
GYORS TÉNYKÉP

A VÁLLALKOZÁSI HAJLANDÓSÁG ELEMZÉSE A KISKERESKEDELMI ÉS VENDÉGLÁTÓ VÁLLAL- KOZÁSOK PÉLDÁJÁN A BALATON KIEMELT ÜDÜLŐKÖRZETBEN

(The Analysis of the Enterprise Inclination
an Example about Micro, Small and Medium Enterprises
in the Retail Trade and Hospitality Sector
in the Lake Balaton Resort Area)

**PÉTER ERZSÉBET – FEHÉRVÖLGYI BEÁTA –
BIRKNER ZOLTÁN**

Kulcsszavak:

Balaton kiskereskedelem vendéglátás átalakulás vállalkozások

A gazdaságban az elmúlt évtizedekben végbemenő szerkezeti átalakulásból és az üdülési szokások megváltozásának hatásaiból kiindulva a mai vállalkozók motivációit, problémáit és piacmegtartó erejét tárja fel a tanulmány. A mikro, kis- és középvállalkozói réteg jellemzőinek feltérképezése során arra kerestük a választ, hogy a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben jelen lévő gazdaságszociológiai folyamatok hogyan befolyásolják sikerességüket. A turisztikai desztináció fejlődését, az életminőség javítását és a balatoni identitás növelését segíthetik a vállalkozások önfoglalkoztatással, munkahelyteremtéssel. Ehhez azonban nélkülözhetetlen a térségi összefogás és az itt élők együttműködése.

Bevezető

A kutatás célja, hogy feltárja Magyarország egyik legfontosabb turisztikai desztinációjának, a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetnek a sajátosságait, különös tekintettel arra, hogy milyen hatással van a külföldi érdekeltségű kereskedelmi üzletlancok megjelenése a helyi vállalkozásokra. A vizsgálat kiterjed az átalakult kereskedelem feltérképezésére, valamint arra keresi a választ, hogy a szezonális időszak tendenciája és az idelátogatók összetételének változása milyen hatással volt a vendéglátásra. Ezen túlmenően a tanulmány a vállalkozások alapításának motivációja, valamint a cégalapítás éve közt von párhuzamot.

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben, – amely az önálló kutatás színtereként szolgál – megfigyelhető, hogy a szolgáltató szektor súlya növekszik, ami a helyi lakosság számára alternatív jövedelemszerzési lehetőséget biztosít. Ez elsősorban a primer

szektorból kiszoruló munkavállalókat érinti közvetlenül, akiknek szinte ez az egyetlen lehetőségük az elhelyezkedésre. A vizsgálat a térség vállalkozásainak ágazatonkénti bontása mellett a kereskedelmi koncentrációt és a vendéglátás alakulását célozta meg. A fő vizsgálati kérdés az, hogy az idegenforgalom gazdasági prioritása elegendő lesz-e a jövőben ahhoz, hogy ennek a speciális vidéki térségnek a fejlődése meginduljon, vagy ágazati diverzifikációra lesz szükség a fejlődés érdekében.

A kutatás módszertana

Az empirikus kutatás helyszíne – bár nem önálló NUTS 2 szintű régiója hazánkban – funkcionális szempontból akár önálló régió is lehetne, de jelenleg három régióból és három megyéből ölel fel településeket. Somogy, Zala és Veszprém megye települései adják ki a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet (BKÜ) területét. A 164 településből álló üdülőkörzet közel 26 ezer vállalkozás számára ad otthont, mely szám a nyári szezon ideje alatt akár 10%-kal is nőhet. A Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben statisztikai kistérségekre bontva került besorolásra az a mintegy 164 település, amely a 2000. évi CXII. Törvény, a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Területrendezési Szabályzat alapján a kutatás helyszínéül szolgált. Reprezentatív felmérés készült mintegy 300 kérdőív lekérdezésével. A lekérdezési arány a teljes sokasághoz képest a kiskereskedelemben tevékenykedő vállalkozások esetében 2,64%-os, a vendéglátásban tevékenykedő vállalkozásoknál 3,07%-os volt. A kérdőív lekérdezése 2005 májusától 2006 márciusáig tartott. A minta kiválasztása során szem előtt tartottuk a vállalkozások számát, valamint a módszertani kistérségek szerinti megoszlását. Módszertani kistérségek létrehozására azért volt szükség, mert a statisztikai kistérségek határai és a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet határai nem fedik egymást.

A reprezentativitást biztosította, hogy a vállalkozásokat sorba rendeztük aszerint, hogy part közeli vagy további településeken helyezkednek el, elkülönítve a városban, illetve községekben működőket méretkategóriák, ágazatok és alágazatok szerint is. A mikro, kis- és közepes vállalkozásoknál a mintába kerülés során a véletlen kiválasztás módszerét választottuk (Babbie 2001). 375 vállalkozást kerestünk meg, azonban a felvett kérdőívekből 300 db volt értékelhető, előfordultak hiányosan kitöltött kérdőívek, illetve nehezítette a lekérdezést a válaszadók félelme esetleges utólagos ellenőrzések miatt. A megkérdezett vállalkozások 79%-a mikro, 15%-a kis, 6%-a közepes méretű vállalkozás volt. A kvalitatív vizsgálat során 7 interjú készült, amelyekben a balatoni turizmusra ható gazdasági és társadalmi változások mellett a térségben betöltött meghatározó jelenlétre és a vállalkozói jövőképre kérdeztünk rá. A felállított hipotéziseket korrelációs számítással, regresszió analízissel és kereszttábla elemzés segítségével vizsgáltuk.

Átalakuló gazdaság

Az 1990-es években a magyarországi kiskereskedelem területén alapvető változásoknak lehettünk tanúi a privatizáció következtében. Új vállalkozások jelentek meg a tulajdonosváltások és vásárlói szokások átrendeződése miatt. A külföldről hazánkba beáramló működő tőke egy évtized alatt jelentős változást hozott gazdaságunkban. Az idegen működő tőke jelentős multiplikátor hatásainak köszönhetően új vállalatirányítási rendszereket, új munkaszemléletet, szolgáltatói és pénzügyi hátteret jelentett a gazdaság szereplői számára. A kiskereskedelem a kutatás helyszínének azon területéhez tartozik, amelyben legerősebben érzékelhető a fejlődés. A nagy alapterületen működő kereskedelmi láncok és bevásárlóközpontok a külső tőkebefektetések révén korszerű felszereltséggel és megfelelő termékválasztékkal rendelkeznek. Fejlesztésekkel új hálózatokat és megfelelő disztribúciós rendszereket tudtak kiépíteni. Ezzel egy időben beszűkült a hazai kiskereskedelem, teret vesztek a néhány főt foglalkoztató mikroállalkozások a térségben.

Az élelmiszer kereskedelem válasza a tőkeerős kereskedelmi vállalkozások piaca történő belépésére az volt, hogy egyre erőteljesebbé vált az üzleti láncokba való tömörülés Magyarországon is. Ez az átalakulás lehetőséget teremtett a kisvállalkozásoknak, hogy felvegyék a versenyt a tőkeerős nagyvállalatokkal szemben a kereskedelem területén. Ezzel párhuzamosan a vendéglátás is átrendeződött, ami annak tudható be, hogy a Balatonhoz látogató turisták összetétele átalakult, a nyaralási szokások megváltoztak. Az újabb célközönség modernebb szálláshelyet, jobb kiszolgálást igényelt. A turizmus gyökeres átalakulása az utóbbi két évtizedben a vendéglátó egységek minőségi javulását eredményezte.

A vállalkozások orientációjának szempontjából is több típust különböztethetünk meg a Balatonnál is. „A *termelési orientációjú* vállalatok szerint a siker záloga a lehető legjobb termék- vagy szolgáltatás-minőség, függetlenül a konkrét fogyasztói igényektől. Az *eladás-orientált* vállalatokra az jellemző, hogy azok saját értékesítési igényeiket helyezik előtérbe a fogyasztók igényeinek kielégítéséhez képest. Náluk a fő probléma abban áll, hogy miként találjanak minél több olyan embert, aki vevő lesz szolgáltatásaikra, nem pedig abban, hogy a szolgáltatásaik hogyan felelhetnek meg a fogyasztók lehető legszélesebb körének. A marketing- vagy fogyasztó-orientáció a marketing-koncepció elfogadását és alkalmazását jelenti, vagyis annak tudatosulását, hogy a fogyasztói szükségletek és igények az elsődlegesek.” (Jancsik 2001, 2) Amennyiben egy vállalat fenn akar maradni hosszú távon az elemzett térségben, ez utóbbi szempont szerint kell kijelölnie a fejlesztések irányát.

