



International Center for Economic Growth
Európai Központ

MUNKAFÜZET 17.

***SASS MAGDOLNA (MTA KTI) – CZAKÓ VERONIKA (ICEG
EC) – BAKÁCS ANDRÁS (MTA VKI)***

***TÖBB MINT BESZÁLLÍTÓK? A
HÁLÓZATOSODÁS LEHETŐSÉGEI
A HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁSBAN ÉSZAK-
ALFÖLDÖN ÉS ÉSZAK-MAGYARORSZÁGON***

2006. JÚLIUS

6/B Dayka Gábor Street, Budapest, H-1118

Tel: +36 (1) 248-1160 E-mail: office@icegec.hu Web-site: www.icegec.org



International Center for Economic Growth
Európai Központ

MUNKAFÜZET 17.

SASS MAGDOLNA (MTA KTI*) – CZAKÓ VERONIKA (ICEG EC) – BAKÁCS ANDRÁS (MTA VKI**)

***TÖBB, MINT BESZÁLLÍTÓK? A
HÁLÓZATOSODÁS LEHETŐSÉGEI A
HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁSBAN ÉSZAK-
ALFÖLDÖN ÉS ÉSZAK-MAGYARORSZÁGON******

2006. JÚLIUS

*Dr. Sass Magdolna a Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa

**Bakács András a Magyar Tudományos Akadémia Világ gazdasági Kutatóintézetének tudományos munkatársa

***Jelen munkafüzet a VÁTI Kht. megbízásából készült "A hálózatosodás feltételei és lehetőségei a háztartásigépgyártásban Észak-Alföldön és Észak-Magyarországon" c. tanulmány szerkesztett változata.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK.....	3
ELMÉLETI ALAPVETÉS.....	4
1. RÉGIÓ ADOTTSÁGOK	7
1.1. VÁLLALKOZÁSOK HELYZETE	7
1.2. KÖZLEKEDÉSI HÁLÓZAT.....	8
1.3. BRUTTÓ HAZAI TERMÉK	10
1.4. FOGLALKOZTATOTTSÁG, KÉPZETTSÉG ÉS K+F KAPACITÁS	12
1.5. ICT HELYZETE	15
2. ÁGAZATI ADOTTSÁGOK	18
2.1. AZ ÁGAZAT GAZDASÁGI POTENCIÁLJA	18
2.2. KIBOCSÁTÁS VOLUMENE, KIBOCSÁTÁS NÖVEKEDÉSI ÜTEME	21
2.3. PIAC MÉRETE, LEGFONTOSABB PIACI SZEREPLŐK	22
2.4. ÁGAZATSPECIFIKUS TECHNOLÓGIAI FEJLŐDÉS KÉRDÉSEI	31
2.5. FOGLALKOZTATÁS	31
2.6. ÁGAZATI BERUHÁZÁS - AZ ÁGAZAT TELEPÍTŐ TÉNYEZŐI.....	32
2.7. K+F INTENZITÁS.....	33
2.8. A „FEHÉR” TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSOK.....	34
3. A HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁS FELTÉTELEI ÉSZAK-MAGYARORSZÁGON ÉS ÉSZAK-ALFÖLDÖN.....	35
3.1. GAZDASÁGI POTENCIÁL.....	36
3.2. KUTATÁSI POTENCIÁL.....	39
3.3. MUNKAERŐ POTENCIÁL.....	44
3.4. A HÁLÓZATI KAPCSOLATOK BEMUTATÁSA	47
4. A HÁLÓZATOSODÁS, PERSPEKTÍVÁI, LEHETŐSÉGEI A HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁSBAN AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI ÉS AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓBAN	63
5. FELHASZNÁLT IRODALOM.....	68

ELMÉLETI ALAPVETÉS

Az ipari klaszterek kialakulása mind a fejlett, mind a fejletlen országokban több évtizedes múltra tekint vissza. Porter [Nadvi, Barrientos (2004)] definíciója szerint az ipari klaszter „az egymással kapcsolatban lévő, tevékenységük helyszínét tekintve egymáshoz közel fekvő vállalatok és a hozzájuk kapcsolódó intézmények csoportja, amelyek egy adott iparágban tevékenykednek és amelyek közös vonásokkal és egymást kiegészítő tulajdonságokkal rendelkeznek”. Az UNIDO definíciója szerint [Ceglie (2003)] „a klaszterek szektorálisan és földrajzi értelemben koncentráltan elhelyezkedő vállalatok, amelyek egymáshoz kapcsolódó vagy egymást kiegészítő termékeket állítanak elő, ami miatt közös kihívásokkal kell szembenézniük, ugyanakkor közös lehetőségeik is adódhatnak”. Az OECD (2005) definíciója szerint „a klaszterek vízszintesen vagy függőlegesen kapcsolódó, egymással összefüggő üzleti tevékenységekre szakosodott cégek és támogató szervezetek helyi csoportosulásai”. A klaszterek új gondolati keretet biztosítanak a nemzeti, állami, és lokális gazdaságokról folyó diskurzusban.

Michael Porter *The Competitive Advantage of Nations* (Macmillan, London) című könyvének 1990-es megjelenése óta a klaszterek megragadták mind a politikai döntéshozók, mind a vállalkozók figyelmét. Globalizálódó világunkban, ahol a kis- és középvállalkozások egyre inkább részesei a nemzetközi piaci versenynek, a klaszterek fontos szerepet kapnak a cégek versenyképességének támogatásában, mivel növelik a termelékenységet és az innovációt valamint elősegítik új cégek születését.

A klaszterekkel foglalkozó szakirodalom azt is vizsgálja, hogy az ipari klaszterek kialakítása milyen hatást gyakorol az együttműködő vállalatok teljesítményére. Úgy tűnik, hogy a klaszterek ösztönzően hatnak az innovatív és versenyképes kis- és középvállalkozások tevékenységére. A klaszterben résztvevő vállalatok vezetőinek és dolgozóinak helyzetére ugyancsak pozitívan hat a vállalati hálózatok kialakulása [Nadvi, Barrientos (2004)]. Az ipari klaszterbeli tagság segíti a kisvállalatok érvényesülését a globalizált világban. Ha hálózatot alkotnak és egy klaszter tagjaiként, együttesen lépnek fel, megnő az esélyük a globális piacokon való megjelenésre ahhoz képest, mintha különálló aktorokként cselekednének. Ugyanakkor a klaszteresedéssel együtt járó tudásmegosztás segíti őket a környezetvédelmi, minőségi, egészségügyi és biztonsági előírások betartásában, illetve a megfelelő társadalmi szerepvállalás megvalósításában. A követelményeknek

való megfelelés a KKV-k számára jelentős költséget jelent, ugyanakkor a be nem tartásuk jelentős piacvesztést és többek között a dolgozók egészségének veszélyeztetését is eredményezheti.

Ceglie (2003) azonban kiemeli, hogy „nem biztos, hogy a vállalatok közötti együttműködés növekedése, vagy a termelési egyesületek létrehozásába való befektetés automatikusan maga után vonja a KKV-k gazdasági teljesítményének javulását, vagy az életszínvonal növekedését”. Emiatt szükséges a helyi szintű fejlődés és a klaszterek fejlődése közötti pontos kapcsolatok mélyreható vizsgálata, valamint olyan intézkedések kidolgozása, amelyek által a KKV-k együttműködésének támogatása közvetlen pozitív hatást gyakorol a gazdasági teljesítményükre.

A klasztereknek többféle formája létezik, amelyeket különböző osztályokba lehet sorolni. Altenburg és Meyer-Stramer (1999) osztályozása szerint a klaszterfajtákat három csoportba lehet elkülöníteni. Ezek a „túlélési klaszterek”, a „tömegtermelési klaszterek” és a „transznacionális vállalatok köré szerveződött klaszterek”. Az „túlélési klaszterek” általában szegényebb vidéki városok környékén, illetve metropoliszok külvárosaiban találhatók. Olyan helyeken jelennek meg, ahol magas a munkanélküliség. Elsősorban helyi piacra termelnek. A második csoportba sorolt „tömegtermelési klaszterekbe” tartozó vállalatok már technológiailag fejlettebbek, nagymennyiségű terméket állítanak elő, amit főként a helyi piacokon értékesítenek, ugyanakkor exportálnak is, és egyre növekvő nyomás nehezedik rájuk a globális piacok irányából. A harmadik csoport esetében egy vagy több transznacionális vállalat települ földrajzilag közel egymáshoz. Helyi beszállító vállalatokból álló vonzáskörzetük is kialakulhat. A termelés elsősorban a globális, regionális piacokra irányul.

Az Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön a háztartásigép-gyártás ágazatban tevékenykedő vállalatok hálózata az előző tipológia alapján a klaszterek harmadik osztályába, a „transznacionális vállalatok köré szerveződött klaszterek” közé sorolható. Ugyanakkor Jászberény és Nyíregyháza központtal az Electrolux Lehel Kft., mint transznacionális vállalat köré szerveződött beszállítói hálózat számos speciális tulajdonsággal rendelkezik. A beszállítók nagy része az Electrolux Lehel Kft. tevékenység kiszervezése nyomán kezdte meg működését. Mára túlnyomó többségük olyan több lábbon álló vállalat, amely az egyoldalú kiszolgáltatottság megelőzése érdekében nemcsak az Electrolux-nak, hanem más vállalatoknak is beszállítója. Tekintettel arra, hogy az Electrolux a költségcsökkentés kényszere miatt a beszállítói között fennálló minél élesebb versenyhelyzet fenntartásában érdekelt és egyáltalán nem áll érdekében, hogy klaszter szerű együttműködés jöjjön létre a beszállítók között. Olyan „transznacionális vállalatok köré szerveződött klaszter”-rel van

tehát dolgozunk, ahol a klaszter létrejöttének legfontosabb előfeltételei (földrajzi közelség, közös lehetőségek, közös veszélyek, egymással kapcsolatban álló termékek) jelen vannak. Ugyanakkor csak a különböző típusú részegységek beszállítói között képzelhető el klaszter szerű együttműködés, a transznacionális vállalat kimarad a kooperációban való részvételből, nem támogatja azt.

