetők el, mint a téma kiválasztása, kerettörténet kitalálása és a kabalafigura megalkotása. A játék koncepció megalkotása, mint folyamat a harmadik szinten helyezkedik el és tovább bontható negyedik szintű tevékenységekre. A téma meghatározása nagy jelentőséggel bír, mivel könnyebb a rendezvény szervezése, ha van egy központi gondolat, amely köré tudunk építeni. Ilyen téma lehet például a mesevilág, 80-as évek, vadnyugat és még hasonlóak.

A következő részfolyamat a helyszín és az időpont kiválasztása. A helyszín kiválasztása során figyelembe kell vennünk a programunk témáját ezen kívül még fontos tényezőnek számít a helyszín mérete, megközelíthetősége, parkolási lehetőségek. Mielőbb meg kell bizonyosodnunk róla, hogy a kiválasztott terület abban az időpontban szabad. Az időpont meghatározása során ajánlatos utána nézni, hogy a tervezett időpontban nem rendez-e más valaki hasonló rendezvényt. Kockázati tényezőként jelenik meg az időjárás. Mivel szabadterei rendezvényről van szó, ezért rossz időjárás esetén szükséges, hogy rendelkezünk egy "B" tervvel és a programunk helyszínét áthelyezzük egy fedett és az időjárási viszontagságoktól védett helyszínre.

A következő részfolyamat a résztvevők számának meghatározása. A játék koncepció alapján meg tudjuk határozni, hogy hány felelős szervezőre van szükség, akik egy-egy játékterület megszervezésért felelnek illetve e játékok megvalósításához hány segéd szervezőre van szükségünk. A résztvevők meghatározásánál kerül sor a játékos csapatok számának a meghatározására, a csapatok számának meghatározására, játékosok életkorának meghatározására.

Ezen részfolyamatok és tevékenységek elvégzése eredményeként jön létre a tervezett program koncepció, amit szeretnénk megvalósítani.



4. ábra: Tervezési folyamat -célok és program meghatározás folyamatmodellje

Forrás: Saját szerkesztés

Tervezett program koncepció

- *A Csapatverseny esetében célunk nem más, mint hogy a vajdasági fiataloknak e rendezvény megszervezésével egy szórakozási lehetőséget nyújtsunk, ahol barátaikkal együtt tudnak különböző játékokat játszani négy napon keresztül. A program megszervezésével szeretnénk, hogy egy felejthetetlen nyári élményt szerezzünk a résztvevők számára, ami mindig mosolyt fog csalni az arcukra.*
 - *A célcsoportot a 16 és 30 év közötti vajdasági és külföldi fiatalok képezik.*
 - *A Csapatverseny helyszíne: Népkert, Zenta*
 - *A Csapatverseny időpontja: július 17-21.*
 - *Téma: Mesevilág*
 - *Kabalafigura: Ravasz Róka*
 - *Jelmondat: "Gyere jó lesz!"*
 - *A Csapatverseny a következő versenyszámokból tevődik össze:*
 - *Beugró feladat*
 - *Sportvetélkedő*
 - *Portya*
 - *Művészeti vetélkedő*
 - *Szárzsföldi ügyességi játékok*
 - *Műveltségi vetélkedő*
 - *Csapatőrültségek*
 - *Jótekonysági akció*
 - *Környezetvédelmi akció*
 - *Szükséges szervezők száma: 30 fő, ebből játékfelelős szervező 10 fő, segédszervező 20 fő*
 - *Résztvevők száma: maximum 320 fő*
 - *Csapattagok száma: 8 fő*
 - *Csapatok száma: maximum 40 darab*
-

A tervezési folyamat következő főfolyamata a szervezők kiválasztása. Ez a főfolyamat a következő részfolyamatokat tartalmazza: jelentkezés kiírása, szervezői meghallgatás és a szervezeti struktúra elkészítése

A következő főfolyamat az első szervezői gyűlés megtartása az előző folyamat során kiválasztott felelős szervezőknek és segéd szervezőknek. A folyamat lefolyásáért felelős személy a Csapatverseny felelős szervező. A szervezői gyűlés a következő részfolyamatokból áll: ismerkedés, feladatok és elvárások ismertetése, program koncepció ismertetése és ötletbörze.

A tervezési folyamat utolsó főfolyamata a kommunikáció a médiával. Ezt a folyamatot a következő részfolyamatok alkotják: sajtótájékoztató a támogató médiáknak, honlap közzététele és a médiavisszhang figyelése.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Egy rendezvény megszervezése kemény munkát és szakértelmet kíván. A szervezőktől megköveteli a türelmet, kreativitást és precizitást egyaránt. Egy sokoldalú, értéket képviselő program tervezése és előkészítése több hónapot vesz igénybe azért, hogy a program lebonyolítás 4-5 napja – rendezvénytől függően – tökéletesen sikerüljön és a látogatók, résztvevők egy élménnyel távozzanak a rendezvény lezárása után.

A 2011-es Nyári Ifjúsági Játékok Csapatversenye a visszajelzések alapján nagy sikert aratott a résztvevő játékosok körében. 34 csapat jelentkezett a Csapatversenyre, ami összesen 272 résztvevőt jelent. Mint, ahogy a programleírásban látható színes programmal készültünk a játékosoknak, amely nem kevés energia és idő befektetést igényelt a 30 fős szervezői csapat részé-

ról. A tervezési és előkészítési folyamat több mint két hónapot vett igénybe. Komolyabb fennakadás és programcsúszás nélkül ment végbe a lebonyolítási folyamat, ami első sorban köszönhető az előkészítési folyamat sikerességének. Ha az előkészítés folyamán nem fektettünk volna különösebb figyelmet a program kidolgozására, a szervezők hatáskörének és feladatainak meghatározására, az eszközök pontos meghatározására és beszerzésére, a határidők betartására, akkor a lebonyolítás során szembesültünk volna a problémákkal.

Külön sikerek számított az innovációként megszervezett környezetvédelmi és jótékonyági akció, amelyre előző években nem volt példa. A játékosok nem csak a játék élményével gazdagodtak a rendezvényen, részese lehettek két akciónak is, amely a közösség érdekeit szolgálta és erre előző években nem volt példa.

Úgy gondolom, hogy az elkészített folyamat modellek segítségével megállapítható, hogy mik azok a fontos folyamatok, amelyekre különös tekintettel kell lennünk. Ha meghatározzuk a folyamatokért felelős személyeket, a tevékenységek végrehajtóit és a határidőket hatékonyabban tudjuk megvalósítani a kitűzött célokat. A folyamat szemlélet alkalmazása nem csak a rendezvényszervezés területén, de más területeken is hasznunkra válhat akár a mindennapokban, akár egy vállalat üzleti tevékenységének megszervezése során.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Allen, J.(2010): A rendezvényszervezés nagykönyve. Budapest, Akadémia Kiadó (2) Faragó, H.(2003): Idegenforgalmi rendezvények és kongresszusok szervezése. Budapest, Képzőművészeti Kiadó (3) Gyarmati I.(2001): Rendezvényszervező kézikönyv. Budapest, Szokrátsz Külgazdasági Akadémia (4) IFUA Horváth & Partners (2006): Folyamatmenedzsment a gyakorlatban. Budapest, IFUA Horváth & Partners Vezetési és Informatikai Tanácsadó Kft. (5) Németh B.(2001): Folyamatmenedzsment megvalósítása a magyar vállalati gyakorlatban, Kvalikon, Budapest (6) I1 <http://www.tankonyvtar.hu/gazdasagtudomany/controlling-gyakorlatban-080904-233> (7) I2 <http://www.kvalikon.hu/folyamatmenedzsment.php>

**AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS LEHATÁROLÁSA ÉS RENDSZERÉNEK BEMUTATÁSA
EGYES HAJDÚ-BIHAR MEGYEI GYÓGY- ÉS WELLNESS-SZÁLLODÁK
VEZETŐINEK VÉLEMÉNYE ALAPJÁN**

DEFINITION AND SYSTEM DESCRIPTION OF HEALTH TOURISM WITH
INTERVIEWING HOTEL LEADERS OF HEALING AND WELLNESS HOTELS IN
HAJDÚ-BIHAR COUNTY

Vajta Anett Gyöngyi

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Turizmus-vendéglátás szak, IV. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

Napjainkban az egészség megőrzése, a betegségek megelőzése egyre nagyobb prioritást élvez az emberek körében. A rohanó életmód és az egyre globalizálódó világ életre hívta, és mindinkább előtérbe helyezte a turizmusnak azt a formáját, melyben a fő motiváció az egészség és a jóllét elérése.

A kutatómunka során egyrészt igyekeztem az egészségturizmus – általam legelfogadhatóbbnak vélt – definícióját megadni és alszektorait bemutatni. Sokféle meghatározás létezik, de véleményem szerint a II. Nemzeti Fejlesztési Terv előkészítése során elfogadott gondolat felel meg leginkább a hazai egészségturisztikai szektor leírásának. Másrészt próbáltam egy rövid összefoglalást adni Magyarország egészségturisztikai helyzetéről a keresleti és a kínálati oldalt figyelembe véve.

Végül a kérdőíves elemzés során megkérdezett négycsillagos gyógy- és wellness-szállodák vezetőinek, értékesítési munkatársainak véleménye tükrözi az általam többször hangsúlyozott tényt, miszerint a turizmus nemzetgazdasági ág, és azon belül az egészségturizmus szegmens ma rendkívül meghatározó eleme a magyar gazdaság teljesítőképességének. Egybehangzóan állították azt is, hogy ez a jövőben is így lehet, ha megfelelő infrastruktúra, logikus fejlesztések, körültekintő, nem csak a Budapest-Balaton vonalat hangsúlyozó marketingtevékenység és elegendő tőke áll rendelkezésre a tervek megvalósításához.

Kulcsszavak: egészségturizmus, nemzetgazdaság, motiváció, jóllét, egészség, marketingtevékenység

ABSTRACT

Nowadays people pay more and more attention to preserve their health and prevent illnesses. The causes of this behaviour are globalization and the busy lifestyle that vivified the special form of tourism where the motivations are achieving health and well-being.

While doing my research, my aim was to define health tourism and its subsectors in the most acceptable way. There are many definitions but in my opinion the definition of the II. National Development Plan is the most appropriate one. On the other hand I attempted to give insight into Hungary's health tourism regarding its supply and demand.

Last but not least the responds given to my questionnaire shows that the tourism national economy arm and health tourism subsector are key elements of the performance of the Hungarian national economy. The respondents think that with appropriate development, infrastructure and marketing activity that reflects not only the Budapest-Balaton line we can achieve that health tourism will remain one of the most successful areas of our national economy.

Keywords: health tourism, national economy, motivation, well-being, health, marketing activity

BEVEZETÉS

Már az ókorban is tettek az emberek olyan utazásokat, melyek motivációja a gyógyhatásának vélt helyek felkeresése volt – ennek köszönhető az egészségturizmus kialakulása. Így nem egy új keletű fogalomról van szó, azonban csak az utóbbi néhány évtizedben került előtérbe, mely az utazó népesség egyre egészség tudatosabb életmódjának tudható be.

Megfigyelhető, hogy – bár Magyarország a világ 5. legnagyobb termálvíz-készletével rendelkezik – mégsem érezhető akkora érdeklődés egészségturisztikai kínálata iránt, mint az ilyen természeti kincs birtokában elvárható lenne.

Nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy állami szinten is igyekeznek az egészségturizmusra nagyobb figyelmet fordítani, melynek ékes bizonyítéka, hogy a Magyar Turizmus Zrt. 2011-et az Egészségturizmus tematikus évének jelölte ki.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásom egyrészt hazai és külföldi szakirodalmak, valamint statisztikai kiadványok adatain alapul, másrészt elvégeztem egy kérdőíves felmérést, amelyre 2012 februárjában került sor. Fő célom az volt, hogy megvizsgáljam a Hajdú-Bihar megyében működő négycsillagos gyógy- és/vagy wellness-szállodák igazgatóinak, felsővezetőinek véleményét a megyei, térségi egészségturizmus helyzetéről, a munkaerő-utánpótlás esetleges nehézségeiről, valamint az általuk kínált szolgáltatásokról és a tervezett beruházásokról.

A szállodák kiválasztásánál a Központi Statisztikai Hivatal Budapesti és Pest Megyei Igazgatósága volt segítségemre, akik rendelkezésemre bocsátották az első tíz Hajdú-Bihar megyei gyógy- és/vagy wellness-szálloda névsorát, amelyet a vendégéjszakák száma szerint készítettek el a 2010. év végi adatok alapján. Azért ezt a mutatót választottam, mert véleményem szerint ez fejezi ki a legjobban egy szálloda kihasználtsági fokát. Sokan gondolhatják, hogy az árbevétel láttatja legjobban egy szálloda nagyságát. Ez azonban meglátásom szerint nem mérvadó, hiszen egy szálloda bevétele annak méreténél fogva alacsonyabb vagy magasabb lehet más szállodák bevételeinél, így nem kapunk reális képet. A tíz szállodából hat helyen álltak készségesen rendelkezésemre.

EREDMÉNYEK

Magyarország egészségturisztikai helyzete

Kínálat

A magyarországi gyógyvizek leggyakrabban a mozgásszervi megbetegedések kezelésében, valamint a keringési és bőrbetegségek, nőgyógyászati panaszok és ivókúra formájában emésztőszervi bántalmak enyhítésére is alkalmasak.

Emellett fontosak a nem víz alapú gyógytényezőink is, melyek szintén fontos szerepet játszanak Magyarország egészségturizmusában. A budapesti Nemzetközi Pető Intézetnek, amit jelentős számú külföldi vendég látogat, központi jelentősége van nemcsak Európában, hanem az egész világon.

Ezek a tények igazolják, hogy miért növekszik a kereslet a medical turizmus mint termékkajta iránt az orvosi céllal utazók körében, és ezek a példák megmutatják, hogy a medical turizmusnak miért van helye az egészségturizmus fogalomkörében.

A gyógytényezőket a hazai kínálatban ma nem csak gyógyításra használják, hanem körülbelül fele-fele arányban jelennek meg rekreációs és egészségmegőrző „eszközökként”. Ezek az adottságaink megfelelnek a Németországból induló medical wellness irányzatnak is, és a jövőben várható ennek a trendnek az elterjedése Magyarországon is (OES, 2007).

Nem elegendő pusztán gyógyturisztikai szolgáltatásokat nyújtani itt tartózkodó vendégeinknek. Ki kell ezeket egészíteni olyan elemekkel, amelyek növelik a vendégek elégedettségét, és meghosszabbítják az itt tartózkodásukat, és ez a turisztikai bevételek szempontjából kiemelkedő jelentőségű. Ilyen kiegészítő szolgáltatások például a kiemelten fontos vendéglátás, hiszen a szálláshelyek után a vendégek itt költenek a legtöbbet. Az egészségutazók szívesen kapcsolódnak ki esténként egy kiállításon vagy koncerten, így alapvető igényként fogalmazódik meg körükben a kulturális szórakoztatás. A hazai általános és turisztikai infrastruktúra színvonalát a települések, gyógyhelyek folyamatosan próbálják javítani, karban tartani. Nagy probléma, hogy hiányoznak az információs táblák, melyek segítenek a vonzerőkhöz való eljutásban, valamint jelentős fejlesztésekre szorul a kisebb települések úthálózata is (OES, 2007).

Kereslet

Ma Magyarországon főleg a középkorosztály és a fiatal, de már dolgozó korosztály veszi igénybe leggyakrabban a wellness-szállodák, gyógyturisztikai helyek szolgáltatásait. Ennek a keresletnek a bővülését elősegítheti, ha a wellness, az egészségmegőrzés iránti igény a fogyasztók minél szélesebb körében tudatosodik, beépül a mindennapi életbe.

Nemzetközi szinten egyre inkább megfigyelhető, hogy az egészségutazás és a hivatásutazás közeledik egymáshoz. A magas színvonalú szállodák felismerték, hogy a konferenciák résztvevőinek nő az igénye az egészségmegőrzésre, a hivatalos rendezvények utáni pihenésre. Míg néhány éve a wellness-szolgáltatások előnyt jelentettek, addig ma már alapkritériumnak is tekinthetőek (OES, 2007).

A speciális termékekre koncentráció, illetve az egészségutazási szektor kínálatának folyamatos teljes körűvé válása a fogyasztók keresletéhez való alkalmazkodás alapja. Ez azt jelenti, hogy nemcsak a turisztikai alapszolgáltatásokat biztosítják a vendégeknek, hanem minden olyan elem a turista rendelkezésére áll, amelyre szüksége lehet tartózkodása alatt.

Össze kell hangolni az egészségutazási szolgáltatások és létesítmények fejlesztését az új trendeknek megfelelő elemek kialakításával. A következő években az várható, hogy az új formák gyorsabban és nagyobb mértékben fognak fejlődni a hagyományos gyógyturizmusnál. A magyar egészségutazásnak a német anyanyelvű és a kelet-európai országok jelentik a fő küldő piacokat. Az elmúlt években egyre nőtt a fitness és wellness iránt érdeklődők száma, és ezek a szolgáltatások fontos motivációnak számítanak. Ahhoz, hogy a fogyasztókat meg tudja tartani hazánk egészségutazási szektora, az kell, hogy a vendég tökéletesen elégedett legyen a település és a szálláshely által nyújtott szolgáltatásokkal is (OES, 2007).

Egészség és wellness

A hagyományos megközelítés szerint az *egészség* nem más, mint a betegség hiánya. Azonban a legszélesebb körben elterjedt egészségdefiníciót az Egészségügyi Világszervezet (WHO) fogalmazta meg 1948-ban. Ennek lényege az, hogy „*az egészség nem pusztán a betegség és a fogyatékos állapot hiánya, hanem a teljes mentális, szociális és fizikai jóllét állapota*” (WHO, 1948, 100. o.).

A szervezet valamelyest bővítette ezt a meghatározást 1948 óta. A WHO (1984, 29. o.) állításával egyetértve, a kibővített egészségdefiníció alatt a következőt értem: „*Az egészség azt jelenti, hogy milyen mértékben képes egy egyén vagy egy adott csoport felismerni vágyait és kielégíteni saját szükségleteit; másrésztől hogyan képes a saját környezetét megváltoztatni vagy azzal megbirkózni. Az egészség az erőforrása mindennapi életünknek, nem pedig célja. Egy olyan pozitív fogalom, amely hangsúlyozza a társadalmi és személyes tényezők fontosságát is a fizikai állapot mellett.*”

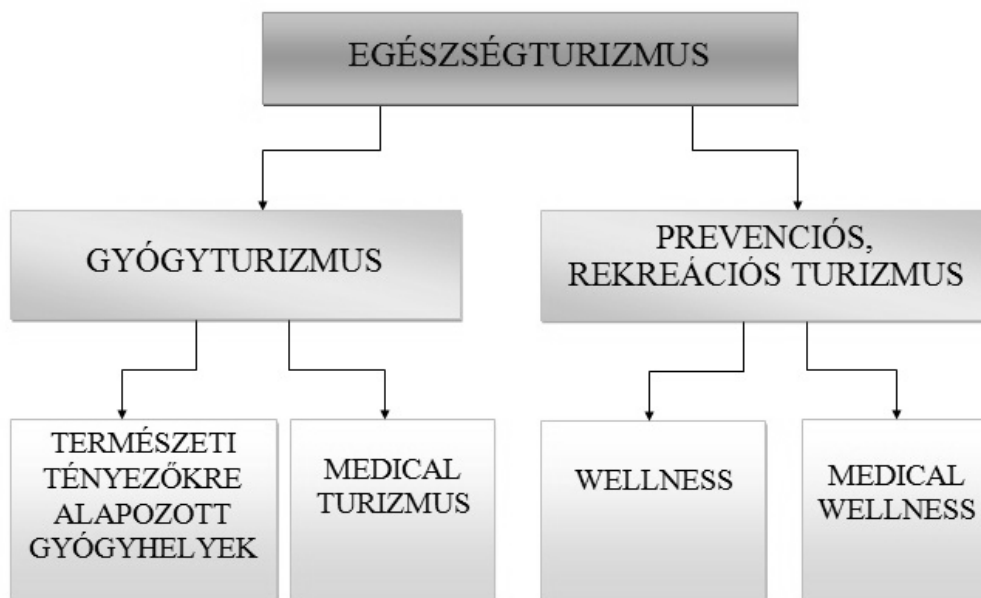
A STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY (2008) szerint jóllét (well-being) alatt egyszerűen azt értjük, „ami különösebb eszközök nélkül, alapvetően jó hatással van az emberre”, és ez megmutatja, hogy az egyén élete mennyire jó.

Egyetértve MYERS és mtsai (2000) állításával, véleményem szerint a wellness nem más, mint egy olyan életmód, amely az optimális egészség és jóllét elérésére irányul, és amelynek segítségével az egyén összhangot teremt a test, a szellem és a lélek között azért, hogy minél teljesebb életet élhessen a természet és az emberiség tagjaként. Ideális esetben az egészség és a jóllét összhangban van egymással, és ezt minden egyén képes elérni.

Az egészségturizmus rendszere

Egészségturizmus alatt azt a meghatározást értem, amelyet a II. Nemzeti Fejlesztési Terv előkészítése során fogadott el 2005-ben az Egészségügyi Minisztérium és a Magyar Turisztikai Hivatal. Ez alapján „az egészségturizmus a gyógy- és wellness-turizmust átfogó fogalom, a turizmusnak azon területét jelenti, ahol a turista utazásának fő motivációja az egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a gyógyulás és/vagy a megelőzés és ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt igénybe is vesz egészségturisztikai szolgáltatás(oka)t. Ebből adódóan az egészségturizmuson belül két alszektor különíthető el, a gyógyturizmus és a wellness turizmus” (OES, 2007, 9. o.).

Az 1. ábra szemlélteti a magyar egészségturizmusra épülő legfőbb pilléreket és azok alszektorait.



1. ábra: Az egészségturizmus rendszere

Forrás: Saját összeállítás KINCSES (2010) alapján

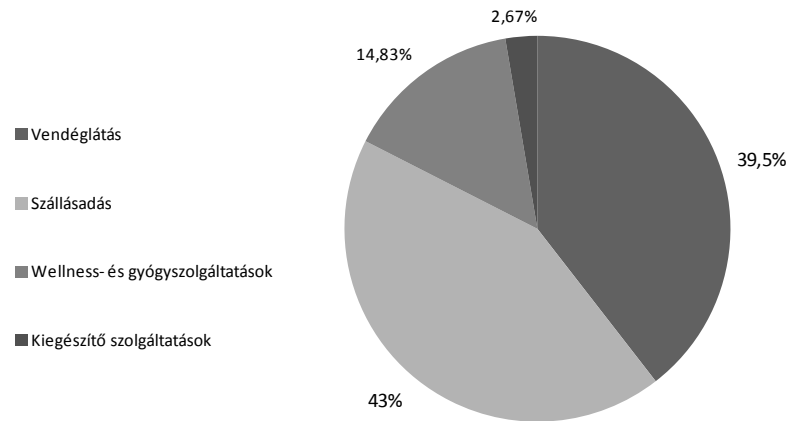
A gyógyturizmus az állandó lakóhelyen kívül, gyógyászati létesítményben vagy gyógyüdülőhelyen való meghatározott minimális idejű ideiglenes tartózkodást jelenti, melynek célja valamilyen meglévő betegség gyógyítása, kezelése orvosi gyógymódok alkalmazásával. A gyógyturizmus további két ágra bontható: természeti gyógytényezőknél alapuló gyógyhelyek szolgáltatásaira és a medical turizmusra. A *gyógytényező* alatt azokat a természeti tényezőket

értem, amelyek a betegek életében javuló egészségügyi állapotot idézhetnek elő. A *medical turizmus* a nem gyógyhelyi jellegű kezelésekre is kiterjed, – fogászati, szépészeti-plasztikai beavatkozások, műtétek, lézeres kezelések – de csak akkor lehet ezeket a medical turizmus kategóriájába sorolni, ha a páciensek turisztikai szolgáltatásokat is igénybe vesznek közben (OES, 2007).

A *prevenció*s vagy *rekreáció*s turizmus esetében a helyi társadalom testmozgással együtt járó, aktív szabadidős tevékenységére gondolunk, melynek elsődleges célja, hogy az egyén munkabíró-képességét és önmaga egészségét megőrizze (MICHALKÓ, 2007). Az egészségturizmus ezen területének szintén két altípusa van: a wellness- és a medical-wellness-turizmus. A *wellness-turizmus* állandó lakóhelyen kívüli, ideiglenes tartózkodást jelent, melynek során a turista az optimális egészségi állapot elérésére, valamint testi, lelki és szellemi egyensúlyának megteremtésére törekszik. A *medical-wellness* szolgáltatás célja a megelőzés, prevenció, melynek igénybevételét megelőzi a vendégek előzetes állapotfelmérése. Az orvoslásra utaló előtaggal (medical) a szakmai hozzáértést jelzik, ugyanis ez az az altípus, ahol az egészségturizmus és az orvosi szakma a legoptimálisabban összefonódik (OES, 2007).

A következőkben a mélyinterjúk kérdőívem néhány fontosabb eredményét kívánom ismertetni.

Többek között arra kerestem a választ, hogy „a szálloda árbevételének hány százaléka származik az alábbi területekről?” Az eredményeket az 2. ábra szemlélteti.



2. ábra: A szállodák bevételének megoszlása az egyes részterületek között

Forrás: Saját összeállítás

Jól látható, hogy a szállodák bevételéhez a szállásadás és a vendéglátás járul hozzá a legnagyobb mértékben (43%; 39,5%). A wellness- és gyógyszolgáltatásokat illetően a 14,83%-os arány azt jelzi, hogy a vendégek a csomagban foglalt ingyenes szolgáltatásokon felül csak csekély mértékben vesznek igénybe plusz, fizetős szolgáltatásokat, illetve ezzel párhuzamosan fontos megemlíteni, hogy sok szállodában a szobaár tartalmazza az igénybe vehető szolgáltatások mindegyikét. Mint látható, a kiegészítő szolgáltatások járulnak hozzá a bevételekhez a legkisebb mértékben (2,67%). Ide tartozik például a szállodai mosoda, a kerékpárkölcsonzó, valamint a parkoló használata.

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy „*hogyan jellemezné a szálloda vendégkörét?*” A válaszok alapján a szállodák alapvetően két korosztályt, illetve csoportot említettek meg: az egyik csoportot az idősebb, 60 év feletti, gyógykúrákat igénybe vevő korosztály alkotja. A második csoport vendégkörét főleg a kisgyermekes családok jellemzik, ezekben a szállodákban általában nagyszámú élményelem található. Ezekre a csoportokra az elmondások alapján a hosszabb átlagos tartózkodási idő jellemző, ami körülbelül 1 hét. A házaspárok, társal érkezők körében viszont még mindig a wellness-hétvégék dominálnak, ők egy évben akár többször is elutaznak egy-egy ilyen alkalomra. Tendenciaként elmondható az is, hogy a belföldiek aránya mindegyik megkérdezett esetében magasabb, mintegy 60%-os arányról számoltak be szállodánként. Külföldieket tekintve főleg a német, lengyel és orosz vendégkört jelölték meg.

Arra a kérdésre, hogy „*miért kapott Ön szerint ekkora figyelmet az egészségturizmus?*”, azt válaszolták, hogy tulajdonképpen ez az ágazat nem új Magyarországon, mindig is nagy figyelmet fordítottak a fejlesztésekre a szakemberek. Azonban a vélemények szerint az emberek körében növekvő egészségtudatosabb életmód, illetve az arra való törekvés teszi egyre népszerűbbé ezt az ágazatot, mind hazai, mind pedig nemzetközi szinten.

A SZÉP kártya bevezetéséhez mindenki nagy reményeket fűz, azonban fenntartással üdvözlök a kezdeményezést. Attól tartanak ugyanis, hogy az Üdülési csekkről való átállás hosszú időt vesz igénybe, egyesek szerint ez csupán fél év, mások 1-2 év átmenetről beszélnek. Ez az intervallum azért lényeges, mert azok a szállodák, amelyek forgalmuk nagy részét Üdülési csekkel bonyolították le, akár tönkre is mehetnek ezek nélkül a bevételek nélkül az átmeneti idő alatt. Az is kérdéses, hogy hány munkáltató lesz képes, illetve hajlandó a 30%-os adóval terhelt kedvezményt biztosítani a dolgozójának. A kártya a szállodásoknak az Üdülési cseknél előnyösebb, hiszen körülbelül 10%-kal több bevétel marad így náluk. 2011-ben már nem bocsátottak ki Üdülési csekket, de körülbelül 10 milliárd forint értékben még forgalomban van, ezért igyekszik a szállodaipar ösztönözni az Üdülési csekkek tulajdonosait, hogy minél hamarabb váltsák be azokat. Összességében jó ötletnek tartják a SZÉP kártyát, várják az eredményeket is.

KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Összegzésként elmondható, hogy a kérdőívek kitöltése során a válaszadók rendkívül készségesen válaszoltak a feltett kérdésekre. Örömeiket fejezték ki a tekintetben, hogy elmondhatták véleményüket, tapasztalatukat a hazai egészségturizmus helyzetével kapcsolatban.

A KSH-tól a vendégéjszakák rangsora alapján kikért adatok megfelelően bizonyultak, ugyanis kis mértékben, de eltérést tapasztaltam a megkérdezett szállodák árbevétele és a vendégéjszakáinak száma között. Megfigyeléseim alapján elmondható, hogy a legtöbbet „kereső” szállodák nem feltétlenül szobáik kihasználtsága, mindinkább azok és a nyújtott szolgáltatások ára miatt nagyobb bevételűek.

A szolgáltatásokat tekintve azt tapasztaltam, hogy a szállodák igyekeznek a gyógy- és wellness-üdülések résztvevőinek igényeit teljes körűen kielégíteni. A kínálatban megtalálhatóak a balneoterápiás kezelések, a hydro- és mechanoterápia, valamint az orvosi szolgáltatások. Az egészségmegőrzés jegyében nyújtanak fitness-szolgáltatásokat, különféle masszázsokat, szaunát és jacuzzit is. A vezetők szerint igény mutatkozik az OEP által támogatott kezelések bővítésére.

Pozitív eredményként értékelem, hogy a vezetők kellő szakértelemmel rendelkeznek az egészségturizmus kérdéskörét illetően. Ezt azért szükséges hangsúlyoznom, mivel első próbálkozásaim az interjúk készítése kapcsán nehézségekbe ütköztek, az interjúalanyok „a témában nem kompetensként” aposztrofálták magukat. Kutatásom kezdetén tapasztalt nehézségek a célcsoport szűkítése után egyáltalán nem érződtek. Tudásuk és segítőkészségük nagyban hozzásegített munkám elvégzéséhez.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Rt. (2007): Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia (OES). Budapest, 9.o., 25-29.o., 35.o., 132.o., 135-136.o., 147-150.o., 165-167.o. (2) Kincses Gy. (2010): Az egészségügyi turizmus jövőképe, szükséges fejlesztési irányai. Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet (ESKI), 6.o. (3) Michalkó G. (2007): Turizmusföldrajz és humánökológia. Kodolányi János Főiskola-MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest-Székesfehérvár, 76-77.o. (4) Myers, J. E. – Sweeney, T. J. – Witmer, M. J. (2000): The Wheel of Wellness Counseling for Wellness: A Holistic Model for Treatment Planning. In: Journal of Counseling & Development (Summer 2000), 78 (2): 251-266., p. 27. (5) Stanford Encyclopedia of Philosophy (2008): Well-Being, First published Tue Nov 6, 2001; substantive revision Tue Dec 9, 2008, <http://plato.stanford.edu/entries/well-being/> (letöltés: 2012. 02. 10.) (6) World Health Organization (WHO) (1948): Official records of the World Health Organization, No. 2., p. 100., Summary report on Proceedings Minutes and Final Acts of the International Health Conference held in New York from 19 June to 22 July 1946, p. 100., http://whqlibdoc.who.int/hist/official_records/2e.pdf (letöltés: 2012. március 31.) (7) World Health Organization (WHO) (1984): A Discussion Document on the Concept and Principles of Health Promotion. Copenhagen, 9-13 July 1984, p. 29., http://www.who.int/healthpromotion/milestones_yellowdocument.pdf (letöltés: 2012. március 31.)

**A XIII. KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI
KONFERENCIÁN MINŐSÍTETT HELYEZÉST
ELÉRT HALLGATÓK PUBLIKÁCIÓI**

**A NEDVESSÉGTAKARÉKOS TALAJMŰVELÉS SZEREPE A KUKORICA
TERMESZTÉSÉBEN RÉTI-CSERNOZJOM TALAJON**ROUTINE THE ROLE OF THE WATER-SAVING TILLAGE IN MAIZE PRODUCTION ON
MEADOW CHERNOZEM SOIL*Bakti Beatrix*Debreceni Egyetem, Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi-, és Környezetgazdálkodási Kar
Környezetgazdálkodási agrármérnöki (MSc) szak II.évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Az iparszerű mezőgazdálkodás idején jónéhány ártalmas folyamat indult meg, amelyek megszüntetése, illetve megelőzése során a legfontosabb feladat az ésszerű talajhasználat kialakítása volt. Mérések igazolják a forgatás nélküli talajművelés kedvezőbb nedvességmegőrző tulajdonosságát, a hagyományos - ekére alapozott - művelési móddal szemben. A talaj nedvességkiszáradással való takarékoság szempontjából a talajelőkészítést és a vetést egy menetben történő direktvetés mutatta a legkedvezőbb képet.

Az alternatív talajművelési rendszereknek a termőhely ökológiai viszonyainak figyelembe vétele mellett gazdaságos termelést kell biztosítaniuk. Ezáltal az ökológiai és ökonómiai szempontból legkedvezőbben termeszthető növényeket kell az adott termőhely vetésszerkezetébe bevonni. Mindezen törekvések – takarékos és kímélő módszerek alkalmazása – úgy kell megvalósítani, hogy a növénytermesztési tevékenység kockázatát csökkentsék.

Vizsgálatainkat a Jász-Nagykun-Szolnok megyében található mintaterületen, Kenderes határában végeztük. A kísérlet talajtípusa réti-csernozjom, ahol 2011-ben talajmintavételezés és bővített talajvizsgálat történt. A tenyészidőszak során talajellenállás és talajnedvesség méréseket végeztünk több alkalommal (alpművelés után, vetés előtt, kelés után, intenzív növekedésben, virágzásban és a szemtelítődés időszakában).

A vizsgált kísérleti parcellákra elkészítettük az ágazati költség-jövedelem vizsgálatokat. A költségek részletes számbavétele mellett kalkuláltunk az árbevétellel és a támogatásokkal, valamint meghatároztuk a legfontosabb gazdasági mutatókat (költségarányos jövedelmezőség, költség szint, önköltség, fedezeti pont stb.). A szántásos és lazításos technológia változat alpművelési költségéből származó megtakarítás meghatározását követően beruházás megtérülési vizsgálatokat végeztünk.

Kulcsszavak: nedvességtakarékos talajművelés, talaj tömörödés, fenntartható fejlődés

ABSTRACT

Industrial culture caused noxious processes, to solve this problem, rational soil consumption were needed. Researches shows that, the aeration tillage remains more humidity in the soil than the conventional plowing. The moisture content of the soil in terms of efficiency in one pass for direct sowing soil preparation and sowing showed the best results. The alternative tillage systems must keep the ecologic balance and ensure the valuable production. The ecological point of view requires the most produceable plants in the given crop structure. All the requirements above, has to be accomplished, to lower the risk of crop.

The examinations has been made in Kenderes, in Jasz-Nagykun-Szolnok county. The soil type is meadow chernozem. In this area, extended inspection were made in 2011. We did measurements of ground resistance and soil moisture in several times (after tillage, sowing before emergence after intensive growth, flowering and grain filling period) during the growing season. For the inspected parcels, sectorial invest-income estimation has been made. Considering the detailed investments, the price income and the supports has been defined. The

plowing, and aeration technology shown differences in the return of investments, calculations has been made.

Considering the two versions, the humidity-saver (aeration) tillage produces 37% (1,6t/ha) more crop. During the calculation of the returns of the aeration investment, favorable results were shown. If it loosens up 100 hectares over the next 10 years it will be pay off in 6 years, 200 ha in three years, 300-400 hectares brake release two years later, 500 hectares of loosening one year later the machine will be recovered.

Keywords: moisture-saving tillage, soil compaction, sustainable development

BEVEZETÉS

A talajok degradációs folyamatait (erózió, tömörödés, szerkezetleromlás, defláció stb.) a természeti tényezők mellett nagymértékben az emberi tevékenység határozza meg. Ezeknek a kedvezőtlen folyamatoknak a kialakulásáért főként a szakszerűtlenül elvégzett talajművelés tehető felelőssé. Ennek következtében a legfőbb cél a talajművelés menetszámának csökkentése, illetve a talaj bolygatásának mérséklése. Ezeket a célokat – figyelembe véve a környezetvédelmi szempontokat is – elsősorban talajkímélő művelési módok és eszközök alkalmazásával lehet elérni. Ésszerű gazdálkodási gyakorlat fenntartására kell törekedni a talajművelési eljárások megválasztása esetében. Az 1970-es években energia árrobbanását követően erősödtek azok a tendenciák, mely szerint előnyben kell részesíteni az energia- és víztakarékos, illetve a fenntarthatóságot biztosító művelési módszereket. Az alternatív talajművelési rendszereknek az ökológiai viszonyok mellett minden esetben figyelembe kell venni a gazdaságossági tényezőket is. Ezáltal az ökológiai és ökonómiai szempontból leginkább természetű növényeket kell az alternatív gazdálkodás keretei közé bevonni. Mindezen törekvéseket – energiatakarékos és talajkímélő módszerek alkalmazása – úgy kell megvalósítani, hogy a növénytermesztési tevékenység kockázatát ne növeljék

A tömörödés a természetben leginkább a kevés szerves és szervesetlen kolloidot tartalmazó talajokban fordul elő. Tömörödhetnek a talajok vízvesztés, száradás, a csapadék tömege, vagy hosszabb vízborítás hatására is (BIRKÁS, 2006). A talaj tömörödését az emberi tevékenységen belül a gépesítés, a nem megfelelő nedvességviszonyok mellett végzett talajművelés, betakarítás stb., a nem megfelelő talajnedvesség-szabályozás, és a talaj szervesanyag-forgalmának kedvezőtlen irányú változása egyaránt okozhatja (VÁRALLYAY, 1997).

Mérések igazolják (SULYOK 2005, RAJKAI 2004, RÁTONYI 1999, RÁTONYI et al., 2003) a forgatás nélküli talajművelés kedvezőbb nedvességmegőrző tulajdonságát, a hagyományos - ekére alapozott - művelési móddal szemben. A talaj nedvességkészletével való takarékoság szempontjából a talajelőkészítést és a vetést egy menetben történő direktvetés mutatta a legkedvezőbb képet. A nedvesebb talajállapot következtében a talaj biológiai aktivitása is kedvezőbb, amely segíti a jobb hordképességű (mechanikai terhelésekkel szemben ellenállóbb) talajszerkezet kialakulását, a tápanyag feltáródását stb. (RÁTONYI et al, 2003). Hazai viszonylatban SULYOK (2005) mutatott rá, hogy a talajvédő eljárások, és az energiatakarékos művelés szorosan összetartoznak, egymástól elválaszthatatlan fogalmakat jelentenek.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Vizsgálatainkat a Jász-Nagykun-Szolnok megyében található mintaterületen, Kenderes határában végeztük. A kísérlet talajtípusa réti-csernozjom. Jellemzőjük a jó tápanyagkészlet, a gyenge tápanyag-feltáródás. Víztartó képességük nagy, vízvezetésük kedvezőtlen, lassan melegednek fel, művelhetőségük ezek miatt rendszerint kedvezőtlen. Nagy szerves- és szervesetlen kolloid tartalom jellemzi őket. Az eddigiekben bemutatott termőhelyen kétféle talajművelési kezelésre alapuló kísérletet állítottunk be 2011 őszén. A lazítást 2012. szeptember 15-én, a szántást – tekintve, hogy a 2011 őszi talajnedvesség viszonyok mellett ebben az időpontban nem lehetett

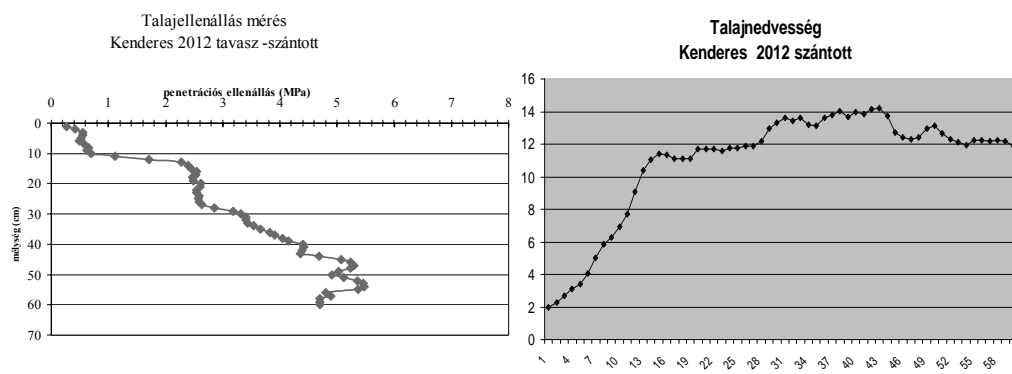
elvégezni – október 19-én hajtottuk végre. A tenyészidőszak során talajellenállás és talajnedvesség méréseket végeztünk több alkalommal (alpművelés után, vetés előtt, kelés után, intenzív növekedésben, virágzásban és a szentelítődés időszakában) Penetronik típusú talajellenállás és talajnedvesség mérő kombinált műszer segítségével. Meghatároztuk, hogy az egy hektár szántásos, illetve lazításos alpművelés költsége milyen tételekből áll össze. A vizsgált kísérleti parcellákra (szántásos és lazításos technológiai változatok) – a betakarítást követően – elkészítettük az ágazati költség-jövedelem vizsgálatokat. A költségek részletes számbavétele mellett kalkuláltunk az árbevétellel és a támogatásokkal, valamint meghatároztuk a legfontosabb gazdasági mutatókat (költségarányos jövedelmezőség, költségszint, önköltség, fedezeti pont stb.).

A szántásos és lazításos technológia változat alpművelési költségéből származó megtakarítás meghatározását követően beruházás megtérülési elemzéseket végeztünk. Ennek keretében számításainkat kiterjesztettük egy 7 késes, 3 méter munkaszélességű lazító beszerzésére. 5 különböző változatot vizsgáltunk meg, amelyben a változót az évenkénti meglazított terület nagysága jelentette (100-; 200-; 300-; 400- és 500 hektár). A beruházás megtérüléseket 10 évre végeztük el. A vizsgált időszakban egységesen 8 %-os piaci kamatlábbal számoltunk a Világgazdasági Kutatóintézet állásfoglalásának figyelembe vételével. Tekintve a lazító 3,4 millió forintos bekerülési árát hitelfelvétellel nem számoltunk.

EREDMÉNYEK

A talajellenállás illetve a talajnedvesség összefüggéseit két talajművelési változat alapján mutatjuk be. Az egyik a hagyományos forgatásra alapozott technika a másik pedig a csökkentett menetszámmal végrehajtott lazításos technológia.

A forgatásra alapozott művelés során 2011 őszén végrehajtott méréseket mutatja be a 4. ábra. Penetráció esetén 10 cm-es mélységben kialakult egy tömörebb réteg, amely taposási kár következménye. 30 cm-es mélységtől lejjebb már károsan tömörödött a termőtalaj, melynek megszüntetésére eke használata javallott. Talajnedvesség szempontjából a holtvíztartalom (13-14 térfogat%) feletti részt képes a növény hasznosítani, melyet 30 cm-es mélységben éri el. A téli csapadék és a fagy hatására a talaj porhanyósabbá vált, ezáltal 2012 tavaszán mért adatok alapján kevésbé tömörödött a talaj. A 4 MPa-os kritikus értéket csaknem 40 cm-es mélységben haladja meg, így a növény kelését nem akadályozza. 10 és 30 cm-es mélység között található egy tömörebb réteg, de ez még a megadott határértéken belül esik. A növény számára felvehető víz mennyisége pedig csupán 28-40 cm mélyen található (1. ábra).