A Balaton régió települései között egyfajta intraregionális fejlettségbeli eltérés jelentkezett, melynek egyik legfőbb oka a térség vezető iparágának, a turizmusnak a területi koncentrációja. Ennek következtében a partközeli települések térbeli elhelyezkedésükből adódóan jelentős fejlettségbeli előnyre tettek szert a régió további településeihez képest (Molnár 2001).

A balatoni vállalkozók és a helyi lakosok életminőségének javításához nélkülözhetetlen a problémáik alapos megismerése. Melyek az üzlettulajdonosok elsődleges céljai, sikeresnek érzik-e vállalkozásukat, és sikerességüket milyen összetevők határozzák meg? Az előttük lévő akadályokat önállóan vagy segítséggel hárítják-e el? Egy térség megtartó ereje többek közt abban rejlik, hogy munkát biztosít az ott élők számára, akik önfenntartó vállalkozóként vagy megbecsült munkaerőként egész éves jövedelemhez juthatnak. Ezért fontos tudni, hogy a vállalkozók mennyire értékelik alkalmazottaikat, milyen az üzlet nyitva tartása, szezonális jellegű vagy egész évben a fogyasztók rendelkezésére áll.

A vizsgált turisztikai desztináció területi lehatároltságából adódó nehézségek

A Balaton régió gazdaságáról, társadalmáról és közigazgatásáról szólván először tisztázni kell, hogy mit is értünk régióknak. A régió olyan terület, amely közös jellemzőkkel rendelkező relatív egység, melynek ismérvei lehetnek gazdasági, nyelvi, kulturális, kereskedelmi, mezőgazdasági, etnikai vagy akár történelmi szempontból hasonlóak. S akkor válhat jelentőssé, amikor közigazgatás által elismerten és szervezeten határozzák meg, nyilvánítják ki egy régió elismertségét (Lengyel–Rechnitzer 2004).

A különböző tudományágakban a régió fogalmát eltérően definiálják. A régió komplex térszerkezeti egység jellegét, a természeti vagy társadalmi-gazdasági jellemzők, funkciók alapján lehatárolható körzeteket tartják fontosnak. A szociológia a kulturális identitás vagy etnikai sajátosságok alapján kirajzolódó tájakat, a közigazgatáshoz kapcsolódó tudományágon belül a területi igazgatás funkció alapján elkülönített területi egységeket tekintik régióknak (Nemes Nagy 1998; Pálné Kovács 1999; Mészáros 2000).

A régió fogalmának, tartalmának meghatározásában az egyes tudományterületek között nagyok a szemléleti különbségek. A földrajz a térségek gazdasági-társadalmi komplexitását emeli ki. Erről *Probáld Ferenc* (1995, 42) így fogalmaz: „A komplex földrajzi régiók és a lehető legtágabban értelmezett – tehát nem szűk ágazati vagy tervezési szempontok alapján meghatározott – integráns gazdasági körzetek lényegileg azonosak...”.

Fontos vonása a régióknak, hogy társadalmuk összetartozása a tudati szférában is megjelenik, és e regionális identitásnak egyre jelentősebb kulturális, valamint politikai-érdekvédelemvetései vetülete van (regionalizmus). „Az antropológia az etnikai-kulturális, szellemi-tudati összetartozásra helyezi a hangsúlyt, a politológia a hatalom megosztásának folyamatában keresi a régiók szerepét.” (Horváth 1996, 18)

Gazdasági okok is hozzájárulhatnak a régiók kialakulásához. A kulturális értékek azonossága, azok alkotóelemeinek fenntartása szintén meghatározója lehet valamely területi egységnek. A fejlesztés, a jövőépítés érdekében is lehatárolhatnak területi egységeket, amelyek a sajátosságaik – pl. általános elmaradottság, ágazati

válság, munkanélküliek magas aránya, egyoldalú gazdasági szerkezet stb. – miatt egységes megújításra szorulnak.

Az Európai Unió regionális támogatásai régiók, vagy annál kisebb térségek fejlesztésére irányulnak. A támogatásokban részesülő régiókra az EU egy ún. NUTS rendszert alkalmaz (az Európai Parlament és a Tanács 1059/2003/EK rendelete a statisztikai célú területi egységek nomenklatúrájáról), mely 3 fő kategóriából áll. Kiinduló egység a tagállam meglévő közigazgatási egysége (tartomány, régió, megye stb.), a további egységek ezen közigazgatási egységek összevonásából vagy felosztásából képezhetők.

Az európai uniós besorolások szerint a hazánkra vonatkozó méretkategóriák az alábbiak szerint értendők:

- NUTS 1: Nyugat-, Kelet- és Közép-Magyarország (egységek száma: 3; a régió népessége: 3millió fő – 7 millió fő);
- NUTS 2: tervezési-statisztikai régió (egységek száma: 7; népessége: 800 ezer fő – 3 millió fő);
- NUTS 3: megye/főváros (egységek száma: 20; népessége: 150 ezer fő – 800 ezer fő).

További, az EU regionális politikájában hivatalosan nem alkalmazott egységek a lokális 1 és 2, melyek Magyarországon az alábbiak:

- Lokális 1 /NUTS 4: statisztikai kistérség (egységek száma: 174; nincs népesség korlát megszabva);
- Lokális 2: település (egységek száma: 3145; nincs népesség korlát megszabva) (Euvonal 2008).

Napjainkban a területi struktúrák az úgynevezett „mezoregionális” területi keretek közt valósulnak meg. Ez a három megyét magában foglaló rendszer tekint vissza az immár leghosszabb reformkísérleti és tervezési hagyományokra, hiszen az 1996-ban elindult folyamat több mint tíz éve valóság. A régiók kialakításának nagy előnye az Európai Unió elvárásaival való kompatibilitás.

„A hazai közigazgatási térszerkezet három megyés körzetesítési rendszerét (a francia eredetű körzetesítő, provinciásító, jelenlegi nevén «NUTS-osító» rendszert) 1963–1965 között Perczel Károly és Gerle György kezdeményezték, és őket követte az az Országos Településhálózat-fejlesztési Koncepció alkotógárdája, amelynek szerzői Perczel Károly, Kiss István, Gerle György, Major Jenő, Körmendy Klára és Beluszky Pál voltak. Az ő munkájukat értékelve és továbbfejlesztve összegezte és készítette el Bibó István azt a teljes térfelosztási alternatíva sorozatot, amely a magyar közigazgatási jog és alkotmányos tradíciók által biztosítani képes változatok teljes körét, nevezetesen az unitárius, regionális és föderális szerkezeti elem nélküli alkotmány hatalommegosztási lehetőségeit tartalmazta.” (Csalagovits 2005a, 106; 2005b, 78)

Az önálló Balaton régió kialakításával szemben a jelenlegi kormányzat legfőbb ellenérve az, hogy túl kicsi, önmagában nem életképes, nem elég nagy az állandó lakosság szám, tehát, hogy egy NUTS 2 szintű régióknak nagyobb gazdasági és társadalmi egységnek kell lennie.

A Balaton régióinak a mai törvények szerint nincs saját területe, és így értelemszerűen nem lehet saját alanyi jogú finanszírozási forrása sem. A Balaton térségének nem elsősorban a klasszikus területfejlesztés autonóm gazdasági és szociális keretprogramra van szüksége. Sokkal inkább a dunántúli régiókat kiszolgáló humán erőforrás-gazdálkodási rehabilitációs, oktató-átképző és továbbképző bázisokra, amelyek vállalkozási-önkormányzati-kormányzati elemekre épülnek, és a dunántúli térséget a régiók igényei szerint szolgálják ki.

Mivel a BKÜ-ben negyed millió az állandó lakosok száma, és csak a nyári szezon ideje alatt nő jelentősebben, nem éri el a NUTS 2 tervezési-statisztikai régió népességszámát, tehát ez alapján sem sorolható be az előzőekben felsorolt NUTS méretkategóriák közé.