1. RÉGIÓ ADOTTSÁGOK

1.1. VÁLLALKOZÁSOK HELYZETE

2002-ben Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön is 64% volt az egyéni vállalkozások és 36% a társas vállalkozások részaránya az összes vállalkozás között. 2005 szeptemberében Észak-Magyarországon összesen 101940 vállalkozás volt, aminek 66%-a egyéni vállalkozás és 34%-a társas vállalkozás. Az Észak-Alföldön 131109 vállalkozás volt összesen 2005 szeptemberében, aminek 65%-a egyéni vállalkozás, 35%-a pedig társas vállalkozás. Megállapíthatjuk tehát, hogy a 2002-ben tapasztaltakhoz képest egyik régióban sem változott szignifikánsan az egyéni és a társas vállalkozások aránya.

Észak-Magyarországon 2005 első félévében 1000 lakosra 80 vállalkozás jutott. 2002-ben összesen 76973 vállalkozás volt, ami 75,5%-a a 2005 szeptemberi számnak. A társas vállalkozások szerkezetéről elmondható, hogy túlnyomó többségük tíz főnél kevesebbet foglalkoztató mikrovállalkozás. A társas vállalkozások száma tevékenység szerint az ingatlanügyletek, gazdasági szolgáltatások; a kereskedelem, javítás; és az ipar, építőipar területén a legmagasabb Észak-Magyarország régióban.

Észak-Alföldön 2005 első félévében 1000 lakosra 85 vállalkozás jutott. 2002-ben összesen 99544 vállalkozás volt, ami 76%-a a 2005 szeptemberi vállalkozás-számnak. A társas vállalkozások szerkezetéről itt is elmondható, hogy túlnyomó többségük tíz főnél kevesebbet foglalkoztató mikrovállalkozás. A társas vállalkozások száma tevékenység szerint a kereskedelem, javítás; az ingatlanügyletek, gazdasági szolgáltatások; és az ipar, építőipar területén a legmagasabb az Észak-Alföld régióban.

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Gazdaság- és Vállalkozáselemzési Intézetének (MKIK GVI) empirikus vállalati felvételének¹ eredménye szerint az országban a veszteséges vállalatok aránya Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében a legmagasabb (18,9%). Heves (14,6%) és Borsod-Abaúj-Zemplén (13%) megyében ugyancsak magas szintet ért el a veszteséges vállalkozások aránya.

¹ MKIK GVI Kutatási Füzetek 2005/1, *A kis- és középvállalkozások foglalkoztatási, üzleti helyzete és kilátásai 2004-2005*. Egész országra kiterjedő kutatás, a kérdőívet 3586 megkérdezett töltötte ki.

A felmérés szerint Észak-Magyarország és Észak-Alföld régiók megyéi közül Szabolcs-Szatmár-Bereg és Nógrád megyében volt a legmagasabb a fizikai foglalkoztatottak aránya a vállalatoknál, ugyanakkor Heves megyében (87%) volt a legmagasabb a szakképzettek aránya a fizikai foglalkoztatottak között. Ez az arány Nógrád megyében is magas, 82% volt. Ugyanakkor Hajdú-Bihar megyében csak 59%-ot ért el a szakképzett fizikai foglalkoztatottak aránya. Ez a legalacsonyabb a két régió megyéi között.

1.2. KÖZLEKEDÉSI HÁLÓZAT

Észak-Magyarország

Az Észak-Magyarország régió közlekedésére alapvetően rányomja a bélyegét a régió kettős településszerkezete. Északon, a hegyvidéki részeken az aprófalvas településszerkezet a jellemzőbb, míg a délebbi sík területeken nagyobb városok találhatók. A közúthálózat sűrűsége kedvező, magasabb az országos átlagnál. Ennek oka nagyrészt az aprófalvas településszerkezet, amely egyben sűrűbb úthálózatot is eredményez. A régió északi részében, ahol sok a kis falu, az ezeket összekötő mellékutak minősége általában rossz. A déli részen szintén gond van az utak minőségével, illetve több település megközelíthetősége nehézkes, annak ellenére, hogy a régió útjainak burkolat összetétele sokat javult az elmúlt években.

A gyorsforgalmi utak tekintetében jelentős javulás következett be az elmúlt években Észak-Magyarországon, hiszen az M3-as autópálya megépítésével jelentősen nőtt a térség gyorsforgalmi úthálózata. 2003 végére 130 kilométernyi autótűt és autópálya volt a térségben, melyből 75 km Heves megyében, 55 km pedig Borsod-Abaúj-Zemplén megyében volt megtalálható. 2004-ben azonban átadták az M30-as gyorsforgalmi utat, amely Miskolcot köti össze az M3-assal, így tovább bővült a gyorsforgalmi úthálózat.

A vasúti infrastruktúra és közlekedés vonatkozásában a leginkább meghatározó fővonalat a Budapest-Miskolc vasúti fővonal jelenti. Ezen az útvonalon bonyolódik a régió legnagyobb forgalma, e vonal meghosszabbítása pedig fontos nemzetközi útvonal Szlovákia irányába. A legnagyobb vasúti csomópontok a régióban Hatvan, Füzesabony, Miskolc és Szerencs, ahonnan elérhető a többi megyeszékhely. Az említett pályaudvarokról számos mellékvonal is indul. A vasútállomással rendelkező települések aránya a településszerkezetből adódóan relatíve alacsony, mindössze 29%. A régión belül ez úgy oszlik meg, hogy a legmagasabb Heves megyében (35%),

míg a legalacsonyabb Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, mindössze 28%. Érdekes ugyanakkor itt megjegyezni, hogy helyközi buszjárással a települések közel 100%-a megközelíthető, mindössze egy Borsod-Abaúj-Zemplén megyei település nem közelíthető meg ily módon.

Észak-Alföld

Az Észak-Alföld régió közúti hálózatának hossza alapján megállapítható, hogy közúti hálózatának sűrűsége a Dél-Alföld után a legritkább az országban, és jóval az országos átlag alatt van, 27,4 kilométer közút jut 100 négyzetkilométerre (az országos átlag 32,8 km). Annak ellenére, hogy a régió az ország területének 19%-át fedi le, az észak-alföldi utak aránya alig haladja meg a 16%-ot.

A közúthálózat összetételét vizsgálva látható, hogy a közúthálózat fejletlen a régióban. 2003 végén mindössze 7 kilométernyi autópálya volt Észak-Alföldön. Ez az érték valamelyest javult 2004-re, hiszen átadták a forgalomnak az M3-as Polgár és Görbeháza közötti szakaszát (13 kilométer), azonban így is rendkívül alacsony a gyorsforgalmi utak hossza.

Az Észak-Alföld közúti közlekedésében a 4. számú főút jelenti a fő tengelyt, amely mentén a régió három megyeszékhelye is megközelíthető a főváros felől. A közeljövőben azonban Szabolcs-Szatmár-Bereg megye és Hajdú-Bihar megye autópályán is megközelíthető lesz Budapestről, hiszen az M3-as a tervek szerint 2006-ban már eléri Nyíregyházát és Debrecent (M35) is. Az utak minősége gyenge a régióban. A leginkább terhelésnek kitett utak, a forgalmas főutak (leginkább a 4. sz. főút) állapota a legrosszabb. A mellékutak állapota azonban még ezt is alulmúlja, ezek karbantartása sürgős feladat.

A régió vasúti közlekedésében a fő tengelyt a Budapest-Szolnok-Debrecen-Nyíregyháza-Záhony nemzetközi törzshálózati vasúti fővonal jelenti. A vasúti közlekedés azonban eltérő képet mutat megyénként. Míg Jász-Nagykun-Szolnok vasúti infrastruktúrája meghaladja az országos átlagot is, addig a másik két megye esetében éppen ennek ellenkezőjéről lehet beszélni. Jász-Nagykun-Szolnok megye esetében a városok 69%-a a vasúti fővonalra van rákapcsolva, míg ugyanez az arány Hajdú-Bihar megye esetében 37%, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye esetében pedig 35%. Ugyanakkor mindössze három város van az Észak-Alföldön (Máriapócs, Nádudvar és Túrkeve), amelyeknek nincs vasúti összeköttetése.

Összességében a régió vasúti infrastruktúrájának fejlettsége elmarad az országos átlagtól. Bár Jász-Nagykun-Szolnok megye e tekintetben kedvező képet mutat, a másik két megyében a villamosított-

és a kétvágányú vasúti vonalak aránya elmarad az országos átlagtól. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye esetében a településszerkezet adottságából fakadóan a mellékvonalak, kisvasutak aránya magasabb, és ezért az előbb említett tényezők esetében nagyobb az elmaradás. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy Szolnok pályaudvara jelentős kapacitásokat rejt magában (12 fogadóvágány, 16 indítóvágány, 36 irányvágány), míg Debrecen pályaudvara fontos vidéki csomópontot jelent hazánkban.

A Tisza folyami hajózásának kihasználtsága mélyen a lehetséges mérték alatt van. Ennek kínálati oldalról a nem megfelelő infrastruktúra (többnyire elhanyagolt kikötők) illetve az állandósult forgalomkorlátozások, keresleti oldalról pedig a szállítási igények csökkenése a magyarázó tényezői. A régió folyami útjain nincs állandó személyszállítás, csupán néhány menetrendszerű kompjárat üzemel.

Debrecenben található Kelet-Magyarország legnagyobb repülőtere, de ennek esetében is a kapacitások elégtelen kihasználtságáról lehet beszélni. A repülőtér főként charter járatokat fogad, és pozitív hatással van a térség idegenforgalmára, a gyógy-turizmusra. A szolnoki és a nyíregyházi repülőtér kisebb szerephez jut a debreceni repülőtér árnyékában, míg a kunmadarasi repülőteret akár egy teherszállítási tranzitrepülőtérré is lehetne fejleszteni.