1. ábra: Talajellenállás és talajnedvesség mérés eredményei vetés előtt őszi szántásos kezeléssel

Forrás: Saját vizsgálat

A talajművelésnek a kialakuló tömör rétegek feltörése is fontos feladata. Az azonos mélységben végzett műveletek hatására kialakul(hat)nak az eke- és tárcsatalp rétegek, amelyek lazítását el kell végeznünk a növényállomány optimális növekedésének biztosítása érdekében. A technológiai hibák mellett egyes talajokban találkozunk genetikai tömörödöttséggel, amikor a talajszelvényben a mélység növekedésével a talaj ellenállása nő. Ezeken a talajokon is fontos, hogy a lazítást, mélyítő művelést folyamatosan elvégezzük.

Az alpművelés költségének meghatározásához ki kell számolnunk, hogy mennyibe kerül a lazításos illetve a szántásos technológia alkalmazása során felmerülő ráfordításokat. Először a munkagépek összes közvetlen költségét számoltuk ki külön választva a lazító és az eke költség-tételeit. A közvetlen költségek mellett az általános költségek is meghatározásra kerültek, ami magába foglalja az anyagköltséget, élőmunka ráfordításait, segédüzemági szolgáltatást, befektetett tárgyi eszközök költségeit, illetve az egyéb költségeket. Ezt a közvetlen költség 15%-os arányában határoztuk meg. A közvetlen költség és az általános költség összege az alpművelés költsége. A lazításos technológiai változat összes költsége 15658 Ft hektáronként, ami 7985 (44%) Ft-tal kisebb, mint a szántásos technológia összes költsége melynek értéke 23643 Ft/ha.

A kukorica alá az esetek többségében őszi szántást alkalmazunk. Amennyiben a kukoricát kalászos elővetemény előzte meg és szerves trágyát juttatunk ki a területre annak az aláforgatását szántással szükséges elvégezni. Őszi szántásra alapozott technológiai változat esetében az anyagköltségeken (38,5%) belül a műtrágya- (45%), vetőmag- (44%) és a növényvédő szer költség 11% a számottevőek. Egyéb anyagköltségek (pl. öntözővíz, bálaháló stb.) nem lépnek fel. A gépi munkák költségei (27,8%) is jelentősek. A talajmunkák (kétszeri tárcsázás, szántás, szántáselmunkálás, magágykészítés, kétszeres műtrágyaszórás) 75%-ot, a vetés 5%-ot, a növényvédelem 1%-ot, a betakarítás 15%-ot, a szállítás 4 %-ot tesz ki az összes segédüzemági költségen belül. Emellett a földbérleti díj (19,9%) és a rezsi (11,9%) számottevőek. A termelési költségek 351,8 ezer Ft/ha-t tettek ki. A szántásos technológiai változat esetében a hozam 4,3 t/ha. A felvásárlási ár 70 ezer Ft/t. Az árbevétel 301 ezer Ft/ha, a támogatások 56,9 ezer Ft/ha, a termelési érték 357,9 ezer Ft/ha. A termelés összes költsége 251,8 ezer Ft/ha. A költségarányos jövedelmezőség 42,1%, a költségszint 70%, önköltség 58,6 Ft/kg. Az egy hektáron képződő jövedelem támogatások figyelembe vételével 106,1 ezer Ft (*1. táblázat*).

A világpiacon tendenciákat figyelembe véve a kukorica értékesítési ára növekedni fog a közeljövőben, amely a piac kiigazodásáig (input árak növekedéséig) rövidtávon a jövedelem további növekedését fogja eredményezni.

A költség jövedelem vizsgálat esetében a szántásos technológiai változatot tekintettük 100%-nak és ehhez viszonyítottuk a forgatás nélküli technológiai változatot. A táblázat jól mutatja, hogy az utóbbi 6,6%-kal kedvezőbb termelési költséggel hasznosíthatók. A költségarányos jövedelmezőség szempontjából 137%-kal kedvezőbb értékkel rendelkezik a lazításra alapozott művelési mód. Az önköltség alakulásában a forgatásos művelésnél 58,6 Ft/kg míg a lazításos esetében 39,9 Ft/kg, ami 32%-kal kisebb. 37%-kal nagyobb hozam érhető el a szántásos műveléssel szemben. Ez a hozamtöbblet megmutatkozik az árbevételben is. A támogatás mértéke mindkét technológia esetében megegyezik, melynek értéke 56900 Ft/ha. A termelési értéket vizsgálva a lazításnál 31%-kal kedvezőbb eredmény érhető el. A legnagyobb különbség a tevékenységi jövedelemben mutatkozik meg, a lazítás 262%-kal nagyobb a szántáshoz képest. Az 1 hektáran kifejezett jövedelem értéke pedig 121%-kal nagyobb a forgatás nélküli technológiai változat alkalmazása esetén. A fedezeti pont 7%-kal kisebb a forgatás nélküli technológiai változat alkalmazása során. A lazító bekerülési értéke 3,4 millió Ft. A *8. táblázat* mutatja be a különböző szcenáriókat, ahol a forgatás nélküli technológiai változat eltérő területen történő alkalmazását vizsgáljuk. Amennyiben 100 hektáron használjuk minden évben a lazítót, akkor 8%-os piaci kamatlábal számolva 6 éven belül fog megtérülni. Ha 500 hektáron lazítunk évente, már az első évben megtérül a befektetésünk. A belső megtérülési rátát figyelembe véve 100 hektáros változat esetén 11%. 200-500 ha-os változatok esetében a megtérülési ráta 35-101% (*2. táblázat*).

1. táblázat: A szántásos és lazításos technológiai változatok ágazati költség-jövedelem vizsgálata

Megnevezés	Szántás		Megnevezés	Lazítás	
	Költségek (Ft)	Megoszlás (%)		Költségek (Ft)	Megoszlás (%)
anyagköltség	96835	38,5%	anyagköltség	88435	35,1%
műtrágya költség	23800	9,5%	műtrágya költség	35000	13,9%
Yara 16-27-7	23800	9,5%	Yara 16-27-7	23800	9,5%
Nitrosol	19600	7,8%	Nitrosol	11200	4,4%
növényvédőszer	10670	4,2%	növényvédőszer	10670	4,2%
vetőmag	42765	17,0%	vetőmag	42765	17,0%
gépi munkák költsége	69973	27,8%	gépi munkák költsége	61698	24,5%
tárcsázás	14000	5,6%	tárcsázás 2x	14000	5,6%
szántás	23643	9,4%	lazítás	15658	6,2%
szántáselmunkálás	6300	2,5%	szántáselmunkálás	0	0,0%
magágykészítés	6300	2,5%	magágykészítés	6400	2,5%
műtrágyaszórás 2X	2000	0,8%	műtrágyaszórás 2X	2000	0,8%
vetés	3400	1,4%	vetés	3500	1,4%
növényvédelem	1000	0,4%	növényvédelem	1000	0,4%
sorközművelés	0	0,0%	sorközművelés	3800	1,5%
betakarítás	10750	4,3%	betakarítás	11800	4,7%
szállítás	2580	1,0%	szállítás	3540	1,4%
szárítás	0	0,0%	szárítás	0	0,0%
személyi jellegű költség	5000	2,0%	személyi jellegű költség	5000	2,0%
egyéb költség	50000	19,9%	egyéb költség	50000	19,9%
közvetlen költség	221808	88,1%	közvetlen költség	205133	81,5%
általános költség	30000	11,9%	általános költség	30000	11,9%
termelési költség	251808	100,0%	termelési költség	235133	93,4%
költségarányos jövedelem (%)	42,1%		költségarányos jövedelem (%)	99,8%	
költségszint	70%		költségszint	50%	
önköltség (Ft/kg)	58,6		önköltség (Ft/kg)	39,9	
piaci ár (Ft/ha)	70000		piaci ár (Ft/ha)	70000	
hozam (t/ha)	4,3		hozam (t/ha)	5,9	
árbevétel (Ft/ha)	301000		árbevétel (Ft/ha)	413000	
támogatások (Ft/ha)	56900		támogatások (Ft/ha)	56900	
termelési érték (Ft/ha)	357900		termelési érték (Ft/ha)	469900	
tevékenységi jövedelem (Ft/ha)	49192		tevékenységi jövedelem (Ft/ha)	177867	
jövedelem (Ft/ha)	106092		jövedelem (Ft/ha)	234767	
Fedezeti pont (t/ha)	3,6		Fedezeti pont (t/ha)	3,4	

Forrás: Saját számítás

2. táblázat: A lazításos technológia megtérülésének vizsgálata

		gépi munka költségmegtakarítás	kalkulatív kamatláb		DPP		IRR
100	ha	798,5126487	1,08	739,36356	6	év	11%
200	ha	1597,025297	1,08	1478,7271	3	év	35%
300	ha	2395,537946	1,08	2218,0907	2	év	57%
400	ha	3194,050595	1,08	2957,4543	2	év	79%
500	ha	3992,563243	1,08	3696,8178	1	év	101%

Forrás: Saját számítás

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az általunk vizsgált két talajművelési változat közül a nedvességtakarékos (lazításos) alapművelés 37%-kal (1,6 t/ha) nagyobb termést eredményezett. A lazításos technológia árbevétele 37%-kal, termelési értéke 31%-kal, jövedelme 123%-kal haladta meg az őszi szántás értékeit.

A lazító beruházás megtérülési számításai során kedvező képet kaptunk a megtérülési idők vizsgálatánál. Amennyiben 100 hektárt lazítunk meg a következő 10 évben évenként 6 év múlva, 200 hektárnál 3 év múlva, 300-400 hektár lazításnál 2 év múlva, 500 hektár lazításánál 1 év múlva fog megtérülni a munkagép. 8%-os piaci kamatláb figyelembe vételével a belső megtérülési ráta (IRR) kedvezően alakulnak mind az öt scenárióban (10-97%). Évente 100 hektár meg-lazítása esetén a beruházás feltételesen támogatható (IRR: 10%), a többi beruházási változatban kedvezőek a belső kamatlábak (IRR: 33-97%), így a beruházás támogatandó.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Birkás, M. (2006): A művelési hibák okai, következményei és enyhítésük In: környezetkímélő alkalmazkodó talajművelés (szerk Birkás M) Akaprint nyomdaipari Kft 11-19 88. 432-442. (2) Rajkai, K. (2004): A víz mennyisége, eloszlása és áramlása a talajban. MTA TAKI, Budapest. (3) Rátonyi, T. – Megyes, A. – Sulyok, D. (2003): A talajállapot és talajművelés összefüggései kukoricatermesztésben. 50 éves a magyar hibridkukorica, Jubileumi emlékülés, Martonvásárhely. (4) Rátonyi, T. (1999): A talaj fizikai állapotának penetrométeres vizsgálata talajművelési tartamkísérletben. Doktori (Ph.D) értekezés, Debrecen. (5) Sulyok, D. (2005): Az alternatív talajművelési rendszerek eredményességének vizsgálata, Doktori (Ph.D) értekezés, Debrecen. (6) Várallyay, Gy. (1997): A talaj vízgazdálkodása és a környezet. Tiszántúli Mezőgazdasági Napok: "A Debreceni Agrártudományi Egyetem a Tiszántúl.

AZ INTENZÍV SPÁRGATERMESZTÉS STRATÉGIAI TERVEZÉSE HAZAI VISZONYOK KÖZÖTT**THE STRATEGIC PLANNING OF INTENSIVE ASPARAGUS CULTIVATION IN LOCAL CIRCUMSTANCES***Erdős Zsuzsa*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Vállalkozásfejlesztés MSc szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

A spárga (*Asparagus Officinalis* L.) Magyarországon nem annyira ismert, de a világ bizonyos részein, főleg Nyugat-Európában nagyon népszerű és kedvelt zöldségnövény. Gazdaságos termesztésének elsődleges oka az, hogy igen korai zöldségféle, így nem igazán akad vetélytársa a piacon. Tudományos kutatások bizonyítják, hogy a benne lévő vitaminok és antioxidánsok miatt jótékony hatása van az emberi szervezetre, segít a betegségek (szív- és érrendszeri betegségeket, a rákot és az öregedést) megelőzésében és gyógyításában is.

A vizsgálataim célja az volt, hogy az intenzív spárgatermesztés elemzésével meghatározzam, hogy milyen gazdasági viszonyok között lehetne gazdaságos Magyarországon a termesztése. Ezen számítások elkészítéséhez és számszerűsítéséhez ad segítséget a stratégiai tervezés. A téma feldolgozása során mátrixok és analízisek segítségével vezettem le a termesztéshez kapcsolódó folyamatokat és azok hatásait. Kiszámítottam a Külső és Belső Faktor Értékelő Mátrixok értékeit. Kutatásaim során mind primer, mind pedig szekunder adatgyűjtést is végeztem.

A vizsgálataim során arra a megállapításra jutottam, hogy a vállalatnak a spárgatermesztési beruházást mindenképpen érdemes megvalósítania, melyet a Külső/Belső döntés előkészítő mátrix eredménye is alátámaszt.

Kulcsszavak: spárgaültetvény, stratégia, PEST-analízis, KFÉM, BFÉM

ABSTRACT

Asparagus (*Asparagus officinalis*) is not well known in Hungary, but in some parts of the world, especially in Western Europe is very popular and favourite vegetable. The primary reason for the economical production of a very early vegetables, so there are not really competitors in the market. Scientific research shows that the asparagus in vitamins and antioxidants due to a beneficial effect on the human body helps in the prevention and treatment of diseases (cardiovascular diseases, cancer and aging) as well.

The objective was to analyze the intensive cultivation of asparagus determine what economic conditions could be economically grown in Hungary. In the preparation of calculations and quantification helps in strategic planning. I was made of theme processing use matrixes and analyzes. I deduced that production is related to these processes and their effects. I count the External and Internal Factor Evaluation Matrix values. I did the research into primary and secondary data collection.

I came to the conclusion of the examination as to whether the company should implement the asparagus growing investment. This fact is supported by the External / Internal decision making matrix is also the result.

Keywords: asparagus plantations, strategy, PEST analysis, EFE, IFE

BEVEZETÉS

„A magyar vállalkozások nap, mint nap új kihívásokkal szembesülnek. A hazai és külföldi versenytársak akciói és a vevők megtartása örökös versenyre sarkallja azokat a gazdálkodó szer-

vezeteket, amelyek versenyelőnyt kívánnak szerezni, vagy eddigi pozíciójukat akarják megtartani a piaci környezetben. A vállalati menedzsment gyakorlatában felértékelődött az előrelátás, a tervezés, a stratégiai gondolkodás és alkotás” (KOVÁCS, 2004).

„A stratégia elnevezés eredete az ókori görögökhöz vezethető vissza. A stratos szó hadsereget jelent, a stratégák pedig nem voltak mások, mint a harcművészet mesterei. A „strategos”-ok feladata az volt, hogy tervezzék meg az ellenséggel szemben a csatát. Mai értelemben vett stratégák feladata semmit sem változott az ókorban megfogalmazott elvárásoktól. A különbség csupán az, hogy a feladat áttolódott az üzleti életre is” (NÁBRÁDI, 2010).

2009-ben a Debreceni Egyetem Agrár- és Gazdálkodástudományok Centrumának vezetésével, kísérleti célból elkezdte a spárga termesztését. Ez adta a lehetőséget, hogy a különböző intenzitású termesztési szintek gazdaságossági elemzésével meghatározzam a spárgatermesztést, mint élelmiszer előállítás versenyképességét. Az elemzéseim elkészítéséhez voltak segítségemre a DE AGTC KIT Nyíregyházi Kutató Intézet, valamint a DE AGTC KIT Pallagi Kísérleti telepeken dolgozó szakemberek.

Egy spárgaültetvény élettartama a 10-12 évet is meghaladja. Ennek következtében úgy gondolom elengedhetetlen, hogy a tervezés során ne csak a rövid-középtávú tervet készítsem el, hanem mindemellett szem előtt tartsam a hosszú távú célokat is. A hosszú távú tervezés eszköze a stratégiai tervezés. A stratégiai elemzések lehetővé teszik az induló vállalkozás számára, hogy a feltárt külső környezet lehetőségeire és veszélyei reagálni tudjon, valamint a belső erősségeit maximálisan kihasználja, a gyengeségeit pedig tudatosan felszámolja, vagy eliminálja.

ANYAG ÉS MÓDSZER

„A stratégia alatt a vállalat által megfogalmazott hosszú távú célokat, valamint elérésük lehetséges módjait és eszközeit értjük. A stratégiai koncepciót és a vállalati irányítást hivatott ötvözni a stratégiai menedzsment. A stratégiai menedzsment felfogásunkban a vállalatirányítás azon módját jelenti, amelynek legfőbb célja, hogy a vállalat környezetének előre jelzett változásaihoz igazodóan a vállalatot olyan pályára állítsa, illetve olyan pályán tartsa, amely lehetőséget ad a hosszú távú, társadalmilag is respektált nyereséges működésre” (CZAKÓ, 2007).

Első lépés, hogy azon induló vállalat misszióját és vízióját kialakítsam, amely a spárga termesztésével fog foglalkozni. „Az üzleti küldetés nem más, mint a szervezet alapnyilatkozata az értékrenddel és az elvárásokkal kapcsolatban. A vízió nem más, mint a szervezet jövőképe, üzleti iránya, rögzítve azt, hogy hova akar eljutni és mit kíván elérni” (NÁBRÁDI, 2010). „Azt mondhatnánk, hogy a jövőkép megfogalmazásával megteesszük az első lépést a tudatos jövőépítés felé” (CSATH, 2004).

A stratégiai terv kialakításának második lépése a vállalat külső és belső környezetének a vizsgálata volt. „A külső üzleti környezet értékelése mindig a jövőre vonatkozik. Azt vizsgáljuk, hogy a misszió és a vízió tartós fenntartása, elérése érdekében a jövőben milyen veszélyek és milyen lehetőségek várhatóak az adott ágazat környezetében. Az üzleti környezet értékelésére több módszer áll rendelkezésre. A legelterjedtebben használt módszerek: a PEST analízis, a Porter-féle öttényezős modell, valamint a Külső Faktor Értékelő Mátrix” (NÁBRÁDI, 2010).

„A PEST-analízis a makrokörnyezet vizsgálata során arra próbál választ adni, hogy a jövőben várható politikai, ökonomiai, szociokulturális és technológiai faktorok miképp adnak lehetőséget, és esetleg miként lehetnek veszélyesek a szervezet számára (az elnevezés az angol Political, Economical, Sociocultural, Technological szavak kezdőbetűiből álló mozaikszó)” (NÁBRÁDI, 2010).

A KFÉM elkészítése során sorba vettem a már előzetesen meghatározott külső faktorokat, melyek a lehetőségek és a veszélyek. Ezt követően elvégeztem a súlyozást aszerint, hogy a spárgatermesztő vállalatnak mekkora a relatív súlya a mezőgazdaságban, azon belül pedig a zöldségtermesztésben. Ezen elmélet alapján felállítottam egy sorrendet. Ezt követően utolsó lépésként, a

sorrendet az ellentétére fordítottam, majd minden egyes értéket elosztottam a faktorok sorszámanak az összegével. A súlyok összege 1 kell, hogy legyen. A súlyozás után rangsoroltam a külső tényezőket aszerint, hogy a vállalat jelenlegi helyzete mennyire felel meg az elvárásoknak. A 4 azt jelenti, hogy maximálisan, a 3 átlag feletti, a 2 átlag alatti, az 1 pedig gyenge. Végül a súlyt és a rangsort összeszorozva megkaptam a súlyozott mutatót. A súlyozott mutatókat összeadva kiszámítottam a KFÉM értékét (NÁBRÁDI, 2010).

„A külső környezet elemzésével párhuzamosan a belső elemzéseket is el kell végezni. A belső elemzés mindig a jelenre épít, mindig a jelenben vizsgál, és azt értékeli, hogy a szervezet/ágazat e tényezők közül hol rendelkezik előnyökkel, illetve hátrányokkal. A jelen belső elemzése is mindig a misszióknak és a vízióknak alárendelten kell, hogy történjen” (NÁBRÁDI, 2010).

Ahhoz, hogy a KFÉM értékét tovább tudjuk értékelni a BFÉM értékét ki kell számítani. A módszer metódusa hasonló a KFÉM értékének a kiszámításához. Annyiban tér el, hogy itt a belső faktorok (erősség, gyengeség) értékelése történik. A súlyozás szintén a relatív fontosságot mutatja, de a rangsorolás aszerint történik, hogy az adott spárgatermesztő vállalat mennyire tudja véghezvinni a víziójában és a missziójában megfogalmazottakat (NÁBRÁDI, 2010).

„A külső és belső értékelő mátrix eredményének összevonása az úgynevezett Külső/Belső döntés-előkészítő mátrixon ábrázolható, amely stratégiai döntéseket, célkitűzéseket alapoz meg. A külső-belső mátrixon látható, a diagonális mellett a választást tüntettük fel, tőle balra a fejlesztés lehetőségét, jobbra pedig a leépítés és visszavonulás javaslatait láthatjuk” (NÁBRÁDI, 2010).

EREDMÉNYEK

A stratégiai elemzéseket egy induló vállalkozásra készítettem el, mely 2012-ben kezdte a működését Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében és 20 hektáros spárgatelepítést tervez megvalósítani. Először tehát a missziót és a víziót alakítottam ki.

A vállalat jövőképe az, hogy minél modernebb technológia felhasználásával a lehető legjobb beltartalmi értékekkel rendelkező, nemzetközi viszonylatban is kiváló, I. osztályú halványított-és zöldspárgát állítsa elő.

Az Észak-alföldi régióban extra minőségű spárga termesztése a legmodernebb berendezésekkel, intenzív technológiával egy magas szintű egzisztencia megteremtése és fenntartása érdekében.

A következő lépésként elkészítettem a vállalat PEST- analízisét.

Politikai környezet:

A vállalat a beruházást 2012-től kezdve tervezi. Magyarországon 2010-ben voltak az országgyűlési választások, tehát 2014-ben újra választások lesznek. Minden esetleges választás során fenn áll annak a veszélye, hogy egy új kormány módosítja az agrárpolitikát, melynek következtében a támogatások mértékének a csökkenése is bekövetkezhet.

Magyarország az Európai Unióhoz való csatlakozással megnyíltak a határok a nyugat-európai országok felé. Egyre több ország kezdte meg a csatlakozási tárgyalásokat az EU-val, aminek végkimenetele az lesz, hogy belátható időn belül nőni fog a tagországok száma, így szélesíthető az export.

A Közös Agrárpolitika 2014-2020 közötti ciklusában a költségvetési források nominálértéken változatlanok maradnak, de az agrárszektor reálértéken folyósított támogatási szintje csökkenni fog. 2013-ban a magyar gazdák hektáronként 230 eurót vehetnek igénybe. „2014-től a közvetlen kifizetéseken belül az alaptámogatás kb. 143 euró/ha-ra csökken. Ha ehhez hozzávesszük a zöld kiegészítő komponens is kb. 81 euróval, akkor a kettő összesen kb. 224 euró/ha támogatási szintet tesz ki” (POPRÁDY, 2012).

Gazdasági környezet:

A GKI Gazdaságkutató Zrt. szerint az idén, 2012-ben a bruttó hazai termék (GDP) 1,5%-os csökkenése fog bekövetkezni, ezzel szemben 2013-ra már 1,5%-os növekedést jeleznek elő. Az inflációs ráta ebben az évben igen magas lehet. Az előrejelzések azt mutatják, hogy eléri majd az 5,9%-ot (I1). A Magyar Nemzeti Bank (MNB) középtávú célja, hogy ezt 3%-ra sikerüljön lecsökkenteni (I2). A növekvő munkanélküliségi rátával szemben a családok rendelkezésre álló jövedelme folyamatosan csökken. A Statisztikai Tükör szerint, melyet a KSH állított össze, 2010-ben az egy főre jutó éves nettó jövedelem 940 000 Ft volt, amit ha levettünk egy hónapra, akkor kicsivel több, mint 78 000 Ft jövedelmet kap egy magyar ember átlagosan (I3).

Gazdasági tényező közé sorolható továbbá, hogy a vállalatok működésük során bizonyos esetekben hitel felvételére lehet szükségük. Előfordulhat, hogy a szezonális miatt van szükség pénzügyi segítségre - a mezőgazdaság erre a legjobb példa. A munkálatok tavasszal kezdődnek, de a bevételek csak az ős folyamán realizálható. Nem csak ezen esetekben lehet szükség hitelre, hanem beruházások esetén is.

A világpiacon folyamatosan növekszik az üzemanyagok ára, ami természetesen a magyar üzemanyagárak növekedését is eredményezi. 2012-ben folyamatosan újabb és újabb üzemanyagcsúcsok dőltek meg és még további drágulásra lehet számítani. Jelenleg körülbelül 445 Ft körül mozog a benzin és a gázolaj literenkénti átlagára.

Végül, de nem utolsó sorban, mindenképpen gazdasági tényezőként kell számbavenni az árfolyamváltozások hatásait. A Magyar Nemzeti Bank 2012.03.30-ai árfolyama szerint, 1 € 293,04 Ft, 1 svájci frank pedig 243,09 Ft. Az árfolyamok az export és import szempontjából is nagyon fontosak.

Társadalmi hatások:

Az OECD országokban a válság kitörése óta nőtt a szakadék a gazdagok és szegények között, sőt, az elmúlt több mint 30 éves távlatban a legszélesebbre nyílt az olló - derült ki az OECD legfrissebb tanulmányából (Divided We Stand: Why Inequality Keeps Rising). A szervezet a döntéshozókat a gyors cselekvés szükségességére szólította fel az egyre növekvő egyenlőtlenség megállítása érdekében (I4). Ez a helyzet alakult ki hazánkban is.

2011-ben elkészült népszámlálás szerint Magyarország népessége 9 982 000 fő. Folyamatosan csökken hazánk lakossága, melyet előregedés jellemez. A KSH eredmények szerint 2009-ben a lakosság 22,2%-a, 2010-ben 22,5%-a, 2011-ben 22,9%-a volt 60 év fölötti. Ez tükrözi, hogy előregedő népességről van szó.

Technológiai tényezők:

A spárgatermesztés sajátossága, hogy precíziós tárgyi eszközökre van szükség. Ilyen speciális eszköz az ültetőgép, a bakhát készítő gép. Ezen gépek beszerzése külföldről történik, de ezek vonatásához nem szükséges speciális erőgép.

Az innováció minden vállalat esetén, így a mezőgazdasági termelés során is szükség van. Az újítás során a cégnek lehetősége van, hogy a lehető legjövödelmezőbben termeljenek. A spárgatermesztésben is fontos, hogy akár az ültetés, akár a feldolgozás minél gyorsabban és minél kisebb költséggel történjen meg.

Az informatika egyre nagyobb teret hódít a világon. Így a kereskedések igen nagy hányada már nem személyesen, hanem az informatika és az internet adta értékesítési programok segítségével megy végbe. Minél több vállalkozás csatlakozik egy ilyen értékesítési hálózathoz, annál szélesebb lehet a vásárlói kör.

Külső- és Belső Faktor Értékelő Mátrix (KFÉM-BFÉM):

A PEST- analízis után elkészítettem a vállalat SWOT- analízisét a telepítésre vonatkozóan. A SWOT analízisből a lehetőségek és a veszélyek a KFÉM mátrixban, az erősségek és gyengeségek pedig a BFÉM mátrixban részletesen megtalálhatóak. Ezt követően kiszámítottam a Külső

Faktor Értékelő Mátrix értékét, melyet a 1. táblázat szemléltet részletesen. A KFÉM súlyozott értéke 3,38, ebből következik, hogy az átlagosnál nagyobb mértékben képes a spárgatermesztő vállalat a veszélyeket elhárítani és a számára elérhető lehetőségeket kihasználásában is hatékonyabb.

1. táblázat: A beruházás megvalósításának Külső Faktor Értékelő Mátrixa

Kulcsfontosságú külső tényezők	Súly	Rangsor	Súlyozott mutató
Lehetőségek (O):			
Nyugat-Európa jövőben is a fő exportpiac	0,0952	4	0,38
Népszerűsítési kampány hazánkban	0,0524	3	0,16
Hosszú távú értékesítési szerződések	0,0286	3	0,09
Termelő és Értékesítő Szervezethez (TÉSZ) való csatlakozás	0,0476	4	0,19
e-kereskedelem bevezetése	0,0429	2	0,09
Külföldi befektetők bevonása	0,0905	4	0,36
Bérmunka a speciális gépekkel	0,0857	4	0,34
Intenzív, illetve szuperintenzív technológiák hasznosítása	0,0810	3	0,24
Termőhelyre adaptált biológiai alap nemesítése	0,0190	3	0,06
Európai Uniós támogatások 2013 után is megmaradnak	0,0762	4	0,30
Veszélyek (T):			
Időjárási viszontagságok	0,0714	4	0,29
Várható a versenytársak koncentrációja, a piacon újak megjelenése	0,0667	3	0,20
Értékesítési ár bizonytalansága	0,0095	2	0,02
Szaporítóanyag árának emelkedése	0,0048	1	0,00
Exportpiaci kitettség	0,0333	3	0,10
Szezonális termék	0,0619	3	0,19
Növekvő adóterhek	0,0571	3	0,17
Kormányzati támogatások változása	0,0238	2	0,05
Árfolyamváltozások	0,0143	3	0,04
Tovább növekvő üzemanyag árak	0,0381	3	0,11
Összesen:	1		3,38

Forrás: Saját kalkuláció

Ahhoz, hogy a KFÉM értékét tovább tudjuk értékelni a BFÉM értékét ki kell számítani, melyet a 2. táblázat szemléltet. A Belső Faktor Értékelő Mátrix súlyozott értékének összege 3,51, ami átlag fölötti értéket mutat. A vállalat vezetése az erősségek kihasználása mellett, igyekszik megszüntetni a gyengeségeit, hogy egyre jobban meg tudjon felelni a vízióba és a misszióban megfogalmazottaknak.

2. táblázat: A beruházás megvalósításának Belső Faktor Értékelő Mátrixa

Kulcsfontosságú külső tényezők	Súly	Rangsor	Súlyozott mutató
Erősségek (S):			
Saját eszköz és géppark	0,2000	4	0,80
Külföldi kapcsolatok	0,1778	3	0,53
Szaksterű természetirányítás	0,1111	3	0,33
Gyenge adottságú területek maximális kihasználása	0,1556	4	0,62
Kutató Intézetekkel való kapcsolat	0,1333	4	0,53
Gyengeségek (W):			
Még képzetlen alkalmazottak	0,0444	2	0,09
Bizonytalan kézi munkaerő megléte a szedéshez	0,0222	2	0,04
Spárgatermesztési tapasztalatok hiánya	0,0667	3	0,20
Gyorsan romló áru, szinte azonnali feldolgozás szükséges	0,0889	4	0,36
Összesen:	1		3,51

Forrás: Saját kalkuláció

A KFÉM és BFÉM kiszámítását követően az értékeket egy közös mátrixban elhelyezve további következtetések levonására nyílt lehetőség. Ez a mátrix nem más, mint a Külső/Belső döntés előkészítő mátrix, melyet a 1. ábra mutat.

Összegezve így az értékeket, a vállalatnak a beruházást mindenképpen érdemes megvalósítani, a fejlesztés szükséges és meg is valósítható.

		Külső Faktor Értékelő		
		3 - 4	2 - 2,99	1 - 1,99
Belső Faktor Értékelő	3 - 4	Fejlesztés	Fejlesztési lehetőség	Választás
	2 - 2,99	Fejlesztési lehetőség	Választás	Lassan visszavonulni
	1 - 1,99	Választás	Lassan visszavonulni	Visszavonulni

1. ábra: Külső/Belső döntés-előkészítő mátrix

Forrás: NÁBRÁDI, 2010

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A stratégiai elemzéseim során arra törekedtem, hogy megvizsgáljam azt a környezetet, melyben a spárgatelepítési beruházás megtörténik. A Magyarországon a gazdasági helyzet - sok öszszetevő miatt - nem a legjobb. Az államháztartási hiány magas mutatói miatt az Európai Unió szankciókat vezethet be, ami a beruházásokra, - főleg a tőkebefektetők visszavonulása miatt - veszélyt jelenthet. Hitelfelvétel, vagy tőkebefektetés hiányában ugyanis nehezen valósítható meg a 20 hektáros beruházás

A külső vizsgálatok után a belső elemzés során megállapítottam, hogy bár vannak hiányosságok a vállalatnál, gondolok itt a tapasztalat hiányára, mégis a külföldi és kutató intézeti kapcsolatainak köszönhetően a spárgatermesztés szakszerű keretek között megvalósítható lehet.

A spárgatermesztés – véleményem szerint - folyamatos innovációs alkalmazási lehetőséget biztosít a termelő számára. Bizonyos a termesztést megkönnyítő eszközök kifejlesztése hazánkban is megtörténhet annak ellenére, hogy nem tartozunk a spárgatermesztő nagyhatalmak közé. Elképzelhető, hogy a magyar termőhelyi adottságokhoz illeszkedő hibridek kinemesítése is megtörténhet a következő évtizedben. Ha ez megvalósulna, potenciálisan csökkenthetné a szaporítóanyag költség. Nem befolyásolná az árfolyam-változás, sőt a nagy távolságú szállítási költség sem.

A gyengébb adottságú területek kihasználása igen lényeges, mert manapság a föld egyre nagyobb érték. Elkerülhetetlen az, hogy a még potenciálisan alkalmas földterületek is művelésére kerüljenek. A spárga pedig megoldja ezt a gondot, így nem csak természetien lehet a gyengébb minőségű földben, hanem javítja is annak a talajszerkezetét. Az ültetvény felszámolása után, más növények termesztése is gazdaságosabb lehet.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Csath M. (2004): Stratégiai tervezés és vezetés a 21. században. Budapest. Nemzeti Tankönyvkiadó, 56 – 127 p. (2) Czakó E. (2007): A vállalati stratégia és jellemzői. In: Vállalati stratégia. (Szerk. Könczöl E.) Budapest. Alinea Kiadó, 51-55 p. (3) Kresalek P. (2003): Tervezés a vállalkozások gyakorlatában. Budapest. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., 56 p. (4) Nábrádi A. (2010): A vállalati stratégia, stratégiai terv. In: A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. (Szerk. Nábrádi A. – Pupos T.) Budapest. Szaktudás Kiadó Ház, 19-39 p. (5) Poprády G. (2012): Az EU Új Közös Agrárpolitikája, Budapest. Magyar Agrárkamara, 6-10 p. (6) I1: http://www.mfor.hu/cikkek/GKI_iden_1_5_szazalekkal_csokken_jovore_nnyivel_no_a_GDP.html (letöltve: 2012.03.31.) (7) I2: <http://www.mnb.hu> (letöltve: 2012.03.31.) (8) I3: http://hvg.hu/gazdasag/20120329_ksh_munkanelkuliseg (letöltve: 2012.03.31.) (9) I4: http://www.napi.hu/nemzetkozi_gazdasag/ujabb_ketyego_bombara_figyelmeztet_az_oecd.513074.html (letöltve: 2012.03.31.)

**AMI A PÉNZNÉL IS TÖBBET ÉR – AZ IT CÉGEK SPECIÁLIS
FINANSZÍROZÁSÁNAK HAZAI ESETEI**VALUABLE THAN MONEY – SPECIAL FINANCING OF IT SECTOR – HUNGARIAN
CASES*Jenei Anett – Ványi Bernadett*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Számvitel MA szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Az elmúlt évtizedben átalakult az infokommunikációs technológia, és az internetalapú szolgáltatások elterjedésével új fogyasztói szükségletek jelentek meg.

Ezeknek az igényeknek a kielégítésére új típusú szolgáltatásokat nyújtó vállalatok jöttek létre. Az IT cégek térhódításával a köztudatban is egyre ismertebbé vált a kockázati tőke típusú finanszírozás, amely abban tér el a hagyományosnak tekinthető belső finanszírozási módoctól, hogy nemcsak tulajdonosi tőkét biztosít a portfólióvállalatnak, hanem a befektető aktív közreműködése során szakértelmét és kapcsolati hálóját is rendelkezésére bocsátja. Dolgozatunk célkitűzése, annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy mitől értékesebb a hagyományos tőkefinanszírozás formájától a kockázati tőke. Hipotézisünk szerint az IT cégekkel kapcsolatos tőkefinanszírozás sikerének kulcsa a befektető hozzáadott értéke, amely iparági szaktudásának, befektetői tapasztalatának és kapcsolati hálójának rendelkezésre bocsátása által valósul meg.

Dolgozatunkban esettanulmányokon keresztül nyújtunk átfogó képet, három IT ágazatban működő, különböző vállalati életszakaszban lévő társaság kockázati tőkével való finanszírozásának hozzáadott értékéről.

Az esettanulmányok alapján megállapítottuk, hogy minden vizsgált vállalat esetében beigazolódtott, hogy a kapott tőkénél sokkal nagyobb jelentőséggel bír a befektető személyisége és az általa biztosított szemlélet, tudás, tapasztalat és kapcsolati háló.

Kulcsszavak: kockázati tőke, hozzáadott érték, infokommunikációs technológia

ABSTRACT

In the last decade the information technology has changed and thanks to the spread of the services - which are based on the internet - new consumer claims appeared.

To satisfy these claims companies were established which provide new services. With the spread of the companies which are based on the information technology the venture capital financing was more popular then before. This financing is the opposite of the traditional inside financing method, because it provides not just owner capital, it provides more, such as active cooperation by the investor and the investors' managerial knowledge and their relationship with other investors and people.

Our essay's aim is to find the answer to the question: why is the venture capital financing more valuable than the traditional inside financing. Our hypothesis says that the added value is the key of the success of the venture capital financing of the companies which are based on the information technology. The key success factors are the industry specialized knowledge, the experience of the investors and the investors' relationships.

In our essay we provide a comprehensive aspect of three companies which are financed with venture capital and are based on information technology. The companies are in different lifecycle phases.

We were led to the conclusion - which is based on the case-study – that in every company's life the most important factors are the personality of the investors, their managerial knowledge, their experiences and their relationships.

Keywords: venture capital, added value, information technology

BEVEZETÉS

A média a globális gazdasági válság hatásaira koncentrálnak, ahol azt hangsúlyozza, hogy a növekedési lehetőségek korlátozódtak, a vállalkozói kedv megtorpant és egyre nehezebb pénzügyi finanszírozási forrásokhoz jutni, mégis léteznek ellenpéldák. Azok a vállalkozások, amelyeket az innovatív gondolkodás, kockázatvállalási hajlandóság és bizonyos fokú kompromisszumkésztség jellemez a nemzetközi piacokon is kimagasló eredményeket tudnak elérni.

Dolgozatunk célja, hogy az utóbbi jellemzőkkel rendelkező vállalatok esettanulmányain keresztül mutassuk be a hétköznapi életben kevésbé ismert kockázati-tőke-finanszírozás specifikumait.

Dolgozatunk elkészítése során a következő kérdésekre keressük a választ:

- Mitől értékesebb a hagyományos tőkefinanszírozás formájától a kockázati tőke?
- Miben tér el a részvételi tőkebefektetés a hagyományosnak tekinthető tőkefinanszírozás forrásaitól?
- Mik okozzák a portfólióvállalatok befektetésének sikerét?
- Mi lehet értékesebb a kapott tőkénél? Elegendő-e a tőkeforrás önmagában?

ANYAG ÉS MÓDSZER

Dolgozatunkban esettanulmányokon keresztül, kvalitatív módszerek alkalmazásával, a befektetések főbb jellemzőinek megragadásával nyújtunk átfogó képet az IT ágazatban működő, különböző vállalati életszakaszban lévő társaságok kockázati tőkével való finanszírozásának hozzáadott értékéről.

Az esettanulmányok alanyait az Insider Startup Adatbázisból választottuk ki, ahol 167 eltérő életszakaszban tartó, különböző ágazatban lévő vállalat van nyilvántartva, amelyek többsége nem ismert a nemzetközi piacokon. Választásunknál a következő kritériumokat fogalmazzuk meg:

- magyar alapítókkal rendelkezzenek,
- nemzetközi sikereket érjenek el,
- a vállalati életciklus különböző szakaszaiban legyenek,
- olyan termékkel, illetve szolgáltatással rendelkezzenek, amelyben mi is fantáziát látunk.

Az adatbázis tanulmányozása során megismerkedtünk a hazai, IT startupokkal, amelyekből a fenti szempontokra fókuszálva a választásunk az életpályájának legelején tartó Mixgar-ra, a növekedési szakaszban lévő Prezi.com-ra és a Nasdaq-on jegyzett LogMeIn-re esett.

A tanulmányok elkészítését hosszadalmas, mély kutatómunka előzte meg és az ágazat jellegéből adódóan a vállalati hírekhez online forrásokon keresztül jutottunk. Mélyrehatóan tanulmányoztuk a vállalatok és a befektetők saját honlapjait, a magyar és nemzetközi hírportálokat, az amerikai technológiai cégek adatbázisát, a Nasdaq (National Association of Securities Dealers Automated Quotations) és a SEC (Securities and Exchange Commission) honlapjait, valamint a különböző keresőprogramok találatait. Hazánkban és nemzetközi szinten sincs teljes körű központi adatgyűjtés az ezen típusú befektetésekről. A személyes interjúk elkészítésével betekintést nyertünk a vállalati kultúrába, ahol a cégvezetők saját történeteik által a befektetővel való eredményes együttműködés egy-egy fontosabb momentumát emelték ki.

EREDMÉNYEK**Mixgar**

A Digital Natives inkubációjában született, zenei lejátszási listákat demokratizáló Mixgar Kft. 2012-ben került a magyar cégjegyzékbe 20 millió Ft jegyzett tőkével, miután 18 millió Ft kockázati tőke típusú, többlépcsős finanszírozást szerzett intézményi-, illetve magántőke befektetőktől (I2, I11).

A tőkebefektetés következtében Huszár Gerzson (5 millió Ft) 6,3%, az InvestLife pedig (13 millió Ft) 33,7%-nyi - amelyből 12% a Phoenix Investment részesedése – üzletrészt hozott. Az intézményes befektetők passzív résztvevőként vesznek részt a társaság mindennapjaiban. A vállalat többségi tulajdona (60%) a terméket kifejlesztő Digital Natives-nél maradt, aki a cég rendelkezésére bocsátotta a Mixgar szolgáltatáshoz kapcsolódó különböző immateriális javakat (szoftver, know-how, felhasználói jogok), valamint különböző eszközöket (I2).

A vállalat ígéretes jövő előtt áll, melyet több nemzetközi startup versenyen, illetve konferencián elért eredmény is alátámaszt (HUSZÁR, 2012). A vállalat ügyvezetője, egyben magánbefektetője is, Huszár Gerzson, akinek neve jól ismert az IT szektor berkein belül (LogMeIn volt fejlesztési igazgatója). Ezért személye és tulajdonosi részesedése a vállalatban egyfajta biztosíték a befektetők felé.

A vállalat abban a korai életciklusban van, amikor még a termék működőképességét és a vállalat életképességét kell bizonyítani, mind a befektetőinek, mind a piacnak, így nagyon korai a kilépésről beszélni. A befektetők elmondása alapján minden megtörténhet. Lehet szó szakmai, illetve stratégia befektetőknek való értékesítésről; vagy akár a tőzsdei bevezetéséről is.

Prezi.com

2008-ban alapított Prezi.com Kft., amely célul tűzte ki, hogy olyan terméket állítsanak elő, amely megváltoztatja a hagyományos prezentációs szokásokat. Ez egy online prezentációs szoftver, amely alapjaiban tér el a hagyományos PowerPointos diáról diára haladó előadásoktól. Itt egyetlenegy felületen mozgunk, forgunk, zoomolunk. 2009-ben bocsátották piacra és az új termék rögtön átírta a berögződéseket, mivel egy Flash-alapú (internetes Adobe Flash alapú videó állomány formátum), nem-lineáris prezentációs eszköz használatát teszi lehetővé (I6).