A „Balaton törvény” tervezése óta eltelt csaknem egy évtized alatt változott annyit a politikai és gazdasági környezet, hogy társadalmi szempontból is valóban jogos a törvény újragondolása. Az alapját képező területrendezési terv, amely 1996–1998 között készült, részben ismerethiány, részben pontatlanság következtében több hibát is tartalmazott, így szakmailag is időszerűvé vált a felülvizsgálata.

A felülvizsgálat eredményeként a 2007 februárjában kiküldött egyeztetési anyag készítői felhasználták az elmúlt években végzett településrendezési tervezés ismereteit és tapasztalatait, igyekeztek figyelembe venni az önkormányzati és befektetői igényeket, és alkalmazkodva a területrendezési tervezés törvényben rögzített rendjéhez, minél tökéletesebb összhangra törekedtek a párhuzamosan készülő Országos Területrendezési Tervvel (*Laposa 2007*).

Az átdolgozás során rendkívül fontos szempont volt megtartani a Balaton törvény részletesebb, a balatoni üdülőkörzet gazdag és sokszínű természeti értékeit tükröző szigorú, de rugalmas szabályozását és az üdülés, a turizmus fő vonzerejét adó környezet, valamint a tó védelmét. Az egyeztetési anyag mintegy 10%-kal nagyobb települési, illetve turisztikai fejlesztési területet javasol a hatályos törvényben meghatározottakhoz képest. A felülvizsgálat során ugyan változatlanul cél volt az adottságokkal való fenntartható gazdálkodás, a természeti erőforrások védelme, de bizonyos mértékig figyelembe kellett venni a települések növekedési szándékát is. A törvény továbbra is csak az infrastrukturális feltételek megléte esetén engedi az építkezéseket, és úgy szabályozza a települések fejlődésének térbeli lehetőségét, hogy a környezet- és természetvédelmi, valamint tájéskészítési szempontokat is kiemelten figyelembe veszi. A tájjelleg megőrzése érdekében a beépíthető külterületi földrészlet nagysága továbbra is differenciált és az országos szabályozásnál szigorúbb (*Laposa 2007*).

Az M7-es autópálya csomópontjaiban ugyanis a csomópontokhoz vezető utak mentén a települések mindenhol kérik gazdasági területek kijelölését, és a belterületek – beépítésre szánt területek – is az autópálya irányába bővülnek. Azaz ahelyett, hogy oldották volna a parti sávra nehezedő nyomást és a sűrű beépítést, az autópálya által vonzott beépítésre szánt területekkel tovább vastagszik a parti települési terület, és a nagy kiterjedésű ipari, gazdasági területek megjelenésével változik az üdülőterületi jelleg, valamint további terhelés, forgalomnövekedés és természeti értékcsökkenés következhet be.

A Balaton és az autópálya közti sávban nem lehet ipari tevékenységet folytatni, és a beépítésre szánt területeket is korlátokhoz kötik. A törvénymódosításban a szennyvízkezelés és a háttér településeken a csatornahálózat kiépítésének a határ-ideje is módosult, 2012-ig kell befejezni a munkálatokat.

A Balaton törvény – azaz a 2008. december elsejétől hatályos változások – úgy tűnik, egyelőre nem vonzzák a vártnak megfelelően a befektetőket. A változások értelmében több mint 5 ezer hektárnyi területet minősítenek át beépítésre szánt, illetve fejlesztési övezetté az üdülőrégióban. Lényeges változás a korábbiakhoz képest, hogy az építési engedély kiadásához már nem a települések 60%-os csatornázottsága a feltétel, hanem hogy van-e szennyvíztisztító telep a helyiségben. A Balaton törvény módosításában alapvető prioritásként jelennek meg az ökológiai elvárások, a tájésztétikai, természetvédelmi szempontok, a táj, a település jellegét és az építészeti örökségeket figyelembe vevő szabályozások.

A vállalkozások jellemzői a vizsgált térségben

A vizsgálat során a vállalkozók és az interjúalanyok válaszainak segítségével átfogó képet kaptunk a térség kiskereskedelemben és vendéglátásban tevékenykedő vállalkozásainak helyzetéről. Az 1990-es éveket megelőző időszakban a kereskedelmi szektor nagy része állami tulajdonban volt. A magánosítás és a szerkezeti átalakulások következtében sokan elvesztették munkájukat, és a térségben nagy jelentőségű turizmusra építkezve indították be főként mikrovállalkozásaikat a kilencvenes évektől.

1. TÁBLÁZAT

*A vizsgált minta alágazatok és vállalkozási forma szerinti összetétele
(The Composition of the Examined Sample According to Sectors and
the Combination of Enterprises Forms)*

<i>Ágazatok</i>	<i>Egyéni vállalkozó</i>	<i>Kft.</i>	<i>Bt.</i>	<i>Rt.</i>	<i>Egyéb</i>	<i>Összesen</i>
Kiskereskedelem	123	39	16	6	1	186
Vendéglátás	72	34	6	2	0	114
<i>Összesen</i>	<i>195</i>	<i>73</i>	<i>22</i>	<i>8</i>	<i>1</i>	<i>300</i>

Forrás: Saját kutatások.

A megkérdezett vállalkozók, ahogy ez az 1. táblázaton is látható, közel 2/3-a egyéni vállalkozást működtet. 23%-ban vannak jelen a jogi formaként Kft-t választó cégek. Ez számszerűen 73 vállalkozást jelent, emellett 7,3%-os részarányt képviselnek az Rt-k (a 300-as mintából), amelyek főként közepes méretű vállalkozásokat takarnak az üzleti forgalom és létszám-kategória alapján. A vállalkozási formákat a Balaton környékén az országosnál kisebb méret jellemzi. Az országoshoz viszonyítva a part menti településeken a 10 főnél kevesebbet, a háttértelepüléseken vi-

szont a 10–49 főt foglalkoztató vállalkozások magasabb hányada jellemző a városokban és közepes méretű községekben.

A cég alapításakor a tulajdonos magánvagyonától elkülöníthető vagyonnal rendelkezik, ami egy vállalkozás, vagyis a tőkebefektetés alapfeltétele. A tulajdonlásnak ez a formája biztosítja ugyanis azt, hogy a termelő tulajdon elszakad a természetes személytől, nincs kitéve a személyes vagy családi döntések „szubjektivitásának”, a társaság túléli a „halandó” vállalkozót.

A jogi személyiséggel nem rendelkező társas vállalkozások és a tradicionális (egyéni) vállalkozók, akik tehát nem cégek tulajdonosai, úgy gazdálkodnak, hogy háztartásuk és piaci tevékenységük nem feltétlenül különül el, piaci jövedelmüket a háztartásban elfogyasztják, vagy a háztartás vagyonát/pénzét használják fel üzleti tevékenységük erőforrásként.

A gazdasági forma utalhat arra is, hogy a méretkategória szerinti besorolásnál hová tartozik a vállalkozás. Az egyéni és a jogi személyiség nélküli társas vállalkozások döntő többsége ugyanis ön- és családfoglalkoztató jellegű, esetleg néhány alkalmazottal működik, azaz mikro- vagy kisvállalkozásnak minősül.

A 2. táblázat a vizsgált vállalkozások gyakoriságát és megoszlását mutatja be az alapján, hogy mikor kezdték meg tevékenységüket. A megkérdezett 300 vállalkozó 71%-a 1991 és 1999 között hozta létre vállalkozását. Csupán 30 vállalkozás volt, amely a kilencvenes évek előtt nyitotta meg kapuit és még a lekérdezés ideje alatt is működött. A privatizációs időszakban, – amely a Balatonnál is 1995-ben érte el a csúcát – megugrott a vállalkozó kedv. A rendszerváltást követően ugyanis sorra nyíltak a kis családi vállalkozások, hiszen a mezőgazdaság átalakulása miatt sokan elvesztették állásukat a kisebb településeken. A vizsgált ágazat szerkezeti átalakulását Bacsi és Vizvári 2003-ban megjelent tanulmányukban részletesen vizsgálták (Vizvári–Bacsi 2003).

2. TÁBLÁZAT

A kiskereskedelemben és a vendéglátásban tevékenykedő mikro, kis- és közepes vállalkozások létrejötte a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben
(Date of Establishment of Micro, Small and Medium Enterprises in the Retail Trade and Hospitality Sector in the Lake Balaton Resort Area)

<i>A vállalkozások megalakulása</i>	<i>Gyakoriság</i>	<i>Megoszlás</i>
1990-ben vagy előtte	30	10%
1991–1994 között	124	41,3%
1995–1999 között	89	29,7%
2000–2004 között	48	16%
2005-ben és azt követően	9	3%
<i>Összesen</i>	<i>300</i>	<i>100%</i>

Forrás: Saját kutatások.