1.3. BRUTTÓ HAZAI TERMÉK

Észak-Magyarország

Észak-Magyarország GDP-jét tekintve a legszegényebb régió hazánkban, 2003-ban az egy főre jutó hazai termék az országos átlag 64%-át érte csak el. Itt található az ország egyik legszegényebb megyéje, Nógrád, ahol az egy főre jutó GDP csak az országos átlag 54,1%-át tette ki. Ugyanakkor a régió nem nevezhető homogénnek, jelentős különbségek vannak a megyék között: Heves megye GDP-je (az országos átlag 73,4%-a) lényegesen magasabb Nógrád és Borsod-Abaúj-Zemplén megye (62,8%) hasonló értékénél.

Észak-Magyarországon 2003-ban az egy főre jutó GDP az EU-25 átlagának 38,3%-át tette ki (vásárlóerő paritáson számolva).

2003-ban a bruttó hazai termék Észak-Magyarországon piaci beszerzési áron 1493089 forintot tett ki. Az egy főre jutó GDP 1162000 forint volt. 2002-ben a régióban 463,3 milliárd forint volt a közvetlen külföldi tőke befektetések állománya.

Észak-Alföld

Az Észak-Alföld régióban az egy főre eső GDP 2003-ban az országos átlag 65,3%-át érte csak el. Ezzel Magyarország második legszegényebb régiója. Az Észak-Alföld legszegényebb megyéje Szabolcs-Szatmár-Bereg, ahol az egy főre eső GDP csak az országos átlag 55,4%-át érte el 2003-ban. A régióban Hajdú-Bihar megyében a legmagasabb az egy főre eső GDP a országos átlag százalékában (75,4%), míg Jász-Nagykun-Szolnok megye esetében az arány 65,9%.

Észak-Alföldön 2003-ban az egy főre jutó GDP az EU-25 átlagának 39,1%-át tette ki (vásárlóerő paritáson számolva).

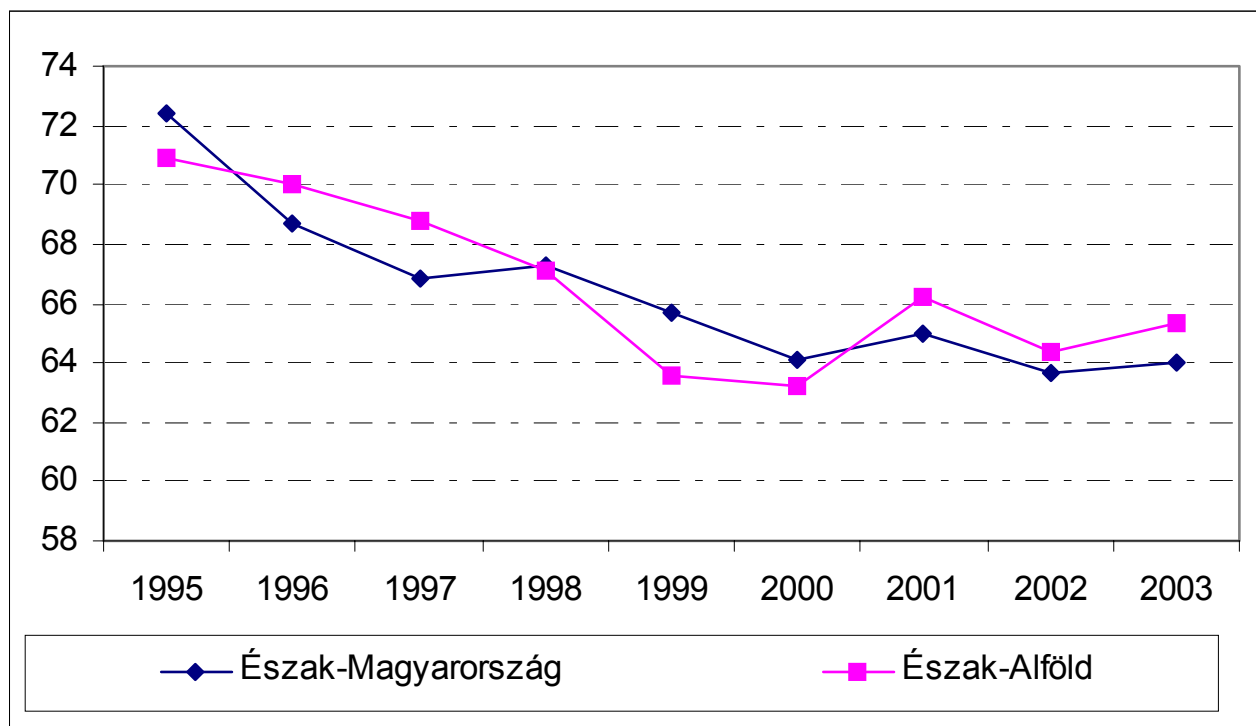
2003-ban a bruttó hazai termék Észak-Alföldön piaci beszerzési áron 1841169 forintot tett ki. Az egy főre jutó GDP 1 187 000 forint volt. 2002-ben a régióban 398,2 milliárd forint volt a közvetlen külföldi tőke befektetések állománya.

Dinamikus vizsgálat

Az 1995 és 2003 közötti időszakban Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön is csökkenő tendenciát mutatott az országos átlaghoz viszonyított egy főre eső bruttó hazai termék. Míg 1995-ben mindkét régióban 70% fölötti volt az arány, 2003-ra 66% alatti szintre esett mindkét esetben.

A két régió helyzete a vizsgált időszak elejéhez képest felcserélődött az országos átlaghoz viszonyított, egy főre eső GDP tekintetében. Míg 1995-ben még Észak-Magyarország foglalt el kedvezőbb helyet, addig 2003-ban (már harmadik éve) Észak-Alföld helyzete volt a jobb.

1.3. Ábra: Az egy főre jutó bruttó hazai termék az országos átlag százalékában
1995-2003



Forrás: KSH

2005. január 1-jén, Észak-Magyarországon 1271000 fő, Észak-Alföldön pedig 1542000 fő volt a népesség száma. Az egy lakosra jutó ipari termelés 2005 első félévében Észak-Magyarországon 671100 forintot, míg Észak-Alföldön 440000 forintot tett ki.

1.4. FOGLALKOZTATOTTSÁG, KÉPZETTSÉG ÉS K+F KAPACITÁS

Észak-Magyarország

Az Észak-Magyarország régióban a legalacsonyabb az országban az aktivitási ráta. A munkanélküliségi ráta nagysága és a tartós munkanélküliek magas aránya szintén nagy problémát jelentek. Jelentős mértékű a munkaerő elvándorlása a régióból. Nagy azonban a régió megyei közötti szórás e tekintetben. Míg Borsod-Abaúj-Zemplén megyének kiugróan a legmagasabb az ország megyei között a vándorlási vesztesége, addig Heves megyére a bevándorlás jellemző.

A felsőoktatás általános fejlődése a térségben is kedvezően érezte hatását a népesség iskolai végzettség szerinti összetételében: az 1990. évi népszámlálás adatai szerint a régióban a 25 évesek és az idősebbek 7,6%-a, míg 2001-ben a 9,3%-a rendelkezett felsőfokú végzettséggel. Székhelyét

tekintve 1995-ben öt intézmény, 2001-ben pedig négy, a Miskolci Egyetem, az egri Eszterházy Károly Főiskola, a Sárospataki Református Teológiai Akadémia és az Egri Érseki Hittudományi Főiskola működött ebben a régióban, ezen kívül jelentősebb főiskolai kihelyezett tagozatok működnek Gyöngyösön, Miskolcon, Salgótarjánban. E tagozatok közül legtöbben a Szent István Egyetem Gazdálkodási és Mezőgazdasági Főiskolai Karán (2003-ban Károly Róbert néven önállóvá vált főiskolán) tanulnak Gyöngyösön, ahol 2001-ben a hallgatók száma megközelítette a 13 ezret, 2003-ban pedig meghaladta a 17 ezret (két év alatt 30%-os létszámnövekedés).

A munkába állási lehetőségek csökkenésével nőtt a továbbtanulók száma, tehát a középiskola után felsőoktatásba beiratkozók, illetve a másoddiplomájukat megszerzők száma. Ennek következtében az esti és a levelező oktatásban részt vevő hallgatók száma 2,2-szeresére nőtt 1995-höz képest. A magyarországi régiók közül itt a legmagasabb a helyi jelentkezők aránya.

A kutatás-fejlesztési tevékenység folyamatosan fejlődött az elmúlt időszakban az Észak-Magyarország régióban. 1995 és 2001 között a kutató-fejlesztő helyek száma 36%-kal emelkedett. 2003-ban 1325 kutatási téma volt folyamatban, ami már 2001-hez képest is közel 50%-os növekedést jelent. A munkában lévő kutatási téma és fejlesztési feladat 30%-a alapkutatás (2001-ben 36%), 34%-a (2001-ben 35%-a) alkalmazott kutatás, 34%-a (2001-ben 29%-a) pedig fejlesztési téma, feladat volt. A munkák 39%-át fejezték be eredményesen, ezzel pedig a régió országos szinten a 2. helyen állt, Budapestet is megelőzve, és az országos átlagot 18%-kal meghaladva. Nemzetközi együttműködés keretében a munkák 14%-a zajlott, a kutatók tudományos eredményeikről összesen 251 könyvben és 2161 szakfolyóiratcikkben számoltak be, ezek közül 23 könyv, és 691 cikk idegen nyelven jelent meg, ami jelzi a nemzetközi összefogású kutatás eredményességét.