Az elmúlt 3,5 évben többször is sor került tőkebevonásra a világ különböző részein működő vállalatok, illetve kockázati tőke-alapok által. Az első befektetés a Magyar Telekomtól származik, amely nagyban megkönnyítette az elindulást és hozzásegítette a vállalatot, hogy a termékét fejleszteni tudja, illetve nemzetközi piacra is minél előbb be tudja vezetni (I13).

A következő évtől a Prezi több külföldi befektető támogatási tevékenységének középpontjába került és olyan befektetőre is szert tettek, aki még soha, semmilyen más vállalatba nem fektetett be. 2009-ben 350 millió forinttal szállt be a dán Sunstone Capital a TED Conferences céggel társulva, 2011-ben pedig az Accel Partners kockázati tőke-befektető nem kevesebb, mint 3,25 milliárd forinttal (I15; I16).

A növekvő felhasználószám hatására a vállalat hamar cash flow pozitív lett, ezért a befektetőkkel való együttműködés szempontjából előtérbe tudták helyezni azt az igényüket, hogy fontosabb a befektető személye, mint az általa biztosított tőke. Az 1 éves cégbe fektetett be a TED és a Sunstone Capital. A TED befektetés hatalmas fellendülést eredményezett, mivel a konferencia nevének hallatán az emberek bizalmat szavaztak a terméknek. A dán Sunstone Capital befektetési alap a Prezi számára, olyan volt, mint egy „edző”, mert segített egy jó céget felépíteni, megtanította, hogy hogyan kell a kockázati tőkét kezelni és egy olyan menedzsmentet sikerült összeállítani, akik képesek sikereket elérni (I12; HALÁCSY, 2012). Az Accel Partners szintén fontos szerepet tölt be a vállalat életében, nemcsak a kimagasló befektetési összeg – 14 millió dollár –

miatt, hanem mert az alap olyan szaktudással és tapasztalattal rendelkezik, amelyet jól tudnak kamatoztatni a Prezinél.

Az intézményes kockázati-tőke-befektetők aktív szerepet töltenek be a vállalat életében. Tagjai a boardnak, a stratégiai, irányítási és pénzügyi kérdésekben való döntésekben részt vesznek. Fontos számukra a növekedés, mivel céljuk a befektetett összeg megnövekedése.

Az intézményi befektetők közül egyedül a Magyar Telekom volt az, amely a kezdeti tőkebefektetés után a kilépés mellett döntött. A befektetők legalább 5 éves időtartamban gondolkodnak, de a 10 év sem kizárt, ha megfelelő a vállalatnövekedés és a görbék folyamatosan jobbra felfelé haladnak. A Prezi egyelőre nem tervezi a vállalat részvényeinek tőzsdei bevezetést. Sokkal fontosabb, hogy minél több elégedett felhasználót tudjanak maguk mögött (HALÁCSY 2012).

LogMeIn

A kommunikációs megoldásokat kínáló LogMeIn 2001-ben Border Development Kft. néven 3 millió Ft jegyzett tőkével kezdte meg működését. Ekkor született meg a Remotely Anywhere, amely már ebben a kezdeti stádiumban több mint 1 millió USD-s árbevételt generált. (I3).

A korai növekedési életszakaszban lévő vállalkozás felismerte, hogy külső finanszírozási forrás, menedzsment- és marketing szakértelem nélkül képtelen lesz a fenntartható növekedésre. A megoldást Michael Simon személye jelentette, aki korábban jelentős üzleti kapcsolatokra, tapasztalatokra tett szert, valamint rendelkezett azokkal a menedzsment ismeretekkel, amelyek egy technológiai kisvállalkozás sikeréhez szükségesek 2003-ban csatlakozott a vállalkozáshoz, mint első informális befektető, majd a társaság vezetője (CEO) lett. Ekkor született meg a LogMeIn, amely előre telepített szoftver nélküli alkalmazásként, a weben keresztüli távvezérlést tette lehetővé.

A szükséges pénzügyi erőforrásokat kockázati-tőke-befektetők tették elérhetővé, melynek során a LogMeIn 3 körös tőkebevonás során 30 millió USD tőkéhez jutott. Az első kör 2004-ben valósult meg, ahol „Series A Funding” keretében 10 millió USD befektetést szerzett a társaság. A finanszírozók a 3TS Capital, az Integral Capital Partners és a Prism Venture Partners voltak. A 3TS Capital volt a cég első intézményi befektetője, aki azzal a feltétellel investált a társaságba, hogy az az amerikai piacon további befektetőket keres. Ekkor a társaság székhelyét Woburnba helyezte át (I3; I7). A friss tőkét az eladások növelését segítő marketing tevékenységekre, valamint a termékek további fejlesztésére fordították. A második lépcsős 10 millió USD-s „Series B Funding”-ra 2005-ben került sor. Az előző körös befektetők mellett a Polaris Venture Partners is a vállalat finanszírozójává vált (I1). A befektetők tőkéjükért cserébe üzleti részesedéshez jutottak, valamint az az igazgató tanács tagjai lehettek. 2007-ben az Intellel 4 éves stratégiai megállapodást kötött a vállalat, amelyet követően az Intel Capital 10 millió USD értékben 4% részesedést szerzett (I1).

A vállalkozás 2008-ban bejelentette, hogy a Nasdaq-ra vonul, amely során a befektetők megkezdik a kiszállást. A cég papírjaival a kereskedés 2009. július 1-jén indult meg. A kibocsátási részvényenkénti árfolyam 16 USD és a vállalat felajánlási volumene 7,7 millió db részvény volt. A Nasdaq-on való megjelenés során a 3TS Capital értékesítette a vállalatban lévő teljes részesedését, amely során korábbi befektetésének 8,5-szeresét realizálta. Az IPO sikeresnek bizonyult, ahol a vállalkozás 5,8 millió db, az intézményes tőkebefektetők pedig 1,9 millió db részvényt értékesítettek, így együttesen 122,7 millió USD tőkéhez jutottak. Ebből az összegből a társaság 82,9 millió USD értékben tőkeemlést hajtott végre (I8). 2009 novemberében a társaság újabb részvénykibocsátást hajtott végre, ahol 3,3 millió db közönséges részvény bevezetése valósult meg 18,50 USD árfolyamon (I9).

A vállalat termékeivel új lehetőséget teremt a kommunikációra, az adatok elérésére, valamint a közös munkára. A cég sikerének titka a szoftver gyors és egyszerű használhatósága, a költség-

hatékonyságot jelentő „üzemeltetési outsourcing” lehetővé tétele, valamint a kipróbálható ingyenes verzió. A prémiumszolgáltatásokat havi, illetve éves előfizetési díj ellenében lehet használni, amelynek segítségével a vállalat árbevétele jól tervezhetővé válik. Ez a kiszámíthatóság és a szenzációs üzleti modell tette a LogMeIn-t a folyamatosan változó digitális világ egyik vezető vállalatává.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az általunk vizsgált esettanulmányok alátámasztják a kockázati tőke 4 fő tulajdonságát.

- A pénzügyi közvetítő funkciót mind a 3 vállalatnál az intézményes kockázati tőkebefektetők jelenléte reprezentálja, akik nem a saját tőkéjükkel finanszírozzák a portfólióvállalatot.
- A befektetések időpontjában egyik vállalat sem működött nyilvánosan.
- A pénzügyi támogatás mellett az aktív szerepvállalás kiemelt fontosságú szerepet tölt be mindegyik cég működésében. A befektetők résztulajdonosként a stratégiai, pénzügyi döntések meghozatalában vesznek részt, széles kapcsolatrendszerükkel támogatják az expanziót.
- A nagy növekedési potenciállal rendelkező vállalkozásokat a piaci átlagot meghaladó hozam reményében finanszírozzák, amelyet a kilépéskor tudnak realizálni. A LogMeIn tőzsdei bevezetésekor a kockázati tőkebefektetők részesedésének piaci értéke több mint 5-szöröse volt a kezdeti tőkebevonások értékének. A másik két vállalat esetében a befektetések mai piaci értéke meghaladja a befektetéskori értéket, igaz, itt még nem történt meg a hozamok realizálása.

Mind a 3 társaság rendelkezik a növekedési pályára állást segítő informális és intézményes kockázati tőkebefektetésekkel. A befektetők a tőkéjükért cserébe tulajdonrészt kaptak, ugyanakkor a vállalatok a pénznél is értékesebb szakértelemhez, tudáshoz, kapcsolatokhoz jutottak. Az esettanulmányok példái azt támasztják alá, hogy a befektetések legfőbb motivációs tényezője a pénz mellett, a befektetők szellemi és kapcsolati tőkéje. Ezek azok a momentumok, amiben eltér és amitől értékesebb a kockázati tőke-finanszírozás a hagyományos finanszírozási formáktól.

Az esettanulmányok is igazolják, hogy a gyorsan változó digitalizálódott világ megköveteli a vállalatok folytonos megújulását. A tartós versenyelőny fenntartásához szükséges az állandó fejlesztés és az, hogy a fogyasztói igényeket ők alakítsák ki. Az ötlet ellopása ellen az egyetlen védelem, hogy ugyanolyan vagy gyorsabb ütemben fejlődjön az adott vállalat, mint versenytársai. Ezért minden vállalkozásnak javasoljuk, hogy kövesse a fenti példákat, merjen kockázatot vállalni és szakértők segítségét kérni.

Az egyedi esettanulmányok alapján elmondható, hogy az általunk vizsgált vállalatok mindegyike sikertörténet. Ezek azok a társaságok, amelyek bebizonyították, hogy ha van jó ötlet, lelkesedés és vállalkozói kedv, akkor pénz is van a megvalósításhoz. Olyan igazi startupok, amelyek példaként szolgálnak minden magyar kezdő vállalkozás előtt.

Megállapítjuk, hogy hipotézisünk (az IT cégekkel kapcsolatos tőkefinanszírozás sikerének kulcsa a befektető hozzáadott értéke) helytálló, mivel minden vizsgált vállalat esetében beigazodott, hogy a kapott tőkénél sokkal nagyobb jelentőséggel bír a befektető személyisége és az általa biztosított szemlélet, tudás, tapasztalat és kapcsolati háló.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) HALÁCSY P. (2012): Telefonos interjú Halácsy Péterrel a Prezi.com vállalat társalapítójával. 2012. október 1. (2) HUSZÁR G. (2012): Személyes interjú Huszár Gerzsonnal a Mixgar vállalat társalapítójával. Helyszín: Mixgar, 1113 Budapest, XI. Ker., Daróczi utca 4., 2012. augusztus 2. (3) CRUNCH BASE (2012): LogMeIn. <http://www.crunchbase.com/company/logmein> (Letöltve: 2012. július 17.) (4) DIGITAL NATIVES (2009): Társasági szerződés. 2009. március 10. www.e-cegkozlony.gov.hu (Letöltve: 2012.

július 21.) (5) EUROPRENEURS (2012): LogMeIn: a company that competes with Google (Interview with Marton Anka, the founder of LogMeIn). 2012. május 10. <http://www.europreneurs.org/2012/05/logmein-interview/> (Letöltve: 2012. június 19.) (6) HVG (2011): A Facebook befektetője 14 millió dollárt pumpál a Prezibe. 2011. december 15. http://hvg.hu/Tudomany/20111215_prezi_befektetes (Letöltve: 2012. május 20.) (7) HVG (2011): A Facebook befektetője 14 millió dollárt pumpál a Prezibe. 2011. december 15. http://hvg.hu/Tudomany/20111215_prezi_befektetes (Letöltve: 2012. május 20.) (8) HVG (2011): Kis magyar szoftver – Hazai cégek az informatikai világpiacon. 2011. április 20. http://hvg.hu/hvgfriss/2011.16/201116_hazai_cegek_az_informatikai_vilagpiacon_kis (Letöltve: 2012. május 15.) (9) ITBUSINESS.HU (2012): Interjú Anka Mártonnal. 2012. április 15. http://www.itbusiness.hu/Fooldal/hetilap/vipstafeta/Anka_Marton.html (Letöltve: 2012. június 24.) (10) LOGMEIN (2009): LOGM_News: LogMeIn Announces Closing of Initial Public Offering and Exercise of Over-Allotment Option. 2009. július 7. <https://investor.logmein.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=394715> (Letöltve: 2012. augusztus 25.) (11) LOGMEIN (2009): LOGM_News: LogMeIn Announces Pricing of Secondary Offering. 2009. november 19. <https://investor.logmein.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=425633> (Letöltve: 2012. augusztus 24.) (12) MARKET WATCH (2011): Prezi Announces \$14M Series B Funding; Adoption of Zooming Presentation Software Growing Fast. 2011. december 15. <http://www.marketwatch.com/story/prezi-announces-14m-series-b-funding-adoption-of-zooming-presentati-on-software-growing-fast-2011-12-15> (Letöltve: 2012. május 2.) (13) MIXGAR (2012): Társasági Szerződés. 2012. június 11. www.e-cegkozlon.gov.hu (Letöltve: 2012. július 21.) (14) NEW YORK TIMES (2012): Hungarian Start-Ups Defy Economic Climate. 2012. május 23. http://www.nytimes.com/2012/05/23/business/global/hungarian-start-ups-defy-economic-climate.html?_r=3m (Letöltve: 2012. május 23.) (15) TECH CRUNCH (2009): Prezi Gains VC Funding And Jack Dorsey As An Advisor. 2009. július 20. <http://techcrunch.com/2009/07/20/prezi-gains-vc-funding-and-jack-dorsey-as-an-advisor/> (Letöltve: 2012. május 20.)

**A 2012-ES ÉV TEVÉKENYSÉGÉNEK GAZDASÁGI ELEMZÉSE
ADOTT GAZDASÁG ESETÉBEN****ECONOMIC ANALYSIS OF A GIVEN AGRICULTURAL ENTERPRISE'S ACTIVITY
IN 2012***Kabai Zsófia*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Vállalkozásfejlesztés MSc szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Magyarország rendkívüli természeti adottságokkal rendelkezik, amelyek igen kedvezőek a mezőgazdasági termelés számára. A megfelelő domborzati és klimatikus viszonyoknak és kiváló termőképességű talajoknak köszönhetően, az évek során fejlődött mezőgazdaságunk. Jelentős hagyományokkal is rendelkezik Magyarországon, amiből adódóan a lakosság nagy részének kiegészítő vagy fő kereseti forrását jelenti. Azonban a tudatos tervezés nem elterjedt a kisebb vállalkozások esetében.

Jelen tanulmány célkitűzése, a vizsgált vállalkozás költség- és jövedelem viszonyainak bemutatása, minden ágazatra, és vállalkozási szinten is, a 2012-es gazdasági évre vonatkozóan. Az eredmények, így tájékoztatást nyújtanak a gazdálkodó számára, idej tevékenységéről, és segítséget nyújthat a következő évek tervezéséhez. Célkitűzésemhez továbbá hozzátartozik, hogy megvizsgáljam a gazdaság családeltartó képességét is.

Hipotézisemet igazolták a vizsgálatok, miszerint a vállalkozás nem minden ágazat jövedelmező, azonban összességében nyereséges, így a több lábbon állásnak köszönhetően képes eltartani az 5 fős családot és a fennmaradó összeg a jövőbeli fejlesztésekre megvalósítását is lehetővé teszi.

Kulcsszavak: gazdasági elemzés, hatékonyság, növénytermesztés, állattenyésztés

ABSTRACT

Hungary has remarkable natural endowments which are favourable for agricultural production. Thanks to favourable terrain, climate and high-yield soils in the country, Hungarian agriculture has been developing over the years. It also has significant traditions, so for the most of the population it means the main or the complementary source of income. However, the conscious planning is not popular for small enterprises.

The present study aims to present the cost and income relations of each branch in the examined farm on farm level in 2012. The results inform the farmer about his activity and help plan the coming years. Examination on the family carrying capacity of the farm is also included in my study.

My hypothesis is confirmed by the examinations which highlight that not all the sectors are profitable but as a whole the farm is profitable. Due to its multi-leg stance the farm could carry the family with 5 members and the surplus helps to realize future developments.

Keywords: economic analysis, efficiency, cultivation, animal husbandry

BEVEZETÉS

A mezőgazdaságnak – GDP-ből való részesedéséből adódóan – bizonyos nemzetek és országok számára nincs nagy jelentősége. Hazánk, a jó minőségű termőföldnek köszönhetően, viszont nagy mezőgazdasági múltra tekint vissza és régi hagyományokkal rendelkezik.

A mezőgazdaságban foglalkoztatottak aránya a nemzetgazdaságban az 1990. évi 14%-ról 2010-re 4%-ra csökkent. Ugyanakkor, a vidéki településeken manapság is igen meghatározó

tevékenység akár főfoglalkozásként, akár mellékfoglalkozásként (KSH, 2012). A csökkenést több, a termelésre, a piacra, a növény- és állategészségügyre, az időjárásra, és a menedzsmentre jellemző tényező eredményezhette. Ennek ellenére a mezőgazdasági termelők majdnem felét teszik ki az egyéni gazdaságok, akik egyedül vállalják ezeket a kockázatokat. A mezőgazdasági termelés kockázatait, a piaci, a növény- és állategészségügyi, az időjárás, és a mezőgazdasági folyamatok időszerűségéből adódó kockázatokat megfelelő intézkedésekkel elkerülhetik, hatásukat csökkenthetik. Az öntözés talán az egyik legfontosabb kockázatkezelési tevékenység. Magyarország klimatikus viszonyai miatt az öntözés – a hozamok alakulásában közvetlenül és közvetve is – jelentős szerepet tölt be. A hozamingadozás csökkentése is elérhető vízpótlással, illetve olyan növények is léteznek, melyeket kizárólag öntözéssel lehet termelni. Ezen kívül a termésmínőségét is befolyásolja a víz (NÁBRÁDI et al., 2007). „*A növénytermelés kockázatminimalizálásának legfontosabb eszköze az öntözés*” (KAPRONCZAI, 2010). Az egyes évek tudatos tervezése is nagyban hozzájárulhat a kockázatok csökkentéséhez, azonban ez nem feltétlenül része a gazdák rutin feladatainak.

A mezőgazdaságban termelők száma 1,6 millió főre tehető, ami az előző évekhez képest emelkedett. Társas vállalkozásoké 13.750 főre emelkedett, míg az egyéni gazdaságok száma 567.336 volt 2011 végén. (VM, 2010) A magyar mezőgazdaság üzemi struktúrája szerint a társas vállalkozások mellett jelennek meg az egyéni vállalkozások, míg a családi gazdaságok részét képezik az egyéni vállalkozók csoportjának. Az egyéni gazdaságot és a családi gazdaságot is törvény határolja le, azonban a valóságban nem feltétlenül ennyire élesek a különbségek. Az ilyen kisebb méretű mezőgazdasági vállalkozások nem feltétlenül tervezik tevékenységüket, hogy megkönnyítsék döntéseiket.

Dolgozatom célkitűzése, bemutatni a családi gazdaságként működő egyéni vállalkozás költség- és jövedelem viszonyait minden ágazatra, és vállalkozási szinten is, a 2012-es évre vonatkozóan. Az előző években a gazdálkodásra nem volt jellemző a tervezés, így a 2012-es év tervezésével segítséget szerettem volna adni a vállalkozónak következő döntéseihez. A vállalkozás tevékenységi köre, a 2012-es évben kiterjed állattenyésztési (juh, szarvasmarha) és növénytermesztési ágazatokra (káposztafélék, paprika, búza, takarmánykukorica, zöldborsó, csemegekukorica, lucerna takarmánykeverék, gyümölcs, gyep). A gazdálkodásra a több lábbon állás jellemző, a mezőgazdasági kockázatokból eredő esetleges jövedelem kiesése miatt. Célkitűzésemhez hozzátartozik, hogy megvizsgáljam a gazdaság családeltartó képességét is, ami jelen esetben egy 5 fős családot jelent. Hipotézisem, hogy a gazdaság nem minden ágazata nyereséges, azonban összességében nézve a vállalkozó jövedelmet ér el, amivel képes eltartani a családját.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Annak érdekében, hogy megvizsgáljam az adott vállalkozás költség és jövedelem viszonyait primer és szekunder adatgyűjtést végeztem. Az összegyűjtött adatokból modellt készítettem, a Debreceni Üzemtani Iskola által kifejlesztett, oktatásban használt növénytermesztési és állattenyésztési kalkulációs modellt használva (APÁTI, 2007). Mind a termesztett növényi kultúrák (gyep, káposztafélék, paprikák, búza, takarmánykukorica, lucerna, zöldborsó, csemegekukorica és gyümölcs), mind a tenyésztett állatok (juh, szarvasmarha) esetében ezt a modellt alkalmaztam.

Eredményül, a gazdálkodás költség és jövedelem viszonyait kaptam munkaműveletenként, költségnemenként tételesen és aggregáltan. A következő mutatószámokat is meghatároztam: árbevétel arányos jövedelmezőség, költség szint, jövedelemszintje, szűkített és teljes önköltség, amelyekkel az ágazatok összehasonlítására újabb lehetőségem nyílt. Az eredményeket ágazati és a vállalkozás szintjén is elemeztem, majd a családeltartó képességet is megvizsgáltam a KSH Adatbázis segítségével.

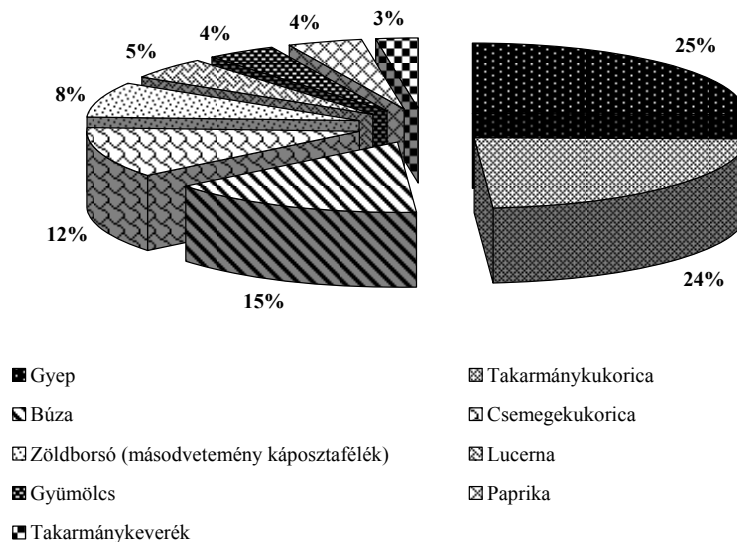
EREDMÉNYEK

A vizsgált gazdálkodás bemutatása

A vizsgált vállalkozás Derecskén végzi széleskörű tevékenységét. Derecske Kelet-Magyarországon, az Észak-Alföld régióban, Hajdú-Bihar megyében, Debrecentől 25 kilométerre fekszik. A tájra jellemző természeti adottságokkal rendelkezik, így 25AK/ha talajminőséggel és az éves csapadék mennyisége átlagosan 530-570 mm. A gazdálkodó 1992-ben kezdte a mezőgazdasági termelő tevékenységét, kezdetben mellékfoglalkozásként, majd 2007-től főállású egyéni vállalkozóként. Az elmúlt évek fejlesztéseinek köszönheti mai közel 200 hektáros gazdaságát és szerteágazó tevékenységi körét.

A növénytermesztésen belül foglalkozik búza, takarmánykukorica, takarmánykeverék, lucerna, zöldborsó, csemegekukorica, káposztafélék (brokkoli, karfiol, káposzta), szálas paprikák (almapaprika, óriás chili és fűszerpaprika), valamint az alagutas paprikák (pfefferoni, pritamin, kápia, és fehér paprika) termelésével. Továbbá gyümölcsöt (alma, meggy) termel, gyepterületekkel rendelkezik és állattenyésztéssel is foglalkozik. A juh ágazat több éve, a szarvasmarha tenyésztés 2 éve része tevékenységének. A szarvasmarha állomány mintegy 10 tehénből áll, míg a juhállományt 280 anya alkotja. A gazdaság egy öttagú család megélhetését biztosítja.

A vizsgált gazdaság vetésszerkezete évről évre változik, a megfelelő vetésváltás alapján és a gazdálkodó megfontolása szerinti. Ezért nem lehetséges 2 vagy több év kultúráinak összehasonlítása. Az 1. ábrán látható, a 2012-es évre jellemző vetésszerkezete.



1. ábra: A gazdálkodás vetésszerkezete 2012-ben

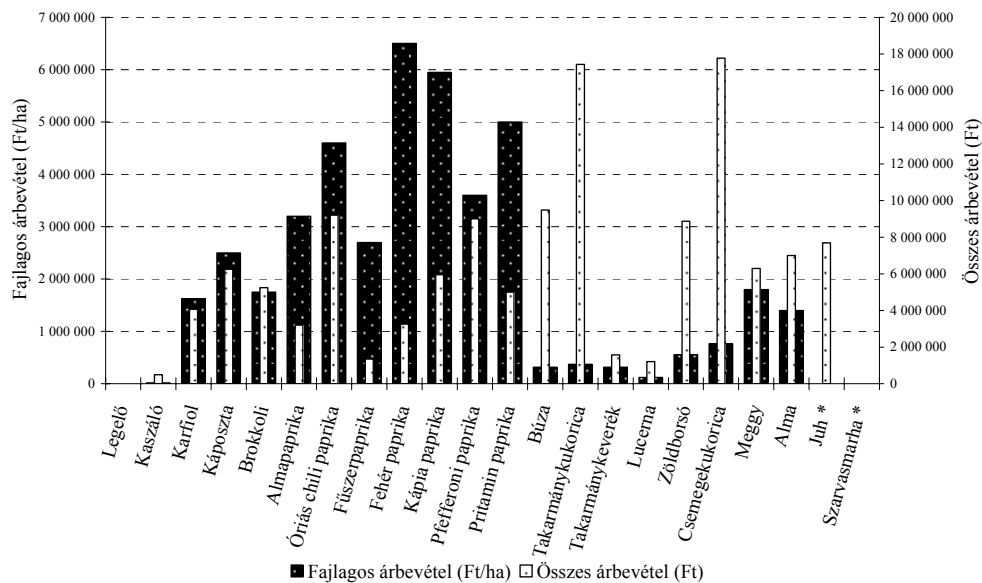
Forrás: Saját szerkesztés, 2012

A legnagyobb arányban a szántóföldi árunövények (a takarmánykukorica és a búza) és ipari növények (a csemegekukorica és a zöldborsó), míg legkisebb arányban az intenzív paprikafélék jelennek meg. A gazdálkodás területeinek felén takarmánykukorica, és gyepterületek találhatók, míg csupán a gazdaság földterületeinek negyedét foglalják el együtt a következő kultúrák: a takarmánykeverék, a gyümölcs, a paprika, a lucerna és a zöldborsó (másodveteményként káposztafélék).

A gazdálkodás gépparkja jól gépesített, közepes színvonalú. Összességében a befektetett eszközök értéke mintegy 228 millió Ft. A vállalkozás a következő támogatásokat kapta az ide évben: AKG támogatást, gázolaj jövedéki adó visszatérítést, területalapú támogatást és anyajuh támogatást.

A vizsgált vállalkozás 2012. évi tevékenységeinek ágazati szintű elemzése

A 2. ábrán a vizsgált gazdálkodás árbevétele látható fajlagosan és az összes területre vetítve. A fajlagos értékek között szembevetendő az intenzív kultúráknak igen magas az árbevétele. Az egyes paprikafajták árbevétele meghaladja akár a 6 millió Ft-ot hektáronként. Míg a szántóföldi áru- és ipari növények 1 millió Ft alatti árbevételre értek el a 2012-es évben. Az összes árbevétel befolyásolja a fajlagos árbevétel és a vetésterület a növényi kultúrák esetében. Kiemelkedő a takarmánykukorica és a csemegekukorica 2012-ben elért összes eredménye, ami a vállalkozás összes árbevételének 27%-át tette ki. Míg ennél a csoportosításnál az intenzívebb kultúrák alul maradtak, hiszen például a fűszerpaprika a 3 millió Ft-os összes árbevételre sem érte el.

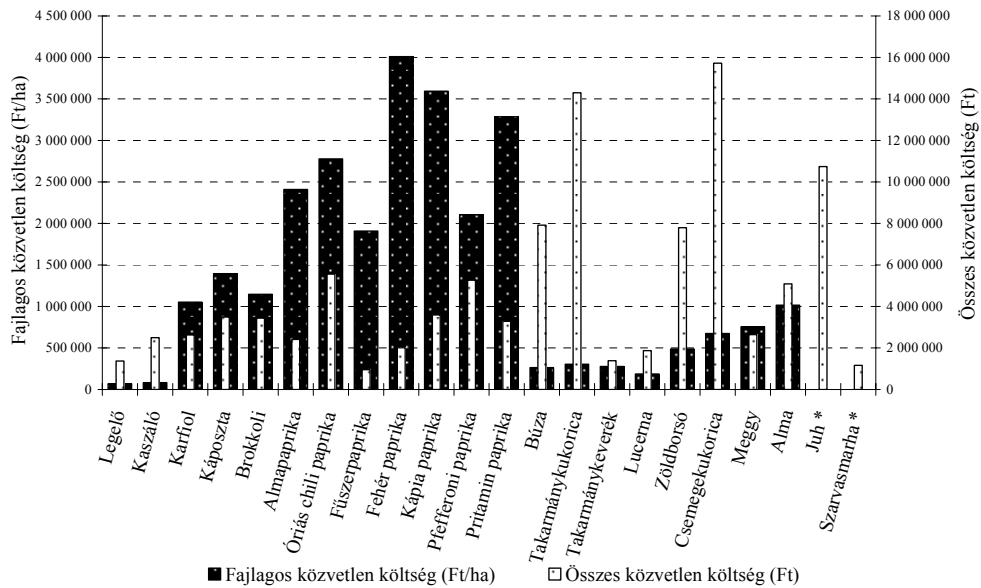


2. ábra: A gazdálkodás árbevétel fajlagosan és összesen ágazatonként 2012-ben

*Ezen ágazatok esetében nem számoltam fajlagos árbevételt.

Forrás: Saját számítás, 2012

A 3. ábrán a fajlagos és az összes költséget ábrázoltam. Az intenzív kultúráknak jellemzően magas a fajlagos költsége. Jelentősebb összegű közvetlen költséget igényeltek az intenzív paprika fajták, akár 4 millió Ft-ot hektáronként. Az összes közvetlen költséget a fajlagos közvetlen költség és a vetésterület befolyásolta a növényi kultúrák esetében. A csemegekukorica, a takarmánykukorica és az állattenyésztési ágazatok közül a juh ágazat igényelte a legmagasabb összes közvetlen költséget a gazdálkodás 2012-es évében, ami együttesen a gazdaság összes költségének mintegy 39%-át jelenti. Míg a paprika fajták intenzitásukkal ellentétben, a viszonylag kisebb vetésterület miatt az összes közvetlen költséghez is kisebb mértékben járultak hozzá. A fűszerpaprika közvetlen költsége még a 2 millió Ft-ot sem éri el, és a legtöbb közvetlen költséget igénylő paprikafajta, az óriás chili paprika sem éri el a 6 millió Ft-ot összességében.



3. ábra: A gazdálkodás fajlagos és összes közvetlen költség ágazatonként 2012-ben

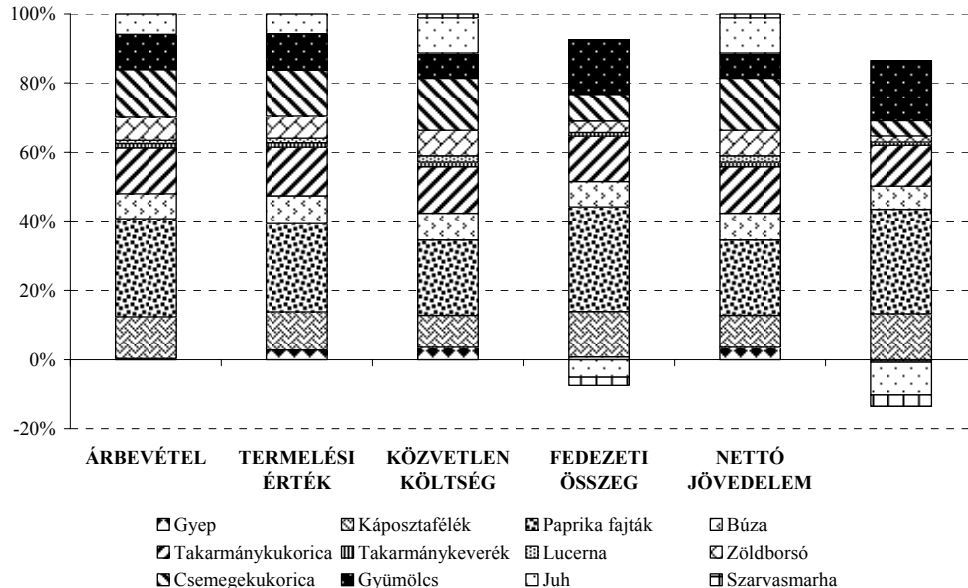
*Ezen ágazatok esetében nem számoltam fajlagos árbevételt.

Forrás: Saját számítás, 2012

A közvetlen költségek költségmennyiség szerinti megoszlása közül a személyjellegű költségek az eredmények alapján kiemeltem a kézimunka igényes ágazatokat, így a káposztaféléket, a paprikafajtákat, az alma ültetvényt és az állattenyésztést, amely ágazatoknál jelentős arányt képvisel. A káposztaféléknél és a paprikafajtáknál a betakarítás teszi ki a legnagyobb részt a személyi jellegű költségek közt. A paprika fajták esetében az összes termelési költség mintegy 30%-át. Az állattenyésztés személyi jellegű költségei, az anyagjellegű költségektől szerényebb arányt tesznek ki; juhnál 13%, szarvasmarhánál 19%-ot. Gép és épület költségeket vizsgálva kiemelendő ágazat a káposztafélék, a nagyszámú öntözés miatt, ami az ágazat összes költségének 30%-át jelenti. A leginkább anyagigényes kultúrák a paprikafajták a magas palánta költségek miatt és az állattenyésztési ágazatok, a takarmányköltségek következtében.

Az ágazatok közvetlen költségeit munkaműveletenként vizsgálva a következőkben bemutatott eredményeket kaptam. A talajművelési munkálatok, csak a nagyobb vetésterületen termesztett kultúráknál éri el a 20%-ot, a többinél a 10%-ot is alig. A paprika esetében a vetés, vagy ültetés a jelentős, 40% körüli arányt képvisel. A már említett magas palántaáraknak, és az alagutak paprikák magas technológia anyagköltsége miatt. A kézimunka igényes betakarítás a paprikák esetében is, igen magas aránnyal szerepel a költségek között, 30-40%-os arányt mutat. A növényvédelem a gyümölcsöknél eléri a 30-35%-ot, ami a megfelelő termésmennyiség és minőség elérése érdekében végzett permetezéseknek köszönhető. Kockázatot csökkentő tényezőként, az öntözés 25-30%-os aránnyal jelenik meg a káposztafélék és a zöldborsó esetén, és jelentősebb 15% körüli arányt tesz ki a csemegekukoricánál is. A gyümölcsöknél nem jelentős a talajművelési munkálatok aránya, ezért nagyobb hangsúlyt kapnak a betakarítás és a szállítás költségei. A tárolás költsége csupán a takarmánykeverék esetén jelenik meg, ahol a betárolás, vagyis silókészítés költségeivel számoltam. A zöldborsó és a csemegekukorica esetében a főtermék betakarítását nem a gazdálkodó végezte, hanem a felvásárló gyár. A csemegekukorica esetén az állattenyésztésnek szánt kukoricaszár betakarítása jelenik meg.

A 4. ábrán az ágazatok árbevételhez, termelési értékhez, közvetlen költséghez, fedezeti összeghez és nettó jövedelemhez való hozzájárulását ábrázoltam. A paprikafajták jelentősen, 30% körüli aránnyal járultak hozzá az árbevételhez és a költségekhez is, így a nettó jövedelem jelentős részét jelentik. Jelentős mértékben járul hozzá a takarmánykukorica, a csemegekukorica és a gyümölcs ágazat is a költségekhez és a jövedelemhez is. Látható, hogy az állattenyésztési ágazatok negatívan befolyásolják a vállalkozás jövedelmét. A szarvasmarha ágazat csupán a költségeknél jelenik meg, mivel még árbevétel nem ért el a 2 év alatt.



4. ábra: Az ágazatok eredménye 2012-ben

Forrás: Saját számítás, 2012

A vizsgált gazdálkodás eredménye 2012-ben

A vizsgált gazdaság 2012. gazdasági évi árbevétele 130 millió Ft volt, ami a 15 millió Ft támogatással kiegészülve mintegy 145 millió Ft termelési értéket jelentett. Az összes közvetlen költség 105 millió Ft-ot jelentett idén, így a fedezeti összeg mintegy 40 millió Ft-ot tett ki. Az általános költségek között számoltam többek közt a vállalkozó bérével, a könyvelési díjjal, a tagdíjakkal, a bankköltségekkel, a rezszi költségekkel, a gépkocsi fenntartási költségeivel és a telefon költségeivel, így 12 millió Ft-ot kaptam. Ezek alapján az összes termelési költség 117 millió Ft-ot tett ki. A nettó jövedelem ezek alapján 28 millió Ft-ot jelentett a 2012-es évben. Ha megnézzük támogatás nélkül is jövedelmező tudott volna maradni a vállalkozás. A fedezeti összeg 25 millió Ft, a nettó jövedelem pedig 13 millió Ft lett volna a támogatási összegek nélkül.

Vizsgálataim során a következőkben bemutatott hatékonysági mutatókat is meghatározta. A költségarányos jövedelmezőség 24%, ami a jelen gazdasági helyzetben egy mezőgazdasági vállalkozást nézve átlagosnak mondható. Az árbevétel arányos jövedelmezőség 22%, míg a befektetett eszköz arányos jövedelmezőség 12%, ami viszonylag alacsony. A jövedelemszint 19% és a költségszint 81%

A nettó jövedelemből egy 14 millió Ft-os gépbeszerzés és 3,5 millió Ft adó teljesítése után 10,8 millió Ft marad. A KSH Adatbázis szerint egy 5 fős család egy éves megélhetéséhez 2,5 millió Ft szükséges, így a gazdálkodónak 8,3 millió Ft marad a jövőbeli fejlesztésekre.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Dolgozatom célkitűzése, az volt, hogy bemutassam a vizsgált vállalkozás költség- és jövedelem viszonyait minden ágazatra, és vállalkozási szinten is. A vizsgált gazdaság széleskörű tevékenység palettával rendelkezik, ami a 2012-es évben, mintegy 22 ágazatot jelentett. Eredményként, összességében elmondható, hogy a növénytermesztési ágazatok jövedelmezőek, ellentétben az állattenyésztési ágazatokkal, ennek ellenére a vállalkozás jövedelmet termel.

Vizsgálataim egy kiragadott évre vonatkoznak, amiből nem lehet olyan következtetéseket levonni, hogy mely ágazatokat kellene kivenni a tevékenységek közül, ehhez több év kalkulációjának összehasonlítására lenne szükség. A kapott eredmények azonban, a 2012-es évre reálisak. Az eredmények rangsora alapján fogalmaztam meg javaslataimat. Az ágazatonkénti összes fedezet szerint rangsorolva első helyen a takarmánykukorica áll, 6,2 millió Ft-tal. A meggy 4,4 millió Ft-tal, a pfefferoni millió 3,9 Ft-tal és az óriás chili 3,8 millió Ft-tal szintén előkelő helyet foglalnak el a rangsorban. A fajlagos fedezeti összeg szerinti rangsorban hektáronként a fehérpaprika 2,5 millió Ft-tal áll az első helyen, a kápia paprika 2,4 millió forinttal a második helyen, míg az óriás chili paprika 1,8 millió Ft-tal a harmadik a rangsorban. A költségarányos jövedelmezőségi rangsorban a meggy ültetvény áll az első helyen (166%), a káposztafélék (81%) a második helyet érték el, míg a pfefferoni paprika a harmadikat.

Az összes fedezeti összeg szerinti rangsorban a takarmánykukorica áll az élen, viszont a vállalkozó a helyes vetésváltást követve nem tudja tovább növelni a jelenlegi területnagyságot, hiszen így is a legnagyobb arányt képviseli a vetésszerkezetből. A fajlagos fedezeti összeg szerinti rangsorban a paprikafélék állnak élen. Mindez a magas értékesítési áraknak és a termesztés intenzitásának köszönhető, azonban a munkaerő szűk keresztmetszetet jelent a terület növelésében. A költségarányos jövedelmezőségi rangsorban a meggy ültetvény áll az élen, ami jelen esetben egy termőre fordult meggy ültetvényt takar, így előnyös helye elérésében közrejátszott a jó hozam és a magas értékesítési árak is. Az egyes ágazatok növelésekor a gazdálkodónak gondolnia kell a felvásárló piacra, hiszen annak hiányában nincs értelme az említett rangsorok alapján a volumennövelésnek.

A vállalati szintű jövedelem az előző években is adott, a több lábon állásnak és az intenzív kultúráknak köszönhetően. Hipotézisemet, miszerint a gazdaság nyereséges vizsgálataim igazolták. Az is beigazolódott, hogy nem minden ágazat termel jövedelmet, azonban összességében mintegy 28,3 millió Ft jövedelmet ért el a vizsgált vállalkozás 2012-ben, ami fedezi az öttagú család éves kiadásait, és mintegy 25 millió Ft-ot költhet a vállalkozó a tanya fejlesztésére és gépberuházásra.

Összességében tehát kijelenthető, hogy az egyes ágazatok nem feltétlenül jövedelmezőek, azonban a gazdaságot egészként nézve nyereséget termel és a több lábon állásának köszönhetően képes eltartani a családot, míg a fennmaradó összeg fejlesztések megvalósítását is lehetővé teszi.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) APÁTI F. (2007): A jó színvonalú magyar és német almatermesztés összehasonlító gazdasági elemzése. Doktori (Ph D) dolgozat. Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma. Interdiszciplináris Társadalom- és Agrártudományok Doktori Iskola. 2007. (2) KAPRONCZAI I. (2010a): Klímaváltozás – Jövedelem-instabilitás – Kibontakozás. „Klíma-21” Füzetek: Klímaváltozás – Hatások – Válaszok. Budapest. 2010. 2010.59. szám p.32-36. (3) KSH Adatbázis (2012); ksh.hu (4) NÁBRÁDI A. – PUPPOS T. – TAKÁCSNÉ GY.K. (2007): Üzementan I. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest. 2007. (5) VIDÉKFEJLESZTÉSI MINISZTERIUM (2010): A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar számokban 2010.

**A PÉNZÜGYI INSTRUMENTUMOK VALÓS ÉRTÉKEN TÖRTÉNŐ
ÉRTÉKELÉSÉNEK SZEREPE A TŐZSDÉN JEGYZETT VÁLLALATOK KÖRÉBEN****THE ROLE OF VALUING FINANCIAL INSTRUMENTS ON REAL VALUE OF
CORPORATIONS LISTED STOCK EXCHANGE***Kiss Ágota*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Számvitel szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

A számviteli rendszer legfőbb célja és feladata, hogy megbízható és valós képet biztosítson a gazdálkodók vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről. Hazánkban a számviteli szabályozás klasszikusan a bekerülési értékek alkalmazására épül, azonban nem új keletű igény a bekerülési áras értékelés mellett, az aktuális piaci értékek számviteli alkalmazása. Az uniós irányelveknek megfelelően a hazai számviteli szabályozás 2004. január 1-től hatályba léptette a pénzügyi instrumentumok meghatározott körének valós értéken történő értékelési lehetőségét. Ezzel párhuzamosan a tőzsdén jegyzett vállalatok számára bevezették az összevont (konszolidált) éves beszámolójuk nemzetközi standardok (IFRS) szerinti elkészítésének követelményét.