A falvakban egyre több ún. „garázsbolt” született a fokozódó munkanélküliség hatására. Ezek az 50 m²-nél kisebb üzletek főként élelmiszer és vegyes kereskedelemmel foglalkoztak, ebben látva a család megélhetésének kulcsát (Kovács 2001).

A 2000 utáni visszaesés több okra vezethető vissza. Elsők között szerepel a turistaforgalom csökkenése és az idelátogatók összetételének változása. A multinacionális vállalatok és a külföldi érdekeltségű vállalkozások megjelenése a térségben rányomta bélyegét a mikro- és kisvállalkozások üzleti forgalmára és beruházási kedvére.

KSH (2006) adatok alapján a BKÜ-ben található vállalkozások 66,5%-a egyéni vállalkozásként működik, a többi társas vállalkozás. Az egyéni, mikro-vállalkozások nagy része a válaszok alapján ún. „kényszervállalkozásként” indult. A többség azért kezdett a kiskereskedelemben vagy vendéglátásban tevékenykedni, hogy saját és családja megélhetését biztosítani tudja, ők főként a kilencvenes évek elején nyitották meg az üzletüket. 1994 előtt a kutatásba bevont vállalkozók 51,3%-a kezdte el üzleti tevékenységét. Általában egy bejelentett alkalmazottal vagy családi kisegítővel dolgoztak. A motivációs indokok közül a második leggyakoribb az önállóság, függetlenség mielőbbi elérése volt. A rendszerváltás okozta változások miatt (mezőgazdasági telepek felszámolása, valamint a Balaton törvény alapján, amely keretek közé szorítja az ipari tevékenységeket a környezetszennyezés visszaszorítása érdekében) többen elvesztették munkájukat és önfenntartásra törekedtek.

A másik magyarázat arra, hogy ezek a vállalkozások főként mikro-vállalkozásként tevékenykednek az, hogy a balatoni turizmus szezonális jellege miatt nem tudta mindegyikük egész évben nyitva tartani vállalkozását, és alacsony foglalkoztatotti létszámmal dolgozik.

A kis- és főként a közepes méretű vállalkozások többsége egész évben nyitva tart, ők a magasabb életszínvonal elérését és az üzleti okokat jelölték meg fő motivációként. A Balatonnál a második privatizációs csúcs az 1995–1999 közötti időszakra tehető, amikor főként kihívás és üzleti okok miatt, kis- és közepes méretű vállalkozások jöttek létre. A kis cégek tulajdonosai a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben nem feltétlenül vesznek részt személyesen a kisvállalkozásuk munkájában, dolgozhatnak főállásban bárhol másutt – akár egy másik vállalkozásban is, melynek történetesen szintén tulajdonosai –, vagy lehetnek akár nyugdíjasként a kisvállalkozások tulajdonosai is. A Balatonnál sajnos csak a nyári szezon ideje alatt tud a többség haszonra szert tenni, a válaszadók közül többen jelezték, hogy a téli időszakban a nyitva tartás szünetel. Mivel leginkább egyéni vállalkozásként, illetve Kft.-ként működik a kutatásban részt vevő vállalkozások többsége, ennek megfelelően a kiskereskedelemben és a vendéglátásban is egy tulajdonosa van az üzletnek (72%, illetve 71%-ban). A kettő vagy annál több tulajdonos az Rt-re és a Bt-re jellemző leginkább, azaz szállodákra és szupermarketekre, illetve 50 főnél többet foglalkoztató vállalkozásokra.

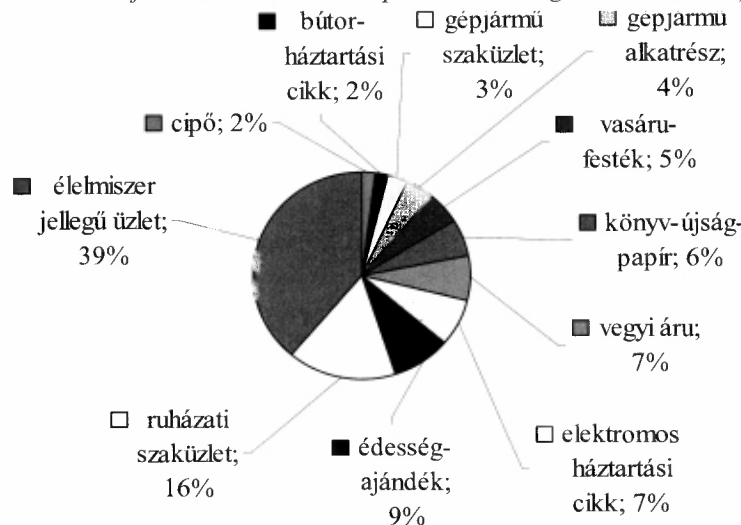
Ágazatok megoszlása

A kiskereskedelmi ágazaton belül az élelmiszer jellegű üzletek száma kimagasló értékeket mutatott (39%) a vizsgálatba bevont vállalkozók körében (1. ábra). Ezt 16%-os aránnyal követi a térségben szintén jelentős számban előforduló ruházati szaküzlet. Az említett két alágazat mellett az édesség-ajándék jellegű üzletek azok, amelyek az idegenforgalomhoz köthetők. A térségben élők igényeit mindezen üzletek 1/3-a is kielégítené. Azonban az idelátogató turisták miatt nem csak a szezon ideje alatt, hanem egész évben több üzletre lenne szükség, hiszen egyre elterjedtebb a gyógy- és a wellness turizmus, ami egész évben vonzza a látogatókat (Darabos 2001).

Közel azonos arányban vannak jelen a könyv-újság-papír-áru, vegyi áru és háztartási cikk szaküzletek, valamint a gépjármű alkatrész szaküzletek is. A legkisebb arányban a gépjármű szaküzletek képviselik magukat, de ezek általában egy márkanév alatt országosan vannak jelen a piacon, illetve a bőr-áru és cipő üzletek, valamint a bútor- és háztartási cikk szaküzletek, amelyek nagy hányada mikro-vállalkozásként tevékenykedett a Balatonnál.

1. ÁBRA

A kiskereskedelembe tevékenykedő vállalkozások alágazatok szerinti megoszlása, 2006
(Distribution of the Retail Trade Enterprises According to Sectors, 2006)



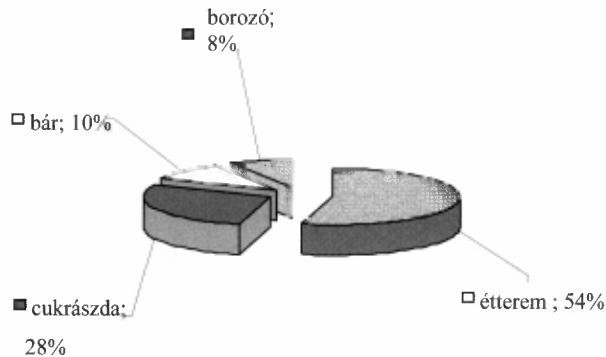
Forrás: Saját kutatások.

A part menti településeken található a legtöbb vendéglátóhely. Ezek közül is kimagasló arányban vannak jelen a nyári szezon idején az éttermek (54%) (2. ábra). A cukrászdák és éttermek azonban nem egész évben tartanak nyitva, mivel nem látogatja annyi turista a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetet a téli évszakban. A bárók és borozók közül is több bezár ezen időszakban, azonban ez utóbbiak létjogosultsága

nagyobb a háttértelepüléseken, sok községben az egyetlen szórakozási lehetőséget biztosítják az ott élők számára egész évben.

2. ÁBRA

*A vizsgált vendéglátóhelyek ágazatok szerinti megoszlása, 2006
(Distribution of the Catering Establishments According to Sectors, 2006)*



Forrás: Saját kutatások.