Észak-Alföld

Az Észak-Alföld régióban magas a gazdaságilag inaktív népesség aránya. A munkanélküliség szintje az országos átlaghoz képest szintén magas, szerkezete kedvezőtlen (magas a tartós és a pályakezdő munkanélküliek aránya). A munkanélküliek képzettségi színvonala jelentősen elmarad az országos átlagtól. A régió belföldi elvándorlási veszteségének szintje ugyancsak aggasztó. Az elvándorlás Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében a legjelentősebb, de a régió mindhárom megyéjében jellemző tendencia.

Az Észak-Alföldön a többi régióhoz képest nagy számban áll rendelkezésre képezhető és átképezhető, relatíve alacsonyabb bérköltségű munkaerő. A másodlagos munkerőpiac (közhasznú, közcélú foglalkoztatás) kiépült és jelentős tradícióval rendelkezik.

A régió felsőoktatását dinamikus expanzió jellemezte szervezeti, tartalmi téren és a hallgatói létszám vonatkozásában egyaránt. A 2000-ben végrehajtott szervezeti integráció következtében - a korábbihoz képest - több állami finanszírozású kart koncentráló intézmény jött létre, amelyek Debrecen központtal működnek. Az egyetemek és főiskolák integrációja következtében így a régióban is csökkent - mintegy harmadára - a felsőfokú intézmények száma, profiljuk ugyanakkor sokszínűbbé vált.

A Tiszántúl szellemi centrumát jelentő Debreceni Egyetem a tudományok széles skáláját felölelő tizenhárom karral, négy intézettel, valamint három mezőgazdasági kutatóintézettel rendelkezik. Társult intézményként működik két református felsőfokú iskola egyetemi és főiskolai szinten. A helyi régió részesedése a jelentkezők között közel 70%, amivel ez a leginkább régióbázisú egyetem az összehasonlított intézmények közül. A képzés 70%-a nappali képzés kereteiben működik, ami szintén legmagasabb az országban. A levelező képzésre jelentkezők részaránya 29% volt. A jelentkezők száma a 2003/2004-es hallgatói létszám közel harmadát tették ki.

A régió másik két megyéjében ugyan nem folyik helyi székhelyű egyetemi képzés, vannak viszont önálló intézményként működő főiskolák Nyíregyházán és Szolnokon. A régióban összességében többen vesznek részt főiskolai, mint egyetemi képzésben.

A szervezeti struktúrán túlmenően a hallgatók összetétele is átalakult. A nappali képzés mellett egyre népszerűbbé vált a távoktatás és a levelező tagozatos oktatás, illetve az egyetemi és főiskolai képzések mellett a szakirányú továbbképzések és az akkreditált iskolai rendszerű felsőfokú szakképzés.

Az elmúlt évtizedben a hallgatói létszám folyamatosan emelkedett, 2001-ben már az 1995. évinek több mint másfélszerese volt. 2003-ra a hallgatói létszám további 24%-kal emelkedett. Ezzel párhuzamosan az oktatói létszám 15%-kal növekedett 2001-2003 között. A növekedés eredményeként Közép-Magyarország után ez a régió képzeti a legtöbb hallgatót, az ország hallgatóinak közel 12%-át.

A kutató-fejlesztő helyek száma az elmúlt évtized közepéhez képest több mint másfélszeresére nőtt az Észak-Alföld régióban, miközben a kutatói létszám 12%-kal bővült és a kutatási témák, fejlesztési feladatok több mint egynegyeddel gyarapodtak. A régió legfontosabb kutató-központja a Debreceni Egyetem. Jelentős szellemi erőforrást koncentrálnak még a Debreceni Akadémiai Bizottság (DAB), melynek szakbizottságai több száz kutatót aktivizálnak. Az MTA Atommagkutató Intézete Debrecenben pedig az egyetlen olyan hely a régióban, amelynek kutatás, kísérleti fejlesztés az alaptervékenysége.

A 2003-ban folyamatban lévő kutatások 49%-a alapkutatás, melyben nagy szerepe van a fent említett intézményeknek. Az alkalmazott kutatások aránya 28,5%, a fejlesztési kutatásoké 22,5%. Ez jelentős áttrendeződés 2001-hez képest, ahol a folyamatban lévő munkákból az alap-, az alkalmazott kutatás, valamint a fejlesztés aránya 41:31:28 volt. A régióban folyó kutatási témák 5%-a folyik nemzetközi együttműködés keretei között, ami az országos átlag alig több mint felét teszi ki, és ezzel a leggyengébben teljesítő régió ebből a szempontból — jelentősen jobb számokkal sajnos Hajdú-Bihar megye sem rendelkezik. Nemrég új Infopark nyílt meg Debrecenben, ahol 2-3 spin-off cég is megjelent.

1.5. ICT HELYZETE

Észak-Magyarország

A régióban az analóg fővonalak arányát tekintve látható, hogy az észak-magyarországi régió összességében az országos átlag alatt marad. Főként Borsod-Abaúj-Zemplén megyében alacsony a 100 főre jutó analóg fővonalak száma, mindössze 24,5. A másik két megyében ez az érték nagyjából 28, vagyis alig marad el az országos átlagtól (29,8).

A 100 lakosra jutó ISDN vonalak száma 3,7 volt 2003-ban, amely bár elmarad az országos átlagtól, de a keleti országrészben a legmagasabb volt, hiszen Észak-Alföld megfelelő adata 3,3, Dél-Alföldé pedig 2,6 volt. A régión belül az ISDN vonalak arányszámái lényeges eltérést mutattak, hiszen míg Nógrádban mindössze 2,3 vonal jutott 100 lakosra, addig ez az érték Heves megyében elérte a 4,7-et.

A kábeltelevíziós-szolgáltatásokat tekintve azt lehet mondani, hogy a régióban a kábeltelevíziós hálózatra csatlakozás aránya nagyjából az országos átlaggal egyenlő. A régióban 100 lakásból 45 lakás volt rákapcsolva kábeltelevíziós hálózatra 2003-ban. A régión belül ugyanakkor jelentős

különbségek fedezhetők fel, hiszen Nógrádban a kábeltelevíziós hálózatra csatlakozott lakások aránya 29, Borsod-Abaúj-Zemplén megyében pedig ennek közel a duplája, 55,5%. E mutató szerint a leginkább kiemelkedő térségek Eger, Encs és Miskolc, míg például Mezőcsát vidékén nincs lehetőség kábeltelevíziózásra.

A PC-ellátottság mutatója kedvezően alakult az elmúlt években, 2003-ban 100 háztartásból 27-ben volt legalább egy számítógép. Ez bár elmarad az országos átlagtól (31), de a növekedés dinamikája így is figyelemre méltó. 2001-ben ugyanis még mindössze a háztartások 17%-ában volt PC.

Az ADSL lefedettség esetében dinamikus fejlődés következett be 2004-ben. Míg az év elején csupán két tucat település fért hozzá a szélessávú Internet-szolgáltatás e formájához, addig ez a szám az év végére felugrott 92-re, vagyis a települések 15%-ában vált elérhetővé. A lakosság szám oldaláról megközelítve a kérdést mindez azt jelenti, hogy 2004 végén az Észak-Magyarország régió lakosságának 53%-a fért hozzá az ADSL-szolgáltatáshoz. Bár ez az érték a legalacsonyabb a régiók között, mindez megmagyarázható az aprófalvas településszerkezettel.

Észak-Alföld

A régióban az analóg fővonalak aránya lényegesen elmarad az országos átlagtól. Az észak-alföldi régióban 100 lakosra mindössze 24 analóg fővonal jut, míg az országos átlag közel 30. Ez egyben azt is jelenti, hogy ebben a régióban a legalacsonyabb az analóg fővonalak aránya az országban. Bár Hajdú-Bihar és Jász-Nagykun-Szolnok megyében ennél valamivel jobb a helyzet (25,6), addig Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében található a legkisebb arányszám az egész országban, mindössze 21,5 vonal jut 100 lakosra.

Az ISDN vonalakat nézve sem sokkal kedvezőbb a helyzete a régiónak, ugyanakkor ez esetben nem ebben a térségben a legrosszabb a helyzet az országban. 2003 végén a régióban 100 lakosra átlagosan 3,3 ISDN vonal jutott. A régió belül Hajdú-Bihar megyében jobb a helyzet (4,0), míg Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében jóval alacsonyabb az ISDN vonalak aránya.

Ami a kábeltelevíziós-szolgáltatásokat illeti, még rosszabb a helyzet, mint a telefonvonalak esetében. 100 lakásból ugyanis csupán kevesebb mint 30 van rákapcsolva a kábeltelevíziós hálózatra. E tekintetben nincs lényeges különbség a megyék között, hiszen mindegyikben alacsonyabb ez az arány, mint az országos átlag, ugyanakkor van némi különbség azok értékében. Míg ugyanis Hajdú-Bihar megyében 100 lakásból 37,7 lakás van rákapcsolva a hálózatra, addig

ugyanaz az érték Szabolcs-Szatmár-Bereg megye esetében csupán 23,8, amely ugyancsak a legrosszabb érték az országban, gyakorlatilag a hazai átlag fele.

A háztartások számítógéppel való ellátottsága sem mutat jobb képet a korábbiaknál. Ez esetben is megállapítható, hogy Észak-Alföld régióban a legalacsonyabb a PC-vel rendelkezők aránya, mindössze 100-ból 22 háztartásban volt legalább egy számítógép 2003-ban. Ez még akkor is gyenge eredmény, ha figyelembe vesszük, hogy 2001-ben ez az érték még csupán 16% volt. Az országos átlag ugyanis ennél 9%-ponttal magasabb.

Az ADSL lefedettség tekintetében valamelyest kedvezőbb a kép, hiszen 2004-ben közel duplájára nőtt azoknak a településeknek a száma, amelyek hozzáférnek ehhez a fajta szélessávú Internet-szolgáltatáshoz, immár a települések 12%-ában van erre lehetőség. A lakosság arányát tekintve ez azt jelenti, hogy a régió lakosságának 57%-a fért hozzá 2004 végén az ADSL-szolgáltatáshoz. Ez az országos átlagtól még mindig 13%-pontos lemaradást jelent.