Dolgozatomban a tőzsdén jegyzett magyarországi székhelyű vállalatok egyedi és összevont (konszolidált) éves beszámolóit vizsgáltam primer kutatás formájában. Elsődleges céлом volt választ kapni arra, hogy a valós értéken történő értékelést a vállalatok milyen mértékben alkalmazzák az egyedi éves beszámolójuk, valamint a nemzetközi standardok szerint összeállított konszolidált beszámolójuk során, az értékelés milyen módon van hatással az eredményre, illetve hogyan változtatja meg a vagyon összetételét.

A pénzügyi instrumentumok valós értékelése a hazai gyakorlatban kezdetleges és sok esetben becsléseken alapul. Eredményhatása következtében azonban jelentős hatást gyakorol a vállalati teljesítmény megítélésére. Így a közeljövőben mindenképp jelentős figyelmet érdemel mind a gyakorlati alkalmazás, mind a könyvvizsgálat területén.

Kulcsszavak: pénzügyi instrumentum, valós értéken történő értékelés, IFRS, tőzsde

ABSTRACT

The principle objective of accounting system is to provide reliable and real view of the financial and income situation of smallholders.

In Hungary accounting regulation is classically based on the application of acquisition costs, however beside that the accounting application of the current market values is not a new demand. In compliance with the EU directives the national accounting regulation enforced the assessment option of the specified range of financial instruments at real value from 1 January 2004. In parallel with this the requirement for completing the consolidated annual report by international standards (IFRSs) was introduced for the listed companies.

Through primary research, individual and consolidated annual reports of listed companies located in Hungary were analysed in present paper.

The primary objective of this paper is to answer the following questions:

- To what extent do the companies apply real value assessment in their individual annual report and consolidated report composed by international standards?
- How does the assessment influence on the result?
- How does the assessment change the composition of the property?

In national practice the real value assessment of financial instruments is immature and in many cases based on estimations. However as a consequence of its balance sheet effect it has a

significant effect on the judgement of the business performance. Consequently in the near future it deserves significant attention both in the field of practical application and auditing.

Keywords: financial instrument, fair value, IFRS, stock exchange

BEVEZETÉS

A napjainkra jellemző, gyorsan változó gazdasági környezetben a számviteli adatoknak naprakész és releváns információkat kell közvetíteniük a jövedelmi, pénzügyi helyzetről, a megbízható és valós összkép biztosítása érdekében.

Az eszközök bekerülési értéken történő értékelésének általános elvét a számviteli törvény korábbi módosításai és az uniós jogharmonizációra való törekvés egyre több területen térítették el (KOVÁCS, 2012). Az uniós irányelveknek megfelelően a hazai számviteli szabályozás a 2003. évi LXXXV. törvény 18. §-ával hatályba léptette és általánosság tette a pénzügyi instrumentumok meghatározott körének valós értéken történő értékelési lehetőségét. Így a valós értéken történő értékelés lehetősége 2004. január 1-jétől jelent meg a magyar számviteli szabályozásban (NAGY, 2004a). A hazai szabályozásban a valós értéken történő értékelés bevezetésének alapvető okai a nemzetközi viszonylathoz hasonlóan: az összhang megteremtése az IAS-ekkel, közeletítés a US GAAP-hez; a pénzügyi instrumentumok térnyerése a normál vállalkozási szférában, illetve a tőzsdén jegyzett vállalkozásoknak 2005-től kötelező az IAS-ek szerint elkészíteni az összevont (konszolidált) éves beszámolójukat. Egyértelmű volt tehát, hogy hazánkban is valós értéken történő értékelést kíván a komplex instrumentumok megjelenése, a pénzügyi piacok gyors fejlődése, illetve a kockázatkezelési módszerek elterjedése (NAGY, 2003). A pénzügyi instrumentum új fogalomként jelent meg a hazai szabályozásban, mely szerint olyan szerződéses megállapodás, amelynek eredményeként az egyik félnél pénzügyi eszköz, a másik félnél pénzügyi kötelezettség vagy saját tőke (tőkeinstrumentum) keletkezik. Különösen a szerződéses megállapodáson alapuló követelés és kötelezettség, a pénzeszköz, az értékpapír (hitelviszonyt megtestesítő értékpapír és tulajdoni részesedést jelentő befektetés), a származékos ügylet (ROTH et al., 2006). A valós érték az az összeg, amelyért egy eszköz elcserélhető (eladható, illetve megvásárolható), vagy egy kötelezettség rendezhető megfelelően tájékozott, az üzletkötési szándékukat kinyilvánító felek között, a szokásos piaci feltételeknek megfelelően kötött (köthető) ügylet (szerződés) keretében (Sztv. 3. § (9) 12.). A pénzügyi instrumentumok valós értékelésénél valós értéknek tekinthető a piaci megítélésről rendelkezésre álló információk alapján történő meghatározás szerint a piaci érték (tőzsdén jegyzett árfolyam, két fél szabad megállapodása szerinti ár, számított érték); illetve az általános értékelési eljárásokkal meghatározott, a piaci árat elfogadhatóan közelítő érték (például az instrumentumhoz kapcsolódó jövőbeni pénzáramlások diszkontált értékének összegeként meghatározott jelenérték). A valós érték meghatározásának felsorolt módjai egyfajta alkalmazási sorrendet is mutatnak (NAGY, 2004b).

Dolgozatom szakirodalmi fejezeteiben a pénzügyi instrumentumokhoz kötődő valós értéken történő értékelés elméleti hátterét mutatom be, mint a megbízható és valós összkép biztosításának egyik lehetséges eszközét. Kitérek a számviteli törvény által rögzített, általánosan alkalmazandó alapelvekre, amelyek áthatják a számviteli értékelés minden egyes részterületét. Továbbá ismertetem a valós értéken történő értékelés hazai szabályozási rendszerbe történő adaptációját, a 2000. évi C. törvény valós értékelésre vonatkozó szabályozását, a pénzügyi instrumentumok fogalmkörét, valamint az IAS 39 standard által előírt követelményrendszert. Röviden bemutatom a hazánkban 2013. január 1-től hatályos IFRS 13, az Európai Unió által még nem befogadott nemzetközi standard valós értékeléssel kapcsolatos jövőre vonatkozó célkitűzéseit.

A gyakorlati fejezetekben a Budapesti Értéktőzsde Részvény Szekciójában „A” és „B” részvény instrumentummal kereskedő, magyarországi székhelyű vállalatok egyedi és összevont (konszolidált) éves beszámolóit vizsgálom primer kutatás formájában. Elsődleges célom, hogy választ kapjak arra, hogy a valós értéken történő értékelést a vállalatok milyen mértékben alkal-

mazzák az egyedi éves beszámolójuk során, az értékelési eljárás alkalmazása hogyan áll kapcsolatban az összevont (konszolidált) beszámolójukkal, a valós értéken történő értékelés milyen módon van hatással a vállalatok eredményére, illetve hogyan változtatja meg vagyonuk összetételét. A továbbiakban kiemelten vizsgálom az egyik legnagyobb hazai tőzsdére bevezetett vállalkozás, a Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. pénzügyi kimutatásait a pénzügyi instrumentumok valós értékelésének szempontjából. Többek között elemzem a számviteli mérlegben megjelenő valós értékelés értékelési tartalékának alakulását, a valós értékelés hatását a vállalatcsoport eredményére, illetve egy adott származékos pénzügyi kötelezettség (átváltási opció) valós értékelésének hatásait.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatok a nem konszolidált, egyedi beszámolójukat a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény előírásai szerint készítik, ennek megfelelően élhetnek a törvény nyújtotta választási lehetőséggel, hogy alkalmazzák-e a valós értékelést. Ezzel szemben, az összevont (konszolidált) beszámolójukat már a nemzetközi standardokkal összhangban kell elkészíteniük, melyek a pénzügyi instrumentumok egy meghatározott körére kötelezően előírják a valós értéken történő értékelést.

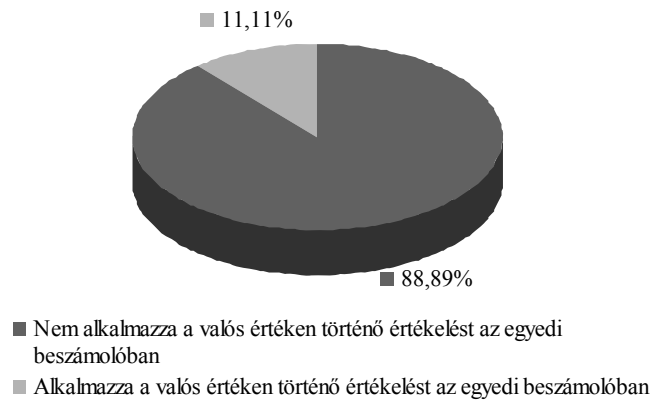
Dolgozatomban 27 tőzsdén jegyzett magyarországi székhelyű vállalat egyedi éves, és összevont (konszolidált) éves beszámolóját vizsgáltam primer kutatás formájában. A felmérés során a pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésének alkalmazási körét vizsgáltam és elemeztem, elsősorban megoszlási viszonyszámok segítségével. A felmérésbe a Budapesti Értéktőzsde Részvény Szekciójában „A” és „B” részvény instrumentummal kereskedő, magyarországi székhelyű vállalatokat vontam be, ide nem értve a pénzintézeteket, mivel rájuk sok tekintetben speciális szabályok vonatkoznak, így számviteli beszámolójukat is eltérő szabályok szerint készítik.

A kutatás során az egyedi és az összevont (konszolidált) beszámolók esetében is a társaságok mérlegét, eredménykimutatását és kiegészítő mellékletét vizsgáltam. Kiemelt figyelmet fordítottam az egyik legnagyobb hazai tőzsdére bevezetett vállalkozás, a Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. pénzügyi kimutatásainak vizsgálatára a pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésének szempontjából.

EREDMÉNYEK

Az általam készített felmérés első vizsgálati pontja a tőzsdén jegyzett vállalatok egyedi éves beszámolóira terjedt ki. Az egyedi mérlegek, eredménykimutatások, kiegészítő mellékletek adatainak felhasználásával azt vizsgáltam, hogy a hatályos 2000. évi C. számviteli törvény által 2004. óta engedélyezett, a pénzügyi instrumentumok körére kiterjedő valós értéken történő értékelést milyen arányban alkalmazzák a vizsgált vállalati körben. A felmérés eredményét az *1. ábra* szemlélteti.

A 27 egyedi éves beszámoló vizsgálatának eredménye szerint a számviteli törvény nyújtotta valós értéken történő értékelés lehetőségével mindössze a vállalatok 11 %-a, azaz 3 vállalat élt. 89 %-uk (24 vállalat) nem alkalmazta ezt az értékelési eljárást. A 24 vállalatból 9 vállalat nyilatkozott tett kiegészítő mellékletében, hogy a számviteli politikában rögzített döntésük alapján a Számviteli törvény 59/A. §-ban foglaltak szerinti valós értéken történő értékelés lehetőségével nem kíván élni, így a mérlegben sem értékelési különbözet, sem valós értékelés értékelési tartaléka nem szerepel, az eredménykimutatás értékelési különbözetet nem tartalmaz. A fennmaradó 15 vállalat nem tesz említést az egyedi beszámolója során a pénzügyi instrumentumok valós értékeléséről.



1. ábra: **A pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésének alkalmazása az egyedi éves beszámolókból**

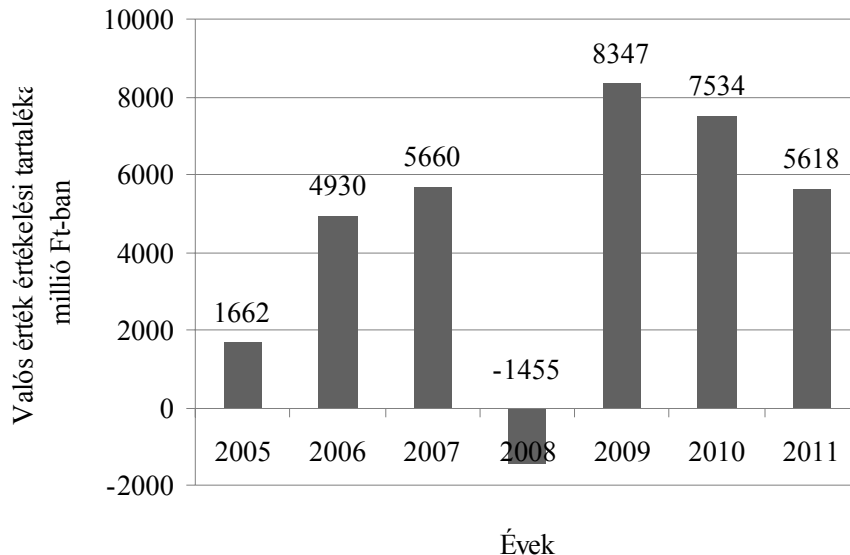
Forrás: Saját szerkesztés az egyedi éves beszámolók adatai alapján

Az összevont (konszolidált) éves beszámolók vizsgálatánál a 27 vállalatból 7 vállalat (25,93%) esetében találtam a számviteli mérlegben kimutatott valós értékelés értékelési tartalmát. 20 vállalat esetében a mérlegben nem szerepel ilyen saját tőke elem. Ennek oka lehet, hogy a társaságok az értékesíthető pénzügyi instrumentumok esetében nem élnek a szabályozás nyújtotta lehetőséggel, vagy nem rendelkeznek olyan pénzügyi instrumentumokkal, amelyek esetében a valós értékre történő korrigálás eredményét a saját tőke elemeként kell kimutatni. A valós értékelés tartalmának változása – hasonlóan a befektetett eszközök esetében kimutatott érték helyesbítés értékelési tartaléka – mint saját tőke elem a vállalatok saját vagyonának nagyságát és összetételét változtatja meg. Éppen ezért a vállalati tőke vizsgálatánál jelentős befolyásoló tényezőként jelentkezik.

A pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésének saját tőkére és eredményre gyakorolt hatásának elemzésére a Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. pénzügyi kimutatásait választottam. A 2. ábra a MOL Csoport pénzügyi kimutatásaiban szereplő valós érték értékelési tartalmának alakulását mutatja be 2004 és 2011 között.

A MOL Nyrt. konszolidált mérlegében szereplő valós érték értékelési tartalék a hatékony cash flow fedezeti ügyletek és az értékesíthető pénzügyi instrumentumok valós értékének halmozott nettó változását tartalmazza. 2005-ben és 2008-ban mind a cash flow fedezeti ügyletek, mind az értékesíthető pénzügyi eszközök valós értékében jelentős csökkenés következett be. 2008-ban a gazdasági és pénzügyi világválság hatására sok pénzügyi instrumentum előtte létező aktív piaca megszűnt. A fedezeti ügyletek a megváltozott, bizonytalan gazdasági körülmények között nem biztosították a megfelelő eredményeket. Esetükben 2008-ban 2.856 millió Ft veszteség került kimutatásra a valós értékelés következtében. Az értékesíthető pénzügyi eszközök valós értéke 4.259 millió Ft-tal csökkent. Ennek köszönhető, hogy míg 2007-ben a saját tőke részeként 5.660 millió Ft tartalék került kimutatásra, addig 2008-ra ez az érték a fedezeti ügyletek és az értékesíthető pénzügyi instrumentumok veszteségének köszönhetően -1.455 millió Ft-ra változott, ezzel csökkentve a vállalatcsoport saját tőkéjét.

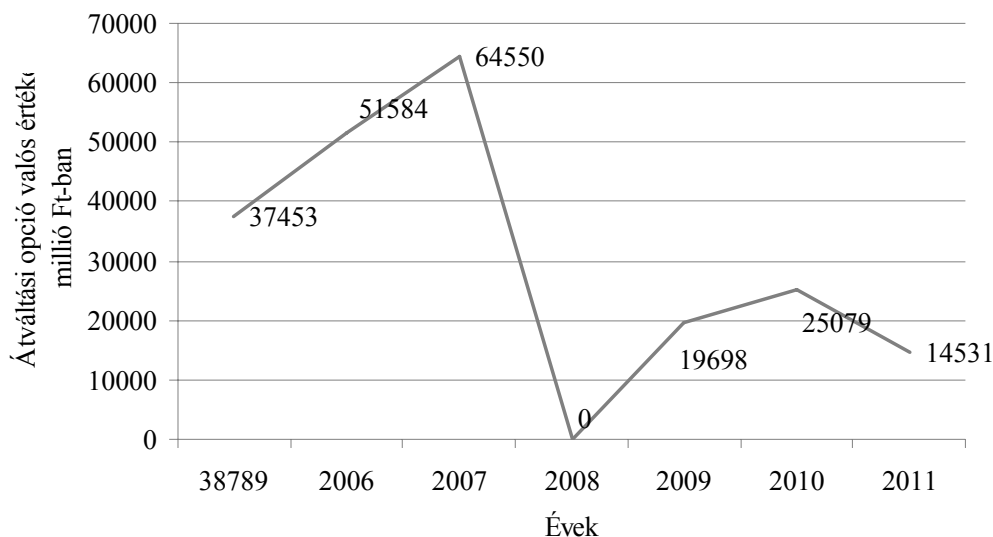
A valós értéken történő értékelésből származó értékelési különbözetek nemcsak a mérlegben, hanem az eredménykimutatásban is szerepelhetnek. Az eredménnyel szemben valós értéken értékelt pénzügyi instrumentumok esetében az értékelési különbözet közvetlenül a pénzügyi műveletek eredménykategóriájában kerül elszámolásra. A Mol Nyrt. a származékos ügyletek valós értékelésének, illetve az úgynevezett átváltható értékpapírokhoz kapcsolódó átváltási opció valós értékelésének értékelési különbözetét ténylegesen az eredménnyel szemben számolja el.



2. ábra: A MOL Csoport valós értékelés értékelési tartalcának alakulása 2004-2011 között
 Forrás: Saját szerkesztés a MOL Csoport összevont (konszolidált) éves beszámolók adatai alapján

Az Átváltható Értékpapírok tulajdonosainak átváltási opciója az egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek között került elszámolásra 2006. március 13-án. Ezen származékos pénzügyi kötelezettség bekerüléskori valós értéke 37.453 millió Ft volt. A bekerülést követően az átváltási opció valós értéke a befektetés értékelés (piaci értékek) módszerével került meghatározásra, elsősorban a forintban kifejezett MOL tőzsdei részvényárfolyam, a HUF/EUR átváltási árfolyam, a MOL részvény árfolyam volatilitása (EUR bázison kalkulálva), a befektetők osztalék várakozása a MOL részvények tekintetében, az EUR – bázisú kamatláb és a hitelkockázati felár felhasználásával. A bekerülést követően az átváltási opció valós értékének alakulását a 3. ábra szemlélteti.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy az átváltási opció valós értékelése során 2006-ban 14.131 millió Ft veszteséget számoltak el, így a származékos kötelezettség értéke 51.584 millió Ft-ra emelkedett. 2007-ben további 12.966 millió Ft veszteség került kimutatásra, így 2007-ben már 64.550 millió Ft hosszú lejáratú kötelezettséget állítottak a mérlegbe. 2008-ban az általános pénzügyi és gazdasági válság hatására jelentős változás következett be az átváltási opció valós értékében. Mivel az átváltható értékpapírok piaca átmenetileg inaktívvá vált a 2008. októbertől 2009. szeptemberig tartó időszakban, továbbá mind az átváltható értékpapírok, mint az alapjául szolgáló MOL részvények piaci értéke jelentősen csökkent, az átváltási opció valós értéke 2008. december 31-én nulla volt. Így az opció valós értékre történő korrigálásaként a pénzügyi műveletek bevételei között 64.550 millió Ft nem realizált nyereség lett kimutatva. 2009 folyamán az opció valós értéke a piaci értékek módszerével került újra meghatározásra. Az átváltási opció valós értéke 2009. december 31-én 19.698 millió forint volt.



3. ábra: Az átváltási opció valós értékének alakulása 2006. március 13. és 2011 között
 Forrás: Saját szerkesztés a MOL Csoport összevont (konszolidált) éves beszámolók adatai alapján

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

2004. január 1-től a nemzeti szabályozás hazánkban is lehetőséget biztosít a pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelésére a számviteli törvény szabályai által készített egyedi éves beszámolók esetében. A megvizsgált 27 vállalatból azonban csak 3 (a vállalatok 11%-a) alkalmazta a szóban forgó értékelési eljárást. Az összevont (konszolidált) beszámolók esetén a nemzetközi szabályozásból adódóan kötelező az alkalmazása. Tapasztalatom mégis az, hogy a vállalatok többségének célja az értékelési eljárás alkalmazásával nem a megbízható és valós összkép biztosításának elősegítése és erősítése, hanem csupán a szabályozásnak való megfelelés kényszere.

Az egyik kiemelkedő probléma a valós értékeléssel kapcsolatban, hogy a válság hatására 2008-ban sok, korábban jól működő pénzügyi piac összeomlott, így már nem ált rendelkezésre aktív, szervezett piacokról származó azonnali ár, ami kiigazítás nélkül használható lenne a pénzügyi instrumentumok valós értékének meghatározásához. Ez megnehezítette az értékelési technikák által előállított valós értékek becslését is és növelte a becslésekben rejlő kockázatot. A MOL Csoport pénzügyi kimutatásainak elemzési eredményei alapján is helytálló ez a megállapítás. Úgy vélem, az értékelési eljárás alkalmazását háttérbe szorító másik ok, hogy a valós értéken történő értékelés magas szakmai tudást igényel mind a pénzügyi, számviteli szakemberek, mind a pénzügyi kimutatások könyvvizsgálatára kijelölt személyek esetében.

Mindezek alapján megállapítható, hogy a pénzügyi instrumentumok valós értéken történő értékelése a hazai szabályozás alapján nem túl elterjedt, az összevont (konszolidált) beszámolók esetében az értékelés alkalmazása pedig a nemzetközi szabályozásnak való megfelelésre irányul. Jelentős hatással van a vállalatok vagyonának alakulására, annak összetételére, közvetlenül befolyásolja a jövedelemtermelő képességet.

Napjainkban még a klasszikus bekerülési áras értékelés van túlsúlyban, azonban a pénzügyi instrumentumok normál vállalkozási szférában történő előretörésével, a vállalatok nemzetközi terjeszkedésével ez az arány a jövőben növekedni fog, és előtérbe kerül a valós értéken történő értékelés. Úgy vélem, a legfontosabb feladat a jövővel kapcsolatban a hazai számviteli szabályok továbbfejlesztése során a valós érték mérésével kapcsolatos szabályozás részletesebb ki-

munkálása, illetve mind a beszámoló készítő számviteli szakemberek, mind a könyvvizsgálók, mind pedig a felhasználók minél szélesebb körében célszerű ismertté tenni a valós érték mérésének gyakorlati kérdéseit, módszertani sajátosságait.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Róth J. – Adorján CS. – Lukács J. – Veit J. (2006): Számviteli esettanulmányok. Magyar Könyvvizsgálói Kamara Oktatási Központ, Budapest, 551-568. p. (2) Kovács D. (2012): A valós értékelés új keretrendszere a nemzetközi pénzügyi beszámolásban. Hitelintézeti Szemle. XI. évf. 2. szám 161-181. p. (3) Nagy G. (2003): A pénzügyi instrumentumok fogalma, a valós érték meghatározása. Számviteli hírek. Számviteli szakemberek egyesülete. Budapest 2003/December 4. p. (4) Nagy K. (2004a): A valós értéken történő értékelés I. Számvitel – Adó - Könyvvizsgálat. Budapest, 46. évf. 4. szám 148-153. p. (5) Nagy K. (2004b): A valós értéken történő értékelés II. Számvitel – Adó - Könyvvizsgálat. Budapest, 46. évf. 5. szám 202-207. p. (6) 2000. évi C. törvény a számvitelről

**AZ ÖNKÖLTSÉGSZÁMÍTÁS GYAKORLATI ALKALMAZÁSÁNAK
ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE****THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PRACTICAL APPLICATION OF A
COUNTING COST***Kovács Diána*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Számvitel szak II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Dolgozatom alaptémája az önköltségszámítás rendszerének bemutatása. Témaválasztásom oka, hogy a mai gazdasági környezetben egy termelő vállalat számára nagyon fontos a tevékenységek költségeinek lehető legpontosabb ismerete. Ez az információs igény egyre több gazdálkodó esetében felmerül, hiszen gyakran a versenyképesség megtartásának egyetlen eszköze a költségcsökkentés – természetesen bizonyos keretek között. Gyakori kérdés a vállalati tulajdonosok és menedzsment körében: „Hogyan lehetne – ha csak kismértékben is – csökkenteni költségeinket?” Ennek egyik eszköze a tevékenység költségeinek mérséklése, amihez elengedhetetlen annak ismerete, hogy egységnyi termék előállítása mennyibe kerül a vállalatnak, vagyis mennyi annak az önköltsége.

Célom a dolgozat megírásával, hogy ráirányítsam a figyelmet a vezetői információs rendszer, az önköltség meghatározása során nyerhető információk értékére, fontosságára, az egyes költségcsökkentési módszerek eredményeinek eltéréseire, illetve az eltérések okaira. Ezen kívül egy összetett önköltségszámítási folyamat mélyreható megismerése és megismertetése volt a szándékom, melynek során egyfajta rendszerszemlélet kialakítására törekedtem.

Kulcsszavak: önköltségszámítás, egyenértékszamos osztókalkuláció, tevékenység alapú kalkuláció

ABSTRACT

My dissertation's topic is the presentation of system of counting cost. The reason of my choice is that the best understanding of the costs of activities is very important for a manufacturing company in current economic environment. This information claim arises for more and more farmers, as it is often the only means of maintaining competitiveness is cost reduction - of course within certain limits. Common question of corporate owners and management is "How could - if only a small extent – reduce costs?" One of its mean is the activity cost reduction, to which is essential to know that how much the production of unit product cost for the company, namely how much its unit cost.

The purpose of my essay is drawing attention to the management information system, to the value and importance of information obtained in the course of determination of the counting cost, to the deviations in results of individual cost calculation methods or rather to the reasons of deviations. In addition, my aim was a thorough knowing and presentation of a complex counting cost process, during which I aimed to configure a sort of system approach.

Keywords: counting cost, calculation of equivalent number, Activity Based Costing

BEVEZETÉS

Egyre nyilvánvalóbb, hogy a vállalkozások a vezetői számvitel alkalmazása nélkül nem tudják hatékonyan megoldani költségekkel, ráfordításokkal kapcsolatos problémáikat, a problémák okainak és a beavatkozási pontoknak az ismerete nélkül képtelenek időben cselekedni, ami piaci pozíciójuk romlásához vezethet, esetleg végzetes is lehet a működés szempontjából. A hosszú

távú fennmaradáshoz és eredményes működéshez jövőorientált gondolkodásra, gyors, de jól megalapozott döntések meghozatalára van szükség, melynek egyetlen eszköze a jól felépített vezetői információs rendszer.

Egyre élesebben érezteti hatását a jelenlegi költségstruktúra jelentős átalakulása. Míg a XIX. században az általános költségek kisebb jelentőséggel bírtak, a XXI. századra már ezek a meghatározók a teljes költségben belül. A vállalati közvetlen költségek zsugorodását leginkább az „új”, információs vagy tudásalapú társadalom megjelenése indokolja. A másik lényeges kérdéskör az erőforrások struktúrájának és elszámolhatóságának módosulása. A hagyományos erőforrások helyett a siker kulcsává az információ és a kompetencia válik, ezek értéke egyre inkább felértékelődik. Ezek azonban nehezen vagy egyáltalán nem kezelhetők a korábbi közgazdasági módszerekkel, ami új követelmények felállítását és megoldások kidolgozását teszi szükségessé.

Továbbá egyéb társadalmi, emberi korlátok is lebontásra várnak. Magyarországon a vezetői számvitel vállalati folyamatokba történő beépítésének még ma sem tulajdonítanak kellő jelentőséget. A magyar társadalom változásokkal, újdonságokkal kapcsolatos attitűdje, féltelmei, fenntartásai már eleve a vezetői számvitel, a vezetői információs rendszer kiépítését is akadályozzák a vállalaton belül, nemhogy az újabb, modernebb költségszámítási módszerek bevezetését. Ez a jelenség legfőképpen a kis- és középvállalatok körében jellemző, ahol az említett akadályokon kívül gyakran pénzügyi nehézségek miatt nem kerül sor a vezetői információs rendszer kialakítására, aminek célja éppen a fennálló pénzügyi nehézségek megszüntetése, mérséklése, teljesítmények javítása lenne.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Az előállított termékek önköltségének meghatározását két módszerrel mutatom be, majd a kapott értékek alapján megvizsgálom, hogy melyik a kettő közül a hatékonyabb. Az eredményeket az elszámoló árakhoz hasonlítom. A két módszer levezetése után megvizsgálom a felosztott költségek arányát az összes költségben belül, majd a módszereket külön-külön elemezve az egyes szakaszokban kiszámított önköltségeket, azok egymáshoz képesti viszonyát, eltéréseit, az eltérések okait vizsgálom. Végül pedig az első és második módszer eredményeit hasonlítom össze, valamint megnézem azok eltéréseit az elszámoló árakhoz képest.

A vállalat párhuzamosan több tevékenységet is folytat. Az önköltségszámítási rendszer kialakítása során az élő állatokhoz szorosan kapcsolódó tevékenységeket, termékeket vesszük alapul. Mivel a szükséges takarmány és a tojások előállítása is a vállalaton belül történik, így már ezeknek a termékeknek is kiszámítjuk az önköltségét.

EREDMÉNYEK

Egyenértékszamos osztókalkuláció

Első lépésben a közvetlen és közvetett költségek arányát, valamint az egyenértékszámokat határoztam meg. A közvetlen és közvetett költségek összegét a forgalmi költség eljárással készített eredménykimutatás tartalmazza. Eszerint az összes költségből 96% közvetlenül elszámolható, 4% pedig általános költség volt. Az egyenértékszámok kialakítása a vállalatnál alkalmazott elszámoló árak alapján történt.

Ezután szükség volt a költségek aszerinti felbontására, hogy van-e általános költség tartalmuk. Bizonyos költségnemek teljes mértékben gazdasági általános költségeket tartalmaztak, ettől nagyobb arányt képviseltek azok a költségek, amelyek közvetlen és közvetett költséget is magukba foglaltak, mint például az energia és közműdíjak. A felosztás során az egyenértékszámok segítségével meghatároztam az egyes termékek mennyiségét vezértermékben kifejezve, vagyis az eredeti mennyiségeket megszoroztam az egyenértékszámokkal, majd ezek összegével elosztottam a fent kiszámított felosztandó költséghányadot. Ennek eredményeképpen megkaptam, hogy a vezértermék egy egységére mekkora költség esik az adott költségnemből. Ezután

pedig ezt az egységköltséget megszorozva az egyenértékszámokkal, a többi termékre eső költség is meghatározható. A felosztás után pedig a kapott egységköltségek összegzése következett.

A tényleges önköltség meghatározásakor elsőként az egyes növénykultúrák költségeit ráterheltük a kacsatápra és a libatápra – elszámoló árai arányában. Ezzel a költséggel megnövelve a tápok korábban meghatározott költségét megkaptuk azok tényleges önköltségét. Ezt a tápköltséget pedig ráosztjuk az élőállatok egyes korosztályaira, majd az így megnövelt költségeket, valamint a tojás költségét figyelembe véve az egyes élő állat korosztályokra terheljük azokat.

Tevékenység alapú kalkuláció

A másik módszer, amellyel az önköltséget meghatároztam a tevékenység alapú kalkuláció volt. Ez az a módszer, amit jelenleg is alkalmaz a vállalat. Ahhoz, hogy az önköltség a lehető legpontosabban meghatározható legyen, arra volt szükség, hogy először azokat az általános költségeket felosszuk, amelyek esetében ismert, hogy a megfelelő vetítési alap segítségével ráterhelhetők az egyes tevékenységekre. Ebből kiindulva az önköltségszámítás folyamata 9 szakaszra tagolható:

1. Gépüzem általános költségeinek felosztása a megfelelő vetítési alapok segítségével. A vetítési alapok meghatározása a folyamatosan vezetett menetlevelek alapján –üzemóra és futott kilométer – történt.
2. Ágazati általános költségek felosztása: Ezek felosztásához szintén szükség volt vetítési alapok meghatározására, amelyek a gépben töltött napok és a takarmányozási napok voltak.
3. Növénytermesztés önköltségének meghatározása az egyes termesztett növényfajták egy egységére vonatkozóan.
4. A keverőüzemben előállított kacsatáp, libatáp valamint egyéb tápok önköltségének kiszámítása.
5. Tenyészállatok önköltsége: A törzsszállományban lévő állatok, pontosabban egy tojás önköltségének meghatározása.
6. Keltető üzemben felmerült közvetlen költségek megosztása. A költségek megosztása a kacsá- és libatojások között történik. A költségfelosztás során egyenértékszámú osztókalkulációt alkalmazunk, ahol a kacsatojás egyenértékszámú 1, a libatojás pedig 2 lesz. Az előző lépésben meghatározott költség tulajdonképpen a napos állat alapanyagköltsége, míg a keltetési költség annak előállítási költsége.
7. Napos kacsá és liba önköltségének meghatározása: Ahogy az előbb említettem a napos állat önköltsége két részből tevődik össze: alapanyagköltségből, vagyis a tojás önköltségéből és a keltetési költségből.
8. Árukacsa, valamint elő- és utónevelt liba önköltségének meghatározása: Itt a napos állat önköltségén kívül már minden felmerülő költséget figyelembe veszünk, ami az állatok tartásával kapcsolatos, és az így kapott összes költséget osztjuk el a darabszámokkal.
9. Tenyésznevelő állatok önköltségének kiszámítása: Ez már nem egy újabb korosztály, hanem az árukacsával és az elő- és utónevelt libával párhuzamosan tartott állomány.

A kapott eredmények összehasonlító vizsgálata

Az elsőként bemutatott egyenértékszámú osztókalkuláció esetében a költségnemek szerint nyilvántartott összes költség 95,5%-át osztottuk fel az egyes költségviselőkre. Ha a végeredményül kapott tényleges önköltséget visszaszorozzuk a darabszámokkal, akkor 6 367 255 052,48 forintot kapunk, ami az előállított termékek összértékét mutatja. Ugyanezt a számítást a tevékenység alapú kalkuláció során nyert adatokkal elvégezve egy sokkal magasabb érték lesz az eredmény, 10 609 413 848,19 forint. Ez az összeg megegyezik a felosztott költségek összegével, mivel ebben az esetben már az önköltség meghatározása előtt „helyre tettük” a költségeket,

vagyis a 7-es számlaosztályban minden tényező a megfelelő költségviselő számláján van nyilvántartva. Az egyenértékszamos osztókalkuláció esetében erre nem volt lehetőség, ezért volt szükség a számítások elvégzése után korrigálni az önköltséget. Az előbb említett 6,4 millió forint és az összes felosztott költség közötti különbséget az adja, hogy a 6,4 millió forintos összeg tulajdonképpen halmozott költségeket tartalmaz, mivel például már az elején a növénytermesztés költségeit átvezettük az egyes tápok közé. Tehát fontos hangsúlyozni, hogy ez az összeg csak egy értéket fejez ki, a vállalatnál lévő termékek értékét, mivel minden évben egyszerre megtalálhatóak az előbb említett növények és tápok egyaránt. Ugyanígy a tojás és az egyes korosztályok is egymás mellett léteznek, nem elhatárolva egymástól.

Az 1. táblázat a kiszámított önköltségeket és azok elszámoló áráktól való eltéréseit mutatja.

1. táblázat: A termékek önköltsége és elszámoló árai

	Megnevezés	Mennyiségi egység	Elszámoló ár	Önköltség		Eltérés	
				1. módszer	2. módszer	1. módszer	2. módszer
1.	Silókukorica	Ft/kg	7,00	13,32	3,46	90,24%	-50,57%
2.	Takarmánybúza	Ft/kg	46,00	87,51	77,73	90,24%	68,98%
3.	Takarmánykukorica	Ft/kg	45,00	85,61	43,73	90,24%	-2,82%
4.	Takarmányzab	Ft/kg	45,00	85,61	201,76	90,24%	348,36%
5.	Napraforgó	Ft/kg	90,00	171,21	75,36	90,24%	-16,27%
6.	Kacsatáp	Ft/kg	73,82	10,35	69,88	-85,98%	-5,34%
7.	Libatáp	Ft/kg	70,45	9,87	68,18	-85,98%	-3,22%
8.	Kacsatojás	Ft/db	80,00	52,24	60,67	-34,70%	-24,16%
9.	Napos kacs	Ft/db	136,00	134,21	105,06	-1,31%	-22,75%
10.	Árukacsa	Ft/db	779,49	654,49	712,61	-16,04%	-8,58%
11.	Tenyésznövendék kacs	Ft/db	4 361,03	3 039,69	4 485,81	-30,30%	2,86%
12.	Libatojás	Ft/db	324,00	168,91	357,15	-47,87%	10,23%
13.	Napos liba	Ft/db	550,00	500,04	567,74	-9,08%	3,23%
14.	Előnevelt liba	Ft/db	927,32	1 170,15	932,53	26,19%	0,56%
15.	Utónevelt liba	Ft/db	2 238,64	2 640,57	2 108,69	17,95%	-5,80%
16.	Tenyésznövendék liba (Golden G.)	Ft/db	6 656,28	5 310,07	4 738,08	-20,22%	-28,82%
17.	Tenyésznövendék liba (Lippitsch)	Ft/db	12 083,95	9 232,27	11 085,97	-23,60%	-8,26%

Forrás: Saját számítás a vizsgált vállalat adatai alapján

A termesztett növények esetében a második módszer hozott pontosabb eredményt, egy kivétellel. Takarmányzab esetében az egyenértékszamos osztókalkulációnál az eltérés az egyenértékszámhoz képest valamivel magasabb, mint 90%, de még mindig jobban közelít a második esetben meghatározott 384,36%-hoz képest. Az eltérések tényleges értéke 40,61 forint, valamint 156,76 forint. A legjobb eredményt a takarmánykukorica esetében kaptuk – 1,27 forint –, alig 3%-os eltéréssel.

A kacsatáp és a libatáp tekintetében is a tevékenység alapú kalkuláció vezetett jobb eredményre. Az elszámoló árakhoz képest 5%-os, illetve 3%-os eltérés tapasztalható. Az egyenértékszamos osztókalkulációval alig 15%-át kaptuk meg az elszámoló árak önköltségként. Ennek az

volt az oka, hogy a vásárolt takarmányipari anyagok 1 milliárd forintot is meghaladó összegét egyből az élő állatokra terheltük rá, mivel nem volt arról információ, hogy azokat belekeverik-e a tápba, tehát annak alapanyagát képezi vagy sem, azaz egy különálló termék.

A kacsatojás és a libatojás költségének meghatározása során is a második módszer bizonyult megbízhatóbbnak. Annak ellenére kaptunk az egyenértékszamos osztókalkulációval sokkal alacsonyabb értéket az elszámoló árnál, hogy ebben a lépésben vettük figyelembe a keltetési költségeket is. A tevékenység alapú kalkulációnál a tojás önköltsége az alapanyagköltséget foglalja magába, a keltetés költsége a napos állat önköltségét növelte. Tehát a keltetési költség rára-kódik a tojás költségére, ami együtt képezi az alapját a napos állat előállításának költségének.

A tenyészállatok költségének felosztásánál a tevékenység alapú kalkuláció csak a saját előállítású tojások mennyiségét, valamint az ennek érdekében felmerül költségeket vette alapul. Ez azért volt lehetséges, mert rendelkezésre állt a kimutatásokból a vásárolt és a saját előállítású tojás mennyisége és költsége is. Az első módszernél erre a korrekcióra nem volt lehetőség. A keltetési költség felosztása során már mindkét esetben a tojások teljes – saját előállítású és vásárolt – mennyiségét vettük figyelembe.

A napos állatok önköltségének vizsgálata során láthatjuk, hogy az előzőekkel ellentétben az első módszer alkalmazásával is jó eredményt kaptunk. Sőt, napos kacsá esetében pontosabban meghatározta a költségeket, mint a tevékenység alapú költségszámítás. Az egyenértékszamos osztókalkuláció alig több mint 1 %-os eltéréssel adta meg a napos kacsá önköltségét, míg a második esetben ez az eltérés majdnem eléri a 23 %-ot. Napos liba esetében már nem ilyen kedvező a helyzet, azonban még az itt kapott értékek is elfogadhatók. A többi élő állat esetében egy kivétellel a második módszer eredményezett pontosabb önköltséget.

Megfigyelhető, hogy az egyes korosztályok költsége annál magasabb, minél hosszabb az eltelt idő. Minél idősebb az állat, természetesen annál nagyobb a takarmányozási és egyéb tartási költségek összege, ami az önköltségben is megmutatkozik.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A legtöbb terméknél a tevékenység alapú kalkuláció hozott pontosabb eredményt. Azonban az egyenértékszamos osztókalkulációval meghatározott önköltségek sem elhanyagolhatók. Érdekes párhuzamosan több módszerrel is meghatározni az egyes termékek önköltségét, mivel az egyes módszerek eltérő eredményekhez és sikerekhez vezettek. Megfontolandó más módszerek, illetve azok kombinációinak alkalmazása is az önköltség meghatározása során. Az elsőként bemutatott egyenértékszamos osztókalkuláció esetében egyes költségeknél – mint például az értékcsökkenési leírás – a sima osztókalkuláció a valóságnak jobban megfelelő képet nyújthat az egyes termékek költséggel való terhelhetőségéről.

A tevékenység alapú költségszámítás eredményeit javíthatná, illetve többlet információk lennének nyerhetők azáltal, hogyha továbbfejlesztett változatának, az idővezérelt tevékenység-költség-számításnak az alkalmazását is átgondolnák. Eszerint a tevékenységek költségének meghatározása annak időráfordításából indul ki. Érdekes lehet megvizsgálni, hogy például az élő- és utónevelt libák esetében hogyan alakulnak a költségek akkor, ha nincs elég kapacitás ahhoz, hogy időben vágóhidra kerüljenek az állatok. Ekkor a menedzsment két alternatívával számolhat, ha nem élve szeretné azokat értékesíteni: vagy más vállalatnál, bérvágásban végzik a feldolgozást, vagy továbbtartja az élő állatot addig, amíg nem lesz elég szabad kapacitása saját vágóhídján. E két lehetőség költségvonzatának vizsgálata elengedhetetlen, mivel a továbbtartás az élő állat önköltségét növeli, míg a vágás költsége már a feldolgozott termékek egységköltségének fogja részét képezni.

A kontroller, valamint a vállalati vezetés feladata az információs igényeknek megfelelő elemzési és értékelési folyamat végrehajtása, amely során feltárják a hibákat, hiányosságokat és azok kiküszöbölésére cselekvési alternatívákat dolgoznak ki. Az elemzést már az első ponton, a

tojas költségeinél el kell kezdeni. Véleményem szerint itt az alapvető kérdés, hogy vásároljuk-e meg vagy állítsuk elő saját magunk?