Demográfiai ismérvek

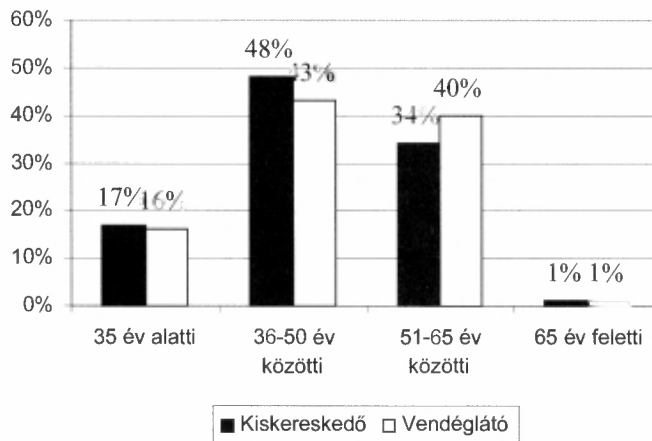
A vizsgálatba bevont személyek nem és kor szerinti összetétele, valamint iskolai végzettsége is befolyásolhatja a vállalkozás ágazatok szerinti megoszlását és az üzlet sikerességével való elégedettség mértékét. A 35 év alatti fiatalok kisebb arányban részesülnek a mintából, hiszen a többség nem rendelkezik megfelelő hitelképességgel vagy egzisztenciával vállalkozása létrehozásához. Akik közül beletartoznak a 16, illetve 17%-ba, szülői támogatással indulnak, vagy családi vállalkozást visznek tovább (ez további válaszaikból derült ki), esetleg kis tőkeigényű vállalkozást üzemeltetnek (3. ábra).

A 35–50 év közötti, erejük teljében lévő emberek többsége a családi megélhetés miatt döntött ezen hivatás mellett, az ő jelenlétük a legmeghatározóbb: a kiskereskedők 48%-a, a vendéglátóhelyeket üzemeltetők 43%-a tartozik az említett korcsoportba. Meghatározó az arányuk az 51–65 év közöttieknek is, akik közül többen válaszoltak arra a kérdésre, hogy „Mi motiválta őket a vállalkozásuk létrehozásakor?” úgy, hogy kényszervállalkozókká váltak a privatizációval együtt járó munkanélküliség következtében. Természetesen vannak, akik kihívást és nagyobb jövedelmezőséget látnak a Balatonban, így tudatosan és nem kényszerből lettek vállalkozók. Az ún. „garázsboltok” születése a gazdaság szerkezeti átrendeződése miatt állástalanná vált emberek és a minimális anyagi háttérrel rendelkező pályakezdők kiütközése volt a kilencvenes évek elején és közepén. A vizsgálatban szereplő vállalkozások nagy részét ekkor jegyezték be, és tulajdonosaik közel fele a 35 év körüli

vagy az alatti korosztályból került ki. Ők 2006-ban, a vizsgálat idején a 36–50 év közötti korosztályhoz tartoztak. Az ön- és családfenntartó vállalkozók jelentős része a kiskereskedelemben tevékenykedett. A vendéglátás egy speciális szaktudást igénylő ágazat a térségben. A különböző korcsoportokba tartozó vállalkozók aránya ebben az ágazatban azért kiegyenlítettebb, mert a befektetések motivációja között itt már számottevő a függetlenség iránti vágy és az üzleti kihívás is. Még, ha némelyik nagyobb befektetett tőkét is igényel, nem köthető közvetlenül korcsoportokhoz.

3. ÁBRA

*A tulajdonosok kor szerinti megoszlása ágazonkénti bontásban, 2006
(Distribution of the Owners According to Sectors, 2006)*



Forrás: Saját kutatások.

A vállalkozók felkészültsége, szakképzettsége szintén fontos kérdése lehet sikeres-ségüknek. A vizsgálatból kiderült, hogy a Balaton menti vállalkozók többsége tanult ember, a középfokú végzettségük mellett jelentős arányban vannak jelen a technikai végzettséggel bírók. A technikai képesítés többsége boltvezetői, illetve üzletvezetői képesítés, ami ma már jogi szempontból elengedhetetlen feltétel, szakmai szempontból pedig előnyös is ezen ágazatokon belül az üzlettulajdonosoknál. Főiskolai vagy egyetemi oklevele a vendéglátóhelyet üzemeltetők közül 31%-nak, a kiskereskedelmi egységet vezetőik közül 24%-nak van. A Balatoni Integrációs Kht. 2003-as jelentése szerint: „a régió belüli regisztrációjú kis- és középvállalkozók 35%-a felsőfokú végzettséggel rendelkezik. 62%-uk beszél valamilyen idegen nyelvet. A vállalkozások 52%-ában már ma is részt vesz a gyermek, kétharmadukban (67%) viszont arra számítanak, hogy a következő generáció továbbviszi a családi vállalkozást.” (Oláh 2003, 35) Az önálló vállalkozói léttel kapcsolatban, 1988-ban végzett, többek között Czakó által készített kutatásból kiderült, hogy azt nagyban befolyásolták a magasabb iskolai végzettség és a vállalkozást megelőző munkahelyi életpálya, valamint a vezetői élet-

szakaszok (Czakó 1997). Az 1993-ban megismételt kutatás szerint a főállású vállalkozók között több a szakmunkás, a nő, és 20%-uk 30 évesnél fiatalabb.

A férfiak aránya nagyobb a vendéglátóhely tulajdonosok között, 68%-kal duplája a nőkének. A kiskereskedelmi vállalkozásokat üzemeltetők nem szerinti megoszlása kiegyenlítettebb, de még itt is a férfiak képviseltetik magukat nagyobb arányban. A nők között magasabb a mellékfoglalkozásúak aránya, a válaszok alapján családi teendőik mellett ők kevesebb időt tudnak szánni az üzletre.

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet vállalkozásainak jellegzetességei

Kutatási eredményeink szerint a vállalkozók a legnagyobb problémát az értékesítésben és a piacbővítésben látták. A többség ugyan rendelkezett az üzlet beindításakor saját tőkével, de sokan kértek segítséget rokonoktól és vettek fel banki hiteleket. Ez azonban a későbbi években likviditási gondokat eredményezhetett a fejlesztéseknél. Általában az EU-előírásoknak történő megfelelésre, minőségjavításra és felújításra költenek a legtöbbet.

A vállalkozók túlnyomórészt egy alkalmazottat foglalkoztatnak, illetve maguk is részt vesznek a vállalkozás működtetésében. 32%-uk 2–5 főt foglalkoztató mikro-vállalkozás. Az összes alkalmazott 94,4%-a bejelentett munkaerőként dolgozik. Az alkalmazottak iskolai végzettségük szerint nagyrészt szakirányú szakmunkás és középfokú végzettséggel bíró, németül alapfokon beszélő munkavállalók. Kis hányaduk angolul és oroszul is kommunikál.

A nyári szezon ideje (4 hónap) a Balatonnál a vállalkozások 53%-ának forgalmát befolyásolta. Ezen belül 24%-ban nagymértékben hatott a forgalomra pozitív irányban. Érdekes eredményre jutottunk a szezonális és a foglalkoztatottak száma közötti korreláció számítás során. Egy negatív előjelű közepes szorosságot kaptunk, aminek az a magyarázata, hogy minél nagyobb méretű egy vállalkozás foglalkoztatotti létszám-kategóriát tekintve, annál kisebb mértékben érinti a szezonális, annál több alkalmazottnak biztosít munkahelyet egész évre, hiszen ezek a vállalkozások nem csupán az idegenforgalomra építenek, hanem többségük beszállítóként a térségen kívül is értékesít. Az idény főként a mikro-vállalkozásokat érinti, akiknek több mint 1/3-a a téli hónapokban zárva tart.

A domináns, nagy alapterületen működő vállalkozások – elsősorban multinacionális áruházláncokról van szó – megjelenése a térségben jelentősen befolyásolta a KKV-k sikerességét, ezen belül is inkább a kiskereskedelmi ágazaton belül működő vállalkozásokét, sajnos nem mindig pozitív irányban. A mikro-vállalkozások úgy vehetik fel a versenyt velük, ha szövetségbe tömörülnek, vagy olyan szolgáltatást nyújtanak, amelyre a konkurencia nem képes. A kis létszámot foglalkoztató kereskedelmi és vendéglátó egységeknek a parttól távolabb eső településeken is van létjogosultsága, ugyanakkor tény, hogy a turistaforgalom élénkülésével a part menti települések előtérbe kerülnek. A tulajdonosok 56%-a tagja valamely érdekérvénye-

sítő szervezetnek is. A legtöbben azonban átlagosnak ítélték vállalkozásuk jövedelmezőségét és sikerességét.