2. ÁGAZATI ADOTTSÁGOK

2.1. AZ ÁGAZAT GAZDASÁGI POTENCIÁLJA

A háztartásigép-gyártás ágazata a teljes hazai feldolgozóipar érdekesítésének alig több mint egy százalékát adta 2003-ban. A vizsgált évben 2002-höz viszonyítva az ágazat termelése 10%-kal nőtt 2,9 százalékponttal meghaladva a feldolgozóipar átlagos termelésbővülését. Az alkalmazásban állók száma 2002-ről 2003-ra 0,2%-kal nőtt, míg a feldolgozóiparban ugyanezen időszak alatt 3,2%-kal csökkent a foglalkoztatás. A 2003-as adatok alapján a háztartásigép-gyártás összesen 9504 főt foglalkoztatott Magyarországon. Az ágazatban a fizikai munkát végzők létszáma 7954 fő volt, míg a szellemi munkát végzők létszáma 1550 főt tett ki. Az ágazatban a havi nettó átlagkeresetek 6030 forinttal elmaradtak a feldolgozóipari nettó átlagkeresetektől. A feldolgozóiparhoz viszonyított rosszabb bérezés csak a fizikai foglalkoztatottakat jellemzi. A háztartásigép-gyártás ágazatában dolgozó szellemi foglalkozásúak havi nettó keresete 2003-ban 135500 forint volt, 2829 forinttal több, mint a feldolgozóipari „szellemi átlagkereset”.

1. Táblázat A háztartásigép-gyártás ágazatát jellemző mutatók alakulása 2003-ban

		Máshová nem sorolt háztartási készülék gyártása (TEÁOR kód 297)	Teljes feldolgozóipar
Értékesítés (millió forint)	Összesen	141 090	12 375 364
	Belföldre	36 635	4 762 328
	Külföldre	104 455	7 613 037
Termelékenység indexe (előző év = 100,0)	Termelés	110,0	107,1
	Alkalmazásban állók száma	100,2	96,8
	Egy alkalmazásban állóra jutó termelés	109,8	110,6
Alkalmazásban állók száma állománycsoportok szerint (fő)	Összesen	9 504	721602
	Fizikai foglalkozásúak	7 954	570 958
	Szellemi foglalkozásúak	1 550	150 644
Az alkalmazásban állók havi nettó keresete (Ft)	Összesen	77 102	83 132
	Fizikai foglalkozásúak	65 578	69 550
	Szellemi foglalkozásúak	135 500	132 671

Forrás: KSH, Ipari és építőipari statisztikai évkönyv, 2003

A háztartásigép-gyártás a 297-es TEÁOR kategóriába tartozik. A következő táblázatban feltüntetett adatok csak kétszámjegyű bontásban elérhetőek, maga a háztartásigép-gyártás egy három számjegyű kategória², így a lenti számok csak hozzávetőleges képet adnak az ágazatnak a többi feldolgozóipari szektorhoz viszonyított helyzetéről. Az ágazat körülbelül 5 és fél százalékkal részesedik mind a feldolgozóipari kibocsátásból, mind az exportból. Ez alapján nagyobb ágazatok közé tartozik, exportintenzitása átlagos. A bruttó hozzáadott érték/bruttó kibocsátás hányadost tekintve a feldolgozóipari átlag feletti, és kedvezőbb ez az arány, mint a gépipari ágazatok (pl. az iroda- és számítógépgyártás, híradástechnikai termékek gyártása, vagy a járműgyártás) esetében.

² Az ágazat TEÁOR besorolását lásd a tanulmány végén található I. számú mellékletben.

2.1.a Táblázat A feldolgozóipari szektorok jellemzői, 2003

	NACE/ESA	Szektor	Bruttó hozzáadott érték/bruttó kibocsátás	Részesedés a feldolgozóipari kibocsátásból	Részesedés a feldolgozóipari exportból
1.	33	Műszergyártás	0,42	1,18	0,75
2.	16	Dohánytermék gyártása	0,41	0,59	0,07
3.	26	Egyéb nemfém ásványi termék gyártása	0,37	2,88	1,16
4.	24	Vegyianyag, termék gyártása	0,37	6,32	6,54
5.	36	Bútorgyártás	0,33	1,37	0,77
6.	28	Fémfeldolgozási termékek gyártása	0,32	4,37	2,59
7.	35	Egyéb jármű gyártása	0,31	0,75	0,43
8.	31	Máshova nem sorolt villamos gép, készülék gyártása	0,31	7,76	10,21
9.	22	Kiadói, nyomdai tevékenység	0,30	0,06	0,12
10.	20	Fafeldolgozás, fonottáru gyártása	0,30	1,42	0,98
11.	25	Gumi-, műanyag termék gyártása	0,29	3,71	3,16
12.	29	Gép, berendezés gyártása	0,28	5,60	5,59
13.	23	Kokszgyártás, kőolajfeldolgozás	0,27	4,55	1,76
14.	18	Ruházati termékek gyártása	0,26	2,39	1,93
15.	37	Nyersanyag visszanyerése hulladékból	0,26	0,11	0,03
16.	21	Papír, papírtermék gyártása	0,25	1,69	1,28
17.	D	Feldolgozóipar	0,24	100	100
18.	19	Bőrtermékek gyártása	0,24	0,77	0,54
19.	15	Élelmiszer, ital gyártása	0,23	14,2	5,25
20.	17	Textília gyártása	0,23	1,42	0,99
21.	27	Fémalapanyag-gyártás	0,20	3,41	2,83
22.	34	Közúti jármű gyártása	0,18	13,01	22,14
23.	30	Iroda-, számítógépgyártás	0,15	3,36	6,19
24.	32	Híradástechnikai termékek gyártása	0,11	16,05	24,69

2.2. KIBOCSÁTÁS VOLUMENE, KIBOCSÁTÁS NÖVEKEDÉSI ÜTEME

Nyugat-Európában a legtöbb háztartás már rendelkezik szinte valamennyi háztartási géppel. Ezen a telítődött piacon a keresletet többnyire a „rég” háztartási gépek lecserélése generálja. A kelet- és közép-európai piacok ezzel szemben sokkal jobb növekedési kilátásokkal rendelkeznek, ami elsősorban a háztartások rendelkezésre álló jövedelme növekedésének köszönhető. Bár Kelet- és Közép-Európában a legtöbb háztartás már rendelkezik mosógéppel illetve tűzhellyel a mosogatógép ellátottság még messze elmarad Nyugat-Európától. A Magyarországon eladott háztartási gépek száma évről évre fokozatosan nő. Ez a növekedés átlagosan 1-1,2 százalékponttal meghaladja a háztartási gépek európai piacának volumennövekedését (lásd 2.2. Táblázat).

2.2. Táblázat A háztartási gépek európai és magyarországi piaci volumenének alakulása

Év	Európa*		Magyarország	
	Termék (millió db)	%-os változás az előző év bázisán	Termék (ezer db)	%-os változás az előző év bázisán
2000	127,6	n.a.	1368	n.a.
2001	130,8	2,5	1413	3,3
2002	134,2	2,6	1462	3,5
2003	138,0	2,8	1517	3,8
2004	141,2	2,3	1570	3,5

*Franciaország, Németország, Nagy-Britannia, Belgium, Olaszország, Hollandia, Spanyolország, Csehország, Dánia, Magyarország, Norvégia, Lengyelország, Oroszország, Svédország.

Forrás: Datamonitor Global Household Appliances Industry Profile, www.datamonitor.com

A növekvő vásárlóerő azt is jelenti, hogy a háztartási gépek piacán egyrészt több terméket vásárolnak a fogyasztók másrészt nő a nagyobb értékű jobb minőségű termékek iránti kereslet is. Magyarországon 2004-ben az előző évhez viszonyítva 7,3%-kal nőtt a háztartási gépek piaca (lásd 2.2.a. Táblázat), amelynek értéke tavaly 92,5 milliárd forintot tett ki. Az előrejelzések szerint³ 2009-re a háztartási gépek piacának értéke elérheti az 120 milliárd forintot.

³ Datamonitor: Household Appliances in Hungary, Industry Profile, www.datamonitor.com

2.2.a. Táblázat: A háztartási gépek európai és magyarországi piacának alakulása
(a piacok értéke szerint)