Véleményem szerint a vizsgált vállalkozás önköltségszámítási rendszere megfelel a mai igényeknek, a termelési folyamat minden szakaszáról szolgáltat információkat, lehetővé téve azt, hogy időben felismerjék a problémákat, meghatározzák a beavatkozási pontokat és azonnal reagáljanak. Az általános költségek felosztható részeit teljes mértékben ráterhelték a költségviselőkre, így az azokra elszámolt, illetve rávetített költségek megbízható, valós alapot nyújtanak a vezetői döntésekhez. Erre azért volt lehetőség, mert a vállalat nyilvántartásai kellően részletezettek, megfelelő kiindulási alapul szolgáltak a költségfelosztás során.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Boda Gy. – Szlávik P. (2010): Stratégiai megfontolások és kvalitatív módszerek érvényesítése a döntéstámogató vezetői számvitelben. Vezetői számvitel módszertani füzetek. I. évfolyam. 5. szám. 15-28. o. (2) Czipszer K. (2002): Önköltségszámítás. VERZÁL-KONZULT PRESSZ Kft., Budapest, 116 o. (3) Hanyecz L. (2006): A controlling rendszere. Saldo Kiadó, Budapest, 291 o. (4) Fenyves V. – Tarnóczy T. (2011) A kockázatkezelésről controllereknek 2. *A CONTROLLER: A GYAKORLO CONTROLLEREK SZAKMAI TAJEKOZTATOJA VII.:(1) pp. 8-12. ISSN 1787-3983* (5) Kaplan, R. S. – Cooper, R. (1998): Cost and Effect, Harvard Business School Press, USA, 79. o. (6) Kardos B. – Sztanó I. – Veress A. (2007): A vezetői számvitel alapjai. SALDO, Budapest, 279 o. (7) Körmendi L. – Tóth A. (2011): A controlling alapjai. Saldo Kiadó, Budapest, 218. o. (8) Laáb Á. (2010a): A vezetői számvitel új útjai, „Pénzügyi mágiák - Pénzügyi kiutak” konferencia 2010. szeptember 30. - október 1. Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar. Sopron. (9) Laáb Á. (2011): Döntéstámogató vezetői számvitel. Complex Kiadó, Budapest, 381 o. (10) Sinkovics A. (2007): Költség- és pénzügyi controlling. Complex Kiadó, Budapest, 292 o. (11) Tarnóczy T.- Fenyves V. (2010) A kockázatkezelésről controllereknek *A CONTROLLER: A GYAKORLO CONTROLLEREK SZAKMAI TAJEKOZTATOJA VI.:(10) pp. 7-10. ISSN 1787-3983* (12) Verő I. (2004): A költségelszámolás lehetőségei. UNIÓ Kft., Budapest, 345 o. (13) Zárda N. (2009): A vezetői számvitel alkalmazásának fejlesztése a magyar mezőgazdasági vállalkozásoknál. Doktori értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő, 143 o.

„REÁL” SAJÁT MÁRKA FOGYASZTÓI ELÉGEDETTSÉG MÉRÉSE
CUSTOMER SATISFACTION SURVEY OF THE „REÁL” PRIVATE LABEL

Kristóf Erzsébet

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Gazdasági agrármérnöki MSc szak I. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

A saját márkák kezdetben kiforratlanok voltak csomagolás és beltartalmi érték tekintetében egyaránt. Napjainkra azonban a kereskedelmi márkák méltó vetélytársává váltak a gyártói márkáknak. Kutatásom tárgya a vásárlói elégedettségmérés a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által készített és forgalmazott „Reál” jelöléssel ellátott termékek segítségével. Dolgozatom eredménye alapján elmondható, hogy a származás, mint vásárlási szempont negyedik helyen szerepel, vagyis kijelenthető, hogy etnocentrizmus jelenleg nem tapasztalható a kereskedelemben. A fogyasztók pedig konkrét csoportokba sorolhatóak vásárlási szokásaik alapján.

Kulcsszavak: etnocentrizmus, fogyasztók, saját márka

ABSTRACT

Commercial brands are taking an increasing role in domestic and foreign trade. Private labels were initially immature with respect to packaging as well as the value of the content attribute. In recent years, however, commercial brands have become real competitors to manufacturer brands. The subject of my research is to measure customer satisfaction using the products labelled with “Reál” made and traded by Reál Hungária Élelmiszer Kft. Based on the findings of my research we can claim that the origin, as a customer viewpoint, came to the fourth place, so we can say that there is no ethocentrism present in trade. On the other hand, consumers can be categorised into particular groups base don their buying habits.

Keywords: ethnocentrism, customers, private label

BEVEZETÉS

Dolgozatom témája, a vevői elégedettség vizsgálata a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által készített és jelenleg is forgalmazott saját márkás „REÁL” jelölésű termékek segítségével. Magyarországon ez az üzlethálózat hatékonyan képes rendszerbe szervezni és összefogni a kisebb élelmiszerüzleteket oly módon, hogy azok szabad mozgásterüket megtartva részesülhessenek a közös fellépésből származó előnyökből.

A cég a saját márkás termékeivel a boltlánc tagjainak megfelelő profitráta biztosításával a boltlánc erősítésére törekszik, ugyanakkor „fegyverként” is használja őket az árharcban, hogy lezöríthassa a gyártói márkák árait. A saját márkás árukkal a többleteladás mellett gyors profit érhető el, a márkaépítés viszont általában csak hosszú távon fizetődik ki (NÉMETH-TÓTH, 2004).

A kiskereskedelem olyan értékteremtő tevékenységek halmaza, amely a termékeket és szolgáltatásokat a végső fogyasztóknak értékesíti (AGÁRDI, 2010).

A szuper prémium kategória elérése a főbb célok közé tartozik, hiszen a gyártói márka is ez irányba tart. Meghatározó a saját brandek bevezetése a még nem teljesen lefedett termékkategóriák, így a „Reál” saját márka esetében a tisztálkodó szerek, bizonyos tejtermékek, húskészítmények körében.

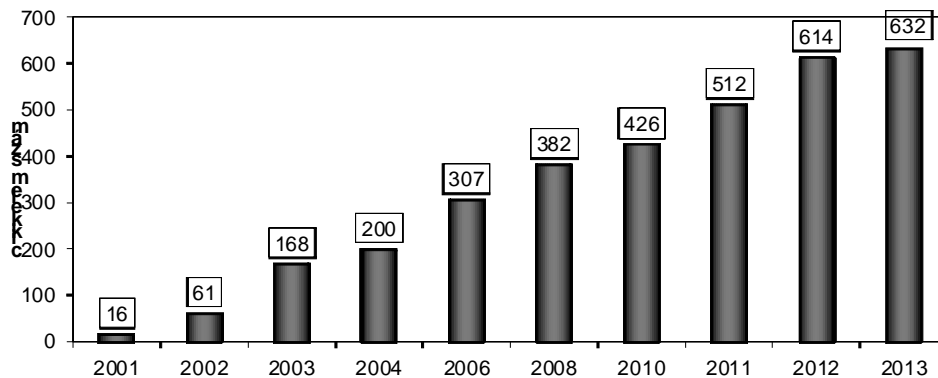
2011-ben élelmiszerre a kiskereskedelem vásárlói által kiadott minden 100 forintból 24 jutott kereskedelmi márkákra tavaly, ami 1-gyel több az előző évinél. Az eladott áru mennyiségét

tekintve a láncok saját márkáinak globális piaci részesedése stabilan 35 százalék éves összehasonlításban (ACNIELSEN, 2012).

A kereskedelmi láncok terjedésével egyre inkább nő a saját márkák aránya a termékválasztékban. A saját márkás termékeket a marketing és egyéb kapcsolódó költségek megtakarításával alacsonyabb áron kínálják a fogyasztóknak, ezáltal nő a nyereség is (CLARK, 2001).

A saját márkás termékek piaci ereje, hatása, szerepe önmagában is érdemes arra, hogy alapos vizsgálatnak vegyem alá, mert a piac egyre nagyobb kockázati tényezőket is jelent. A vevői elégedettségmérés eredményeire reagálva a piaci bukás elkerülhető, vagy jelentősen minimalizálható. Elemézhetővé válik a szolgáltatások és termékek fogyasztóra és gazdaságra gyakorolt hatása. Lehetőség nyílik az eredményesség esetében is a továbbfejlesztésre, előrehaladásra (HUSZTINÉ, 2011).

A Reál saját márkák legalább közepes, vagy jó minőségű, ugyanakkor kedvező árfekvésű termékek. Kifejlesztésüknél és pozicionálásuknál a Reál üzletek vásárlóinak elvárásait, igényeit tartotta szem előtt a Reál. A Reál saját márkás termékek száma folyamatosan nő, mára már eléri a 614 cikkelemszámot. 2013-ra a **tervezett** saját márkaszám 632 lesz (1. ábra). 11 termék kerül kivételre áruforgalmi értekezlet döntése alapján, az új termékek száma várhatóan 29 lesz.



1. ábra: Reál saját márkás termékek számának alakulása

Forrás: ALFI-KER Kft. alapján saját szerkesztés, 2012

Átlagosan kb. **20%** árelőnnyel kínálják a saját márkás termékeket a hasonló tulajdonságú márkázott versenytársaikhoz képest. A saját márkás termékpolitikának része, hogy a Reál márkák termékcsaládtól függően különböző támogatást és kommunikációt kapnak. Rendszeresen kapcsolódnak hozzájuk promóciók, nyeremény-játékok, rádióreklámok, különböző értékesítési-ösztönző akciók.

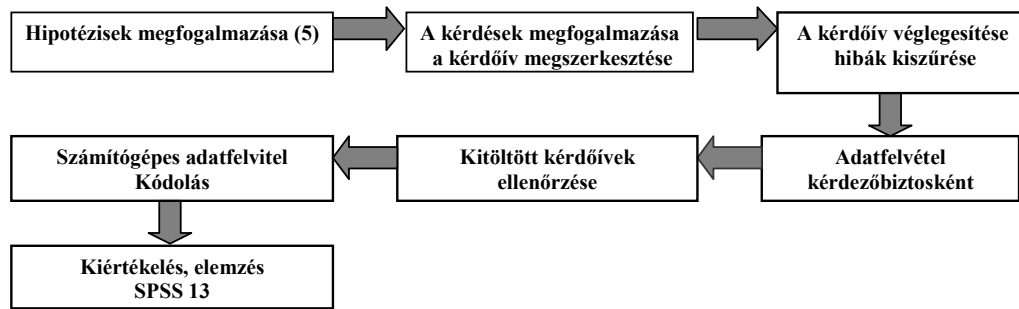
A saját márkás termékek értékesítésének célja, hogy a vevő azt érezze, hogy olcsóbban is ugyanannyit tud vásárolni, hasonló minőségben, de kevésbé ismert márkákat. Célszerű a vevőt meggyőzni arról, hogy az adott termék legalább olyan jó, mint a nevesebb versenytársaké kisebb reklám-és marketingköltség mellett. Az ár viszont 20%-kal alacsonyabb, ezért érdemes kipróbálni.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A faktorelemzés létjogosultsága a fogyasztói elégedettség vizsgálatok során

A faktorelemzés olyan eljárás, amelyben a változókról nem szükséges eldönteni, hogy függő vagy független változók-e. Ehelyett a változók kölcsönös összefüggésén alapuló kapcsolatrend-

szer egészét vizsgáljuk (MALHOTRA, 2008). Vásárlói elégedettség mérés 7 fázisból tevődik össze (2. ábra).



2. ábra: A kérdőív létrehozásának fázisai

Forrás: GERGELY, 2011

EREDMÉNYEK

H1: A „Reál” jelölésű termékeket a fogyasztók relatíve olcsónak ítélik meg.

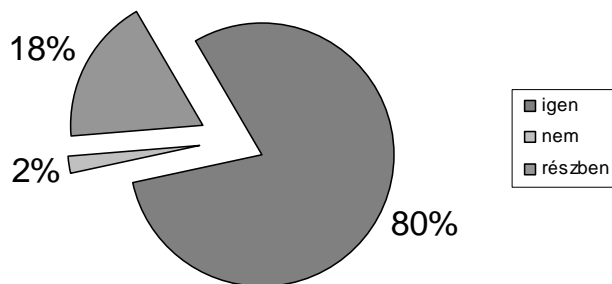
A kapott értékek alapján a vásárlók közel 60%-a olcsónak ítélte meg a saját márkajelzéssel ellátott termékeket 2011-ben. A részben olcsó kategóriát a vásárlók 37%-a mondta. A vevők mindössze 3%-a tartotta a saját brandeket drágának (3. ábra).



3. ábra: A saját márkás termékek árának megfizethetősége 2011

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Az eredmények 2012-ben az alábbiak szerint változtak: olcsó megítélés 80%, nem olcsó 2%, részben olcsó kategória 18%-ot képvisel (4. ábra). Első hipotézisem tehát mindkét vizsgálati időszakban beigazolódott. Adatbázisomban 300 darab megfigyelés szerepel, melyek mind érvényesnek minősülnek. A Szarvas és Gólya ABC-ben a vásárlók többsége (60-80%-a) tehát olcsónak ítélte meg a saját brandeket.



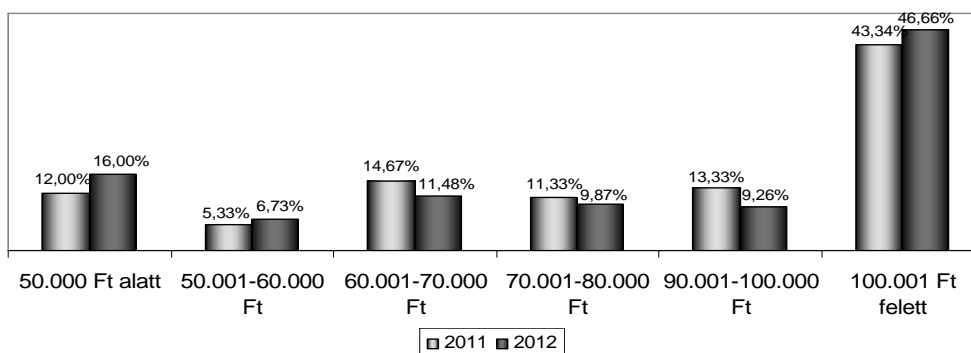
4. ábra: A saját márkás termékek árának megfizethetősége 2012

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Kereskedői vélemény a saját márkák árfekvéséről: A „Reál” saját márka nem olcsó terméként lett pozicionálva, tehát nem is mondható alacsony árfekvésű kategóriának. A „Reál” saját márka középkategóriás termék, melyet a prémium kategóriákat gyártó cégek gyártanak. A gyártókban megvan a termék „kannibalizálástól” való félelem (a gyártói márka lényeges visszaesése, ellenben a saját márka forgalma fellendül). A gyártói félelem jogos, mivel a forgalom összességében kismértékben csökken, a jó minőségű saját márkatermékekre ez hatványozottan vonatkozik.

H2: A „Reál” jelölésű terméket vásárlók átlagos és/vagy átlag alatti jövedelmek kategóriába sorolhatóak.

A hipotézis igazolása (5. ábra). 2011-ben a vevők többsége 43%-a a havi 100 000 Ft feletti nettó jövedelmek kategóriába volt sorolható, 2012-ben ez arány közel 47%-ra nőtt. Ezt követte 13%-al a 90 000-100 000 Ft-os kategória 2011-ben. 2012-ben azonban az 50 000 Ft/hó nettó jövedelmek kategória végzett a második helyen. Mindkét vizsgálati időszak eredményei megcáfolják a második hipotézisemet. Ennek értelmében kijelenthető, hogy a saját márkákat választó fogyasztók többsége a 100 000 Ft/hó nettó jövedelmek kategóriába sorolhatóak.



5. ábra: Jövedelmek kategóriák megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Keresztábra elkészítésére is sor került (1. táblázat). A kapott értékek ismeretében mindkét vizsgálati időszakban kijelenthető az, hogy a 100 000 Ft /hó nettó jövedelemmel rendelkező vásárlók és a saját márkás termékek vásárlása között van logikai kapcsolat. 2011-ben az említett kategória 53%-a számára voltak nagyon fontosak a saját márkák, 2012-ben ez az arány 58%-ra

emelkedett. A hipotézis által érintett átlagos/átlag alatti jövedelemkategória, azaz 60-70000 forint jövedelemkategória keresztábra elemzés során a válaszadások 27%-át képviselte, 2012-ben és már 39%-át. Ez is azt támasztja alá, hogy a kereskedelmi márkás termékcsoport nem sorolható az olcsó alternatívák közé.

1. táblázat: **Keresztábra a havi jövedelem és a saját márkák vásárlásának fontosságára 2011-2012**

Havi jövedelem	Értékelés	100 000 Ft/hó nettó jövedelem alatt 2011	100 000 Ft/hó nettó jövedelem alatt 2012	100 000 Ft/hó nettó jövedelem felett 2011	100 000 Ft/hó nettó jövedelem felett 2012	Összesen
Saját márkás áruk	Nem fontos	3	1	0	0	4
	Kevésbé fontos	2	1	2	0	5
	Közepes	6	3	16	0	25
	Fontos	7	2	13	7	29
	Nagyon fontos	34	56	67	80	101
Összesen		52	63	98	87	150

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Kereskedői vélemény: csak és kizárólag nem lehet ez a két jövedelemkategória (átlagos/átlag alatti). A saját márkás termék is van olyan jó, mint egy prémium brand. A saját márká legfontosabb előnye, hogy az ár-érték aránya jobb, mint a prémium termékeké. A cikkek számában ebben a termékkörben fokozatosan bővül, időszakonként azonban racionalizálják. A lassú forgási sebességet mutató termék nem maradhat a polcfelületen. Tartósan jó minőséget és árat kínálnak a vásárlók felé.

A Chi teszt eredménye alapján az χ^2 értéke 2011-ben, 44,852, az ehhez tartozó szignifikanciaszint pedig 0,001 (2. táblázat). A 2012-es vizsgálatra vonatkozó Chi négyzet tesztben az χ^2 értéke, 44,953, az ehhez tartozó szignifikanciaszint pedig 0,001.

2. táblázat: **Chi-négyzet teszt 2011-2012**

	Érték		Szabadságfok		Szignifikancia	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Pearson-féle korrelációs együttható	44,852	44,953	20	20	,001	,001
Likelihood Ratio	55,257	55,816	20	20	,000	,000
Linear-by-Linear Association	6,054	6,397	1	1	,014	,011

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

H3: A vásárlói igényesség nincs összefüggésben a vásárló jövedelmével.

Ez a hipotézisem azt jelenti, hogy a magasabb jövedelemkategóriába tartozó vevők is szívesen részesítik előnyben a saját márkajelzésű árukat a boltokban. A hipotézis beigazolódt az 5. ábra és az 1. táblázat keresztábrák vizsgálatára alapítva.

A hipotézishez kapcsolódó **kiskereskedői vélemény** alapján nincs összefüggés a vásárló jövedelme és az igényessége között. Az igények léteznek, de a pénztárca határt szab az igények kielégítésében.

H4: A hazai fogyasztók választási szempontjai között az ár és a minőség mellett a harmadik helyen a termék származási helye szerepel.

A hipotézisem beigazolódt, mivel 2011-ben a minőség 41%-ot, az ár 43%-ot képviseltek, míg a származás csupán 7%-ot. Tehát a választék szempont 9%-os arányával megelőzi a származást. A 2012. évi adatok sem tértek el jelentős mértékben, amikor a minőség 38%, az ár 47%, a választék 10% és a származás 5%-os értéket mutat. Az ár szerepe tehát növekedett, ezzel szemben a származásé csökkent. A származás, mint tényező szerepének alacsony értéke azzal magyarázható, hogy a külföldi termékeket kedvezőbb áron forgalmazzák a magyar áruk rovására. Számos vásárló számára az akciók meghatározóak, mert az ártényezőre fektetik a hangsúlyt (jövedelmi okok miatt). Ha az akció nem magyar árut érint, akkor azt is megvásárolja, mert „olcsó” (3. táblázat).

3. táblázat: A 4. kérdés szempontjainak értékelése 2011-2012

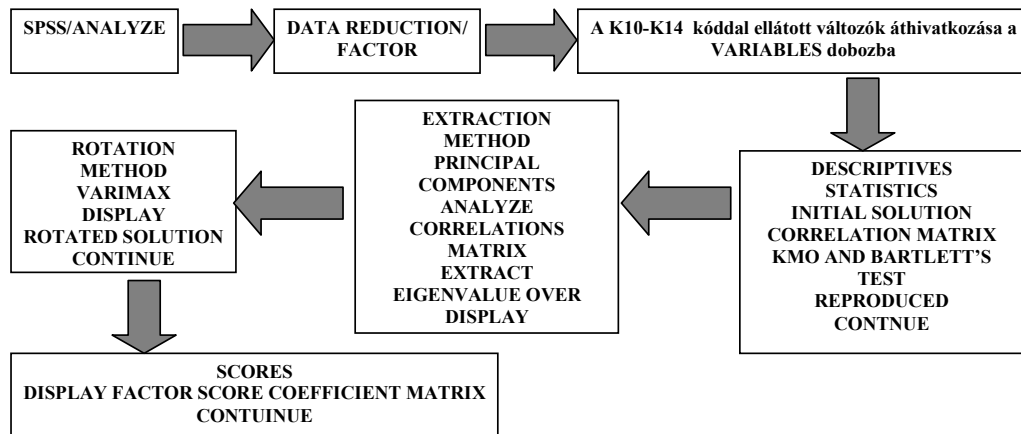
Szempont	Válaszok (%)	
	2011	2012
Minőség	41	38
Választék	9	10
Ár	43	47
Származás	7	5
Összesen	100	100

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Kereskedői részről az alábbi következtetések vonhatóak le a hipotézishez kapcsolódóan. A reklámok magyar termékek vásárlására sarkalják a fogyasztókat. Egyre több magyar termék található a multi- és transznacionális láncok polcain is. Van törekvés arra vonatkozóan, hogy magyar árut vegyenek a fogyasztók, de ez még nem kiforrott.

H5: Vannak jól elkülöníthető csoportok a „Reál” termékeket vásárló fogyasztók között.

A H5 hipotézisemre készítettem el a faktorelemzést, ami adattömörítésre és az adatstruktúra feltárására szolgál, a kiinduló változók számát úgynevezett faktorváltozókba vonja össze, amelyek közvetlenül nem figyelhetők meg. Az általam készített kérdőívet 300 ALFI boltban vásárló személy töltötte ki 2011. 09.20-21 és 2012. 10.05.-10. 06. között. A faktorelemzés folyamata az SPSS programban (6. ábra).



6. ábra: A faktoranalízis funkció használata

Forrás: MALHOTRA, 2008 alapján saját szerkesztés

A következőkben a KMO értéke kerül bemutatásra a két vizsgálati időszakban (4. táblázat). A 2011-es adatok esetében: 0,714 (megfelelő) 2012-ben pedig 0,767 (megfelelő) a KMO, ami alapján a változók alkalmasak a faktorelemzésre (SAJTOS-MITEV, 2006).

4. táblázat: **KMO and Bartlett's Teszt 2011- 2012.**

		2011	2012
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,714	0,767
Bartlett's Test	Approx. Chi-Square	827,950	748,378
	Szabadságfok	136	136
	Szignifikancia	,000	,000

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Az alábbi elnevezéseket adtam 2011-ben:

1. faktor: saját márkás termék és üzlet megjelenést preferáló vásárló;
2. faktor: kényelem és akcióorientált vásárló;
3. faktor: friss áru kínálat megfelelő saját márka minőséggel;
4. faktor: árszínvonal alapján történő saját márka vásárlása;
5. faktor: élelmiszerbiztonság és csomagolás;
6. faktor: saját márka paletta bővítése.

A 2012-es vizsgálati időszakban eltérés az egyes változók faktorsúly értékeinek változásában tapasztalható. A parkolási lehetőség változó faktorsúlya kis mértékben emelkedett, ahogyan a bankkártyás fizetés változó, és az „ABC ár”. A 2012-es vizsgálati időszakban a 2. faktorba nem került be a „SM akció” változó. Csökkent az „ABC frissesség” változó faktorsúly értéke, ahogyan az „SM minőség” változó és az „SM csomagolás”, „SM kiszérlés” változó is. A hatodik faktorba összetétele teljesen megváltozott és eggyel több faktor került be.

2012-ben az alábbi elnevezéseket adtam:

1. faktor: jó ár-érték arány és kellemes bevásárlási hangulat;
2. faktor: magyar termék kínálat;
3. faktor: körültekintő, saját márkát vásárló fogyasztó;

- 4. faktor: ár és csomagolás alapján döntő vásárló;
- 5. faktor: élelmiszerbiztonság;
- 6. faktor: saját márkák fokozott igénye.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A gazdaság többi területéhez hasonlóan a kereskedelem is folyamatosan változik, többek között a kereskedelmi szereplők, az értékesítési nagyságrendek és tendenciák tekintetében. Dolgozatom célja az volt, hogy rámutassak az utóbbi évekre jellemző kereskedelmi irányvonalra, miszerint a saját márkákból „hatalmi erők” jönnek létre a piacon.

A saját márkák piaci ereje kevésbé ismert így érdemes ezzel kapcsolatban vizsgálatokat folytatni. Az esetleges hiányosságok bolt/egység szinten feltérképezhetőek, a korábban nem ismert fogyasztói igények is kifejeződhetnek. A faktoranalízissel és a vásárlói elégedettséget mérő kérdőíves munkámmal elemeztem a „Reál” saját márkás termékek vásárlókra gyakorolt hatását. Az ALFI-KER Kft. szempontjából ez a felmérés hasznos lehet a későbbi stratégiák tervezésében, a meglévők fejlesztésében.

A márká tudatos kiépítése már abból is jól látszik, hogy a cikkelemszám milyen gyors léptekben növekedett az elmúlt években. 2001-évi 16 saját márkás termék 2012-ben 614-re bővült (1. ábra).

A „Reál” jelölésű termékek tehát nem sorolhatóak a gyenge kereskedelmi márkák körébe, melyet alátámaszt a kereskedői interjú és mélyinterjú is. Megfelelő minőség biztosítása mellett fontos szempont volt az is, hogy a gyártói brandekhez viszonyított szerényebb terméksomagolás ellenére megfeleljenek a vásárlói igényeknek.

2011: 1. faktor: saját márkás termék és üzlet megjelenést preferáló vásárló; 2. faktor: kényelem és akcióorientált vásárló; 3. faktor: friss áru kínálat megfelelő saját márká minőséggel; 4. faktor: árszínvonal alapján történő saját márká vásárlása; 5. faktor: élelmiszerbiztonság és csomagolás; 6. faktor: saját márká paletta bővítése.

2012: 1. faktor: jó ár-érték arány és kellemes bevásárlási hangulat; 2. faktor: magyar termék kínálat; 3. faktor: körültekintő, saját márkát vásárló fogyasztó; 4. faktor: ár és csomagolás alapján döntő vásárló; 5. faktor: élelmiszerbiztonság; 6. faktor: saját márkák fokozott igénye.

A faktorok elnevezése során arra törekedtem, hogy a faktornévben az összes változó tartalma és jelentése benne legyen. A 12 faktor alapján elmondhatom, hogy a vásárlók ezek alapján választják a Reál Hungária Élelmiszer Kft. által kifejlesztett saját márká termékeket.

Keresztátblás vizsgálatot végeztem el, melynek eredményei azt mutatták, hogy a vizsgált változók, tehát a „Reál” jelölésű termékek ismertsége és a jövedelemkategóriák között van kapcsolat (1. táblázat). A Chi teszt eredménye alapján 2011-ben az χ^2 értéke, 44,852, az ehhez tartozó szignifikanciaszint pedig 0,001. 2012-ben az χ^2 értéke 44,953, az ehhez tartozó szignifikanciaszint pedig 0,001 (2. táblázat).

Javaslatom a két vizsgált üzlet esetében:

- A kialakult faktorszempontok (12) figyelembe vétele a későbbi stratégiai koncepciók kialakításában. A választék és szezonális igények lehetőségeinek konkretizálása, lehetőség szerint bővítése.
- Helyi adottságok pontosabb felmérése valósult meg a kérdőíves vásárlói elégedettség vizsgálatom során, ezen eredményekre indokolt minél gyorsabban reagálni és a különböző termékkategóriákban rejlő lehetőségeket kihasználni a magasabb profitszerzés érdekében.
- Saját márkás termékeket érintő kóstoltatás, ezzel is növelve a termékkategóriának szóló bizalmat.
- A termékkategóriához kapcsolódó nyereményakció lebonyolítása.
- Amennyiben szükséges fogyasztói igényekhez illeszkedő termékszám bővítés, azonban a minőség előtérbe helyezésével.

- A termékkategóriát illetően az átláthatóság, megbízhatóságának fenntartása.
- A saját márkás cikkek számmal kapcsolatos növekedés optimalizálása a folyamatos ellenőrzés segítségével.
- Másodlagos kihelyezés keretében bizonyos saját márká kategóriákat érintve. Az alábbi eszközöket alkalmazva: megtört síkú polcok, térbeli 3 dimenziós belógó reklámok, szokatlan alakú, alapanyagú displayek, extra megvilágítás, egyedi árak, akciók.
- Saját márkás termékek forgalmi adatait figyelembe véve lehetőség szerint a termékkategória népszerű elemeit a „lassú szakaszban” elhelyezni. A kasszához érzékenység így számos eszköz áll rendelkezésre a kosárérték növelésére.
- Az üzletekkel kapcsolatos percepció a kedvező ár-érték arány legyen.

A felsorolt javaslatok kialakításában mérvadó az, hogy a Reál üzletek kényelmi boltok, nem cél a hard diszkontok és a hipermarketek árversenyében elsődleges szerep betöltése. A Reál Hungária Élelmiszer Kft. számára kiemelt fontossággal bír a globálisan kedvező ár/érték arány, magas szintű szolgáltatások, kellemes, emberközelű atmoszféra fenntartása, hogy ezek által is üzleteibe vonzza a vevőket.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ACNIELSEN (2012): <http://hu.nielsen.com/site/20120223.shtml> (letöltve: 2012. 2. 28.) (2) AGÁRDI I. (2010): Kereskedelmi marketing és menedzsment. Akadémiai Kiadó Zrt, Budapest, pp. 21. (3) Clark, R. (2001): Kereskedelmi láncok saját márkás termékei Magyarországon. Élelmiszer, augusztus, pp. 18–19. (4) GERELY É. (2011): Az Észak-alföldi régióban végzett teljesítménymenedzsment vizsgálat egy módszerének ismertetése a verseny- és közsférában. Közép–Európai Közlemények, 4. évf. 1. sz., pp. 210. (5) HUSZTINÉ HAJDÚ E. (2010): A vevői elégedettség szerepe a gazdasági növekedésben. http://www.shp.hu/hpc/userfiles/energonplusz/a_vevoi_elegedettseg_szerepe_a_gazdasagi_novekedesben.pdf (letöltve: 2011. 7. 29.) (6) NARESH K. MALHOTRA (2008): Marketingkutatás. Akadémia Kiadó, Budapest, pp. 366. 613. 614. 616. 617. 633. (7) Németh Sz.- Tóth J. 2004: Reál kereskedelmi kézikönyv. (8) SAJTOS L. – MITEV A. (2006): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest, pp. 245–282.

INDULÓ SÜTŐIPARI VÁLLALKOZÁS GAZDASÁGOSSÁGI ELEMZÉSE**ECONOMIC ANALYSES OF STARTING BAKERY ENTERPRISE'S***Kurmai Viktória*

Debreceni Egyetem, Mezőgazdaság-, Élelmiszertudományi és Környezetgazdálkodási Kar
Élelmiszerbiztonsági, és -minőségi mérnök MSc szak II. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

Egy induló pékség üzleti tervét készítettem el, azzal a céllal, hogy meghatározzam, hogy lakóhelyemen gazdaságos-e pékséget létrehozni és üzemeltetni. Meghatároztam, hogy az üzleti környezet és a saját adottságok révén van-e a vállalkozásnak realitása. Céloom az volt, hogy meghatározzam a vállalkozás indításának beruházási költségeit (kezdeti tőkeigényét), valamint a működés időszakának bevételeit, költségeit és eredményeit. A beruházás gazdaságosságának értékelését elvégeztem, s ez alapján kiválasztottam a gazdaságos tervváltozatokat. Végül a gazdaságosság legérzékenyebben befolyásoló tényezőit kiértékeltem.

Kulcsszavak: pékség, gazdaságossági elemzés, kritikus érték, költség, bevétel

ABSTRACT

In my thesis I planned a start-up baking enterprise's business plan to determine whether it would be profitable (economic) around my hometown or not. Moreover I defined whether the enterprise would have a reality in terms of business environment and the own capability. My target was determining the investment costs, operating revenue and costs and the net income. An economic analysis was performed and based on this study I could choose among the versions. Finally the factors affecting the most vulnerable were evaluated.

Keywords: bakery, economic analysis, critical value, cost, revenue.

BEVEZETÉS

A 27 tagú Európai Unió élelmiszer- és italipari termelésének értéke eléri a 913 milliárd eurót. A közösség feldolgozóiparának első számú ágazata 13,4%-os részesedéssel, s a legnagyobb munkaerő foglalkoztató is egyben. Magyarországon a 14 ágazatot átfogó feldolgozóiparon belül az élelmiszeripar részesedése az ipari teljesítményből csökkenő tendenciát mutat. Élelmiszer-gazdasági jelentőségére jellemző, hogy még jelenleg is a hazai mezőgazdasági termelés mintegy kétharmadát vásárolja fel tovább feldolgozás céljából. Ez azt jelenti, hogy az élelmiszeripar által közvetlenül foglalkoztatott mintegy 126 ezer fő mellett több százezer mezőgazdaságból élő állampolgár megélhetése függ az ágazat teljesítményétől. (FVM, 2009.)

Azért választottam az üzleti tervezés témáját, mert élelmiszer biztonsági- és minőségi mérnök hallgatóként úgy érzem, alkalmasak vagyunk egy hasonló élelmiszeripari vállalkozás alapítására. Ehhez azonban szükség van egy jól megalapozott tervre, hiszen ez nagyon fontos egy vállalkozás sikeres működésében. Egyfajta előre gondolkodás, és a későbbi döntések megalapozására szolgál. A mai gazdasági válságban egy üzleti terv biztonságot adhat, irányvonalat nyújthat, valamint egy induló vállalkozás esetében eldönthetjük, megéri-e belevágni tervünkbe.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A beruházás gazdaságosságának meghatározásához az alábbi dinamikus gazdaságossági mutatókat alkalmaztam: nettó jelenérték (NVP); belső megtérülési ráta (IRR); diszkontált megtérülési idő (DPP).

E mutatókon kívül még két statikus mutatót is használtam, melyek nem számolnak a pénz időértékével. Ezek a kumulált eredmény és a statikus megtérülési idő.

A gazdaságossági mutatókra támaszkodva céloim az volt, hogy választ kapjak a következő kérdésre: a vállalkozás a terveim alapján gazdaságos-e és ha igen, akkor milyen finanszírozási konstrukció (tervváltozat) mellett kapom a legkedvezőbb értékeket. Így négy tervváltozatot készítettem el különböző finanszírozási konstrukciók mellett (1. táblázat).

1. táblázat: A pékség megvalósítási tervváltozatai és lehetséges finanszírozási módok

Tervváltozatok Finanszírozások	Eredeti tervváltozat	1. tervváltozat (új épület, használt gépekkel)	2. tervváltozat (új épület, új gépekkel)	3. tervváltozat (eredeti tervváltozat, új gépekkel)
Saját forrás	X	X	X	
Saját forrás és támogatás				X
Saját forrás és hitel	X	X	X	

Forrás: saját szerkesztés

A tervezés sikere attól függ, hogy miként tud a tervezett vállalkozás megbirkózni a bizonytalanságból eredő nehézségekkel. (KRESALEK, 2003.) A tervezés során becsült adatokból következő kockázatok valós bizonytalansági mértékének meghatározása érdekében érzékenység vizsgálatokat végeztem. Két módszert alkalmaztam: elaszticitási vizsgálat, illetve kritikus érték meghatározás.

A beruházás tervezése négy fő területet érint, az építészeti beruházást, melyhez építészeti szakember az általam kívánt átalakításokra árajánlatot készített, a technológiai beruházást, amely a Modul Bake Kft. árajánlatát alapul, a gépjármű beruházását és átalakítását, valamint az üzemhez szükséges egyéb berendezések beruházását. Ezen beruházások számszerűsítésével kaptam meg a beruházás költségét.

A működési tervet az értékesítés tervezésével kezdtem. Mikrokörnyezeti elemzést végeztem lakóhelyemen, Miskolc első számú kerületében, a Martin Kertvárosban. Megbecsültem a vásárlási gyakoriságot, a potenciális piacot, majd a piaci részesedést, s így meghatározhattam, mennyi a termékek gyártandó mennyisége. A napi termelésnél el kellett döntenem, hogy az egyes termékcsoportokban a termékeket milyen arányban gyártsam. A heti termelésnél a délelőtti és délutáni gyártási mennyiségeket határoztam meg, az értékesítési módokhoz idomulva. Az éves termelésnél az iskolaszüneteket terveztem meg, s ez alapján módosítottam a péksütemények termelését. Tapasztalat és becslés alapján megterveztem az értékesítési árakat, így kiszámolva az árbevételt.

Az inputok tervezése négy fő területre osztható: alapanyagok, egyéb anyagok, javítás, karbantartás és munkaerő. Az alapanyagok tervezéséhez felhasználtam a gyártandó termékek mennyiségét és a receptúrákat. Az egyéb anyagok költsége között részleteztem a villamosenergiafogyasztást, a vízfogyasztást, a gázfogyasztást és a gázolajfogyasztást. A javítás karbantartás költségeket mind a gépjárműre, mind a technológiai berendezésekre kiszámoltam. A vállalkozás személyi állományát a gyártáshoz terveztem és meghatároztam az egyes munkakörök fizetését.

EREDMÉNYEK

Beruházás gazdaságossági elemzés

A beruházás-gazdaságossági vizsgálat arra irányult, hogy feltárjam mennyi idő elteltével és milyen finanszírozási formával fog a vállalkozás akkora bevételt realizálni, amely meghaladva a kiadásokat biztosítja a beruházás megtérülését.

Saját forrásból történő finanszírozás

Az eredeti tervváltozat alapján a telephely lakásunk garázsa, melyben az üzemet egyszerű építészeti felújítással alakítjuk ki, a gépek pedig használtak, így relatíve olcsón beszerezhetők. Amennyiben azonban új telephelyen új építésű üzemépülettel és/vagy új gépekkel kellene a beruházást megvalósítani, az sokkal többbe kerülne. Ezért az első lehetőségként feltételezzük, hogy az üzem épületét a kertvárosban egy üres telken építjük fel, így becsléseim alapján 23 millió forint lenne az üzem létesítésének építészeti költsége. Használt technológiai berendezések beszerzésével a beruházási kiadás összesen 35 545 570 Ft-ra változna. Második lehetőségként az új telephelyet szereljük fel használt gépek helyett új gépekkel, amivel a technológiai berendezések bekerülési értéke 22 millió forintra emelkedik. Így az új épület és új gépek együttes beruházási költsége összesen 48 328 878 Ft-ra változik. Ezen három esettel számolva a pénzforgalmi terv alapján a gazdaságossági mutatókat a 2. táblázat összegzi.

2. táblázat: 100%-ban saját forrásból megvalósított beruházás gazdaságossági mutatói

Gazdaságossági mutatók	Eredeti tervváltozat	1. alternatív tervváltozat (új épület, használt gépekkel)	2. alternatív tervváltozat (új épület, új gépekkel)
Kumulált eredmény	62 457 925 Ft	45 815 480 Ft	34 310 503 Ft
Statikus megtérülési idő	3. év	5. év	6. év
NPV	38 791 859 Ft	21 599 027 Ft	9 713 565 Ft
IRR	45,53%	18,80%	11,17%
DPP	3. év	6. év	8. év

Forrás: saját számítás

A 3. táblázat alapján látható, hogy az eredeti tervváltozat szerint a kumulált eredmény a 10. év végére több mint 62 millió Ft, az NPV értéke pedig közel 39 millió Ft. Statikusan és dinamikusan a befektetett tőke a 3. éven térül meg, és a tőkearányos jövedelmezőség kiemelkedően magas, 45,53%. Az alternatív tervváltozatok gazdaságossági mutatói alapján kijelenthető, hogy a pékség magasabb beruházási költségek mellett is gazdaságos, az eredeti tervváltozat kiemelkedően kedvező értékeit az alacsony kezdeti tőkeigény okozza. Mivel lehetőségem van az eredeti tervváltozat alapján saját épületben kialakítani az üzemet, így a másik két tervváltozatot elvettem.

Saját forrásból és támogatásból történő finanszírozás

Magyarország és az Európai Unió támogatja az induló vállalkozásokat, mert az új vállalkozás által növekedik a magyar gazdaság és új munkahelyek teremődnek. A mikrovállalkozások létesítése érdekében eszközbeszerzésre, infrastrukturális és ingatlan-beruházásra valamint információs technológia-fejlesztésre lehet támogatást igényelni.

Mivel a támogatás csak új technológiai berendezések esetén igényelhető, ezért a beruházási költségekben ismét 22 millió Ft-tal számolom a technológiai berendezések költségét. Ezért támogatás esetén a kezdeti kiadások (beruházási kiadás, pályázatírás költsége) 30 337 273 Ft-ot tesznek ki. Ebből a 45%-os támogatással (esetünkben 11 928 778 Ft), mely a felújítási munkálatokra és a technológiai berendezésekre igényelhető, a saját tőkeigény 18 408 495 Ft-ra módosul.

A 3. táblázat alapján kijelenthető, hogy a saját forrásból történő finanszírozás gazdaságossági mutatóihoz képest minimálisan, de kedvezőtlenebb értékeket kaptunk. Ez annak köszönhető, hogy a támogatás összegét felemészti az új gépek többletköltsége. Ezért arra a megállapításra jutottam, hogy nem érdemes élni a támogatással, mert eredeti tervemmel, saját tőkével ugyan-

ilyen gazdaságossági mutatókat tudok elérni és egyszerűbb a saját tőke felhasználása, mint a támogatási rendszer.

3. táblázat: **A beruházás-gazdaságossági mutatók alakulása 45%-ban támogatásból, 55%-ban saját forrásból megvalósuló beruházás esetén**

Gazdaságossági mutatók	Érték
Kumulált eredmény	62 431 725 Ft
Statikus megtérülési idő	3. év
NPV	38 370 293 Ft
IRR	42,66%
DPP	3. év

Forrás: saját számítás

Saját forrásbólés hitelből történő finanszírozás

A hitel igénybevétele azért opció jelenlegi elemzésemben, mert ha nem áll rendelkezésemre elég saját tőke, akkor a vállalkozás elindításához mindenképpen szükséges a hitel felvétele. A hitel azért pozitív egy vállalkozás indításakor, mert az igényelt összeg azonnal rendelkezésünkre áll, ezzel ellenben a hitel évekre meghatározza a vállalkozás életét.

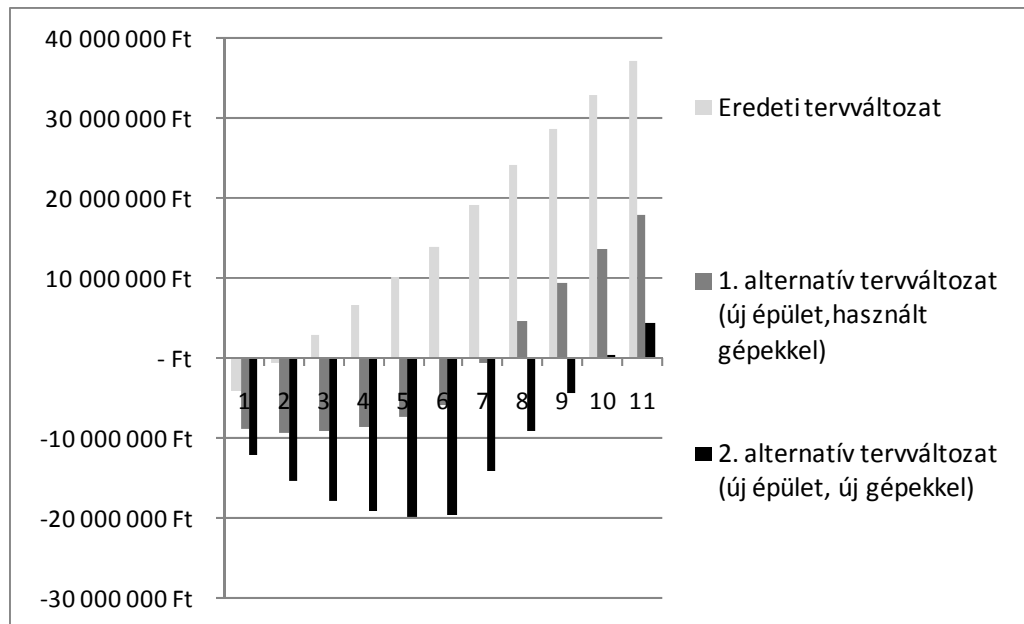
A hitel összegeket 25%-os önerővel számoltam a beruházási kiadáshoz képest, tehát a beruházási költség 75%-át számoltam hitelfelvétellel. A 4. táblázatban összegeztem e finanszírozási mód esetén a mutatószámok alakulását. A tőkearányos jövedelmezőség értéke azért kiemelkedően magas, mert a saját tőke, melyet a vállalkozásunkba fektettünk mindösszesen 4 263 965 Ft. A másik két eset a fentiekben is már bemutatott verziók: új telephelyen az üzem létesítése és az új telephely felszerelése új gépekkel, ez esetben hitelfelvétellel. Egyértelműen látszik, hogy sokkal alacsonyabb gazdaságossági mutatókkal bír minkét eset, mint az eredeti tervem hitelfelvételkor.