Az üzlettulajdonosok minden döntést lehetőségkölségen értékelnek, a döntés érdekében feláldozott kamatot is figyelembe veszik a legtöbben. A szülők vállalkozása, a függetlenségre való törekvés is befolyásolhatja a döntést (Scharle 2000). Az 1990-es évek elején készült empirikus tanulmányok szerint az alkalmazottakhoz képest az önfoglalkoztatók között magasabb volt a férfiak és az idősebbek aránya (Blanchflower–Oswald 1991).

A kis- és középvállalkozásoknál a tulajdonos az esetek többségében munkavállaló is egyben amellet, hogy a termelés és az értékesítés is az ő feladatköre. Főként mikrovállalkozások esetén, – ha a boltja érdekeit nézi – előfordulhat, hogy a családja egzisztenciáját kell kockára tennie. Ez esetben nem különül el a magánvagyon és a vállalkozás vagyona. A kisvállalkozások fontos szerepet játszanak a foglalkoztatásban, gyakori, hogy a jól képzett munkaerőt is ők termelik a nagyvállalatok számára.

Az összefüggés-vizsgálatok eredménye

A vállalkozások létrehozásának motivációja és a vállalkozás alapításának éve között összefüggés mutatható ki.

A rendszerváltás, valamint a kilencvenes évek privatizációs kezdeményezései háttással voltak a munkaerőpiac szerkezeti változásaira, és ez érezte hatását a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben is. A vállalkozás lehetősége a szabad gazdaság, az autonómia és a megteremthető jólét szimbólumává vált, majd a tapasztalatok nyomán ez az illúzió úgy tűnik szertefoszlott. A vállalkozók jövedelem maximalizálásra törekedtek, és élelmesen kihasználták azokat a kikapukat, amelyekre a jogszabályok lehetőséget adtak. Azok a kezdeményezésre kész, viszonylag megalapozott szakmai tapasztalatokkal, piacképes tudással és kapcsolatrendszerrel felvértezett szakmunkások, akiknek erre lehetőségük – és elég bátorságuk – volt, korábbi főállásuk feladásával vagy amellet vállalkozást alapítottak. A szféra növekedésének további oka az életszínvonal megőrzésének, növelésének vágya, a vállalkozói forma ugyanis többféle lehetőséget ad a jövedelemszerzésre, illetve kiegészítésre.

Vizsgálatunk jogosságát és eredményeit alátámasztja az a szakirodalomban máshol is előforduló szemlélet (Botos 2005), hogy a globalizációs kihívások hatással voltak a kisvállalkozásra is. A globális tér szabad kereskedelmet és tőkemozgást mozdított elő. A gazdaságon belül egy-egy multinacionális cég monopolista erőfőlényrel rendelkezik a kisebb cégekkel szemben. Amennyiben a kiskereskedelmet vesszük alapul, a szupermarketek belvárosi betelepülése rontja a mikro- és kisvállalkozások életképességét. Ez utóbbiak nehéz helyzetbe kerülnek a térben koncentrálódn, nyitvatartási idejüket akár 24 órára is kiterjesztő, olcsó árakkal alkufőlényhez jutó nagyokkal szemben. A vállalkozások létrehozásának motivációjával több hazai kutatás is foglalkozott, amelyek többnyire az önfoglalkoztatás munkaerő-piaci modelljét

alkalmazzák. *Róna-Tas* (1994), *Kuczi-Makó* (1996) a családi minta szerepét, a kapcsolati tőkét és a személyes adottságok jelentőségét kutatták. *Laky* (1998) a munkanélküliség hátrányait szerepeltette kutatása változójaként. *Gábor* (1994) tanulmánya jelentős különbséget mutat az önfoglalkoztatók és a munkanélküliek csoportja között. A korábbi vállalatok közötti kapcsolatok széthullása, valamint a bezáruló munkaerőpiac járultak hozzá ahhoz, hogy sok mikro- és kisvállalkozás jöjjön létre.

Véleményünk szerint az egyik jelentős problémát az okozhatja a családi vállalkozások esetén, hogy idegen szakemberek bevonását többnyire mellőzik, a generációk közötti együttműködés nehézkessé válhat, a család anyagi biztonsága fontosabb, mint a kockázatvállalással elérhető üzleti haszon. Előnye az, hogy olcsó és megbízható munkaerőhöz jut a vállalkozás, ami az önfoglalkoztatás elősegítéséhez mindenképpen hozzájárulhat.

Az önfoglalkoztatási ráta növekedésének egyik oka az, hogy a munkavállalók bizonyos csoportja nehezen talál munkát, a másik ok a kibővült lehetőségekben, termékek és szolgáltatások iránti kereslet növekedésében keresendő. Magyarországon ma már ez utóbbi kijelentés vált dominánssá, nagyobb szerepet játszik az üzleti lehetőségek bővülése, mint a munkanélküliség. Amikor beindítanak egy vállalkozást, mérlegel a vállalkozó, hogy mi lenne, ha fizetett alkalmazottként keresné a kenyerét, milyenek az esetleges munkanélküliség költségei, az önállóvá válásnak több előnyét látja-e, mint hátrányát. Továbbá magával viszi a családban öröklött mintákat, valamint megfigyeli a piaci viszonyokat és az aktuális kamatlábat. A 3. táblázatban a cégalapítás éve és a motiváció közötti kapcsolatot vizsgáltuk keresztábrán segítségével, a táblázat értékei a két vizsgált változó közötti kapcsolatot és annak szorosságát, valamint irányát szemléltetik, tulajdonképpen a kombinált gyakoriság eloszlást mutatva. Mindkét esetben nominális változóról van szó. A sorváltozó a független (X), míg az oszlop a függő változó (Y).

Magyarországon a gazdaság szerkezeti átalakulásának következtében, amikor a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben jelentőséggel bíró mezőgazdasági szövetkezeteket és ipari vállalkozásokat privatizáltak, sok helyi lakos maradt munka nélkül. Válaszaikból, – ahogy a 3. táblázat is szemlélteti – az derült ki, hogy azoknak, akik 1991 és 1994 között alapították vállalkozásukat, 27,3%-uk mondta azt, hogy munkája elvesztése miatt kényszerből lett vállalkozó, mivel családja eltartására a turizmushoz kapcsolható vállalkozás elindításában látta a kiutat. A megélhetési gondok leküzdését 9,7%-uk jelölte meg. A második privatizációs időszakban is megjelenik a kényszer-vállalkozás megjelölése motivációként (12,7%), de már csökkenő mértékben. Azon vállalkozások, amelyek üzleti kihívásnak tekintik a befektetésüket, egy magasabb jövedelem elérése érdekében és nem csupán saját, illetve családjuk megélhetésének biztosítékaként, már a nagyobb létszámmal működő kis-, illetve közepes vállalkozások közül kerültek ki. 2000-től 2004-ig a piac egyre telítettebbé vált, a vállalkozói adók kedvezőtlenebbek lettek, így csökkent a vállalkozási kedv is.

3. TÁBLÁZAT

*A motiváció és a cégalapítás éve közötti kapcsolat a teljes mintasokaságra
(Connection between the Year of the Foundation and the Motivation,
in the Full Sample)*

Alapítás éve (X)	A vállalkozások motivációja (Y)					Össze- sen
	Csa- ládi okok	Önállóság, függetlenség	Megélhetési gondok le- küzdése	Kényszer- vállalkozó	Magasabb életszínvo- nal elérése; Üzleti okok, kihívás	
1990-ben vagy előtte	4 1,3%	3 1,0%	8 2,7%	15 5,0%	–	30 10,0%
1991– 1994 között	3 1,0%	3 1,0%	29 9,7%	82 27,3%	7 2,3%	124 41,3%
1995– 1999 között	4 1,3%	7 2,3%	24 8,0%	38 12,7%	16 5,3%	89 29,7%
2000– 2004 között	–	2 0,7%	11 3,7%	28 9,3%	7 2,3%	48 16,0%
2005, illetve azt követően	–	–	2 0,7%	4 1,3%	3 1,0%	9 3,0%
Összesen	11 3,7%	15 5,0%	74 24,7%	167 55,7%	33 11,0%	300 100%

Forrás: Saját kutatás.