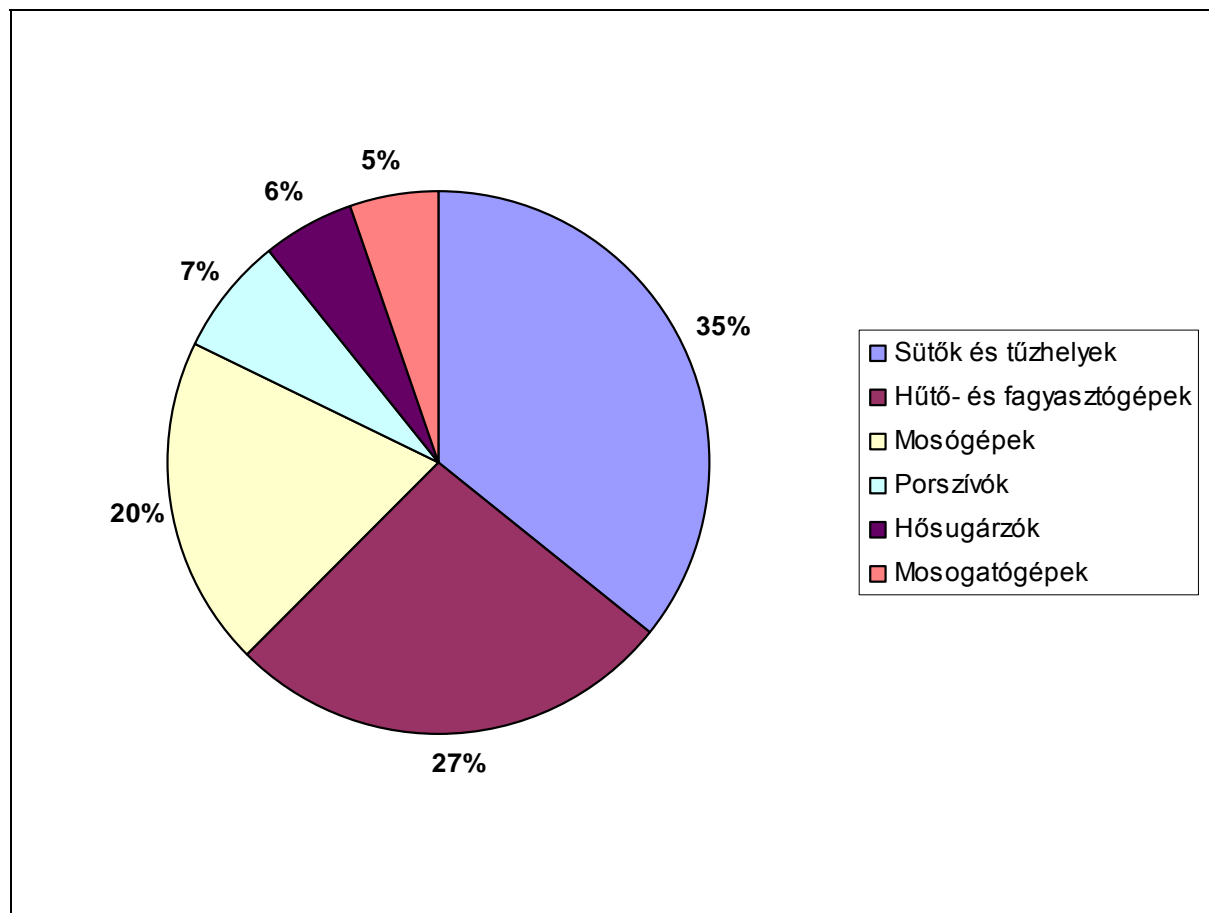
Év	Európa		Magyarország	
	Milliárd euró	%-os változás az előző év bázisán	Milliárd forint	%-os változás az előző év bázisán
2000	35,2	n.a.	73,3	n.a.
2001	35,8	1,6	76,5	4,4
2002	35,8	-0,1	80,4	5,0
2003	36,3	1,6	86,2	7,3
2004	37,0	1,9	92,5	7,3

Forrás: Datamonitor Global Household Appliances Industry Profile, www.datamonitor.com

2.3. PIAC MÉRETE, LEGFONTOSABB PIACI SZEREPLŐK

A háztartásigép-gyártás piaca a kínálati oldalon 6 főbb termékcsoporthból áll: hűtő- és fagyasztókészülékek, tűzhelyek, mosógépek, hősugárzók, porszívók és mosogatógépek. A háztartásigép-gyártás globális piaci értéke 113,2 milliárd dollárt tett ki 2005-ben. A háztartási gépek piacán a legnagyobb piaci részesedéssel 2004-ben (35,7%) a tűzhelyek termékcsoporthot bírt, ezt a hűtő- és fagyasztó gépek követték 26,8%-os piaci részesedéssel. (lásd 2.3. ábra)

2.3. Ábra: A háztartási gépek globális piaca – egyes termékcsoportok részesedése a teljes piac értékéből



Forrás: Datamonitor Global Household Appliances Industry Profile, www.datamonitor.com

A fehér áruk piaca az eltérő fogyasztói szokások és a magas szállítási költségek miatt regionális piacokra töredezik. A fehér áruk európai piacán a négy piacvezető vállalat együttes piaci részesedése 60%-ot tesz ki, míg az amerikai piac sokkal nagyobb koncentrációt mutat: itt a négy vezető vállalat piaci részesedése 90%-os.

A háztartásigép-gyártás európai piacát 4 nagyvállalat dominálja: AB Electrolux, Whirlpool Corporation, Bosch Siemens Hausgeraete GmbH és az Indesit (régiben Merloni Elettrodomestici).

AB Electrolux

Az Electrolux a világ első számú háztartásigép-gyártó vállalata. Évente a világ 150 országában több mint 55 millió darab az Electrolux csoporthoz tartozó terméket vásárolnak. 2004-ben az Electrolux csoport éves árbevétele 121 milliárd svéd koronát (3267 milliárd forintot) tett ki. Ugyanebben az évben a vállalat világszerte 72000 főt foglalkoztatott. Az Electrolux csoporthoz többek között az alábbi márkák tartoznak: AEG, Zanussi, Frigidaire, Eureka és Husqvarna. 2004-ben az Electrolux Lehel Kft. árbevétele 110 milliárd forintot tett ki. 2004-ben 14,4 milliárd forintos beruházással létrehozták az Electrolux Nyíregyházi gyárát. Az Electrolux Lehel Kft. 3300 főt foglalkoztatott 2004-ben.

1991-es megjelenése óta az Electrolux csoport 50 milliárd forintnyi tőkét ruházott be Magyarországon. Az Electrolux csoport egyik legfontosabb termelő bázisa Magyarországon található. Jelenleg Magyarországon állítják elő a legtöbb Electrolux hűtőszekrényt Európában, míg a jászberényi porszívógyár Európa legnagyobb porszívógyára.

Whirlpool Corporation

A világszerte 68 000 alkalmazottat foglalkoztató, 50 gyárral rendelkező amerikai Whirlpool Corporation éves árbevétele 2004-ben 13 milliárd dollárt tett ki. A transznacionális világvállalathoz a Whirlpool márkanév mellett a KitchenAid, Brastemp, Bauknecht, Consul és több más regionális márka tartozik. A Whirlpool Corporation európai központja az olaszországi Comerio-ban található. Kelet- és Közép-Európában a Whirlpool legjelentősebb gyártókapacitása a lengyelországi Wrocław-ban található. 2005 szeptemberében a meglévő mosogatógép és hűtőszekrény gyára mellett a Whirlpool megnyitotta Wrocław-ban tűzhely gyárát is. Magyarországon a vállalat csak értékesítéssel foglalkozó részleget tart fenn Whirlpool Hungária Kft. néven.

Bosch Siemens Hausgeraete GmbH

BSH Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH a stuttgarteri székhelyű Robert Bosch GmbH és a müncheni székhelyű Siemens AG transznacionális közös vállalata, amelynek árbevétele 2004-ben meghaladta a 6,8 milliárd eurót. A Bosch és Siemens márkanevek mellett a vállalatcsoporthoz tartoznak a Gaggenau, Neff, Thermador, Constructa és Ufesa márkák is. A BSH csoportnak világszerte 42 gyára van és 2004-es árbevételük 77%-a Németországon kívülről származott. A Siemens és a Bosch közös vállalata 2004-ben árbevételének 3 százalékát költötte kutatás-fejlesztésre. A BSH csoport foglalkoztatottjainak 41%-a dolgozik Németországban, 30%-uk

Nyugat-Európában (Németország nélkül), 8%-uk Kelet- és Közép-Európában, 4 százalékuk Észak-Amerikában, 7 százalékuk Latin-Amerikában és 10%-uk Ázsiában.

A BSH csoport legnagyobb kelet- és közép-európai gyártókapacitása a lengyelországi Łódz-ban található. A közép-lengyelországi telephelyen mosó- és mosogatógépeket gyártanak, jelenleg pedig egy ruhaszárító-gép gyárat hoznak létre. Magyarországon a BSH csoport csak értékesítéssel foglalkozó részleget tart fenn.

Indesit

A ma Indesit nevet viselő 30 éve alapított Merloni Elettrodomestici háztartásigép-gyártó vállalat a Bosch és az Electrolux legerősebb európai versenytársa. Az 1975-ben alapított cég 1987-ben került az olasz tőzsdére, ugyanebben az évben vette meg az Indesit vállalatot, majd 1999-ben a legnagyobb orosz hűtőgépgyártó vállalatot a Sztinolt. Az akvizíciók sorát a brit Hotpoint megvétele zárta. 1980 óta a vállalat meghúszszorozta árbevételét, amely 2002-ben 2,5 milliárd eurót tett ki. Az Indesit két nyugat-európai gyárat zárta be. Az egyre csökkenő profitráták mellett a nagy háztartásigép-gyártó vállalatok elemi érdeke termelési kapacitásaik áthelyezése az alacsonyabb munkaerő költségű Kelet- és Közép-Európai régióba.

Haier

Bár európai jelenléte még nem számottevő, a fehér áruk piacának egyre megkerülhetlenebb szereplője a kínai Haier vállalat. Kína vezető hűtőszekrény, mosógép és klímaberendezés gyártója több mint 100 országban tart fenn kereskedelmi kirendeltséget.

A Haier cég 2003-ban 9,7 milliárd dolláros árbevételért ért el. Az elmúlt 20 évben éves árbevétele évente átlagosan 70 százalékkal nőtt. A vállalat tengerentúli eladásai elérik az 1 milliárd dollárt. A kis méretű hűtőszekrények és borhűtők amerikai piacán a Haier részesedése 30 százalékos. Európában a légkondicionáló berendezések piacán tudott számottevő (10 százalékos) piaci részesedést elérni.

2.3.1. AZ AB ELECTROLUX SWOT ANALÍZISE

Az AB Electrolux a világ legnagyobb háztartásigép-gyártó vállalata. A transznacionális társaság központja Svédországban, Stockholmban található. Jelenleg mintegy 77 100 főt foglalkoztat világszerte. A világvállalat éves árbevétele 2004-ben 18,2 milliárd dollárt tett ki. Az előző évhez

viszonyítva a cég árbevétele 2,2 százalékkal csökkent. A vállalat 476 millió dollár adózás utáni eredményt ért el 2004-ben ami csaknem 33,9 százalékos csökkenést jelent 2003-hoz viszonyítva.