4. táblázat: **A beruházás-gazdaságossági mutatók alakulása 25% saját forrásból és 75% hitelből finanszírozott beruházás esetén**

Gazdaságossági mutatók	Eredeti tervváltozat	1. alternatív tervváltozat (új épület, használt gépekkel)	2. alternatív tervváltozat (új épület, új gépekkel)
Kumulált eredmény	57 623 304 Ft	35 738 756 Ft	20 458 571 Ft
Statikus megtérülési idő	2. év	6. év	8. év
NPV	36 950 503 Ft	17 761 117 Ft	4 355 729 Ft
IRR	97,93%	24,34%	10,03%
DPP	2. év	7. év	9. év

Forrás: saját számítás

Az 1. ábra a nettó jelenérték alakulását mutatja. Az az eset, melyben telephely-vásárlás, illetve új építés új technológiai berendezésekkel szerepel (zöld), egyértelműen elvetendő ötlet, hiszen csak a 9. évben térül meg, így a 10. évre a nettó jelenértéke is csekély. Valamivel kedvezőbb, ha ugyanezt használt technológiai berendezésekkel valósítjuk meg (piros), és ennek finanszírozásához hitelt veszünk fel. Így a 7. évre esik a dinamikus megtérülési idő, de a tőkearányos jövedelmezőség 24,37%, az eredeti tervváltozatban vizsgált 97,93%-hoz képest.



1. ábra: Az NPV alakulása a kiinduló és az alternatív tervváltozatokban ($r=7\%$)

Forrás: saját számítás

A fentiekben megvizsgált esetek közül kettőt emelnék ki, melyek lehetséges és gazdaságos opciók a vállalkozás finanszírozására. Egyik lehetőség a 100%-ban saját forrásból, a másik a 25%-ban saját forrásból és 75%-ban hitelből történő finanszírozás. Mind a kettő esetet gazdaságosnak találtam, 3. illetve 2. évben megtérülnek, 38 illetve 36 millió nettó jelenértéket realizálnak a 10. év végén. Mivel saját forrásból a beruházás összes költségét nehezen tudom finanszírozni, így a hitelfelvételt találtam a legoptimálisabb verzióknak.

Érzékenység-vizsgálatok

Az érzékenység-vizsgálatok során annak a valószínűségét vizsgáljuk, hogy a beruházás elegendő teljesítményt ér-e el (a hatékonysági mutatókra nézve), ha az eredmények az előzetesen készített reális becsléstől eltérnek.

Elaszticitás-vizsgálat

Arra szeretnék választ kapni, hogy a figyelembe vett paraméterek, 1% mértékű (pozitív vagy negatív) változása, mekkora változtatást visz véghez a hatékonysági mutatókon? Annak érdekében végeztem el a változók hatásának minőségi elemzését, hogy kiválasszam, és rangsoroljam, hogy az egyes tényezőknek kicsi vagy nagy a hatása az eredményre. Az általam meghatározott „kritikus” változók a következők: az alapanyag ár, az értékesítési ár és a piaci részesedés.

Az 5. táblázatból egyértelműen kiderül, hogy az értékesítési ár csökkentése hajtotta végre a legnagyobb változtatást a hatékonysági mutatókon, a legkisebbet pedig az input árak növekedése. Ez alapján a változókat rangsorolva a következő megállapításra jutottam: az értékesítési ár csökkenése befolyásolja leginkább, a piaci részesedés csökkentése jelentősen befolyásolja, legkisebb mértékben az input árak növekedése változtatja meg a vállalkozás gazdaságosságát.

5. táblázat: A gazdaságossági mutatók változásának mértéke a főbb input változó tényezők kedvezőtlen irányú 1%-os változásának hatására

Gazdaságossági mutatók	Saját forrásból történő finanszírozás		
	input árak növekedése	értékesítési ár csökkentése	piaci részesedés csökkentése
Kumulált eredmény	-2,03%	-8,72%	-5,00%
NPV	-2,30%	-9,87%	-5,66%
IRR	-1,74%	-7,45%	-4,26%

Forrás: saját számítás

Hasonló eredményeket kaptunk a saját forrásból történő finanszírozás hitelfelvétel esetén is, ezeket a 6. táblázat foglalja össze.

6. táblázat: A gazdaságossági mutatók változásának mértéke a főbb input változó tényezők kedvezőtlen irányú 1%-os változásának hatására

Gazdaságossági mutatók	Saját forrásból történő finanszírozás		
	input árak növekedése	értékesítési ár csökkentése	piaci részesedés csökkentése
Kumulált eredmény	-2,20%	-11,66%	-5,42%
NPV	-2,42%	-12,77%	-5,94%
IRR	-2,74%	-14,26%	-6,69%

Forrás: saját számítás

A változók sorrendje ugyanúgy alakul, mint az előző esetben, viszont nagyobb eltérések mutatkoznak. Megállapítható, hogy a saját forrásból történő finanszírozás esetén kedvezőbbben reagálnak a hatékonysági mutatók a „kritikus” változók 1% mértékű kedvezőtlen változására.

Összegzésként megállapítható, hogy az értékesítési ár és a piaci részesedés kismértékű változása is nagyon jelentősen befolyásolja a vállalkozás gazdaságossági mutatóit.

Kritikus érték vizsgálat

Kritikus érték számításoknál azt vizsgáljuk, hogy egy adott paraméter mely maximális vagy minimális eltérési értéket vehet fel a kiinduló tervváltozatban szereplő értékéhez képest, hogy a beruházás még éppen gazdaságos legyen. Ismét megvizsgáltam mindkét finanszírozási formát és a 7. táblázatban szereplő adatokat kaptam.

7. táblázat: A főbb változó inputtényezők kritikus értékei

Ható tényező	Saját forrásból történő finanszírozás	Saját forrásból történő finanszírozás hitelfelvétellel
	Kritikus érték	
input árak növekedése	+43,4%	+37,0%
értékesítési ár csökkentése	-10,1%	-9,6%
piaci részesedés csökkentése	-17,6%	-14,9%

Forrás: saját számítás

Az előzőekben kifejtettük, hogy az input árak növekedése befolyásolja legkevésbé a gazdaságossági mutatókat a kiválasztott változók közül, ezért lehet ennek a változónak a legnagyobb eltérése a gazdaságosság fenntartásához. A saját forrásból történő finanszírozás esetén 27,18%-

os, saját forrásból és hitellel történő megvalósítás esetén 28,08%-os piaci részesedés az a minimum érték, melynél a beruházás még gazdaságosnak mondható. Az értékesítési árat maximálisan 10,1 és 9,6%-kal csökkenhetem ahhoz, hogy a 10. évben, de megtérüljön még a beruházás. Az értékesítési ár a legkritikusabb változó, ezért ennek minimális változtatásával is hatalmas változás következik be a pénzforgalmi tervben. A két finanszírozási forma közül ismét a saját forrásból történő finanszírozásnál kaptunk kedvezőbb értékeket, mert a kritikus változók minimálisan, de nagyobb szélsőértéket vettek fel, mint a hitelfelvételkor számított értékek esetében.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A beruházásnak 17 millió Ft a kezdeti tőkeigénye, abban az esetben, ha a beruházást saját lakóhelyemen valósítom meg a meglévő épület felújításával és használt technológiai berendezések beszerzésével. A többi tervváltozat (új telephely, új épület, új gépek) elvetendő.

Az éves bevétel, mely kizárólag árbevétel 60 millió Ft körül alakul, míg a kiadások közel 52 millió Ft-ot tesznek ki. Így realista esetben mintegy 8 millió Ft pénzügyi eredmény realizálható.

A saját épület felújításával és használt gépekkel történő beruházást választottam. Két finanszírozási formát részesíték előnyben, a saját forrásból történő finanszírozást és a saját forrásból és hiteltől történő finanszírozást. Kiemelkedő gazdasági mutatókkal rendelkeznek, ami az alacsony beruházási költségekre vezethető vissza, melyet a saját lakásunk garázsában kialakított üzemhellyel és használt gépek vásárlásával érek el. Saját forrásból történő finanszírozás esetén a kumulált eredmény 62 millió körül alakul, és a beruházás a 3. évben térül meg. Az NPV értéke közel 39 millió Ft, a tőkearányos jövedelmezőség 45%. 75%-ban hiteltől finanszírozott beruházás esetén a kumulált eredmény körülbelül 57 millió Ft, és a 2. évben megtérül a beruházott tőke. Az NPV értéke 37 millió Ft, a megtérülési ráta 98%.

A gazdaságosságot leginkább befolyásolja az értékesítési ár és az elérhető piaci részesedés. Előbbinek

9-10%-os, utóbbinak 15-17%-os csökkenése már kritikussá teszi a megtérülést.

A beruházásról szóló végleges döntés meghozatalához a kicsi részesedés még pontosabb meghatározása érdekében piackutatás válhat szükségessé. A gazdasági számítások meggyőzőek, a vállalkozás gazdaságos, így a fentiekben ajánlott piackutatás elvégzése után – amennyiben az a tervezett 33%-os piaci részesedés elérését alátámasztja – a pékség elindítása javasolt.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) FVM - Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály (2009) A magyar élelmiszeripar stratégiai jelentősége.
- (2) KRESALEK P. (2003): Tervezés a vállalkozások gyakorlatában, Perfekt Kiadó., Budapest. 264 p.

**A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓS MENEDZSMENT SZERVEZETEK
HELYZETÉNEK ÉRTÉKELÉSE A HAJDÚSZOBOSZLÓI TURISZTIKAI
NONPROFIT KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

THE EVALUATION OF THE STATUS' TOURISM DESTINATION MANAGEMENT
ORGANISATIONS BASED ON TOURISM LTD. OF HAJDÚSZOBOSZLÓ

Molnár Szilvia

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Turizmus-vendéglátás szak IV. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt években a turizmus ágazata a gazdasági, társadalmi és környezeti hatásoknak köszönhetően jelentős változáson esett, s kialakult a modern turizmus, amely azonban egy folyamatos versenyhelyzetet teremtett a turizmusban érdekelt szolgáltatók számára. Mindenki igyekszik kivívni a piac és a fogyasztók elismerését, valamint folyamatos fejlődés mellett fenntartani a turisták érdeklődését és elégedettségét. Azonban az egyre erősödő piaci versenyben ez nem egyszerű feladat. Ebben a helyzetben fontos, hogy a szolgáltatók lépést tudjanak tartani a versenytársakkal.

Ehhez szükség van egy komplex turisztikai termékre, erős marketing tevékenységre, valamint fontos, hogy a szolgáltatók felismerjék lehetőségeiket. Azonban a gazdasági válság hatása és a turisztikai szokások átalakulása jelentősen megnehezíti a szolgáltatók önálló, sikeres piaci fellépését. Éppen ezért, mind desztinációs, mind magasabb szinteken elengedhetetlen egy sikeres turisztikai irányítási rendszer kiépítése.

Dolgozatom fő célkitűzése a TDM szervezetek helyzetének értékelése volt a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. példáján keresztül.

A kutatások eredményeként úgy vélem, hogy a szervezeti rendszer kiépítése jó irányba halad, ezt támasztják alá a hajdúszoboszlói szervezetenél tapasztaltak is. Egy ilyen jellegű együttműködés jelentős előrelépést jelenthet a turisztikai irányításban, s nagyban hozzájárul a turizmus fejlődéséhez. Ezt jól bizonyítja a szervezetek növekvő száma és a Magyar TDM Szövetség kialakítása is.

Kulcsszavak: turizmus, turisztikai desztinációs menedzsment (TDM), együttműködés

ABSTRACT

Due to the economic, social and environmental impacts, the sector of tourism has significantly changed and created the modern tourism, which caused continuous competition for the providers interested in tourism.

Everyone tries for achieving accolade of market and customers, together vindicate the attendance and satisfaction of tourists by continuous progress. However it is not an easy assignment in the increasing competition of the market. In this situation, it is very important that the providers could keep step with their rivals.

Thereunto need a complex product of tourism, stalwart marketing, and providers need to get wise to their facilities. But the effect of slump and turning of tourism habits encumber the succesful aplomb on market. Tourism control system need to be worked up on a destination and a higher level.

The evaluation of the status' tourism destination management organisations based on Tourism Ltd. of Hajdúszoboszló was the main objective of my diploma.

My opinion by result of the disquisition, is that the configuration of organisation system goes on good way, it is supported by the experiences at the organisation of Hajdúszoboszló. This

cooperation could be a significant headway in tourism and a support the development of tourism. The thriving number of TDM organisations and working up of Hungarian TDM Union infer it.

Keywords: tourism, tourism destination management, cooperation

BEVEZETÉS

A turizmus hazánk gazdaságának egyik legfontosabb alappillére volt az utóbbi években. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint a GDP változásában játszott szerepe, valamint a foglalkoztatásból való részesedése. Azonban, mint minden más területen, ebben a szektorban is érezhető a gazdasági világválság negatív hatása, valamint fogyasztói igények is folyamatosan változnak, s ez fokozott mértékben volt megfigyelhető az elmúlt években. A diszkrecionális jövedelem mértéke fokozottan csökkent, így egyre kevesebb ember költött szabadidős tevékenységekre, utazásra, visszaesett mind a belföldi, mind a beutazó turizmusban mutatkozó kereslet.

Éppen ezért a turizmusban résztvevőknek is alkalmazkodniuk kell a kialakult helyzethez, ehhez azonban versenyképes kínálatra van szükség. Viszont egy-egy szolgáltató, vállalkozás által felkínált lehetőség kevés lehet, ez csak összefogásban valósulhat meg. Ehhez nyújt jó lehetőséget a turisztikai desztinációs menedzsment szervezeti rendszer kialakítása, melynek keretein belül egy erős kooperáció jöhet létre. Kezdetben azonban csak kevés, a szolgáltató szektorban résztvevő vállalkozás ismerte fel ennek szükségességét, aminek egyik oka az információ hiánya lehetett. Mára azonban egyre több szervezet csatlakozik valamely desztinációs menedzsment szervezethez.

Egyre több helyen találkozhatunk a turisztikai desztinációs menedzsment szervezet kifejezéssel, azonban jelentését még szakmai berkekben is elég kevesen ismerik. Sokan azonosítják egy marketingtevékenységet végző intézménnyel, azonban ezek a szervezetek csak kis részben felelnek a desztináció promotálásáért, sokkal inkább végeznek koordinációs feladatokat. Az ismertség hiányának oka lehet, hogy a témában csak kis számú, magyar nyelvű szakirodalom készült.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Napjainkban a TDM szervezeti rendszerrel foglalkozó szakirodalmak száma elég kevés, s ezek is többségében a szervezetek Magyarországon történő elterjedése, és a rendszer kiépítése előtt készültek, így javarészt általános képet adnak ezen szervezetek kialakításáról, működésének háttéréről. A hazai helyzet megismeréséhez leginkább a magyarországi szervezetek elérhető dokumentumai, illetve a TDM Szövetség által biztosított anyagok voltak segítségemre.

A módszertan kiválasztásánál figyelembe kellett vennem, hogy a TDM szervezeti rendszer Magyarországon csupán az elmúlt években jelent meg, így olyan kutatási módszert választottam, amellyel a lehető legtöbb információra tehettem szert, ezért a mélyinterjú kutatásra esett a választásom. Így bővebb információt gyűjthettem, s a célzott kérdésekkel jobban megismerhettem az interjúalanyok szubjektív véleményét.

Kutatásom során a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. létrehozásában, és működésében érdekelt embereket kerestem fel, s készítettem mélyinterjút. A megkérdezettek véleménye alapján megismerhettem a vállalatról kialakított képet, valamint az általuk vélt eredményeket és esetleges gyengeségeket.

Az adatok kiértékelését követően elkészítettem a hajdúszoboszlói TDM SWOT-mátrixát, amely az egyik leggyakrabban alkalmazott helyzetfeltáró módszer, melynek során egy szervezet külső és belső tényezőit vesszük sorba, majd kategorizáljuk erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek csoportokba.

EREDMÉNYEK

Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. bemutatása

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság, mint helyi TDM szervezet megalapítására az Észak-Alföldi Regionális Operatív Program keretében ÉAOP/2008/2.1.3 számmal kiírt európai uniós pályázatnak köszönhetően nyílt lehetőség. A közös együttműködés eredményeként 2009. október 30-ig beadásra került „Hajdúszoboszló új minőségű turisztikai menedzseléséért” nevet viselő pályázat, majd pozitív elbírálás után 2010. július 1-én új időszámítás kezdődött a város turisztikai életében. A sikeresen elnyert pályázati támogatással – melynek összege 63 760 200 Ft volt–kezdetét vehette a szervezet-, a humán erőforrás, és az infrastruktúra fejlesztése, s a működéshez szükséges eszközök beszerzése. Ezt követően elkezdődhetett a szakmai munka, amely segíti a desztináció kitűzött céljainak megvalósítását. A hajdúszoboszlói TDM szervezet a helyi turisztikai szolgáltatók alulról építkező, partnerségen alapuló együttműködésének kezdete volt (12, HVE, 2010).

A szervezet célul tűzte ki a professzionalizmus beiktatását a helyi turisztikai irányításba, valamint egy modern és stratégiai szemlélet biztosítását a város életében.

Célkitűzési között szerepelt továbbá egy új, szakmai együttműködési modell kialakítása, s a helyi szakmai és civil szervezetek aktív bevonása a desztinációs turizmuspolitikába. Emellett további, nem közvetlen feladatokat is meghatározott a TDM szervezet. Ilyen a város versenyképesebbé tétele a jelenlegi, egyre erősödő piaci versenyben. Fontosnak tartják továbbá a turizmusban érdekelt szolgáltatók közti kommunikáció és együttműködés javítását.

Külföldi és hazai minta alapján elsődleges cél a fenntartható turizmus kialakítása a desztinációban, illetve komplex turisztikai szolgáltatások kialakítása, és az ehhez kapcsolódó marketingtevékenységek kidolgozása és megvalósítása.

A célok megvalósítása érdekében a szervezet széles feladatkörrel rendelkezik, hiszen részt vesz a város marketingtevékenységében, a kiadványok szerkesztésében, illetve megszervezi a város rendezvényeken, kiállításokon való részvételét bel- és külföldön egyaránt (13).

A turizmusban érintett szakemberek véleményének értékelése

A mélyinterjú alanyainak kiválasztása során törekedtem arra, hogy a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. működésében különböző módon érdekelt személyeket kérdezzek meg, ezáltal megismerve a szervezetről kialakított képet, a szakemberek által vélt gyengeségeket, valamint a társaság munkájának megítélését. Így a megkérdezettek között szerepeltek szolgáltatók, Hajdúszoboszló Város Önkormányzatának nemzetközi- és sajtóreferense, illetve a TDM back office munkatársa is (1. táblázat).

1. táblázat: **Interjúalanyok**

Név	Képviselet szervezet
Lévay Enikő	Hajdúszoboszló Város Önkormányzata
Forman Annamária	Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft.
Istók Csaba	Barátság Gyógy- és Wellness Szálloda
Rideg Csaba	Mátyás Király Gyógy szálloda
Pinczés Károly	Kemencés Csárda és Panzió
Nyikos Lajos	
Márkus Sándor	Hotel Aurum****
	Park Hotel Ambrózia ***
	IN Hotel ***
	Family Clubhotel****

Forrás: saját szerkesztés

A szervezet szükségessége

A megkérdezettek véleménye egyezett abban, hogy ma hazánkban nagy szükség van egy ilyen jellegű szervezet működésére, hiszen az egyre erősödő piaci verseny, és az elmúlt évek gazdasági válságának hatása nagyban megnehezíti a vállalatok működését. MÁRKUS (2012) szerint a 2008 óta egyre fontosabb, hogy a marketing tevékenységre szánt pénzeszegek „egyben és célirányosan” kerüljenek elköltésre, s ebben nyújthat nagy segítséget Hajdúszoboszló esetében a helyi TDM szervezet.

RIDEG (2012) ezen érvek mellett elmondta, hogy a helyi TDM összefogja a turizmusban érdekelt szolgáltatókat, s ezáltal próbálja egy irányba terelni a város turizmusának alakulását, valamint jövőképet alkot, mellyel megpróbálja fejleszteni a szolgáltatók gondolkodásmódját.

„Közös, egységes megjelenés, hatékony marketing, termékfejlesztés, kutatások, képzés” (ISTÓK, 2012). A Barátság Gyógy- és Wellness Szálloda igazgatója szerint, ezek olyan tevékenységek, amelyeket a mai felgyorsult világban egy-egy szolgáltató nem képes önállóan megvalósítani, ezért van szükség a TDM szervezetekre.

Mindemellett LÉVAY (2012) szerint a társaság tulajdonosi összetétele garanciát jelent arra, hogy a város turisztikai irányításában a „a professzionalizmus, a modern menedzsment és stratégiai szemlélet érvényesüljön”, amelybe a helyi szakmai és civil szervezeteket is bevonják. S véleménye szerint a szervezet megalapításával a desztinációk közti nemzetközi versenyben való sikeres helytállás, a szervezeti versenyképesség biztosítása és az elért eredmények fenntarthatósága volt a cél.

A szervezet munkájának értékelése

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. a gazdasági válság idején alakult, s ezekben az időkben egy újonnan alakuló társaságnak, amely új szemléletmódot és gondolkodást próbál a város turisztikai irányításába átültetni, nincs egyszerű dolga. Így a szervezet törekszik arra, hogy a lehető legjobban megfeleljen a tagok elvárásainak, s igyekeznek kivívni elismerésüket.

RIDEG (2012) elmondta, hogy ha értékelné kellene a szervezet munkáját, akkor az utóbbi hónapok elért eredményeit értékelné pozitívan. Úgy véli, hogy az ezt megelőző két évben túl sok időt fordítottak a pályázati megfelelésre, s minden más csak ezt követően kaphatott helyet. Így most tudnak a tényleges feladatokra koncentrálni, ezáltal sokkal hatékonyabbak a megbeszélések is.

A megkérdezettek egyet értettek abban, hogy az egyik legjelentősebb probléma a TDM működésében a kommunikáció, illetve annak hiánya. ISTÓK (2012) és PINCZÉS (2012) is több személyes konzultációt javasol, úgy vélik, hogy ez hatékonyabbá tehetné az együttműködést. Jelenleg sokkal erőteljesebb az e-kommunikáció, amely személytelen.

Emellett RIDEG (2012) szerint a meglévő kommunikációt is hatékonyabbá, tervezhetőbb kellene tenni. Elmondása szerint gyakran csak egy-két héttel értesülnek a felkínált lehetőségekről, azonban erre hetekkel, esetleg hónapokkal előbb szükség lenne, hogy a szervezetek is be tudják építeni a megjelenéseket, hirdetéseket saját marketing tervükbe.

Ezt a problémát a TDM munkatársai is érzik, FORMAN (2012) szerint ezen változtatni kell, azonban ennek a nehézségnek két jelentős oka van. Az egyik, hogy sok esetben a szervezet sem értesül hamarabb az egyes akciókról, lehetőségekről. A másik ilyen pedig a szervezet munkafolyamataiban azonnali jelleggel bekövetkezett változások, s ezek is nagyban nehezítik az ilyen jellegű információáramlást.

A szervezet munkájának, hatékonyságát nehéz lenne számokkal alátámasztani. RIDEG (2012) szerint erre jó mód számba venni az eddigi eredményeket, melyek szerint Hajdúszoboszló egyre több helyen van jelen, valamint olyan képzéseket szerveztek, amelyekre a szolgáltatóknak szüksége volt a szakmai fejlődéshez és a még hatékonyabb működéshez. Ebben NYIKOS

(2012) is egyetért, úgy véli, hogy a képzések nagy előrelépést jelentettek a szolgáltatók számára, melyek során új piacokat és marketinglehetőségeket ismertek meg.

FORMAN (2012) elmondta, hogy a TDM szervezet tervezi a tagok elégedettségének mérését a következő évtől kezdve. Ezáltal ők is egy komplex képet kaphatnak a szolgáltatók véleményéről.

A szervezet SWOT-mátrixa

A mélyinterjúk eredményei alapján összeállítottam a szervezet SWOT-mátrixát, amely bemutatja a szervezet erősségeit és gyengeségeit, valamint a külső környezetből adódó lehetőségeit és veszélyeit.

Azok a tényezők, amelyek gátolják a szervezetet céljainak elérésében a vállalat gyengeségei. Az egyik legnagyobb probléma a kommunikáció hiánya, amely sok esetben kihat az együttműködés tagjaira, s nagymértékben nehezíti a szervezet iránti bizalom és elismerés kialakulását. Emellett fejlesztendő területnek számít a szolgáltatók informálása a szervezet céljairól, működéséről, hiszen az tapasztalható, hogy számos turizmusban érdekelt szolgáltató nem ismeri a TDM fogalmát, kiépítésének célját, valamint az általuk végzendő tevékenységeket. További nehézséget jelent a vállalat számára, hogy a helyi szolgáltatók jelentős része idegenkedik a TDM szervezettől, mint újonnan megjelenő piaci együttműködéstől.

A társaság lehetőségeinél azokat a tényezőket vettem sorba, amelyek segítik TDM szervezet fejlődését. Nagyban segíthetné a szervezet hatékonyabb működését egy térségi TDM szervezet kialakítása, melynek keretein belül magasabb szinten is érvényesíthetnék a desztináció érdekeit. A szervezet lehetőségeihez nagyban hozzájárulnak a város jelenleg kihasználatlan területei, amelyek kiváló alkalmat nyújtanak a termékfejlesztésre, s egy eddig a városban nem, vagy csak kisebb hatékonysággal működő turizmus (kerékpáros, kulturális) kialakítására, fejlesztésére.

1. táblázat: A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. SWOT-mátrixa

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ szakmai együttműködés megléte ▪ elért eredmények (pályázatok, fejlesztések) ▪ kidolgozott marketing stratégia ▪ szakmai háttér ▪ hatékonyabb érdekérvényesítés ▪ támogatások ▪ elkészített tanulmányok ▪ kapcsolatok megléte tanulmányi intézményekkel, szolgáltatókkal ▪ infrastruktúra 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ a kommunikáció hiánya ▪ az „újtól való idegenkedés” ▪ elismerés hiánya ▪ befolyásra való érzékenység ▪ számos szolgáltató nem ismeri szervezet célját, feladatait ▪ tevékenységi körön kívüli feladatok elvárása ▪ a tagok közt meglévő érdekellentétek
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ kihasználatlan piacok megléte ▪ a fogyasztók érzékenyek az akciók és a kuponrendszer iránt ▪ Európai Unió pályázatok megléte ▪ a térségi TDM lehetőségei adottak ▪ turisztikai termékfejlesztés iránti igény 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nepperek jelenléte ▪ gazdasági válság hatása ▪ a turizmus szerepének csökkenése ▪ erősödő piaci verseny ▪ tömegturizmus ▪ növekvő taglétszám

Forrás: Saját szerkesztés

A szervezet működésében számos gazdasági, politikai, illetve környezeti hatás képezhet gátat. Ilyen tényező a gazdasági válság hatásaként napjainkban is tartó belföldi vendégforgalom visszaesése a városban, amely nagyban megnehezíti a város versenyképességének megőrzését.

Miután a TDM szervezetek egyik célja a fenntartható turizmus megteremtése mind gazdasági, mind pedig környezeti szempontból, szükséges a feltételek megteremtése. Azonban a fürdő-

komplexumra történő imázs-építés magában hordozza annak veszélyét, hogy a főszezonban megjelenjen a tömegturizmus a városban. A szervezetben történő létszámnövekedés belső tényező, azonban mégis egyfajta veszélyt jelenthet annak működésére, hiszen magában hordozza a TDM szervezet „felhígulásának” lehetőségét.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. megalakulása a gazdasági válság idejére tehető, így a szervezetnek egy nehéz időszakban kellett a kitűzött célok megvalósításához szükséges feltételek kidolgozását megkezdenie. Hajdúszoboszló szerepe az elmúlt években jelentősen átpozicionálódott, meghatározó külföldi piac kezd eltűnni a városból, viszont emellett új piacok jelentek meg. Azonban a válság hatásaként nagymértékben megváltozott a külföldi és a belföldi vendégek aránya. A helyi szakemberek szerint az elsődleges cél a „túlélés”, s az is eredményt jelent, ha a vendégforgalom csupán néhány %-kal esik vissza. A TDM szervezetnek nagy szerepe lehet ezen negatív hatások tompításában.

Azonban ahhoz, hogy az egyre erősödő együttműködés továbbra is fennmaradjon, s a kitűzött célokat elérhesse, néhány területen változtatnia, fejlődnie kell. Szükséges, hogy a meglévő erősségeket és a kínálgató lehetőségeket maradéktalanul ki tudja használni, és a gyengeségeket ki tudja küszöbölni. Ehhez véleményem szerint az elsődleges feladat a TDM szervezet működésének, feladatainak megismertetése a tagokkal, hiszen ameddig nem ismerik annak előnyeit, addig nem ismerik fel a szervezet szükségességét. Emellett fontos lenne, hogy a külső befolyást ki tudják zárni a szervezet működéséből, amely nehéz feladat az önkormányzat alapító tagsága, és az általa folyósított támogatások miatt.

Hasonló mértékű probléma a kommunikáció kérdése is, amelyet némi odafigyeléssel, szervezettebb folyamatokkal talán meg lehetne oldani. Ezáltal kevés idő befektetésével jelentős hatékonyság növekedést érhetne el a szervezet.

Az egyre erősödő piaci versenyben fontos, hogy ne csak egy-egy város, hanem egy nagyobb térség is közösen jelenjen meg, ezzel is erősítve pozíciójukat, versenyképességüket.

Eppen ezért fontos lehetne a Hajdúszoboszló-Debrecen-Hortobágy hármas összefogás kiépítése is, hiszen mind három desztináció más-más területen jelent vonzerőt. Napjainkban a három település közti távolság könnyen áthidalható, s így kiegészítő lehetőségeket nyújthatnának a vendégek számára.

Amíg a válság hatása érződik a turizmusban, addig olyan változtatásokat kellene elvégezni, amelyek nem vesznek igénybe jelentősebb összegeket, viszont szükségesek a hatékonyabb működés kialakításához, mint a kommunikáció fejlesztése, vagy a bizalom kiépítése.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Hajdúszoboszlói Vendéglátók Egyesülete (2010): Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. – Szolgáltatásfejlesztési cselekvési terv, Hajdúszoboszló, 7-11.pp.;15-23.pp. (2) I1: <http://hajdusoboszló.eu/digitalcity/projects/szoboszló/homepage.jsp?dom=BAAFKGQA&fmn=BAAFKAPK&pri=BAAFKAPH&men=BAAFKAPI>, Hajdúszoboszló története (Letöltve: 2012. 07.22.) (3) I2: <http://hajdusoboszló.hu/rolunk-weboldalrol>, A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. bemutatása (Letöltve: 2012.08.22.) (4) I3: www.hajdusoboszló.hu, Hajdúszoboszló turisztikai honlapja INTERJÚALANYOK: Lévay (2012): Lévay Enikő, Hajdúszoboszló Város Önkormányzata, Hajdúszoboszló, Forman (2012): Forman Annamária, Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft., Hajdúszoboszló Rideg (2012): Rideg Csaba, Mátyás Király Gyógy szálloda, Hajdúszoboszló, Istók (2012): Istók Csaba, Barátság Gyógy- és Wellness Szálloda, Hajdúszoboszló, Pinczés (2012): Pinczés Károly, Kemencés Csárda és Panzió, Hajdúszoboszló, Nyikos (2012): Nyikos Lajos, Kemencés Csárda és Panzió, Hajdúszoboszló, Márkus (2012): Márkus Sándor, Hotel Aurum****; Park Hotel Ambrózia ***; In Hotel ***; Family Club

DEVIZA ÉS FORINT ALAPÚ JELZÁLOGHITELEK AZ ÁRFOLYAMGÁT ÉS A VÉGTÖRLESZTÉS TÜKRÉBEN

FOREIGN CURRENCY AND HUNGARIAN FORINT BASED MORTGAGE CREDITS IN THE LIGHT OF THE EXCHANGE LIMIT AND THE EARLY REPAYMENT SCHEME

*Sepsi Barbara Katinka*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Számvitel szak I. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Számos hitelintézet széles termékkálájából választhatunk, ha hitelt szeretnénk igényelni. Vizsgálataim során svájci frank és euró alapú hitel került összehasonlításra egymással, illetve egy forinthittel. Ezt a két devizát választottam alapul, mivel jelenleg hazánkban a deviza alapú hitellel rendelkező ügyfelek legtöbbször ebben a két devizában adósodott el.

Azt a kérdést válaszolom meg, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben, melyik hitel, milyen igénybevétele volt kedvezőbb egy adós számára a törlesztett összegek és a fennálló tartozások tükrében. Ezen kívül javaslatot teszek arra, hogy a nehéz helyzetbe került adósoknak érdemes-e igénybe venni az árfolyamgát és a végtörlesztés nyújtotta segítséget.

A forinthitel állandóságával szemben a deviza alapú hitelek kedvezőbb konstrukciója és változékonysága áll. Egyértelműen megállapítottam, hogy a svájci frank alapú hitel kezdetben kedvező konstrukciói a közepesen változó árfolyamváltozás hatására a legdrágább hitellé vált. Az euró alapú hitel, a forinthitelnél és a svájci frank alapú hitelnél is kedvezőbbnek bizonyult. Az állam által nyújtott árfolyamgát akkor bizonyult kedvezőnek, ha csak átmeneti fizetési gondok merültek fel a törlesztés adott időszakában és a jövőben biztosított a jobb pénzügyi helyzet. A végtörlesztés lehetősége volt a legkedvezőbb megoldás a deviza alapú hitel kiváltására, amennyiben az adósok ezt saját forrásból tudták finanszírozni, nem pedig egy másik (esetlegesen drágább) forinthitel felvételével.

Kulcsszavak: deviza, jelzáloghitel, svájci frank, euró, forinthitel, árfolyamgát, végtörlesztés

ABSTRACT

“A wide range of offers is available in borrowing from a credit institution nowadays. In my analysis a Swiss franc and euro based foreign currency credit was compared to a Hungarian forint based loan. As the majority of debtors have taken out foreign currency-denominated loans in Swiss franc and euro, these currencies were chosen to be the basis of the examined loans.

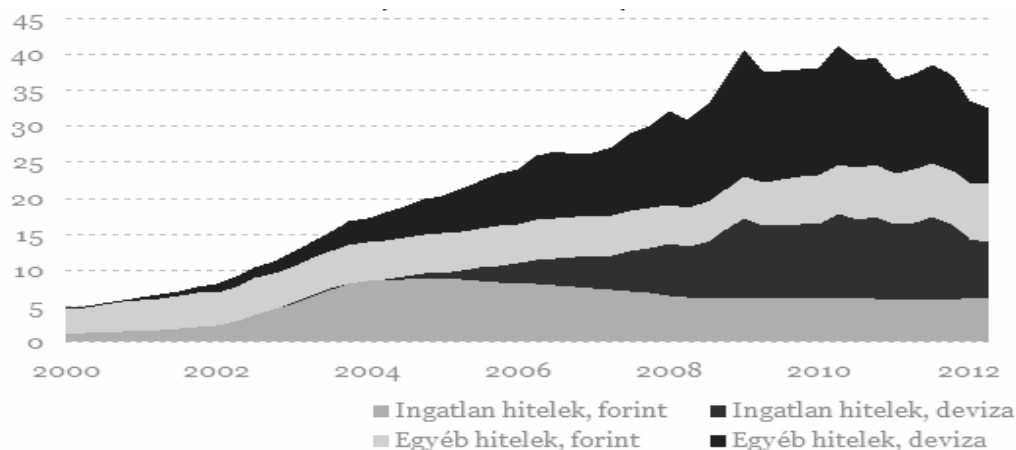
The research aims at determining which type of loan and which method of borrowing was more favourable for debtors in the present economic situation in reflection of already repaid and the still unpaid part of loans. Moreover, a proposal is prepared for troubled debtors whether it's worth accepting the opportunity of early repayment scheme or exchange limit.

As opposed to the steadiness nature of forint based loans, foreign currency loans offer more favourable conditions and variability. It is clear that the initially most favourable Swiss franc based credit became the most expensive credit of all due to the volatility of exchange currency. The costs of the euro based loan turned out to be lower than both the Swiss franc based and the Hungarian forint based ones. The opportunity offered by the government should be taken if there is only a transition repayment problem and a better financial situation is assured in the debtor's future. The early repayment scheme proved to be the best solution to redeem the foreign currency based credits, if it was financed from the debtors own savings and not from a new, even more expensive forint based loan.”

Keywords: foreign currency, mortgage credit, Swiss franc, euro, Hungarian Forint based loan, early repayment scheme, exchange limit

BEVEZETÉS

Az évezred elejét jellemző gazdasági fellendülést *1. ábra* mutatja be, mely egy hitelezési hullámot eredményezett. A láthatóan magas devizaállomány kiépülésének három fontos állomása ismert. Az első állomásként a gépkocsi-finanszírozást tartják számon, mely a 2000 és 2003 közötti időszakban a devizahitelek nagymértékű növekedését eredményezte. 2004-ben az állam jelentős szigorításának (2004-ben az állam csökkentette a lakáshoz jutók számát és a kamattámogatás mértékét is) köszönhetően –, amit második lépcsőnek vehetünk – a deviza alapú lakáshitelek nyertek teret. Végül pedig, 2005-ben megjelentek a szabad felhasználású devizaalapú jelzáloghitelek is (BALÁS-NAGY, 2010). Ezzel az új hitelformával pedig a háztartások nagy része élt, mivel kedvezőbbnek bizonyult, mint a piacon kínált forintbitelek. Miért jobb a devizahitel a forint hitelhez képest? Jellemzően azért volt vonzóbb a devizahitel, mert alacsonyabb kamattal kellett az adósnak hitelösszeget visszafizetni. A kamatkülönbség a két ország (Magyarország és a külföldi ország) alapkamatának különbségéből adódott.



1. ábra: Háztartások által felvett hitelek alakulása a GDP százalékában

Forrás: Portfolio, MNB (I1)

2005 után rendkívül gyorsan növekedett a devizahitelek állománya hazánkban. A növekedés egészen 2009 márciusáig stabil volt, majd egy kis visszaesés után 2010 júniusában elérte a csúcspontját a külföldi devizában nyilvántartott hitelek mértéke. A hitelállomány minimumának 18-szorosán érte el a csúcspontot – mely forintban kifejezve – 152 milliárd forintról 2740 milliárd forintra növekedett, növelve az összes hitelállományt a GDP 40%-ig (ERDŐS, 2010).

A Deviza alapú hitelezés kedvező terméknek bizonyult a bankszektor szereplői részére. Így megkezdődött a verseny a lakossági ügyfelekért, mely szintén hozzájárult a ragadozó hitelezés elterjedéséhez. Ezáltal az eredetien mikrogazdasági szinten kockázatot jelentő ragadozó hitelezés makrogazdasági kockázattá fejlődött. Amennyiben tömeges hitelbedőlés jellemzi hazánkat a jövőben, akkor a kockázati megítélés rosszabbodhat, mely tovább növeli a deviza alapú hitelek forintban kifejezett értékét, kölcsönösen felerősítve egymás hatását (7SIGMA, 2010).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Az árfolyamváltozás havi törlesztő részletre, fennálló hitelösszegre és az eddig törlesztett összegekre gyakorolt hatása került elemzésre. Egy piacvezető magyarországi hitelintézet hitelkonstrukcióit választottam alapul. Vizsgálataim során egy forinthitel és két deviza alapú hitelt vizsgáltam. A hitelek futamideje 20 év, összege pedig egységesen 5 millió forint. Forint hitel esetében 8,74%-os, euró alapú hitelnél 3,99%-os míg a svájci frank alapú hitelnél 2,49%-os kamatszinttel kalkuláltam. Az eredményeket 2005. július 1-je és 2012. október 1-je közötti időszak adatai támasztják alá. Annuitás jellegű adósságszolgálatot alkalmaztam elemzéseim során, mely szerint a törlesztés és a kamat együttes összege állandó. A deviza alapú hitelek esetében és a forinthitelnél is ezt az eljárást használtam, viszont a különbséget az adott devizába történő átváltás és az átváltás árfolyama jelentette. Az adósnak a hitel összegét forintban folyósították és forintban is történik a törlesztés, míg az adósság mértéke devizában van kifejezve. Tehát a számítási folyamatok során a devizaösszeggel végezzük el az annuitás számításait. Mivel a hitelintézet az adóstól megveszi a devizát forintért, ezért a deviza vételi árfolyamot veszi figyelembe a folyósítás során. Viszont a törlesztésnél a bank az eladási árfolyamot használja, mert az adós forintban meghatározott adósságszolgálatát a bank átváltja devizára és úgy fedezi forrásköltségeit.

Az árfolyamok jövőbeli értékét egy optimista és egy pesszimista eset jellemzi. Mindkét árfolyamgát esetében optimista esetként a frank 220 forintos árfolyamát ítélt meg, pesszimista esetként pedig a 250 forintos árfolyamot. Az állami segítségnyújtás igénybevétele vagy annak elmulasztása képezte még az összevetés alapját. Az euró alapú hiteltörlesztő részletek esetében is ugyanazok az ismérvek alapján kerültek összehasonlításra, mint a svájci frank alapú hitelek esetében. Optimista esetként az első árfolyamgátnál euró 300 forintos, míg pesszimista kilátásként a 330 forintos árfolyamokat használtam. A második árfolyamgát esetében az optimista és pesszimista eset változtatást igényelt, mivel az első árfolyamgát óta eltelt időszakban az euró árfolyama konszolidálódott, így az új optimista árfolyam 280 HUF/EUR, a pesszimista pedig 320 HUF/EUR.

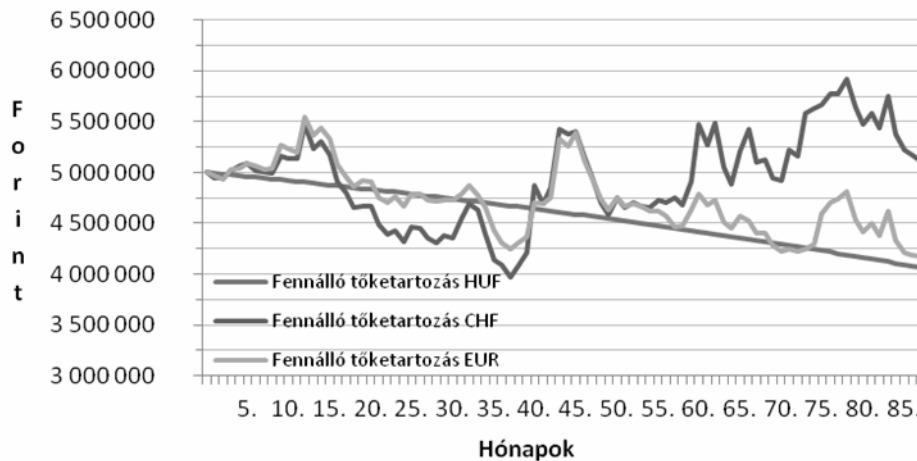
EREDMÉNYEK

A forinthitel kumulált tőketörlesztése (18,70%) jóval alacsonyabb, mint a deviza alapú hitelek esetében, – euró 27,49%; svájci frank 30,66% – ennek oka a kamat mértékének különbözősége. Ebből a szempontból vizsgálva a svájci frank alapú hitel a leggazdaságosabb, mivel minél rövidebb idő alatt fizeti az ügyfél vissza a tőkét, annál kisebb a fennálló hitelösszegre számolt kamat. A svájci frank alapú hitel esetében a tőketörlesztés magas aránya forintban kifejezve is magas értéket ad, több mint 1,8 millió forintot. Ehhez képest az euró alapú hitel több mint 1 millió 500 ezer forintba került az adósnak, míg a forinthitel közel 1 millió forintot képvisel.