Ezzel egy időben a nyaralási szokások is megváltoztak, színvonalasabb kiszolgálást igényeltek a turisták a pénzükért, amit a tőkebevonásra képes vállalkozások tudtak csak kielégíteni. 2005-ben, illetve azt követően a vizsgált időszak alanyainak csak 3%-a kezdte el tevékenységét. Ez a szám valószínűleg magasabb, de az empirikus vizsgálatok 2006-ban lezárultak, ebből további következtetéseket nem lehet levonni.

Összességében, a kutatás során a 300-as mintánál 5%-os eltérést, azaz hibavalószínűséget engedtünk meg (4. táblázat). A vizsgált vállalkozások esetén tapasztalt szignifikanciaszint alapján a hibaérték a megengedett határértéket nem lépi túl, így a H_0 hipotézist elvetjük, miszerint nincs összefüggés a két változó között. Az alapítás évétől függően szignifikánsan eltérőek a vállalkozás alapításának motivációi.

4. TÁBLÁZAT

*A motiváció és a cégalapítás éve közötti kapcsolat eredménytáblája
(The Result Table of the Connection between the Year of the Foundation and the Motivation)*

	Érték	Szignifikancia
Pearson féle Khi-négyzet próba	36,639	0,002
Phi-együttható	0,349	0,002
Cramer féle V együttható	0,175	0,002

Forrás: Saját kutatás.

Az elemzés során kiszámítottuk a Khi-négyzet alapú statisztika segítségével a Cramer-féle asszociációs együtthatót. Itt a szignifikanciaszint alapján elfogadható az a hipotézis, miszerint a vállalkozás létrehozásának motivációja a vállalkozás alapításának évétől függ.

Cramer féle V együttható kiszámítása:

$$V = \sqrt{\frac{36,639}{4 \times 300}} = 0,175$$

A khi-négyzet próba értéke ebben az esetben 36,639-es értéket mutat. Minél nagyobb ez az érték, annál erősebb az összefüggés a vizsgált változók között. Bár a szignifikancia szint minden esetben a megengedett határértéken belül van és a kapcsolat kimutatható, mégis értéke gyenge a Cramer-féle asszociációs együttható eredménye szerint. A motiváció és az alapítás éve közötti eredmények nem tekinthetők véletlennek. Az alapítás éve, mint függő változó a vállalkozások létrehozásának motivációjában szerepet játszik, de emellett még más változók is közreműködhetnek a döntésben. Jelenlegi vizsgálatunk azt mutatja, hogy a két privatizációs csúcsidezőszak a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet vállalkozásaira is hatással volt, és a privatizáció „vesztéseiből” olykor nyerteseket csinált a turizmushoz kapcsolódó ágazatokon belül. Voltak vállalkozások, amelyek kényszerből, megélhetési problémák áthidalása következtében indultak, de a lekérdezés idején, immár 10 évvel később is a Balatonhoz látogató turistákból és a helyi lakosság igényeiből éltek. A kilencvenes évek második felében azonban sok, főként kis- és közepes vállalkozás kezdett el vállalkozni a turisztikai desztinációban üzleti kihívást, magasabb élet-színvonal elérésének lehetőségét látva a térségben.

Azon kiskereskedelemben tevékenykedő vállalkozások, akiknek cége beszállítóként tevékenykedett már más cégeknél, nem érzik sikeresebbnek magukat az önálló vállalkozásoknál.

Az eredmények szerint azon kiskereskedelemben tevékenykedő vállalkozások, amelyek beszállítóként is tevékenykednek más cégeknél, nem feltétlenül érzik magukat sikeresebbnek azoknál, akik teljesen függetleníteni tudják magukat a Balaton térségében. Ez azzal magyarázható többek közt, hogy a turizmusból profitáló térségben a nyári szezon idején túl nem minden vállalkozás képes arra, hogy egész évben nyitva tartson. Részben megoldás lehet számukra, ha beszállítói más cégek-

nek, ami a szakirodalom szerint is igazolt függő kapcsolatot jelent, azonban sokszor egyetlen kulcsa az egész éves nyitva tartásnak. A vizsgált vendéglátó egységekre ez kevésbé vonatkozik. A háttértelepüléseken lévő vendéglátó egységek létjogosultsága sok esetben megmaradt, mint a helyi közösség találkozásának színtere. A part mentén sokan közülük a nyári szezon ideje alatt tartanak nyitva, és természetesen akadnak olyanok, amelyek a kulturális programok, gyógyüdülőben pihenni vágyók, vagy a helyi lakosok igényeit kielégítve önállóan is kiválóan megállják a helyüket.

A vállalkozások előző évi beruházásai hatással vannak a mikrovállalkozások üzleti forgalmára.

A harmadik hipotézisünkénél az előző évi befektetések és az üzleti forgalom közötti együttmozgást vizsgáltuk regresszió analízis segítségével, ami a 9 főnél kevesebbet foglalkoztató, mikroméretű vállalkozásokra nyert igazolást. Ezek többnyire egyéni vállalkozásként, illetve Kft-ként működtek. A mikrovállalkozások rendelkeztek a legkisebb induló tőkével. A fejlesztésre irányuló befektetések nagyobb súllyal számítottak e vállalkozások esetén, mint egy közepes vállalkozásnál, ahol a fejlesztésre szánt összeg az üzleti forgalom kisebb hányada. Vagyis az, hogy a hipotézis a mikrovállalkozásoknál nyert igazolást, a beruházások nagyságával és az ehhez szükséges megtérülési idővel magyarázható.

Az elmúlt években a vállalkozásokba befektetett tőke 24%-ban (75 vállalkozás) az EU szabványoknak való megfelelés betartását célozta meg. Az élelmiszer boltok és az éttermek esetében volt jelentősebb megterhelés a HACCP rendszer bevezetése. A beruházások 25%-át (83 vállalkozás) tette ki a minőségjavítást célzó fejlesztés, ezen kívül jelentős részarányt képviseltek azok, akik ingatlan-felújításba kezdtek a fogyasztók magasabb fokon történő kiszolgálása érdekében. A vállalkozások keveset szánnak marketingre, pedig a fogyasztó-orientált üzleti tevékenység nem csak saját fejlődésüket szolgálná, de a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetet is sikeresebbé tehetné.

Következtetések

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet kiskereskedelembe és vendéglátásban tevékenykedő vállalkozásainak helyzetén a gazdaságszociológiai folyamatok megismerésén keresztül lehet javítani. Új fejlesztési irányvonalakkal, a térség helyzetét meghatározó szereplők együttgondolkodással tudják segíteni. A témához kapcsolódó szakirodalom feltárásából és az empirikus vizsgálatokból az alábbi válaszokat kaptuk problémafelvetéseinkre.

Fontosnak tartjuk a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet területi lehatároltságának véglegesítését és egyetlen szervezet gazdasági igazgatása alá vonását. A Balatonnak jelenleg nincs „gazdája”, ami nagy probléma a fejlesztéseknél, pályázatok benyújtásánál, hiszen egyik jelenleg hatályban lévő regionális besoroláshoz sem tartozik. Ugyanakkor mindhárom, területét érintő régió igénybe veszi a saját forrásait a Balaton

fejlesztésére, mely pénzből gyakran másra is kénytelenek költeni saját régiójuk fejlesztése érdekében.

A térség mikro, kis- és közepes vállalkozásainak támogatását központi és helyi szinten együtt kell megvalósítani (adókedvezményekkel). Állami rendeletekkel már (ideiglenes munkavállalói kiskönyv stb.) próbálták fehériteni a gazdaságot, de ez semmiképpen nem jelent biztos megélhetést a munkavállalóknak.

A kilencvenes éveket követően az egyéni vállalkozás egy magasabb presztízs értékű, államilag támogatott tevékenységgé vált. Amennyiben ez a terület újra prioritást élvezne, hosszú távon térségi és gazdasági élénkülést tapasztalnánk.

A térség megtartó ereje növekedne a munkahelyteremtéssel, a kisvállalkozások támogatásával azáltal is, ha ezek a cégek nem csak megélhetésükre és alkalmazottaik bérezésére fordíthatnák üzleti forgalmukat, hanem támogatások és adókedvezmények révén továbbfejlődhetnének. Az intézkedés valószínűleg jobb színvonalú szolgáltatást, esztétikusabb környezetet és munkahelyeket teremtene. A közterhek várható csökkenése a vállalkozások helyzetének javítását eredményezi, amely közvetlenül növelheti a térség megtartó erejét és az üdülőkörzet vonzerejét. Kiemelt prioritást kell, hogy kapjanak a kis- és közepes vállalkozások, amelyek többek közt az üzlethálózatokba való tömörüléssel versenyképesebbé válnának a multinacionális cégekkel szemben, és mérsékelni tudnák a negatív szezonális hatásokat.