SWOT analízis

Erősségek	Lehetőségek
<ul style="list-style-type: none"> • Piacvezető pozíció • Electrolux márkák jó imázsa • Hatékony tőkegazdálkodás 	<ul style="list-style-type: none"> • Platformstratégia • Relokáció • Kedvező kilátások a „fehér áruk” piacán
Gyengeségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • Alacsony profitabilitás • Gyenge teljesítmény a gyorsan növekvő piacokon • Csökkenő cash-flow 	<ul style="list-style-type: none"> • Növekvő beszerzési költségek • Kielezett verseny • Szezonálisan ingadozó kereslet • Az EU WEEE irányelve

Erősségek

Piacvezető pozíció

Az Electrolux a világ legnagyobb hűtökészülék, tűzhely, mosógép, láncfűrész, fűnyíró és kerti traktor gyártó vállalata. A lakossági piac mellett, a professzionális gépek piacán is a világ egyik legnagyobb gyártója. A cég mintegy 55 millió darab terméket értékesít évente a világ 150 országában.

Erős márká-imázs

A múltban az Electrolux erős és elismert márkáinak volt köszönhető, hogy versenytársaival szemben jelentősen növelni tudta nyereségességét. Az utóbbi években a vállalat arra törekszik, hogy csökkentse a márkák számát és az Electrolux márkanév tegye a cégcsoport világmárkájává. A vállalat több jól befutott helyi és regionális márkanév birtokol. A vállalat márkaportfóliója az alábbi márkákat tartalmazza: AEG, Electrolux, Zanussi, Ditto, Partner Industrial, Husqvarna, Flymo

és Weed Eater. A cégcsoport piacvezető pozíciója ezen márkák elismertségén és a hosszú évek során elért fogyasztói hűségen alapszik.

Hatékony tőkegazdálkodás

2003-ban az Electrolux mérlegében kimutatott eszközök megtérülése 4,5 százalékos volt szemben az iparág átlagosan 4,3%-os eszközmegtérülésével. Ugyanebben az évben az Electrolux 9,3 százalékos (tőke)hozamot⁴ ért el, míg iparági szinten az átlagos hozam 6,3%-os volt. A csökkenő nyereség ellenére a vállalat hatékony tőkegazdálkodást valósított meg.

Gyengeségek

Alacsony nyereségesség

A 2003-as pénzügyi évben a vállalat 1,08 milliárd dollár működési nyereséget ért el, ami 7,2 százalékos csökkenést jelent az előző évez viszonyítva. Ebben nagy szerepe volt a dollár euróval szembeni erősödésének, amely negatív hatást gyakorolt a cégcsoport bevételeire. Ha a vállalat profitabilitásának csökkenését a jövőben nem sikerül megállítani, akkor a cégnek több kapacitásbővítő beruházási tervéről is le kell mondania.

Gyenge teljesítmény a gyorsan növekvő piacokon

A 2003-as pénzügyi évben a vállalat az ázsiai, brazil és ausztrál piacokon 2,3 milliárd dollár bevételt ért el, ez 15 százalékkal kevesebb volt, mint az előző évben. A bevételecsökkenés azért különösen riasztó az Electrolux számára, mert a fehér áruk iránti kereslet Ázsiában, különösképpen Kínában a városi lakosság és a középosztály növekedésével egyre erősödik. A bővülő piac ellenére ebben a régióban az Electrolux árbevétele csökkenésével szembesült.

Csökkenő cash-flow

A 2003-as pénzügyi évben a vállalat szabadon felhasználható cash flow-ja 89,8 millió dollár értékben negatív volt, míg ez a mutató az előző évben 652,2 millió dollár pozitívumot mutatott.

⁴ R.O.I. return on investment: az az arány, ami az üzlet nyeresége és az üzletbe befektetett tőke között fennáll

Lehetőségek

Platformstratégia

A hatékonyságnövelés jegyében a vállalat jelentősen csökkentette – Európában 2001 és 2005 között megfelezte - a termékplatformok számát. Platformstratégia lényege, hogy a háztartási berendezések alapelemei – kompresszor, elektronika stb. – a termékek túlnyomó többségében azonos, csak a design más és más. A legjelentősebb változást a mosogatógépek esetében tervezi az Electrolux, hiszen 2006-tól az összes ilyen berendezés egy bázismodellre fog épülni. A mosógépek esetében az eredetileg 13 modell hatra redukálódik, mire a program véget ér. A hűtőgéppatformok száma pedig az eredeti 46-ról 17 csökken. Az átalakítások végén Magyarország lesz a hűtő-fagyasztó kombinációk európai gyártási központja.

Relokáció

Az AB Electrolux észak-amerikai és nyugat-európai termelési kapacitásainak jelentős részét Közép- és Dél-Amerikába illetve Kelet- és Közép-Európába telepíti. A relokáció éves költsége várhatóan 150 - 300 millió dollár körül alakul az elkövetkező években. A közelmúltban két jelentősebb beruházást hajtott végre a vállalat Közép- és Kelet-Európában: Nyíregyházán beindította a kombinált alulfagyasztós hűtők gyártását, míg Oroszországban új mosógépgyárat helyezett üzembe. A már meglévő lengyelországi ruhaszárítógép gyárban kapacitásbővítést hajtottak végre. Európán kívül Thaiföldön új mosógépgyárat, Mexikóban új hűtőkészülék gyárat nyitottak meg.

Kedvező kilátások a fehér áruk piacán

A fehér áruk iránti kereslet a világpiacon évente átlagosan 3,9 százalékkal fog növekedni. Az ázsiai, dél-amerikai és csendes-óceáni térségben a kereslet növekedése a globális átlag felett prognosztizálható. Ennek legfőbb oka a városi népesség növekedése és a középosztály megerősödése, ami legszembetűnőbben Kínában érhető tetten.

Veszélyek

Növekvő beszerzési költségek

Az indiai és kínai gazdaság egyre növekvő nyersanyagéhsége miatt 2004-ben az acél világpiaci ára csaknem megduplázódott. Az nyersolaj ára idén meghaladta a rekordnak számító hordónkénti 50 dolláros határt. Az olajár emelkedése együtt járt a szállítási- és energia költségek növekedésével. A

növekvő olajár az olajszármazékok, így a háztartásigép-gyártásban fontos alapanyag, a műanyag árát is felhajtotta. Az acél mellett az elmúlt évben a nikkell ára is jelentősen emelkedett. Az erős verseny miatt a háztartásigép-gyártó vállalatok nem háríthatják át emelkedő költségeiket a fogyasztókra.

Kiélezett verseny

Az Electrolux legfontosabb termékeinek piacán a verseny meglehetősen kiélezett. A vállalatnak a legnagyobb árversennyel a háztartási kisgépek amerikai és nyugat-európai piacain kell megküzdenie. A dollárral szemben viszonylag erős euró gyengítette az európai gyártók pozícióit a valutájukat dollárhoz kötő távol-keleti országok amúgy is olcsó gyártóival szemben. A növekvő kínai és indiai kihívásra az európai gyártók az egyre kihangsúlyozottabb termékdifferenciálással, a minőség és design előtérbe helyezésével válaszolnak.

Szezonálisan ingadozó kereslet

A fűnyírók, sövényvágók, hűtőszekrények, fagyasztóládák és légkondicionáló berendezések iránti kereslet a téli időszakban meglehetősen alacsony.

WEEE (Waste Electrical and Electronic Equipment) Irányelv

2002 decemberében az Európai Unió elfogadta az ún. WEEE irányelvet, amely először vezette be az elektromos és elektronikus termékek gyártóinak felelősségét termékeik visszagyűjtésében és újrafelhasználásában. Magyarországon a „264/2004. (IX.23.) Kormányrendelet az elektromos és elektronikai berendezések hulladékainak visszavételéről” 2005. augusztus 13-ától biztosítja az EU irányelv rendelkezéseinek hazai alkalmazását. Az irányelv értelmében 2005. augusztus 13-tól minden egyes gyártó és importőr köteles elektromos és elektronikus készülékeinek visszagyűjtését finanszírozni⁵. A 2005. augusztus 13-át megelőzően értékesített termékek esetében a gyártók közösen (piaci részesedésük arányában) osztoznak a visszagyűjtés terhein. A fenti dátumot követően értékesített termékek esetében minden egyes gyártó saját felelősségi körébe tartozik termékeinek visszagyűjtése⁶.

⁵ 2002/96/EK irányelv 8. cikk (1) bekezdés: „A tagállamok biztosítják, hogy a gyártók legkésőbb 2005. augusztus 13-tól biztosítsák legalább a magánháztartásokból származó és az 5. cikk (2) bekezdésének megfelelően létrehozott gyűjtőhelyeken elhelyezett elektromos és elektronikus berendezések hulladékai összegyűjtésének, kezelésének, hasznosításának és környezetvédelmi szempontból megfelelő ártalmatlanításának finanszírozását.”

⁶ 2002/96/EK irányelv 8. cikk (2) bekezdés: „A 2005. augusztus 13-át követően forgalomba hozott termékek esetén a gyártó felelős az (1) bekezdésben említett tevékenységek finanszírozásáért a saját termékéből származó hulladék tekintetében. A gyártók választhatnak, hogy ezt a kötelezettséget egyénileg vagy közös rendszerhez csatlakozva teljesítik-e.”

A kiterjesztett gyártói felelősség elve alapján a gyártók feladata az általuk gyártott elektronikai berendezésekből képződő hulladék begyűjtése és hasznosítása, mely feladatok elvégzését arra szakosodott és engedéllyel rendelkező cégekre bízhatják. A hazai jogszabály a 2.3.1-es számú táblázatban feltüntetett begyűjtési és hasznosítási arányokat határozza meg 2006. évre vonatkozóan.