Kamat szempontjából is a svájci frank alapú hitel a legkedvezőbb, bár ez egyértelmű az éves kamat mértékéből is. A svájci devizanemhez köthető hitelkamat annyira alacsony volt a másik kettő hitelkonstrukcióhoz képest, hogy az árfolyam nem tudta nagymértékben befolyásolni, mivel a törlesztés első időszakában nagyobb részt a kamatot fizeti az adós. A forinthitel esetében a magas kamatszint magas összegű kamattörlesztést vont maga után, közel négyszer annyit, mint a svájci frank, illetve több mint kétszer annyit, mint az euró alapú hitel.

A forintban nyilvántartott visszafizetendő összegek hónaponként kerültek bemutatásra (2. ábra). A hitelkonstrukciók egyezése alapján a forinthitel szolgált bázisul és annak egyenletes csökkenéséhez viszonyítottuk a két deviza alapú hitel fennálló tőkéjének árfolyam miatti változását. A fennálló tőketartozás összegét tekintve viszont a forinthitel és az euró alapú hitel tulajdonosainak közel azonos (4,1 milliós) tartozással kell számolniuk. Viszont az árfolyam igen kedvezőtlenül hatott a svájci frankban eladósodott ügyfelek pénzügyi helyzetére. Az árfolyam

olyan szinten megemelkedett, hogy 87 hónap törlesztés után több a fennálló tőketartozásuk, mint az eredetileg felvett hitelösszeg. A különbség a felvett összeg mértékét több mint 100 ezer forinttal haladja meg.



2. ábra: Fennálló hitelösszegek összehasonlítása

Forrás: Saját számítás a vizsgált hitelkonstrukciók alapján

A devizák mozgásának számszerűsítéséhez a terjedelmüket vizsgáltam. A svájci frank esetében a legalacsonyabb és legmagasabb árfolyam közti különbség 114,18 forint volt, míg az euró 35 forinttal szűkebb térben ingadozott. A szórás és a relatív szórás esetében is az euró mutatott kisebb kitéréseket az átlagárfolyamhoz képest. A relatív szórás vizsgálata alapján bebizonyosodott, hogy a svájci frank közepesen változékony a 17,4%-os relatív szórási értékkel, míg az euró homogén (6,61%-os relatív szórással). Tehát az euró árfolyamának szórása fele akkora, mint a svájci franknak.

1. táblázat: A fennálló tartozások és a befizetett törlesztések együttes összegei
(M.e.: Ft)

Hitelek	Tőke törlesztés	Kamat törlesztés	Összes adósságszolgálat	Fennálló tőketartozás	Összesen
HUF	934 974	2 906 393	3 841 366	4 065 026	7 906 393
CHF	1 829 781	897 591	2 727 372	5 109 351	7 836 724
EUR	1 508 281	1 371 599	2 879 880	4 176 829	7 056 710

Forrás: Saját számítás a vizsgált hitelkonstrukciók alapján

Az összes biztos kötelezettség tekintetében 1. táblázat részletezi, hogy eddig mennyit fizetett be az adós, és hogy a jelen árfolyamszint mellett még mennyit kell biztosan törlesztenie. Az összes adósságszolgálat oszlopban összesítettem az eddig kifizetett tőke- és kamat törlesztés értékét, majd a jelenlegi – 2012. október – árfolyamon kiszámoltam a fennálló tőketartozás mértékét. Ezeket összesítve szembetűnő, hogy jelenleg még a forinthitel a legköltségesebb, közel 70 ezer forinttal olcsóbb a svájci frank alapú hitel és végül a legkedvezőbbnek az euró alapú hitel minősült.

Svájci frank alapú hitel esetében az első árfolyamgátat érdemesebb volt igénybe venni (2. táblázat), mivel akkor kevesebb volt a gyűjtőszámlára kerülő összegre számított kamat. Az euró alapú hitel esetében pedig az optimista és pesszimista érték változtatása miatt a második árfolyamgát esetében alacsonyabbak a törlesztő részlet értékei. Az adósok szempontjából a má-

sodik árfolyamgát az árfolyamrögzítés hosszabb időszaka miatt kedvezőbb, hiszen az első árfolyamgátat maximum 3,5 évre igényelheték az adósok, míg a másodikat 5 évre.

2. táblázat: **Árfolyamgátak összehasonlítása a törlesztő részletek szemszögéből***

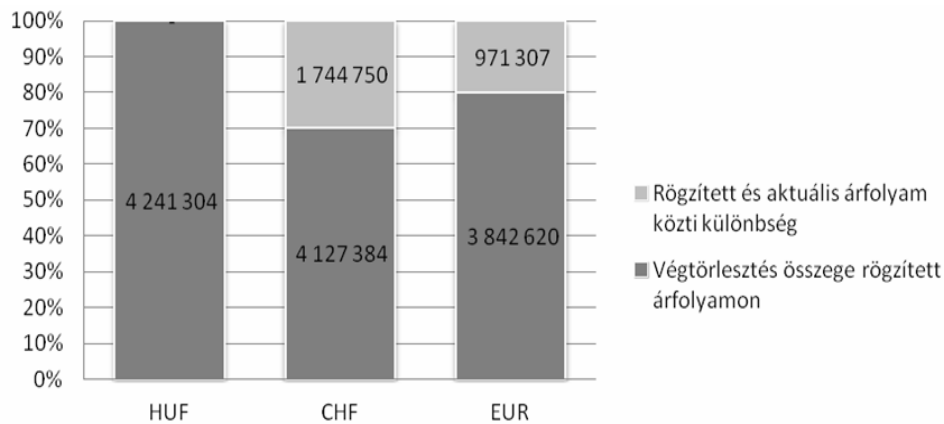
(M.e.: Ft)

Törlesztő részlet		Árfolyamgát I.			Árfolyamgát II.	
		Állami segítségnyújtás igénybevétele		Állami segítség nélkül	Állami segítségnyújtás igénybevétele	Állami segítség nélkül
		Rögzített árfolyam időszakában	Rögzített árfolyam időszaka után		Rögzített árfolyam időszaka után	
Optimista	CHF	30 025	40 056	36 698	42 228	36 698
	EUR	30 717	39 953	36 861	36 987	34 404
Pesszimista	CHF	30 025	47 579	41 702	51 588	41 702
	EUR	30 717	45 494	40 547	45 722	39 318

*Az állami segítségnyújtás során alkalmazott rögzített árfolyam esetében mindkét árfolyamgáthoz ugyanaz az összeg tartozik, ezért ezt csak egy oszlopban szerepel.

Forrás: Saját számítás a vizsgált hitelkonstrukciók alapján

A végtörlesztés kiszámítása során a fennálló hiteltartozásokat a devizahitelek esetében forintban tüntettem fel. Egyrészt a rögzített árfolyamon (180 HUF/CHF és 250 HUF/EUR) történő átváltást alkalmaztam, másrészt a végtörlesztésre való jelentkezés utolsó időpontján (2011. december 30-án) érvényes árfolyamon – svájci frank esetében 253,91 HUF/CHF és 309,94 HUF/EUR az euró esetében - került átváltásra ugyanaz a devizaösszeg.



3. ábra: **A végtörlesztés alakulása fix és aktuális árfolyamon**

Forrás: Saját számítás a vizsgált hitelkonstrukciók alapján

A 3. ábrán szemléltettem a fenti két számítás eredményét az egyes hitelek esetében és azok különbözetének mértékét. A különbözet értéke a bank számára veszteség a rögzített árfolyamon történő törlesztés esetén, ugyanakkor az adós ennyi többletköltség fizetése alól szabadul fel. Számszerűen ez az adat 30%-ot (1,74 millió forintot) meghaladó értéket képvisel a frank alapú hitelnél, míg az euró esetében csupán 20%-ot (971 ezer forintot).

Összesen a végtörlesztés során közel 170 000 hitelszerződés szűnt meg, ami számszerűen 1 355 milliárd Ft értéket képviselt (aktuális árfolyamon). A kifizetett tartozásokat a 3. táblázat részletezi. Legnagyobb mértékben a svájci frank alapú hitelek használták ki a végtörlesztés lehetőségét – várakozásoknak megfelelően. Ez a devizanem tette ki a végtörlesztés 92%-át.

3. táblázat: **Bankoknál és fióktelepeknél törlesztett devizahitelek megoszlása**

Devizanem	Törlesztett mennyiség (%)	Szám (db)	Összege (millió Ft)		Különbözet (millió Ft)
			év végi árfolyamon	végtörlesztési árfolyamon	
Svájci frank (CHF)	25,3%	163 555	1 300 778	946 554	354 224
Japán jen (JPY)	23,3%	3 763	43 432	29 286	14 146
Euró (EUR)	2,1%	1 938	10 164	8 369	1 795
Összesen	-	169 256	1 354 374	984 209	370 165

Forrás: Saját szerkesztés (PSZÁF; KSH) (I2)

A 3. táblázatban továbbá feltüntettem az év végén számított és a rögzített árfolyam közti különbségre vonatkozó adatokat. Ahogyan korábban is bizonyításra került, a CHF hiteleknél a legnagyobb a különbség, az árfolyamok tartósan magas értékének köszönhetően. A JPY és EUR esetében is nagymértékű volt a kilengés, de nem volt hosszú távon tartós, ezért sokkal mérsékeltebb a különbség.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Több szempontból is a svájci frank alapú hitel tűnt a legkedvezőbbnek mindközül. Ez a fajta hitel rendelkezett a legalacsonyabb kamattal és a legnagyobb tőkevisszafizetési aránnyal a vizsgált időszak alatt. Az árfolyamváltozás nagy hatást gyakorolt a svájci frank alapú hitelre, amint ezt az árfolyam által produkált közel 115 forintos terjedelem is mutat. A svájci frank alapú hitel kezdetben kedvező konstrukciói a közepesen változékony árfolyamváltozás hatására drágábbá vált, megközelítve a 3-szoros kamatszinttel bíró forint hitel költségeit. Amennyiben a svájci frank árfolyama a jelenlegi szinten marad vagy emelkedik, akkor hamarosan eléri a forint hitel költségeit, sőt meg is haladja azt.

Az adósok szempontjából az árfolyamgát akkor kedvező, ha csak átmeneti fizetési gondok merültek fel a törlesztés ezen időszakában és a jövőben biztosított a jobb pénzügyi helyzet. Illetve, ha az árfolyamrögzítés során megtakarított pénzt egy kedvező befektetésben tudják elhelyezni, majd a lejáratkor ezt felhasználni a törlesztésre.

A végtörlesztés lehetősége volt a legkedvezőbb megoldás a deviza alapú hitel kiváltására. A rögzített árfolyamon történő törlesztés árfolyamkockázattól és többletköltségektől kímélte meg az adósokat. Amennyiben az ügyfeleknek erre nyílt forrásuk mindenképp javasolt volt igénybe venni.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) 7Sigma (2010): Egy piaci kudarc története – okok, körülmények, tanulságok A hazai lakossági hitelpiac tíz éve, Bp. Tanulmány, 42.p. (2) Balás T. – Nagy M. (2010): A devizahitelek átváltása forint hitelekre. Hitelintézeti szemle. IX. évfolyam. 5. szám. 416-430. p. (3) Erdős T. (2010): Forintárfolyam, kamatszint és devizaalapú eladósodás. Közgazdasági Szemle. Bp. LVII. évfolyam. október. 847-867. p. (I1) Gyógyulnak a sebek - drágán és fájdalmasan. portfolio.hu. 2012.10.01. Internet http://www.portfolio.hu/gazdasag/tovabb_penzeljuk_a_kulfoldet.173569.html (letöltve: 2012.10.15.) (I2) Gyorselemzés a végtörlesztésről. pszaf.hu. 2012.03.12. Internet http://www.pszaf.hu/data/cms2334451/gyorselemzes_vegtorlesztes_120312j.pdf (letöltve: 2012.10.10.)

A VERSENYKÉPESSÉG ÉS A PÉNZÜGYI POZÍCIÓ VÁLTOZÁS ELEMZÉSE A TEJIPARBAN**ANALYSIS OF THE CHANGE OF COMPETITIVENESS AND FINANCIAL POSITION IN THE DAIRY INDUSTRY***Tólas Dorisz*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Vállalkozásfejlesztés MSc II. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

Tanulmányomban összehasonlítottam a vezető tejipari vállalatok versenyképességének pénzügyi szempontú és versenyképességi definíció alapján történő elemzési eredményeit. Ennek vizsgálata az ágazat jelentősége, illetve az érdekes kutatási eredményeket előrejelző kirívóan magas koncentráció miatt fontos.

Az elemzés elvégzéséhez a 2011-es saját tőke értékek és a termékszerkezet alapján hét „tejtermék gyártása” főtevékenységű, a koncentrációt is jól reprezentáló vállalatot vontam be a vizsgálatba, melyeket a vállalati érdekek miatt 1,2,3,4,5,6,7-tel jelöltem. A vállalatok általam kiválasztott pénzügyi mutatóit elemeztem először igazodva számos hazai és nemzetközi szakirodalmi forráshoz. Ezután a Somogyi Márta által megalkotott és a Chikán-Czakó-féle versenyképességi definíciók meghatározó tényezőit pénzügyi alapadatokkal számszerűsítve is megvizsgáltam a kiválasztott vállalatok versenyképességét. Viszonyítási alapként technikai iparági átlagokat számoltam egyszerű számtani átlagok meghatározásával. Az elemzésekhez az elmúlt négy év beszámolóinak adatait használtam.

Az adatok alapján az iparágra általánosságban a forgótőke-menedzsment hatékonyságának javítása jellemző. Az elemzésből kiderült, hogy a vizsgált vállalatok közül a legnagyobb piaci részesedésű két évben is veszteséges, míg a második legmagasabb árbevételű mind a négy vizsgált évben veszteséget realizált. Továbbá a versenyképességi definíción alapuló vizsgálat eredményei csökkentették a vállalatok közti különbségeket.

Kulcsszavak: versenyképesség, tejipar, pénzügyi elemzés

ABSTRACT

In this study I compared the result of the analysis of companies in the dairy industry from financial point of view and on the basis of competitiveness definitions. This analysis is important because of the importance of dairy industry and the high concentration, which both suggest interesting analysis results.

I involved seven companies in the analysis on the basis of the value of equity in 2011 and the product structure. The main activity of these companies is „production of milk products”, they represent concentration in dairy industry very well and I mention them as 1,2,3,4,5,6,7 in their interest. During the analysis based on the financial indices of the companies chosen by me, I followed the Hungarian and international literature sources in this topic. After that I analysed the competitiveness of the companies through quantifying the determining factors of the competitiveness definitions of Márta Somogyi and Chikán – Czakó with financial data. I calculated technical industrial averages as benchmarks with determining simple arithmetic averages. I used the data of the annual reports from the last four years in the analysis.

On the basis of the data one of the industrial trends is the improvement of the efficiency of current assets management. From the analysis turned out the fact that the company with the highest market share among the analysed ones was lossmaking in two years and the company with the second largest income had a deficit in all the analysed four years. Moreover the results

of the analysis based on competitiveness definitions reduced the difference between the companies.

Keywords: competitiveness, dairy industry, financial analysis

BEVEZETÉS

A tejipar az élelmiszeripar egyik ágazata, az élelmiszeripar a feldolgozóipar egyik alegysége, a feldolgozóipar pedig tágabb értelemben az agrobiznisz egyik jelentős része. Az agrobiznisz meghatározó jelentőségű egyrészt a kibocsátás és a hozzáadott érték, másrészt pedig a foglalkoztatás tekintetében. A feldolgozó – forgalmazó – vendéglátó ágazatok a foglalkoztatás és a hozzáadott érték tekintetében több mint 50%-os részarányt képviselnek. Az élelmiszeripar a lakossági kiadások alapján is jelentős ágazat, mivel az utóbbi években átlagosan az összes lakossági kiadás 20-25%-át tette ki az az összeg, amit a fogyasztók élelmiszerre és alkoholmentes italokra költöttek. Ezen túl a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek export részaránya is jelentősnek mondható a maga 6,0-6,5%-ával (KOVÁCS, 2010 In: RÓZSA – TÁLAS, 2012).

Az élelmiszeriparon belül lehet vizsgálni a tejfeldolgozás jelentőségét, valamint a tejfeldolgozó vállalatok gazdálkodásának sajátosságait. A tejtermékeket gyártó vállalatok magas koncentrációja figyelhető meg Magyarországon, ami azért is érdekes, mert a tejipari vállalatok száma igen magas. A tejfeldolgozó vállalatok alkupozíciója különösen jelentős a termelőkkel szemben, és a vállalatok közül majdnem mindegyik árbevételének növelésére törekszik. Ennek lehetőségét a kapacitások hatékonyabb kihasználásában látják, és nem gondolkoznak felvásárlások vagy egyesülések általi bevételnövelésen. Céljaik között szerepel még a költségeik csökkentése, illetve azon termékek gyártásának a növelése, melyek magasabb feldolgozottsági fokúak. A magyar feldolgozó vállalatok sajnálatos módon elmaradnak külföldi versenytársaiktól az innovációs valamint a beruházási hajlandóság tekintetében. Az okok között szerepel többek között az, hogy ha egy nagyobb vállalat hazai leányvállalatáról van szó, akkor általában az anyavállalat nem a magyar leányvállalatra bízta az újdonságok kifejlesztését. A másik ok, ami a kisebb vállalatoknál figyelhető meg, hogy nem elég tőkeerősök innovációk végrehajtásához. További ok az is, hogy az innovatív új termékek általában magasabb árúak, amelyre a hazai piacon nem mutatkozik elegendő kereslet a magyarok magas árérzékenysége miatt (POPP et al. In: RÓZSA – TÁLAS, 2012).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A vizsgálatban részt vevő vállalatok

A tejipari vállalatok magas koncentrációja, valamint a piaci verseny erőssége, amelyek indokul szolgáltak az elemzés elvégzéséhez, a dolgozatban használt vállalati minta alapján jól szemléltethető. Az Opten céginformációs adatbázist alapul véve megállapítható, hogy jelenleg Magyarországon 116 „tejtermék gyártása” főtevékenységgel rendelkező vállalat van. A 116 vállalatból 12 nemrég kezdte tevékenységét, ezért még nem készítettek és töltöttek fel éves beszámolót. A fennmaradó 104 vállalat közül mindössze 20 rendelkezik 100 millió forint feletti jegyzett tőkével, és csupán 15 vállalatnak (tehát a teljes minta 14%-nak!) van 250 millió forint feletti jegyzett tőkéje. Ez már önmagában véve is mutatja a koncentrátságot, de érdemes az árbevétel szintet is megvizsgálni. Az elemzés tárgyául nemcsak a jegyzett tőke és az árbevétel együttes figyelembevételével választottam ki a vállalatokat, hanem arra is törekedtem, hogy az összes elemzésbe bevont vállalat termékpalettája széleskörű legyen, tehát megtalálhatóak legyenek benne mind sajtok, joghurt-féleségek, túró, tej, stb. Ez alapján a három szempont alapján választottam ki a hét tejipari vállalatot, amelyeket a 2011-ben elért árbevétel szintek sorrendje alapján: 1,2,3,4,5,6,7-el jelöltem. A kiválasztott vállalatok árbevétele a 250 millió forint jegyzett tőkéjű tejipari vállalatok együttes árbevételének 67 % -át, a teljes tejipar árbevételének pedig

55%-át teszi ki. Vannak még magas árbevételű, 250 millió forint feletti jegyzett tőkéjű vállalatok, de a többi ilyen paraméterrel rendelkező vállalat termékválasztéka nem olyan széles, mint a kutatásba bevont vállalatoké. Éppen ezért ezeket a vállalatokat (bár jelentősen hozzájárulnak a tejipari ágazat árbevételéhez) nem lehet egymással, és az elemzésbe bevont vállalatokkal sem összehasonlítani, hiszen eltérő részpiacokon tevékenykednek.

Az elemzés módszertana

A pénzügyi pozíció vizsgálatát pénzügyi mutatószámokkal végeztem el, majd a versenyképességi definíció kritériumait is pénzügyi szemléletben elemeztem a megfelelő alapadatok segítségével. A mutatószámok meghatározása után iparági átlagokat képeztem egyszerű számtani átlagok számításával, hogy legyen viszonyítási alapom az értékeléshez. Ezután kialakítottam a saját elemzési keretemet, melynek megalkotása során támaszkodtam a RÓZSA (2011 In: RÓZSA et al., 2011) vizsgálat eredményeire, és ez alapján határoztam meg az elemzés során használt pénzügyi mutatószámokat. Majd kiválasztottam azokat a mutatókat, amelyeket a végső értékeléshez használtam.

A Rövid távú fizetőképesség vizsgálatán belül az általános, a gyors és az azonnali likviditást szerepeltettem, a hosszú távú fizetőképességet az Adósság/összes eszköz mutatóval elemeztem, valamint vizsgáltam még a pénzciklust is.

A finanszírozási erőt is fontosnak tartottam elemezni, ehhez pedig a dinamikus likviditási fok és a dinamikus eladósodottsági fok mutatók a legmegfelelőbbek (KATITS, 2002).

A jövedelmezőséget az adózott eredmény és a ROE mutatóval számszerűsítettem, míg a készpénzalapú jövedelmezőséget a működési cash flow és a CROE mutató segítségével vizsgáltam. Az eredmény ezután úgy született meg, hogy a technikai iparági számtani átlaghoz képest jobbnak vagy rosszabbnak minősítettem a vállalatokat, és ezeket az értékeléseket összegeztem. A versenyképességi definíció alapján ugyanígy jártam el, a szakirodalmi források alapján határoztam meg azokat a pénzügyi alapadatokat, melyek a legjobban kifejezik a definíció kritériumait. Ez alapján a piaci részesedést az árbevétellel, a nyereségességet az üzemi/üzleti tevékenység eredményével és az adózott eredménnyel, a tartós működőképességet az operatív cash flow-val, míg a változásra való reagálási képességet a befektetési cash flow és a beruházási és fejlesztési hitelek segítségével számszerűsítettem.

EREDMÉNYEK

Összességében a pénzügyi mutatószámokon alapuló elemzés során három vállalatot értékeltem mind a négy évben átlagnál rosszabbnak, az 1., a 2. és a 7. vállalatot (*1. táblázat*). Az 1. esetben egyedüli pozitívumként a vizsgált kategóriákban azt lehet megemlíteni, hogy 2008-2010 között az operatív cash flow értéke átlag feletti volt, de 2011-re ez is átlag alá, ráadásul negatív tartományba csökkent. A 2. vállalatnál a fő problémát az erősen negatív az adózott eredményében látom, és bár működési cash flow-ja minden évben van, a mutatói többnyire átlagnál kedvezőtlenebbek. Az erősen negatív adózott eredmény, valamint a 2011-es negatív saját tőke aggodalomra ad okot, és felveti a kérdést, vajon meddig marad még a piacon ez a vállalat, kiegészít-e a tőkeerős anyavállalat jegyzett tőke emeléssel. A 7.-et végig átlag alatti értékelésének (*1. táblázat*) okai között kiemelném, hogy a hosszú távú fizetőképessége a kezdeti átlag feletti értékről folyamatosan romlott, a rövid távú fizetőképessége és a pénzciklusa folyamatosan kedvezőtlenebb volt az átlagnál, ezek az értékek pedig meghatározták a végső negatív értékelést.

1. táblázat: **Az 1., 2. és 7. vállalat pénzügyi mutatószámokon alapuló értékelésének eredményei**

	1. vállalat				2. vállalat				7. vállalat			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Összegzés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Végső	-				-				-			

Forrás: saját szerkesztés

Végig átlagnál jobbra értékeltem a 3. és a 4. vállalatot (2. táblázat). A 3. teljesítménye majdnem minden kategóriában egyértelműen nagyon jó, így itt nem volt kétség afelől, hogy a vizsgált vállalatok közül az élvonalba kerül. A 4. vállalatnál már vegyesebb a kép, a 2010-es évben volt egy kis visszaesés, de összességében a másik három év átlag feletti teljesítménye ezt ellensúlyozta az értékelés során.

2. táblázat: **A 3. és 4. vállalat pénzügyi mutatószámokon alapuló értékelésének eredményei**

	3. vállalat				4. vállalat			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Összegzés	+	+	+	+	+	+	-	+
Végső	+				+			

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. és a 6. vállalat esetében már vegyesebb a kép. Az 5. vállalat a 2008-as és 2011-es években átlag alatti, 2009-ben átlagnak megfelelő, 2010-ben pedig átlag fölötti eredményt ért el, így a legvegyesebb képet mutatta a vizsgált vállalatok közül, a végső értékelésnél ez pedig „-” értéket jelentett a számára (3. táblázat). Az árbevételét 2009-től folyamatosan növelni tudta, az adózott eredménye azonban folyamatosan csökkenő. A pénzügyi mutatók alkotta negatív képet ezek az adatok még jobban alátámasztják, ráadásul az operatív cash flow-ja 2010 kivételével negatív volt.

3. táblázat: **Az 5. és 6. vállalat pénzügyi mutatószámokon alapuló értékelésének eredményei**

	5. vállalat				6. vállalat			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Összegzés	-	/	+	-	-	-	+	-
Végső	-				-			

Forrás: saját szerkesztés

A 6.-nak a 2010-es éve sikerült egyedül átlag felettire, ellenben a másik három év átlag alatti teljesítménye miatt a végső értékelés során a 3. táblázatban „-” jelet kapott. A 6. vállalattal kapcsolatban a negatív pénzciklust kell kiemelni, vagyis a forgótőkét nagyon jól menedzseli a vállalat, gyakorlatilag a szállító a teljes termelési folyamatot és a vevőkapcsolatokat is finanszírozza. Az adózott eredménye bár mind a négy évben pozitív, de nagy kilengések vannak benne (például 2008 és 2009 között alig tizedére csökkent), az árbevétele pedig folyamatosan csökkenő. Ezért ez a vállalat az, amelyik a legtöbb kérdést veti fel, és jelen helyzetben nehéz nagy vonalakban is véleményt mondani arról, mi lesz vele a későbbiekben. Kérdés, sikerül-e a csök-

kenő árbevételt legalább szinten tartani, és a működési cash flow szintet növelni, vagy stabilizálni.

A versenyképességi definíción alapuló értékelés során az 5. vállalaton kívül minden vállalat ugyanolyan értékelést kapott a négyéves átlagok és a 2011-es értékek alapján, és ez az értékelés eltér a pénzügyi mutatókon alapulótól. A 3. és az 5. vállalat esetében megegyezik a végső következtetés a pénzügyi mutatószámokon alapuló vizsgálat eredményével, előbbi az átlagnál egyértelműen jobban teljesít, és a hét vizsgált vállalat közül ezzel kiemelkedik (4. táblázat).

4. táblázat: A 3. és 5. vállalat versenyképességi definíción alapuló értékelésének eredményei

	3. vállalat		5. vállalat	
	Átlag	2011	Átlag	2011
Összesítve	+	+	-	/
Végső összesítés	+		-	

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. cég azonban egyértelműen átlag alatti teljesítmény nyújtott az elmúlt négy évben, ami az 4. táblázatból is látszik, viszont pozitívumként említem meg, hogy az üzemi/üzleti tevékenység eredményét és az adózott eredményét átlag felett tudta tartani, azonban ez a versenyképességhez még nem elegendő.

5. táblázat: A 2., 4. és 7. vállalat versenyképességi definíción alapuló értékelésének eredményei

	2. vállalat		4. vállalat		7. vállalat	
	Átlag	2011	Átlag	2011	Átlag	2011
Összesítve	/	/	-	+	/	/
Végső összesítés	/		/		/	

Forrás: saját szerkesztés

A többi vállalat esetében a versenyképességi definíció alapján végzett elemzés finomította a pénzügyi mutatók alapján elkészített értékelés eredményeit, hiszen előbbi alapján a 2. vállalat átlagosnak megfelelő teljesítménnyel rendelkezik, ahogy a 7. is (5. táblázat). A 4. vállalat esetében egyedülként a vizsgált hét vállalat közül rosszabb eredmény született, hiszen a versenyképesség definíciójának pénzügyi megfeleltetése alapján csupán átlagos a vállalat.

6. táblázat: A 6. és 1. vállalat versenyképességi definíción alapuló értékelésének eredményei

	1. vállalat		6. vállalat	
	Átlag	2011	Átlag	2011
Összesítve	+	+	+	+
Végső összesítés	+		+	

Forrás: saját szerkesztés

A 6. és az 1. vállalat esetében jelentősen jobb eredményt hozott ez a módszertan, hiszen a korábbi átlag alatti értékeléssel szemben itt átlag felettinek minősítettem a vállalatot, még hozzá mindkét esetben a „+” jelzések túlnyomó többsége mellett (6. táblázat).

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az elemzések és vizsgálatok alapján le lehet vonni néhány, a magas koncentráció miatt az egész iparágra általánosítható következtetést. A viszonylag magas eladósodottságból adódó nagy kockázatot a tejipari vállalatok a forgótőke- menedzsment hatékonyságának növelésével igyekeznek csökkenteni, jelenleg úgy tűnik, sikerrel, hiszen egyre csökken a pénzciklusuk (az utóbbi három évben szinte kivétel nélkül 40 nap fölötti értékről 25 nap alá csökkent). Az is megfigyelhető, hogy a pénzügyi mutatók alapján kialakult eredményeket finomították illetve nem erősítették meg egyértelműen a versenyképességi definíción alapuló vizsgálat eredményei, ezáltal csökkent a vállalatok közti különbség. Ennek megfelelően, míg a pénzügyi mutatókon alapuló elemzés szerint két átlagnál jobban teljesítő vállalat van a hét között, addig a definíción alapuló vizsgálat a három vállalatot tekint átlagnál jobbnak. Figyelemre méltó és különleges, hogy a két legmagasabb árbevétellel rendelkező vizsgált vállalat a legveszteségesebb, vagyis hiába a magas piaci részesedés, mégse tudnak egyes években még átlagnak megfelelő eredményt se elérni.

Az általam elvégzett elemzés számos hasznos és érdekes eredményt tárt fel, ugyanakkor vannak korlátai is, melyek nagyrészt a pénzügyi mutatószámok természetéből fakadnak. Ugyanis ezek a mutatók múltbeli szemléletűek, és statikusak, vagyis a pénzügyi év végén fennálló állapotot tükrözik. (VIRÁG, 2004a)

A versenyképességi elemzésnél súlyozott index alapú, bonyolultabb rendszerek alapján is lehetne számolni, ahogy azt SOMOGYI (2009c) is teszi PhD. értekezésében. Valamint az iparági technikai átlagoknál is megfontolás tárgyát képezheti a piaci részesedéssel, vagy saját tőke hányaddal súlyozott átlagokhoz történő viszonyítás.

Emellett a pénzügyi szemléletű elemzés nem veszi figyelembe a stratégiai menedzsment döntéseket, a termékszintű költség-haszon elemzéseket, illetve a marketing tevékenység jelentőségét sem. Ugyanakkor a menedzsment szemléletű elemzések nem tárnak fel rengeteg olyan dolgot, amit a pénzügyi szemléletű vizsgálatok kiemelnek. Vagyis nem lehet egyiket sem rosszabbnak minősíteni a másiknál, az eltérő szemlélet magától értetődően eltérő eredményeket ad. Ezért a későbbiekben érdemes lenne jelen elemzést egy menedzsment nézőpontú vizsgálattal kiegészíteni.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Katits E. (2002): Pénzügyi döntések a vállalat életciklusaiban. KJK – KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest. 90-91. p. (2) Kovács G. (2010): A mezőgazdasági szektor nemzetgazdasági jelentősége. *Gazdálkodás*. LIV. 5. 466-478. p. In: Rózsa A. – Tálás D. (2012): Competitiveness Analysis of leading companies in Hungarian dairy industry by liquidity indicators. *The annals of the University of Oradea. Economic Sciences. TOM XXI. University of Oradea. Oradea.* 760. p. (3) Popp J. - Potori N. - Papp G. (2010): A magyar tejvertikum diagnózisa. *Gazdálkodás*. Budapest. LIV. 1. 81-91. p. In: Rózsa A. – Tálás D. (2012): Competitiveness Analysis of leading companies in Hungarian dairy industry by liquidity indicators. *The annals of the University of Oradea. Economic Sciences. TOM XXI. University of Oradea. Oradea.* 760. p. (4) Rózsa A. (2011): Liquidity analysis of building industry in Hajdú-Bihar County between 2008-2010. In: Rózsa A. – Galicz K. J. – Bereczné Boros A. – Herczeg A. – Fenyves V. – Szabó A. – Eisler K. – Lőrinczi K. – Rózsa A. – Tóth R. – Tarnóczy T. – Bács Z. (Szerk.) (2011): Performance indicators of the economic entities from Bihar-Hajdú Bihar Euroregion. *Debreceni Egyetem Agrár – és Gazdálkodástudományok Centruma, Debrecen.* 166-178 p. (5) Somogyi M. (2009c): A vállalati versenyképesség modellje (VVM) mint a vállalati versenyképesség mérésének új módszere. PhD értekezés. Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar. Vezetéstudományi Intézet, Miskolc. 68., 81-82. p. (6) Virág M. (2004a): Pénzügyi elemzés, csődelőrejelzés. Kossuth Könyvkiadó, Budapest. 25. p.

A KÖZÉPKORI MAGYAR VASKULTÚRA IDEGENFORGALMI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

UTILISING THE HUNGARIAN MEDIEVAL IRON CULTURE IN TOURISM

Thiele Balázs

Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Turizmus-vendéglátás BA szak IV. évfolyam

ÖSSZEFOGLALÁS

A vaskultúra hosszú múltra tekint vissza hazánkban. Számos régészeti feltárás, amely során kohótelepek, vaskohászati műhelyek kerültek napvilágra, bizonyítja, hogy már az avar és Árpád-korban, sőt azt megelőzőleg is fejlett vasipar volt a Kárpát-medencében. Az őskohászok kezdetleges eljárással állítottak elő ún. bucavasat, amelyből a kovácsfalvak kovácsai készítettek fegyvereket és más használati tárgyakat.

A középkori magyar vaskultúra hazánkban nem közismert, idegenforgalmi kihasználtsága alacsony. Az elveszett vasipari tudás felelevenítése, bemutatása és megőrzése fontos feladat, amely hozzájárul a nemzeti tudástőkének gyarapításához is.

A dolgozatban a középkori magyar vaskultúra bemutatásától eljutunk egy, a középkori vaskultúrával foglalkozó skanzen megvalósíthatósági tervéig. A skanzen tervezett helye Somogy megye, azon belül Marcali kistérség, a somogyfajsi Óskohó Múzeumtól nem messze, ahol a régészeti feltárások szerint a honfoglalás korában jelentős vastermelés folyt. A tervek kidolgozásához szükségem volt egy átfogó helyzetelemzésre, annak részletes felderítésére, hogy egy ilyen turisztikai termék milyen hatással lenne a térség gazdaságára és turizmusára.

A szakirodalom tanulmányozása, több középkori vasiparral foglalkozó nemzetközi szimpóziumon való részvétel, hasonló hazai programok szervezése, valamint egy németországi szabadtéri múzeum, a Kommern igazgatójával készített mélyinterjú lehetővé tette, hogy megismerjem, milyen módon fejleszthető turisztikai terméké a középkori vaskultúra.

Kulcsszavak: vaskultúra, szabadtéri múzeum, középkor, megvalósítás

ABSTRACT

Iron culture has a long history in Hungary. Several iron smelting centres, workshops have been excavated, which proves that the iron industry was quite productive in the Avar and Árpád-age, and previously in the Carpathian Basin. The iron smelters extracted so called iron-blooms by primitive metallurgical processes. Near these iron smelting workshops, smiths of the smithy villages forged weapons and other iron objects by processing the iron bloom.

The medieval iron culture is not well-known in Hungary, neither is it exploited in tourism. The reconstruction and re-learning of this ancient knowledge, its presentation and conservation is an important task, which helps to increase our national knowledge.

In this study, starting from presenting the medieval Hungarian iron culture we get to the idea of an open air museum in which this would be shown to the public. The open air museum is planned to be built in Somogy county, in the Marcali-microregion, near the Bloomery Museum of Somogyfajsz, where traces of intensive iron smelting were found during excavations. In order to prepare the plans, a thorough SWOT-analysis was necessary to explore the effect of this touristic product to the economy and tourism of this region.

Reading previous publications on the subject, visiting several symposiums regarding medieval iron culture, organising similar programmes in Hungary and making interviews with the manager of an open air museum in Germany, named Kommern, made possible to learn how the medieval iron culture could be developed into a touristic product.

Keywords: Iron culture, open air museum, middle ages, execution

BEVEZETÉS

Magyarország kulturális értékekben igen gazdag és a kulturális vonzereje egyre növekszik. A meglévő kínálat mellett megjelennek új, eddig ismeretlen elemek is. A középkori magyar vaskultúra még fehér folt a látogatók körében, de kulturális értéke vitathatatlan és hosszú múltra tekint vissza.

A középkori vaskultúra kiemelkedő jelentőséggel bír a Kárpát-medencében. A vas előállítását elődeink komoly szaktudással végezték, az egykori vasipari technológiák pontos részletei még a mai napig nem ismertek. A középkorban a vas és annak birtoklása hatalmat jelentett, az előállítása pedig tekintélyt és tudást. Mára teljesen feledésbe merült az az ősi vaskohászati eljárás, amellyel a korabeli termékekhez szükséges vasanyagot, ún. bucavasat nyertek (A bucavas szivacsos szerkezetű, sok salakot tartalmazó féltermék, amelyet egy lépésben, közvetlenül a vasérből állítottak elő a korabeli vaskohászok). A mai kor embere már nem tudja, hogyan készült a vas eszközök vagy maga a vasbuca. Európa több országában felismerték, hogy elődeink ismeretanyaga sokkal jelentősebb, mint azt korábban gondolták. A tudást fel kell eleveníteni és megismerhetővé kell tenni az érdeklődők számára.

Európában hagyománya van a vaskultúrát bemutató múzeumoknak, skanzeneknek és nemzetközi szimpóziumoknak. A vaskultúra útja (Eisenstrasse) egy tematikus út, amely Európa több országán áthalad, köztük Magyarországon is. Ez a határokon átívelő kulturális út erősíti az országok közötti összefogást és értéket közvetít. Az állomások üde színpontok minden ország turisztikai kínálatában. Magyarországon a kizárólag a vaskultúrára épülő turisztikai szolgáltatásainak száma – az említett tematikus út és annak pontjainak kivételével – nagyon csekély, épp ezért ennek bővítése szorgalmazható lehet.

Dolgozatomban egy a középkori magyar vaskultúrát bemutató és felelevenítő szabadtéri múzeumot tervezetét, annak megvalósíthatóságát tűztem ki célul. A megvalósításban külföldi példák nyomán vázolom a hazai lehetőségeket és keresek megoldást egy a középkori magyar vaskultúrát bemutató skanzen kiépítésére.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Az ipartörténeti emlékhelyekről, különösen a vasipart, azon belül is a koraközépkori vasipart bemutató emlékhelyekről, skanzenekről, azok turisztikai célú hasznosításáról nagyon kevés magyar nyelvű ismeretanyag áll rendelkezésre és ugyancsak kevés az idegen nyelven hozzáférhető használható forrás. Számítalan cikk és könyvrészlet elolvasása után kiderült, hogy kizárólag a témához kapcsolódó forrás nem található. Leginkább iparrégészeti feltárásokról szóló jelentések, közlemények érhetők el, azonban ezek csak részben fedik le a jelen dolgozat témáját. A hazánkban és külföldön működő skanzenek, múzeumok honlapjai, látogatóbarát leírásai, bemutatásai viszont gyakran tudományos igénnyel készültek és jól használhatók. A vonatkozó szakirodalom tanulmányozásának a célja így a kezdeti középkori vasiparra vonatkozó ismeretek rövid áttekintése, majd a hazai és külföldi (de hazánkhoz kapcsolódó) múzeumok és bemutatóhelyek (az Eisenstrasse főbb állomásai) ismertetése volt.

A szakirodalom feldolgozásában a régészek feltárásaira és eredményeire lehetett elsősorban hagyatkozni, illetve a már feltárt lelőhelyek jelenlegi körülményeit, turisztikai célú hasznosítását vizsgáltam. Magyarország területén több száz kohótelepet és érlelőhelyet tártak fel a közelmúltban. Iparrégészeti és vaskultúra-történeti jelentőségük vitathatatlan (GÖMÖRI, 2000).

A hazai és külföldi kohászati –és archeometallurgiai táborok bemutatása, programkínálataik tanulmányozása is a kutatásom egy részét képezte. Szimpóziumok, kohászati versenyek és bemutatók, táborok, tudományos tanácskozások (színvonalas szakmai előadásokkal) gazdagítják az európai archeometallurgiai programok kínálatát. A rendezvények célja az aktuális kutatások

ismertetése és a szakmai tapasztalatgyűjtés. Ezek vizsgálata elengedhetetlen, hiszen a tervezett középkori szabadtéri múzeum megvalósításban szerepelő programok között is számos átfedés figyelhető meg a hazai és külföldi példákkal.

A kutatásom központi részét egy célzott helyzetfeltárás Somogy megyéről, egy abból készített SWOT analízis és egy németországi szabadtéri múzeum, „Kommern” igazgatójával készített mélyinterjú képezte. Somogy megye társadalmi, gazdasági és turisztikai aspektusainak megismerése elengedhetetlen a tervezett szabadtéri múzeum szempontjából, mivel az helyileg Somogyfajszon épülne.

A mélyinterjú és az abból levont következtetések a kutatásom fontos állomása volt, ez nyújtotta számomra a megfelelő szakmai információkat egy hazai skanzen megvalósításához. Az interjú három részből állt. Az első harmadban „Kommern”-ről kérdeztem, a következőben magáról a középkori vasgyártás hasznosíthatóságáról a skanzenek világában, az utolsó részben pedig az igazgató saját véleményére, tanácsára voltam kíváncsi. A beszélgetés során megfelelő képet kaptam a skanzenekkel kapcsolatos legfontosabb dolgokról, így a dolgozat utolsó részében a meglévő saját ötletek és az újonnan szerzett ismeretek alapján vázoltam fel a kigondolt Somogyfajszi szabadtéri múzeum tervezetét.

EREDMÉNYEK

Somogy megye célzott helyzetelemzése, SWOT-analízis

Marcali kistérség és Somogyfajszi település helyzetét elemezve elmondható, hogy a gazdaság versenyképessége és a népesség csökkenése jelenti a legnagyobb problémát. Előbbire megoldást kínálhat a turizmus élénkítése, a munkahelyteremtő programok és a pályázati lehetőségek megragadása (pl.: Regionális Operatív Programok), illetve az EU-s források jó menedzselése. Az Unió széles lehetőséget nyújthat a kistérségek és a települések számára, ha azok jól átgondolt fejlesztési és megvalósíthatósági programokkal állnak elő. Problémát jelenthet azonban a népesség fokozott csökkenése, a migrációs folyamatok és a természetes fogyás miatt. A támogatások jelentős részénél ugyanis megvizsgálják a kistérség és a települések szociális helyzetét. Ha egy kistérség népességszámát tekintve túl kicsi, a gazdaságfejlesztési támogatás mértéke is ehhez viszonyul. A térség és a település számára a legfontosabb célkitűzés elsősorban a gazdasági összefogás lehetne területi szinten. Ez jelenthet megyei vagy regionális szintű összefogást, a lényeg a támogatások lehívása, amelyet magasabb szinten könnyebb elérni.

A térség településeinek önálló fejlesztési programokat kell kialakítaniuk, mindezt úgy, hogy a kistérség, valamint a település arculatába is megfelelően illeszkedjen. A településeknek meg kell határozniuk azokat a jövőbeli stratégiai lépéseket, amelyek hozzájárulnak a munkalehetőségek, a szociális helyzet, a turizmus és az infrastrukturális ellátottság helyzetének a javulásához. A meglévő erőforrásokat kihasználva kell a települések jövőképét kialakítani. Az önkormányzatok, a helyi vállalkozások és az oktatási és szociális intézmények összefogásával fejlődésnek indulhat a térség.