A vidék és az üdülőkörzet megtartó erejét nem csupán az idegenforgalomra kell alapozni, hanem nyitni kell más húzó ágazatok felé, ami a térségben tartja a fiatalokat is. Kiutat jelenthet a szezonális foglalkoztatásból a kereskedelmen túl az oktatás, a kutatás-fejlesztés és az egyre erősödő gyógy- és wellness turizmus.

Kiemelt terület a térségmarketing fejlesztése a potenciális és a tényleges látogatók felé. A balatoni imázs fejlesztése jelenleg hagyományos marketing eszközökkel (reklámok, hirdetések) történik. Amit fontosabbnak tartunk, az a szemléletváltás a helyi vállalkozók és a turisztikai desztináció lakosai részéről is, ez pedig az „érzelem és az értelem” együttmozgása. Véleményünk szerint azt kell megérteni és tenni érte – ha a turizmushoz kapcsolódó ágazatokban szeretnének jövedelmezően vállalkozni –, hogy a vendég akkor tér vissza, ha a desztináció turisztikai vonzereje mellett becsülettel bánnak vele, és szíves fogadást követően, jó szívvel várják vissza. Ami például azt jelentheti, hogy ne a szezon ideje alatt felvert árakkal akarja a vállalkozó az egész éves jövedelmét megkeresni úgy, hogy más-más áron értékesít helyinek és külföldinek. A pénzéért kapja meg a vásárló azt a színvonalú terméket, amit kifizetett.

A megváltozott igények és az állami szerepvállalás (üdülési csekk) révén megnőtt a belföldi kereslet azon panziók és szállodák iránt, amelyek a kényelmi turizmus igényeit kielégítve mindent egy helyen kínálnak. Azzal lehetne meghosszabbítani a szezon idejét – az üdülőkörzet azon településein is, ahol nincs meleg vizes forrás, ezért a téli hónapokban kevesebben látogatják –, hogy a már meglévő szálláshely-szolgáltatók fejlesztenek, a jelenleg épülő meleg vizes blokkal, szaunával és egyéb szolgáltatásokkal is kiegészítik kínálatukat, megfelelően az átalakult üdülési szokásoknak. Összefogással, például közeli étteremmel együttműködve félpanziós vagy teljes ellátást kínálhatnak vendégeiknek, ezzel kiegészítve és segítve egymás munkáját. Az ilyen

irányú fejlesztéseknek van létjogosultsága a háttértelepüléseken is, aminek hatására nem csak a látogatottság nő, de munkahelyeket is teremt és növeli az ingatlanárakat.

Egy jó marketingkoncepció felépítése és megvalósítása a mikroállalkozások esetén is segíthetné a befektetések gyorsabb megtérülését.

Tudni kell azonban, hogy a kereskedelmi és a vendéglátó vállalkozások saját fejlesztési célként csupán a turisztikai szuprastruktúra egy részének fejleszthetőségét valósíthatják meg, ez azonban önmagában nem elegendő a turisták vonzására. A fentiek hiánya elriasztó tényező, ezek ma már alapelvárások. A turisták számának és tartózkodásának növeléséhez „komplex élménycsomagot” kell kínálni, amely más típusú vállalkozásokkal való együttműködést feltételez.

Irodalom

2000. évi CXII. törvény, a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Területrendezési Tervének elfogadásáról és a Balatoni Területrendezési Szabályzat megállapításáról.
- Babbie, E. (2001) *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassa Kiadó, Budapest.
- Blanchflower, D.G.–Oswald, A. (1991) *Self-Employment and Mrs Thatcher's Enterprise Culture*. LSE Economic Performance, Discussion paper. no. 30.
- Botos K. (2005) Kisvállalkozások és gazdaságpolitika. – *Polgári Szemle*. 9. <http://epa.oszk.hu/00800/00890/00008/article58.html> (Letöltés: 2008. 02. 20.)
- Czakó Á. (1997) Kisvállalkozások a kilencvenes évek elején. (Vállalkozás és polgárosodás) *Vállalkozások-e a kisvállalkozások? – Szociológiai Szemle*. 3. 93–116. o.
- Csalagovits I. (2005a) Észrevételek a Balaton régió és a dunántúli statisztikai régiók területfejlesztési koncepcióihoz 1. – *Comitatus*. 1–2. 103–109. o.
- Csalagovits I. (2005b) Kiegészítés és javítások a január–februári Comitatus-ban megjelent, „Észrevételek a Balaton régió és a dunántúli statisztikai régiók területfejlesztési koncepcióihoz”. – *Comitatus*. 3. 77–80. o.
- Darabos F. (2001) A Nyugat-dunántúli Régió idegenforgalmi jelentősége és a gyógyturizmus fejlesztésének lehetőségei. – *Falu – város – régió*. 4. 18–20. o.
- EUVONAL (2008) http://www.euvonal.hu/index.php?op=kozossegi_politikak&id=15 (Letöltés: 2008.05.07.)
- Gábor R.I. (1994) Kisvállalkozás Magyarországon – virul vagy satnyul? – *Közgazdasági Szemle*. 7–8. 709–719. o.
- Horváth Gy. (1996) A magyar regionális politika és az európai kihívások. – *Vezetéstudomány*. 1. 17–29. o.
- Jancsik A. (2001) *Turisztikai marketing*. Jegyzet. Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, Veszprém.
- KSH (2006) *A Balaton Üdülőkörzet idegenforgalma*. Központi Statisztikai Hivatal Veszprémi Igazgatóság, Veszprém.
- Kovács E. (2001) *Modernizációs folyamatok egyes dunántúli településeken*. Doktori értekezés. Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Keszthely. 96–97. o.
- Kuczai, T.–Makó, Cs. (1996) *Links between the Resources of Entrepreneurs and the Growth of Businesses*. Kutatási jelentés. MTA Szociológiai Kutatóintézet, Budapest.
- Laky T. (1998) A kisvállalkozások növekedésének korlátai. – *Szociológiai Szemle*. 1. 23–40. o.
- Laposa J. (2007) Balaton-törvény: támadás minden irányból: nincs megállás, tovább nő a beépítésre szánt terület. – *Falu város régió*. 2. 31–33. o.
- Lengyel I.–Rechnitzer J. (2004) *Regionális gazdaságtan*. Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest. 19–35. o.
- Mészáros R. (2000) *A társadalomföldrajz gondolatvilága*. Jegyzet. SZTE Gazdaság- és Társadalomföldrajzi Tanszéke, Szeged.
- Molnár T. (2001) *Társadalmi-gazdasági struktúrák regionális jellemzői a Nyugat-Dunántúlon*. Doktori értekezés. Keszthely.
- Nemes Nagy J. (1998) *A tér a társadalomkutatásban. Bevezetés a regionális tudományba*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest.

- Nemes Nagy J. (2005) *A Balaton régió gazdasági fejlettsége a GDP térségi becslése tükrében*. Kutatási jelentés. R-DATA Bt., ELTE Regionális Földrajzi Tanszék, MTA-ELTE Regionális Tudományi Kutatócsoport, Budapest.
- Oláh M. (2003) Egy rendhagyó régió rendhagyó helyi társadalmáról. – *Comitatus*. 7–8. 27–42. o.
- Pálmé Kovács I. (1999) *Regionális politika és közigazgatás*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs.
- Probáld F. (1995) A regionális földrajz helye a geográfiában. Háttérvázlat. – *Regionális Tudományi Tanulmányok*. 2. 35–63. o.
- Róna-Tas, Á. (1994) The first shall be last? Entrepreneurship and communist cadres in the transition from socialism. – *American Journal of Sociology*. 1. 40–69. o.
- Scharle Á. (2000) Önfoglalkoztatás, munkanélküliség és családi kisvállalkozások Magyarországon. – *Közgazdasági Szemle*. 3. 250–274. o.
- Vizvári, B.–Bacsi, Zs. (2003) Structural problems in the Hungarian agriculture after the political turnover. – *Journal of Central European Agriculture*. 2. 175–184. o.