A meglévő erőforrások ésszerű kihasználása kulcsfontosságú tényező a helyi stratégiai programok kialakításánál. Somogyfajszon a természeti és a már meglévő kulturális értékekre, a turizmusra és a mezőgazdasági fejlesztésére kell koncentrálni. Meg kell vizsgálni, hogy melyek azok a gazdasági lépések, amelyekkel a falu gazdasága fejlődésnek indulhat. Somogyfajszi napjainkban egy többnyire mezőgazdaságból élő, kevés munkalehetőséggel kecsegtető falu. A Marcali kistérség demográfiai és gazdasági jellemzői igazak itt is. A falu lakóinak száma mindössze 542 fő, ennek eloszlását a 2. táblázat mutatja. A természetes fogyás és a migráció magas, kevés gyermek születik és sok időst kell ellátni. A munkahiány miatt sokan máshol keresik a megélhetésüket, többen ingáznak naponta Marcaliba is.

1. táblázat: **Somogyfajsz lakosságának kor szerinti eloszlása** (összese: 542 fő)

0-14 éves			15-16 éves			17-18 éves			19-60 éves			61-100 éves		
férfi	nő	összes	férfi	nő	összes	férfi	nő	összes	férfi	nő	összes	férfi	nő	összes
61	55	116	7	5	12	6	4	10	152	120	272	50	63	113

Forrás: DDRKH, 2010

A turizmus – mind a falusi, mind pedig a kulturális turizmus – remek kitörési pontként szolgálhat a település szempontjából, a mezőgazdasági ágazat és a helyi termelés úgyszintén. Esetünkben azonban elsősorban a turizmus fejlesztésével foglalkozunk. Megfelelő turizmusfejlesztési koncepció kidolgozása lenne a cél, amelyben súlyozottan szerepel a falu vaskultúrában betöltött szerepe. Helyi szinten az önkormányzatok és a nonprofit szervezetek képesek megfelelő anyagi és szakmai támogatást nyújtani.

A vaskultúra ipartörténelmi szempontból kiemelkedő jelentőségű a faluban, az erre alapozott turisztikai szolgáltatások pedig élénkítenék a gazdaságot nem csak helyi, hanem kistérségi szinten is. A legfontosabb dolog az egyediség és minőség hangsúlyozása. Ipartörténelmi szempontból a falu remek helyzetben van, ez lehetővé teszi, hogy egyediséget vigyen a térség a turizmusába.

Mélyinterjú a németországi szabadtéri múzeum „Kommern” igazgatójával

Egy olyan interjú kialakítása volt a cél, amelyben elsősorban nem „Kommern”, a németországi szabadtéri múzeum körültekintő ismertetése az elsődleges, hanem a szabadtéri múzeumok világa és az általam választott téma kapcsolata. Nagyon örültem, hogy a beszélgetés pozitív eredménnyel zárult és le lehet vonni azt a következtetést, hogy érdemes itthon egy, a középkori magyar vasgyártást bemutató szabadtéri múzeumot létrehozni. Úgy gondolom, hogy a mélyinterjú tanulmányozása után ez nem csak egyéni következtetés, hanem bárki számára belátható, hogy megfelelő ötlet, szaktudás és támogatás birtokában egy szabadtéri múzeum megvalósítása kivitelezhető.

Hazánkban kizárólag középkori magyar vasgyártást felelevenítő szabadtéri múzeum még nem létezik. Somogy-megye, azon belül pedig Somogyfajsz számos kedvező természeti és ipartörténelmi adottsággal rendelkezik, ahhoz, hogy egy ilyen projektet ott megvalósítsanak. A már meglévő Óskohó múzeum és a jó néhány kohászati tábor, amely ugyancsak a településen volt megrendezve, megfelelő lobbiként szolgálhat egy ilyen projekt kivitelezéséhez.

Somogyfajsi Szabadtéri Múzeum - elképzelések

Somogyfajsz ipartörténelmi múltja vitathatatlan, ezért fontos, hogy épp itt valósuljon meg egy középkori vasipart felelevenítő/bemutató szabadtéri múzeum. Az Óskohó múzeum és a természeti környezet pedig remekül illeszkedik ehhez a projekthez. A település demográfiai és gazdasági adatai, mint a helyzetfeltárásból kiderült, kedvezőtlenek a térségben. A magas elvándorlási arány, az öregedési mutatók kedvezőtlen alakulása és a természetes fogyás következtében kevés a munkaképes korú lakos, aki aktívban rész vesz a helyi termelésben, gazdaságban. A mezőgazdaságból élő falunak, a többi teleüléssel, a térséggel, megyével, vagy akár a régióval közösen egy struktúra-átalakító programot kellene létrehoznia. Egy gazdaságilag és társadalmilag is kedvező projekt megvalósítása lenne a cél, ahol a meglévő adottságok alapján mérlegelnék a lehetőségeket és így egy hosszútávon fenntartható gazdasági programot alakítanának ki.

A turizmus gazdaságélénkítő szerepe nem elhanyagolható, viszont be kell látni, hogy önmagában a turizmus sem szolgálhat egyedüli kitöréspontként. Közös erővel, a gazdasági ágazatok fellendítésével viszont igen kedvező kép alakulhat ki a térségről és egy fejlődőképes, fenntartha-

tó régióvá válhat. A Balaton közelsége biztosíthatná a kiemelkedő vendégforgalmat és megfelelő marketing munkával a térség ismertsége is nőne.

Somogyfajsz településen a szabadtéri múzeum kialakítása épp ezt a kitörést jelenthetné a falunak, hiszen egy versenyképes turisztikai termék a látogatottság bővülését, és ezáltal a helyi gazdaság élénkülését szolgálja.

Somogyfajsi Szabadtéri Múzeum – felépítése, kialakítása

A skanzennek középkori falujelleget kell tükröznie, ahol a vaskohászatot kívül minden egyéb gazdasági (vagy épp lakó) funkciójú épület megjelenik. A skanzen fő attrakciója a vasgyártás és az ahhoz kapcsolódó egyéb technológiai folyamatok bemutatása. Ez a kohók, kohótelepek (fajszai típusú), műhelyödrök, faszénégető boksák, újraizzító tűzhelyek prezentálását jelenti.

A középkori vasgyártást hosszú technikai folyamatként kell elképzelni, ahol minden apró tényezőnek jelentős szerepe volt. A skanzenben lehetőség nyílik a korabeli vasgyártási technológia teljes spektrumának a bemutatására. Somogyfajsz és környezete kiválóan alkalmas erre. Egyrészt a skanzen remekül beilleszthető ebbe a természeti környezetbe, ill. a természeti környezetet remekül illeszkedik a középkori skanzen képébe, másrészt egy olyan tevékenység újraéledéséről van szó, amelyet itt és a környéken műveltek. Jelentős volt itt a vasgyártás a középkorban és számos gyepvasérc lelőhely található a környéken. A szabadtéri múzeum tervezett helye mellett is több gyepvasérc telep húzódik, így a kohósításhoz elengedhetetlen egyik alapanyag folyamatosan biztosítható. A gyepvasérc telepek kimerülésétől pedig nem kell tartani, ugyanis a talaj jellege és a vasbaktériumok jelenléte miatt azok újra képződnek.

A kohósítás másik fontos alapanyaga a faszén, amelyet faszénégető boksákból nyertek a korabeli elődeink. A faszén előállításához csak megfelelő mennyiségű és minőségű fára van szükség, amely a környező erdőkben megtalálható. A Somogyért Természetvédelmi Szervezet és Somogyfajsz önkormányzata pedig nem ellenezné, sőt, inkább támogatná a fák összegyűjtését, ezt a segítő-támogató hozzáállást tapasztaltuk az őskohász-táborok szervezésekor. A faszénégető boksa, egy nagyon látványos attrakció, amely a látogatók többségét lenyűgözné. A faszén előállítása így nem jelentene anyagi jellegű költséget, hiszen a természetből nyernék az alapanyagot.

A középkorban kizárólag természetes alapanyagokkal dolgoztak, ez itt is problémamentesen kivitelezhető lesz, hiszen azok többsége a közvetlen természeti környezetből könnyen beszerezhető. A föld, a sár, a fa, a nád, a szalma a környéken nagy mennyiségben jelen van és az önkormányzat nem vagy csak részben gazdálkodik velük. Állati bőrt a helyi gazdaságoktól lehetne igényelni. Ha pedig a lakosok tudják, hogy egy skanzen kerül megépítésre a környezetükben, amely az ő életszínvonaluk emelkedésével is járna, valószínűleg segítőkészek lennének és akár adományként is szolgáltatnak állati bőrt, elsősorban azonban a helyi nagy gazdaságokra kell alapozni, ahol több száz állatot tartanak.

Az egyéb gazdasági és lakó épületek kialakításánál is a tökéletes hitelességre kell törekedni. Ezek az épületek azonban rendkívül egyszerű kialakításúak voltak, így a rekonstrukciójuk szakértelmet kíván ugyan, de ez nem lenne megoldhatatlan feladat és az építés munkálatai szintén segítenék a település fellendülését, munkát jelentenének a helyi szakembereknek. A közeli patak miatt akár vízimalmot (vízkerékkel), vagy egyszerű középkori szélmalmost is lehetne építeni. A múzeumban középkori haditechnikai eszközök (kézi- és lőfegyverek, katapultok stb.) is helyet kaphatnának, így prezentálva a korabeli hadiipart.

A skanzennek egy élő gazdaságot kell prezentálnia, ahol a fő hangsúly a vasgyártásra és annak technológiai folyamataira nehezedik. A kohók és műhelyödrök mellett megjelenének a használatok, minden egyéb hozzájuk kapcsolódó épülettel (istállók, ólak, csűrök, stb.). A múzeum területén növénytermesztéssel is foglalkoznának, gyümölcsösök, szőlők, legelők és szántók biztosítanák az élelmiszert. A szabadtéri múzeumnak önellátónak kellene lennie, ahol min-

den alapvető élelmiszert önerővel, saját maga termelne meg. Ez több szempontból is kedvező lenne, ugyanis az állatok fenntartására és nevelésére nem kellene nagyobb összeget költeni, valamint a helyi lakosok, mint szakképzett munkaerők láthatnák el a múzeum gazdálkodását, továbbá a jó minőségű helyben termelt élelmiszerekből származó felesleget a skanzenben lehetne a látogatóknak értékesíteni. A cél a megfelelő középkori infrastruktúra megteremtése olyan módon, hogy az hosszútávon fenntartható és akár jövedelmező is legyen. A látogatóknak egy tökéletesen működő korabeli gazdaságba kell belecsöppennie, ahol a fő hangsúly az élmény, a hitelesség és az egyediség megragadásán van, így válhat ugyanis a múzeum igazán sikeressé.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A vaskultúra jelentőségét külföldön már felismerték. Számos múzeum, skanzen, tábor és egyéb a témához kapcsolódó rendezvény bizonyítja, hogy a vaskultúra köré épült szolgáltatások mind szakmai, mind pedig turisztikai vonatkozásban meghatározóak lehetnek. A célom a magyar vaskultúra népszerűsítése volt. Ha külföldön sikeres lehet egy ilyen turisztikai termék, akkor hazánkban is. Mindössze megfelelő koncepcióra, eredeti ötletekre és hitelességre kell törekedni.

Mivel a technikai társadalom alapja a vas, a korai direkt vasgyártás archeometallurgiai kutatása kiemelkedő technikatörténeti jelentőséggel bír. Ezt felismerve számos nyugati országban már évtizedek óta mérnökök és régészek együttes munkával igyekeznek feltárni a technológia részleteit. Ennek eredményeképp a vaskultúra sokak számára rendkívül ismeretterjesztő lehet.

A középkori technológiával végzett kohósítások és maga a vaselőállítás folyamata emberközeli, hiszen azt nem ipari keretek között, hanem a természetben végzik és kizárólag természetes alapanyagokkal dolgoznak. A vaskultúra emberközelsége tehát meghatározó.

Egy középkori szabadtéri múzeum kiépítése egyrészt népszerűsítene a hazai vaskultúrát, másrészt hozzájárulna a nemzeti tudástökéhez. A középkori vasgyártás folyamata nem csak értéket közvetít, hanem látványos is.

A középkori vaskultúra megjelenése a turizmusban tehát:

- ismeretterjesztő
- emberközeli
- látványos
- értéket közvetít

Ezeket a szempontokat figyelembe véve egy középkori vaskultúrát felelevenítő, bemutató szabadtéri múzeum szorgalmazható projekt lehet egy nemzet számára.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Czétényi P. – Vukov K. (2009): Örökségvédelmi fogalomtár, Corvinus Egyetem Tájépítészeti kar, Budapest (2) Edvi-Illés A. (1898): Az ős- és ókor vasművészete, Budapest (3) Faluvégi A. (2004): Kistérségeink helyzete az EU küszöbén, Budapest (4) Gömöri J. (2000): Az Avar kori és Árpád-kori vaskohászat régészeti emlékei Pannóniában, Kiadja a Soproni Múzeum Régészeti Gyűjteménye és az MTA VEAB Iparrégészeti és Archeometriai Munkabizottsága, Sopron (5) Heckenast – Nováki – Vastagh – Zoltay (1968): A magyarországi vaskohászat története a korai középkorban (A honfoglalástól a XIII. század közepéig), Akadémia Kiadó, Budapest (6) Heckenast Gusztáv (1991): A Magyarországi vaskohászat története a feudalizmus korában, Akadémia Kiadó, Budapest (7) Bauermeister, J. (2005): Archäometallurgische Untersuchung von Eisenschlacken aus Holtland / Kreis Leer, Arbeit zur Erlangung des Bachelor of Science im Studiengang Geowissenschaften, Göttingen (8) Kerpely A. (1898): Adatok a vas történetéhez Magyarországon, Budapest (9) Landschaftsverband Rheinland (2011): LVR-Kulturbericht – Kulturim Rheinland, Kultur in Europa, Köln (10) Marcali Kistérségi Társulás (2005): Marcali Kistérségi Társulás területfejlesztési koncepciója, Pécs (11) Elgaß, P. (2012): Arbeiten wie die Vorfahren. Hephaistos Internationale Zeitschrift für Metallgestalter 5/6. 29. p. (12) Rheinland Reiseland (2012): Das Magazin für das Kunst-, Kultur- und Naturerlebnis im Rheinland 01/12. (13) Horváth – Major – Nagy – Szabó – Katona (1998): Somogy megye kézikönyve, SZÜV Rt.-CEBA-HOLDING KFT (14) Thiele Á. (2009): A bucavas kora

középkori előállításának korhú gyártástechnológiája a korszerű anyagtudomány tükrében, TDK dolgozat (15) Thiele Á. (2009): Az ősi vasiparhoz kapcsolódó hiedelmek, Vallás és ember tantárgy féléves dolgozata (16) Thiele Á. (2010): A bucavaskohászat kora középkori technológiája a megvalósíthatóság tükrében. Kohászat folyóirat 2010/2 (17) Török B. (2000): Török Béla: Vasérc, vasbuca, vastárgy: Az első magyar vaskohászok műhelyei és technikája a Kárpát-medencében, Tanulmány, Miskolc (18) Dr. Török B. (2008): A vas archeometallurgiája és magyarországi ipartörténete, Miskolci Egyetem Műszaki Anyagtudományi Kar, Metallurgiai és Öntészeti Tanszék, Miskolc (19) I1: http://vaskultura.atw.hu/kar_pat_me_den_ce.htm, A vas hódítása a Kárpát medencében, 2005. 06. 09. (letöltve: 2012. 06. 20.) (20) I2: <http://nol.hu/archivum/archiv-69354>, Az ősmagyarok és a vasgyártás, 2002. 07. 05. (letöltve: 2012. 06. 22.) (21) I3: http://www.vaskultura.hu/allomasok/somogyfajsz_12, Vaskultúra útja – Somogyfajsz (letöltve: 2012. 06. 26.) (22) I4: <http://www.omagyarelet.hu/content.php?c=6&i=1&l=0>, Koraközépkori vaskohászat a Kárpát-medencében (letöltve: 2012. 06. 26.) (23) I5: http://www.vaskultura.hu/allomasok/miskolc_20, Vaskultúra útja – Miskolc (letöltve: 2012. 06. 26.) (24) I6: http://www.kohmuz.t-online.hu/i_fazola-nap.htm, I. Fazola-Nap Újmassán, 2007. 09. 30 (letöltve: 2012. 06. 28.) (25) I7: http://kulturalisutvonalak.blogter.hu/258319/vaskultura_utja, A Vaskultúra útja (letöltve: 2012. 07. 02.) (26) I8: <http://skanzen.hu/?fm=1&am=1&dd=6>, Élő múzeum (letöltve: 2012. 07. 22.) (27) I9: <http://www.somogy.hu/?cid=87&sub=3>, Somogyország (letöltve: 2012. 07. 28.) (28) I10: <http://magyarvadaszportal.hu/vadgazdalkodas/legendak-es-legendasok/>, Vadgazdálkodás, 2011. 12. 21. (letöltve: 2012. 07. 28.) (29) I11: <http://www.ddrkh.hu>, Somogy megye lakosságának eloszlása életkor szerint (letöltve: 2010. 03. 23.) (30) I12: <http://www.utazzitthon.hu/somogyfajsz.html>, Somogyfajsz szállások, programok, látnivalók, 2009. 11. 16. (letöltve: 2012. 08. 26.)

**EGYETEMISTÁK VÉLEMÉNYE A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSRÓL
(CSR)****STUDENTS' OPINION ABOUT SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***Tordai Georgina*Debreceni Egyetem, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Kereskedelem és marketing IV. évfolyam**ÖSSZEFOGLALÁS**

A gazdasági és ökológiai rendszer együttes működését, az ember és a természet viszonyát diszharmonia jellemzi, mely orvoslására tudatos, felelős magatartás és cselekvés szükséges.

Egyre több cég, felelős gondolkodású vezetője, a profitmaximalizáláson túl önkéntesen jogi, etikai, erkölcsi, környezetvédelmi és társadalmi szempontokat is beépít a cég céljai, értékei közé, vagyis felismerték, hogy az üzleti élet világa nem egy hermetikusan zárt terület, hanem kapcsolatban áll szűkebb és tágabb környezetével, vagyis a társadalommal és a természeti környezettel.

Számos szakirodalomban olvashatjuk, hogy az elmúlt évtizedekben a vállalatok fokozódó erőfeszítést tesznek annak érdekében, hogy felelős magatartásukat nyilvánosságra hozzák, tájékoztassák a fogyasztókat, remélvén, hogy a fogyasztók bizalmat szavaznak terméküknek, szolgáltatásuknak. Azonban kevesebbet olvashatunk arról, hogy a fogyasztók hogyan vélekednek a cégek felelős magatartásával kapcsolatban.

Jelen tanulmány célja az volt, hogy bemutassam Egyetemünk turizmus-vendéglátás valamint kereskedelem és marketing szakon tanuló végzős hallgatóinak véleményét a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban. Érdekesnek tartottam megvizsgálni, hogy van-e különbség a két szakon tanulók érdeklődése, véleménye, tájékozottsága között a vizsgált témában; befolyásolja-e a hozzáállásukat nemük, illetve származási helyük.

Kulcsszavak: felelősség, felelős magatartás, vállalatok társadalmi felelősségvállalása

ABSTRACT

The cooperation of the ecological and the economical systems, the relationship of nature and human beings are characterized by disharmony which needs to be cured with conscious and responsible behaviour and actions.

The responsible-minded managers of many companies have started to integrate judicial, ethical, moral, environmental and social points of view into the aims and values of companies besides the profit maximization. This means they have realised that business world is not a hermetically closed area but it is related to its closer and further atmosphere, namely the society and the natural environment.

A number of studies have informed us that in the past few decades companies have been making efforts to make their responsible behaviour public and to inform their consumers hoping to gain the trust for their products and services. However, we are less informed about the consumers' opinions of the companies' responsible behaviour.

The purpose of my study was to present the opinions of the tourism-hospitality and commercial and marketing major graduates of our University in connection with corporate social responsibility. I have found it interesting to analyze whether there is a difference between the interests and opinions of students of both majors, I was wondering how well informed they were in the analyzed topic; I also wanted to know how their sexes and origins influence their approach to the topic.

Keywords: responsibility, responsible behaviour; corporate social responsibility

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedekben a vállalatok egyre nagyobb hányada felismerte azt a tényt, hogy az üzlet, a profit és a munka világa nem egy hermetikusan zárt terület, hanem kölcsönhatásban áll szűkebb és tágabb környezetével, végső soron a társadalommal és a természeti környezettel. (ODOR, 2008)

A vállalatokkal szembeni felállított elvárások köre napjainkban egyre inkább bővül: az olyan „alapfeladatok” mellett, mint gazdasági teljesítmény és a munkahelyteremtés megjelent az igény az egyéb társadalmi elvárásoknak való megfelelésre, ezen belül például a környezeti hatások mérséklésére, ami egyfajta követelménnyé kinőve magát, a versenyképességnek is egyik fontos meghatározója lesz.

Ezt az integrált irányzatot, amely ötvözi a stratégiai és érték-alapú vállalatelméleteket, vagyis figyelembe veszi a gazdasági, a társadalmi és az ökológiai rendszer egymásba ágyazottságát, s a három rendszer közötti harmónia megvalósítását célozza vállalati szinten, felelősségen alapuló vállalatelméletnek nevezzük. (ODOR, 2008)

A társadalmi felelősségvállalás (CSR- corporate social responsibility) változatos meghatározásai az 1980-as évektől kezdődően jelentek meg. Az alappillért minden esetben az etikus üzleti tevékenység jelentette, mely megfontolt döntéseken, körültekintő mérlegelésen és bizonyos esetekben némi bátorságon alapul. Legyen szó morális, vagy gazdasági döntésekről, ezekért felelősséggel tartozunk önmagunk és mások iránt is. Ez az ún. „tetteinkért mások előtt való jóvátétel” elve, amely a „stakeholder-koncepció” alapjainak tekinthető. A felelősség alapelv abban áll, hogy törődünk azokkal az érintettekkel („stakeholders”), akikre tevékenységünk hatást gyakorol. (ZSOLNAI, 2001) A felelősség arányos a hatalommal, azaz minél inkább befolyásolja egy vállalkozás a környezetéhez tartozó alkalmazottak, fogyasztók, szállítók, lakóhelyi közösség létét és jóllétét, annál inkább figyelembe kell vennie döntései és cselekvései megformálásában azok érdekeit és érték-elvárásait is, írja ZSOLNAI (2001) munkájában. A felelősség szükségességének megfogalmazódása és hirdetése után a jótékonykodás elve és gyakorlása volt az irányadó, melynek oka a vállalatok megnőtt társadalmi szerepvállalása volt. A vállalatvezetők döntései hatással voltak a gazdaságra, és ez egyre inkább érezhetővé vált. Ennek hatására jelentek meg a nagyvállalatok tevékenységét bíráló hangok az Amerikai Egyesült Államokban. Erre az üzleti szférát érintő kritikára volt a tulajdonosok és a vállalatvezetők reakciója a jótékonykodás, amely csak a legritkább esetekben mutatott valódi elkötelezettséget, a filantrópia, mint stratégia arra vonatkozóan, hogy elfogadottabbak legyenek, működött. A felelős vállalatok megjelenéséig a következő lépcsőt a paternalizmus jelentette a XIX. század végén. A nagyvállalatokat, amelyek lakásokat, öregotthonokat, óvodákat építettek és munkásaikat élethosszig alkalmazták és gyermekeik felett egyfajta keresztapa szerepet vállaltak, tekinthetjük a társadalmi felelősségvállalás úttörőinek. (CSÁFOR et al., 2009) Az 1920-as években még nem fogalmazódott meg a társadalmi felelősségvállalás eszméje, de az a nézőpont kialakult, mely szerint vezetői szerepükkel bizonyos felelős tevékenységek is járnak. A társadalmi felelősségvállalás változatos meghatározásai az 1980-as évektől kezdődően jelentek meg. A vállalatok felelős magatartásának értelmezése nem egyszerű feladat, hiszen a szakirodalom nem egységes e tekintetben.

„Vállalatok társadalmi felelősségén azt értjük, ha egy üzleti vállalkozás folyamatosan elköteleződik az etikus viselkedés és a gazdasági fejlődéshez való hozzájárulás iránt, mialatt javítja munkavállalóinak és családjaiknak életminőségét, csakúgy, mint a helyi közösségét és általában a társadalomét”, WATTS – HOLME (1998) gondolatait idézi munkájában TÓTH (2007, 20. p.).

PERRINI (2005) meghatározása pedig a következő: *„a vállalatok felelős magatartása olyan koncepció, amelynek keretében a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat, megfontolásokat integrálnak üzleti működésükbe és ezek figyelembevételével alakítják kapcsola-*

taikat partnereikkel.” (PERRINI, 2005, 611. p.) Véleménye szerint a vállalatok saját elhatározásukból követik a fenntarthatóság szolgálatába állított filozófiát. A következő megállapítás AGUIRRE et al., (2003) még hangsúlyosabban kifejti, hogy a CSR filozófia nem egy filantróp (emberbarát) magatartás, nem egy szélsőséges felfogás, hanem egy olyan magatartásforma, amely értelmében a vállalat kötelességének érzi azt, hogy tegyen a társadalomért, segítse a közjót.

Véleményem szerint a vállalatok társadalmi felelősségvállalása egy olyan újszerű koncepció, melyet a vállalatok saját elhatározásukból gyakorolnak és önös érdekeken túl, szociális és környezeti érdekeket is figyelembe vesznek, és elveiket az etikus vállalati magatartás jegyében hirdetik. A vállalatokkal szemben a fogyasztók egyre nagyobb elvárásokat támasztanak. Azon a vállalatokat, amelyek teljesíteni tudja ezeket az elvárásokat, a fogyasztók vásárlásaikkal fogják „díjazni”. Azon túl, hogy a vállalat jó imázst épít, versenyképességét is növelheti, ha alkalmazza a társadalmi felelősségvállalás koncepcióját. Keveset lehet arról olvasni, hogy a fogyasztók ezt a koncepciót miként értékelik, és egyáltalán figyelemmel vannak-e iránta. Felmérésemet ezért a fogyasztók megítélésének és véleményének megismerése céljából készítettem.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Vizsgálatom során primer kvantitatív kutatást végeztem Egyetemünk hallgatói között. A 21 kérdést tartalmazó kérdőív felmérésemet kereskedelem és marketing szakon 46 fő, turizmus-vendéglátás szakon 57 fő töltötte ki értékelhetően. Kérdéseimet a következő tematika szerint fogalmaztam meg a hallgatók felé, 5 csoportra osztva:

- Demográfiai adatok,
- CSR-rel kapcsolatos ismeretek,
- Környezetre vonatkozó kérdések,
- A társadalom kérdésköre,
- Fogyasztói magatartás vizsgálatát elősegítő kérdések.

A vizsgálat során felállított hipotéziseim az alábbiak voltak:

- (1) A nők tájékozottabbak a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban, vásárlási szokásukat nagyobb mértékben befolyásolják környezeti és társadalmi szempontok.
- (2) A városiak tájékozottabbak a vizsgált témával kapcsolatban, azonban magatartásukban ez kevésbé jut kifejezésre.
- (3) Szignifikáns különbség nem mutatható ki a turizmus-vendéglátás és kereskedelem és marketing szakos hallgatók érdeklődése, tájékozottsága között a vizsgált témával kapcsolatban.

A kérdőívek kiértékelését és hipotéziseim vizsgálatát Windows SPSS rendszerrel végeztem nemparaméteres próbák alkalmazásával (MALHOTRA, 2008; MURRAY, 1995; SZŰCS 2002):

- Kruskal-Wallis próba
- Mann-Whitney-féle U próba
- χ^2 próbát

EREDMÉNYEK

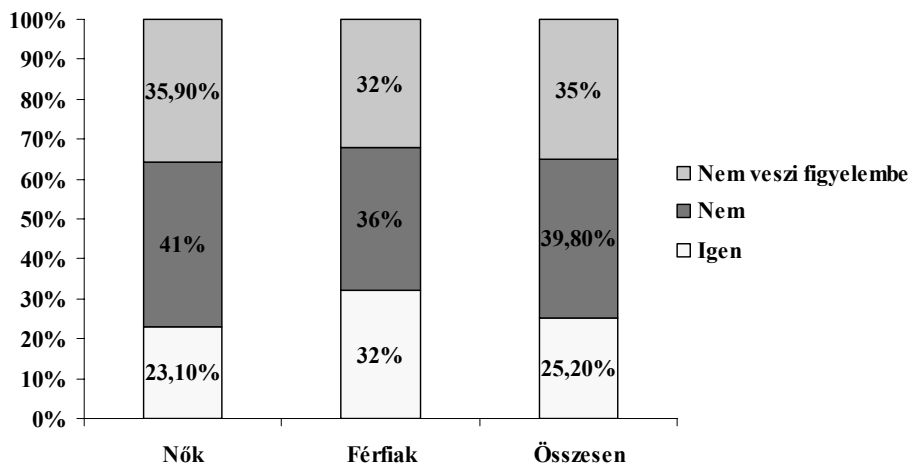
Eredményeimet hipotéziseim mentén ismertetem.

A vizsgálat során felállított elsőszámú hipotézisem az volt, hogy (1) a nők tájékozottabbak a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban, és vásárlási szokásukat nagyobb mértékben befolyásolják környezeti és társadalmi szempontok. A hipotézis első fele nem teljesült, hiszen alig volt kimutatható különbség informáltság tekintetében (hallott róla, tudja mit jelent) a férfiak és a nők között. Arra vonatkozó feltételezésem viszont, miszerint nagyobb mértékben befolyásolja a nőket a környezeti értékek és a társadalmi szempontok védelme, teljesült, vásárlási döntéseik során érzékenyebben értékelték jelen kérdést, melyet a következő ábrák szemléltetnek: „*Vásárolna-e olyan vállalattól, amelyről biztosan tudja, hogy nem vállal felelősséget a*

környezetéért (1. ábra) vagy a társadalomért (2. ábra)?” Nemek tekintetében eltérő válaszokat kaptam.

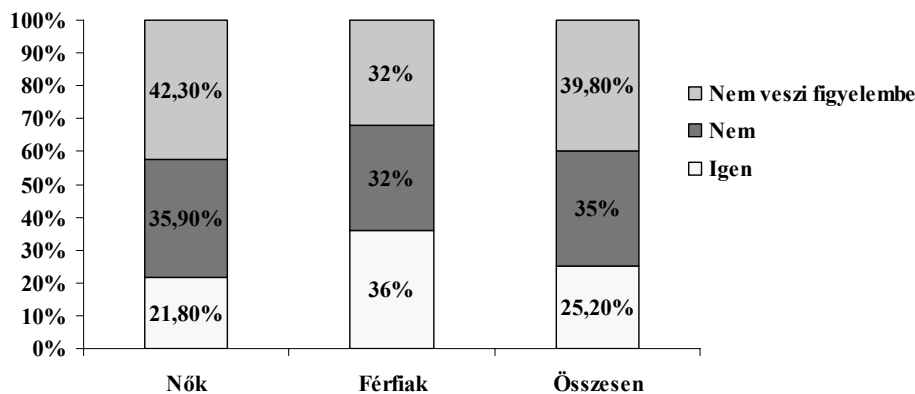
A környezeti kérdésben a nők 23,1%-a vásárolna, tehát igennel válaszolt, míg a férfiak magasabb aránya, 32%-a az olcsóbb termék reményében, környezeti értékeket nem becsülő vállalat mellett voksolna. Habár a százalékokban nagy különbség mutatkozik, mégsem szignifikáns az eltérés. A társadalmi érdekeket negligáló vállalatokat pedig a nők 35,9%-a határozottan elutasítja, ami a férfiaknál alacsonyabb értéket képvisel (32%), de ez a különbség nem szignifikáns, mint ahogyan ezeknek a szempontoknak a figyelmen kívül hagyása sem.

Környezeti értékeket sértő vállalattól a nők 41%-a (32 fő), a férfiaknak pedig 32%-a (9 fő) nem vásárolna termékeket, még ha azt olcsóbban is kínálnák. Társadalmi értékeket nem tisztelő vállalat esetében a nők 35,9% (28 fő) és férfiak 32%-a (8 fő) utasítja el határozottan a vásárlást.



1. ábra: Milyen mértékben támogatják a hallgatók a környezetet nem tisztelő vállalatokat vásárlásaikkal?

Forrás: saját szerkesztés



2. ábra: Milyen mértékben támogatják a hallgatók a társadalmat nem tisztelő vállalatokat vásárlásaikkal?

Forrás: saját szerkesztés

Ezt követően célom az volt, hogy egyfajta sorrendiséget tudjak felállítani azzal kapcsolatban, hogy mit, milyen mértékben tartanak a hallgatók elvárhatónak egy vállalattól, és milyen mértékig toleránsak – vagyis meddig jutalmazták őket ilyen esetekben vásárlásaikkal – ha az megszeg valamilyen etikai szabályt.

Először 1-5-ig terjedő skálán azt vizsgáltam, hogy a felelősség területeinek fontosságának megítélésében van-e eltérés. A pontszámok átlagát az 1. táblázat ismerteti. Kruskal-Wallis tesztet alkalmaztam a szignifikancia vizsgálatára, mely során kiderült, hogy van különbség a kérdések megítélésének pontszámában nemek szerint. Majd Mann-Whitney-féle U próbával ellenőriztem párosával a tényezőket, amelyből a következő eredmények születtek. Azonos megítélést és a legkevesebb pontszámot a 2-es (egész társadalom) és az 5-ös (partnerek) tényező kapta. Ezt követte növekvő sorrendben, vagyis a több pontszámmal rendelkező a 4-es (környezet) tényező pontszáma, amely már szignifikánsan különbözött az előző tényezőktől, vagyis a 2-estől és az 5-östől. A következő, és egyben legfontosabb tényezőknek nevezhető 1-es (fogyasztók), 6-os (dolgozók) és a 3-as tényezők (saját környezet) tartoznak. Az utóbbi három legfontosabb tényező között nincs különbség, de az előzőekben vizsgáltak mindegyikéhez képest már van kimutatható szignifikáns különbség (5%-os szignifikancia szinten). A szórás az adatok változékonyságáról tájékoztat. (1. táblázat)

Nemek tekintetében a felelősség kérdéskörének megítélése során csak egy tényező esetében volt szignifikáns különbség, ami a dolgozók iránti felelősség volt. Megállapítható, hogy az első hipotézisem csak részben teljesült.

1. táblázat: Vállalatok felelőségének mértéke

Tényező	Férfiak		Nők	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
1- fogyasztók	4,40	0,82	4,65	0,68
2- egész társadalom	3,84	0,94	3,92	1,02
3- saját környezet	4,72	0,46	4,76	0,63
4- környezet	4,12	0,97	4,44	0,75
5- partnerek	3,76	1,16	4,05	0,75
6- dolgozók	4,24	0,97	4,78	0,45

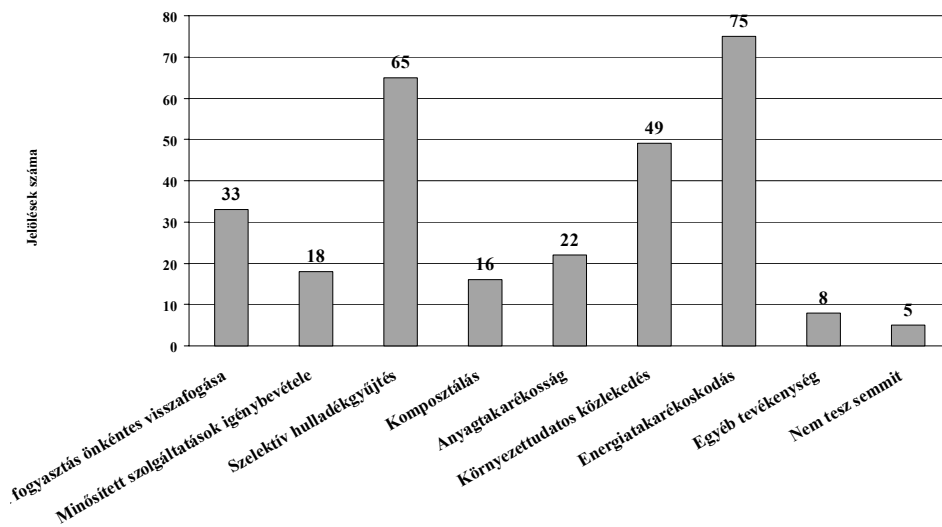
Forrás: saját szerkesztés

Következő hipotézisem melynek értelmében, (2) a városiak nagyobb mértékben tájékozottak a vizsgált témával kapcsolatban, azonban magatartásukban ez kevésbé jut kifejezésre, részben teljesült.

A városiakról elmondható, hogy habár szignifikáns különbséggel nem igazolható, hogy tájékozottabbak, de saját felelőségük (például környezettudatos viselkedésminta gyakorlása) vonatkozásában már kimutatható a szignifikáns különbség. Ennek megállapítása érdekében azt kértem a hallgatóktól, hogy „jelöljék be, hogy mely környezettudatos magatartásformát alkalmazzák.” A hallgatók 95,1%-a (98 fő) alkalmaz valamilyen környezettudatos viselkedésmintát, ami azt jelenti, hogy csupán 5 hallgató válaszolt nemmel.

Statisztikailag nem volt bizonyítható a különbség a válaszadásban nemek és szakok szerint, de lakóhely szerinti bontásban arra lehet következtetni, hogy a vidéken élők nagyobb arányban – bár ez sem bizonyítható statisztikailag a kevés elemszám miatt – alkalmaznak valamilyen környezettudatos magatartásformát, a nemmel válaszolók mindegyike városi.

A válaszadók 72,8%-a (75 fő) az energiatakarékosságra való törekedést választotta, a szelektív hulladékgyűjtést 63,1%-uk (65 fő) és a környezettudatos közlekedést 47,6%-uk (49 fő). A legkevésbé alkalmazott környezettudatos magatartásforma a komposztálás volt. (3. ábra)



3. ábra: Környezettudatos magatartásformák népszerűsége

Forrás: saját szerkesztés

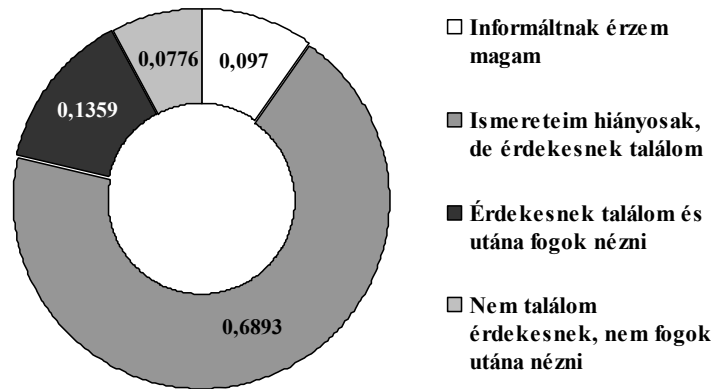
Részben teljesült a harmadik hipotézisem, mely során azt feltételeztem, hogy (3) szignifikáns különbség nem mutatható ki turizmus-vendéglátás és kereskedelem és marketing szakos hallgatók érdeklődése, tájékozottsága között a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban. Bár szignifikáns különbség volt a két szak hallgatóinak tájékozottsága között, érdeklődésükben viszont ez már nem volt statisztikailag bizonyítható.

„Találkozott-e már a társadalmi felelősségvállalás fogalmával” kérdésemre a hallgatók 87,4%-a (90 fő) igennel, míg 12,6%-a (13 fő) nemmel felelt. A szakok közötti eltérés szignifikánsnak mutatkozott, 5%-os szignifikancia szinten. A kereskedelem és marketing szakos hallgatók informáltabbnak tűnnek, 95,7%-uk (44 fő) találkozott már a kifejezéssel, míg a turizmus-vendéglátás szakos hallgatóknak csak 80,7%-a (46 fő). Az eredmény elérése érdekében χ^2 próbát alkalmaztam. A kapott eredmény annak tudható be, hogy a kereskedelem és marketing szakos hallgatók – a kérdőív egy későbbi kérdése alapján, miszerint „nevezze meg, hogy milyen tantárgy keretén belül hallott már erről a témáról” – leírták, hogy ők pl.: ökológiai marketing, marketing kommunikáció, kereskedelem etikája c. tantárgyak keretén belül találkoztak már ezzel a kifejezéssel, míg ezek a tárgyak a másik szakon nem kerülnek oktatásra.

Kérdőívem végén azt kértem a hallgatóktól, hogy jelöljék meg, mennyire érzik magukat informáltaknak, és mennyire találták érdekesnek a társadalmi felelősségvállalás témáját (4. ábra).

Érdekesnek találta, és utána is fog nézni a témának a válaszadók 68,9%-a (71 fő), és 7,8%-uk (8 fő) mondta azt, hogy nem is találta érdekesnek, és nem fog utána sem nézni.

Akik nem hallottak a témáról tanulmányaik során, azon személyek 85,7%-a (35 fő) hiányolta ezt, és fontosnak tartotta volna, hogy halljon róla. Azonban 62,9%-uk (22 fő) még így is rendelkezik némi információval és érdekesnek véli. Szakokra bontva is megvizsgáltam, kereskedelem és marketing szakon 66,6 % (4 fő), turizmus-vendéglátás szakon pedig 62,1% (18 fő) volt az, aki nem tanult a társadalmi felelősségvállalásról, de rendelkezik némi információval és érdekesnek találja.



4. ábra: **Hallgatók informáltsága, véleménye a CSR-rel kapcsolatban**

Forrás: saját szerkesztés

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az üzleti szokások és a társadalmi elvárások egyre határozottabban, és látványosabban készítik arra a vállalatok vezetőit, hogy a szűkebben vett gazdasági célok mellett más, szélesebb társadalmi és közösségi célokat is megfogalmazzanak a vállalat működése során. Azonban a társadalmi felelősségvállalást nem csak a vállalatok oldaláról tartom elvárhatónak, hanem ugyanígy a médiától, a kormányzattól és a fogyasztóktól is. A fogyasztók megítéléséről keveset hallani a témával kapcsolatban, ezért találtam érdekesnek megvizsgálni a véleményüket, informáltsági szintjüket. Kérdőíves felmérésem eredményeként elmondhatom, hogy az egyetemisták nagy érdeklődést mutattak a vállalati felelősségvállalás iránt. Habár az elképzelések megoszlanak a tekintetben, hogy miben és milyen szinten felelősek a vállalatok, azonban egy dologban egyetértés született: környezetükért, munkatársaikért és magáért a társadalomért felelősséggel tartoznak.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Aguirre, A. – Castillo, A. M. – Tous, D. (2003): Administración de organizaciones en el entorno actual. Edición Pirámide, Madrid, 10-13 p. (2) Csáfor H. – Csete M. – Csigéné N. N. – Füle M. – Pálvölgyi T. – Szlávik J. (2009): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása. (Szerk.: Szlávik J.), Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest, 25-63 p., 291 p. (3) Malhotra N. K. (2008): Marketingkutatás. Akadémiai kiadó, Budapest, 504 p. (4) Murray R. S. (1995): Statisztika elmélete és gyakorlata SI mértékegységgel. Panem Kft., Budapest, 383-384 p. (5) Odor K. (2008): Élelmiszer-gazdasági vállalatok környezettudatos magatartásának vizsgálata. Doktori Ph.D. értekezés, Debreceni Egyetem, Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma, Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar, Vidékfejlesztési és Agrárgazdaságtani Tanszék, Debrecen, 17-30 p. (6) Perrini F. (2005): Building an European Portait of Corporate Social Responsibility Reporting. European Management Journal Vol. 23, No. 6, 611-627 p. (7) Szűcs I. (2002): Alkalmazott statisztika, Agroinform Kiadó, Budapest, 552 p. (8) Tóth G. (2007): A valóban felelős vállalat, Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesület, Budapest, 14-55 p. (9) Zsolnai L. (2001): Ökológia, gazdaság, etika. Helikon Kiadó, Budapest, 96-99 p.