2.3.1. Táblázat: Az elektromos és elektronikai berendezések hulladékaira vonatkozó begyűjtési és hasznosítási arányok Magyarországon

2006. évre Elektromos és elektronikai berendezés kategória	Háztartási hulladéokra		
	Begyűjtési arány	Hasznosítási arány	Újrafeldolgozási arány
1. Háztartási nagygépek ⁷	18%	40%	38%
2. Háztartási kisgépek ⁸	10%	35%	25%
3. Információs (IT) és távközlési berendezések	17%	38%	33%
4. Szórakoztató elektronikai cikkek	17%	38%	33%
5. Világítótestek	2%	35%	25%
6. Gázkisüléses elven működő lámpák	0%	40%	40%
7. Elektromos és elektronikus barkácsgépek, szerszámok	2%	35%	25%
7. Játékok, szabadidős és sportfelszerelések	0%	35%	25%
8. Orvosi berendezések	nem.értelmezett	-	-
9. Ellenőrző, vezérlő és megfigyelő eszközök	nem.értelmezett	35%	25%
10. Adagoló automaták	nem.értelmezett	40%	38%

A számítás alapja az előző évben forgalomba helyezett új termékek tömege
Forrás: 264/2004. (IX.23.) Kormányrendelet 2. számú melléklet

⁷ **Háztartási nagygépek** a 2002/96/EK irányelv alapján: Nagyméretű hűtőberendezések; hűtőszekrények; fagyasztók; élelmiszerek hűtésére, konzerválására és tárolására szolgáló egyéb nagyméretű berendezések; mosógépek; ruhaszárító gépek; mosogatógépek; tűzhelyek és sütők; elektromos sütők; elektromos főzőlapok; mikrohullámú sütők; főzésre és élelmiszer-feldolgozásra szolgáló egyéb nagyméretű berendezések; elektromos fűtőberendezések; elektromos fűtőtestek; helyiségek, ágyak, ülőbútorok fűtésére szolgáló egyéb nagyméretű berendezések; elektromos ventilátorok; légkondicionáló berendezések; egyéb szellőztető, elszívó és légkondicionáló berendezések.

⁸ **Háztartási kisgépek** a 2002/96/EK irányelv alapján: Porszívók; szőnyegseprők; egyéb takarító berendezések; varró, kötő, fonó, és egyéb, textil feldolgozására használt gépek; vasalók és ruhanemű vasolására, mángorlására és egyéb kezelésére szolgáló más berendezések; kenyérpíritók; olajsütők; darálók, kávéfőző gépek és tárolóedények vagy csomagolások lezárására vagy felnyitására szolgáló berendezések; elektromos kések; hajvágó eszközök, hajszárítók, elektromos fogkefe, borotváló, masszírozó és egyéb, testápolásra szolgáló berendezések; ébresztő- és karórák, időmérésre, -jelzésre és -tárolásra szolgáló egyéb berendezések; mérlegek

Az elektromos és elektronikus berendezések gyártói számára a 2002/95/EK irányelv megtiltja egyes veszélyes összetevők felhasználását. A direktíva rendelkezései szerint 2006. július 1-jét követően nem kerülhet piacra olyan elektronikai berendezés, amely ólmot, higanyt, kadmiumot és hat vegyértékű krómot tartalmaz, vagy a felhasznált műanyag alkatrészeket PBDE vagy PBB gyulladáskésleltető anyagokkal kezelték.⁹

Az Electrolux termékei esetében a visszagyűjtés költségei termékenként 1 és 20 euró között mozognak. A WEEE direktíva hatálya mintegy 20 millió Európában eladott Electrolux terméket érinthet évente. A WEEE irányelv rendelkezéseinek való megfelelés jelentősen csökkentheti a vállalatcsoport nyereségességét.

2.4. ÁGAZATSPECIFIKUS TECHNOLÓGIAI FEJLŐDÉS KÉRDÉSEI

A háztartásigép-gyártó vállalatok piackutatásainak egyik alapvető hozadéka az a felismerés, hogy a teljesítménynövelés a fehér termékek esetében további versenyelőnyt már nem biztosít. A porszívóknál mind a Wattban kifejezett érték, mind pedig a centrifuga fordulatszáma elérte azt a szintet, ami fölött már nem vásárlásösztönző a teljesítménynövelés. Ezzel szemben olyan apróságok, mint a hűtőszekrény alsó (gyakran sérülő) sarkának megerősítése vagy az ajtajának könyökkel való kinyithatósága (így nem kell letenni és újra felvenni a bevásárlószatyrokat) alapvető igényeket elégít ki.¹⁰ Az Electrolux számára a kényelemre irányított fokozott figyelem óriási versenyelőnyt jelenthet. Az automata fűnyíró és a robotporszívó – bár ma még csak egy szűk kör számára – valóban kiemeli az Electrolux termékeket az áruházakban egymás mellett sorakozó berendezések közül.

2.5. FOGLALKOZTATÁS

Hazánk, valamint két háztartásigép-gyártó hagyományokkal rendelkező ország Svédország és Olaszország adatainak összevetéséből kiderül, hogy 2002-ben Magyarországon többen dolgoztak a háztartásigép-gyártás ágazatában, mint Svédországban, de Olaszországban még így is hatszor annyi embert foglalkoztat az ágazat, mint hazánkban. Magyarországhoz és Svédországhoz viszonyítva

⁹ 2002/95/EK irányelv 4. cikk (1) bekezdés: „A tagállamok biztosítják, hogy a 2006. július 1-jétől forgalomba hozott új elektromos és elektronikus berendezések ne tartalmazzanak ólmot, higanyt, kadmiumot, hat vegyértékű krómot, polibrómozott bifenileket (PBB) és polibrómozott difenil-étereket (PBDE).”

¹⁰Világgazdaság: 5 milliárdos fejlesztés az Electroluxnál, 2005. június 30.

Olaszországban a legmagasabb az ágazat részesedése a feldolgozóipar árbevételéből és a feldolgozóipari foglalkoztatásból. Az egy vállalatra jutó foglalkoztatottak száma Olaszországban volt a legalacsonyabb, ami jól mutatja, hogy a „fehér áruk őshazájában” többnyire kis- és középvállalkozások foglalkoztatják az ágazat munkavállalóit. A termelési kapacitások Magyarországra helyezését jól magyarázza, hogy 2002-ben a háztartásigép-gyártás ágazatában az egységnyi munkaerő költség hazánkban 7,8 eurót, míg Olaszországban és Svédországban 31,4 illetve 39,5 eurót tett ki.

2.5. Táblázat A foglalkoztatás fontosabb mutatói 2002-ben a háztartásigép-gyártásban (TEÁOR kód 297)

	Olaszország	Magyarország	Svédország
Vállalatok száma	848	110	96
Foglalkoztatottak száma	59850	9671	8047
K+F létszám	n.a.	112	215
Az ágazat részesedése a feldolgozóipari foglalkoztatásból	1,3	1,1	1,0
Ágazat részesedése a feldolgozóipar teljes árbevételéből	1,4	1,1	0,9
Egységnyi munkaerő költség euróban (unit labour cost)	31,4	7,8	39,5
Egy vállalatra jutó foglalkoztatottak száma	70,6	88	83,8

Forrás: Eurostat honlap, iparstatisztikai adatok

2.6. ÁGAZATI BERUHÁZÁS - AZ ÁGAZAT TELEPÍTŐ TÉNYEZŐI

Az európai háztartásigép-gyártó vállalatok számára a legtöbb fejtörést az emelkedő energia- és nyersanyagárak, a szigorodó uniós környezetvédelmi irányelvek, az euró dollárral szembeni erősödése és egyes termékcsoportok esetén az erősödő távol-keleti verseny okozza. Nem csoda, hogy a háztartásigép-gyártásban egyre erőteljesebbek a relokációs folyamatok, amelyek során a vállalatok termelési folyamataik és/vagy szolgáltató tevékenységeik egy részét vagy egészét egy vagy több olcsóbb telephelyen működő leányvállalatukhoz helyezik át. Nemcsak a késztermékgyártásban jelentős az elmozdulás az alacsonyabb bérköltségű országok felé, hanem az alkatrészgyártásban is. A viszonylag magas fajlagos szállítási költség miatt az elmozdulás egyelőre

egy-egy kontinensen történik. Vagyis a nyugat-európai gyártók az új EU-tagországokba, kisebb részt a felvételre várókba helyezik át termelésüket, és az alkatrészgyártást, illetve a Nyugat-Európában maradó gyártók egyre nagyobb mértékben szerzik be innen az alkatrészeket. A költségkülönbség két legfontosabb eleme a munkabér és a működési költség.

Alátámasztja a fenti megállapításokat, hogy Magyarországon egy felmérés szerint (Hunya, Sass, 2005) a 2003. júliusa - 2005 szeptembere közötti időszakban ez a szektor a hatodik volt a relokációs esetek számát tekintve. A munkahelyteremtés nagysága alapján az ágazat a harmadik legtöbb új munkahelyet hozta létre az elektronikai ipar és az üzleti szolgáltatások ágazata után. Ebben vezető szerepet játszott az Electrolux, illetve a dán Alto porszívógyár telephelyváltása.

2.7. K+F INTENZITÁS

Az ágazatban a legtöbb kutatási és fejlesztési forrás az egyre energiatakarékosabb és ún. intelligens háztartási gépek kifejlesztésére fordítódik. Nemcsak a fogyasztók keresik tudatosabban az energiatakarékos termékeket, de az európai unió irányelvei is az alacsonyabb energiaköltségű háztartási gépeket támogatják.

A háztartásigép-gyártás a 297-es NACE kategóriába tartozik. A Központi Statisztikai Hivatal 2004-ben kiadott „Kutatás és fejlesztés 2003” kiadványában szereplő adatok csak kétszámjegyű bontásban elérhetőek, maga a háztartásigép-gyártás egy három számjegyű kategória, így a jelen alfejezetben ismertetett számok csak hozzávetőleges képet adnak az ágazatnak a többi feldolgozóipari szektorhoz viszonyított helyzetéről.

2003-ban a „297-es gép, berendezés gyártása” gazdasági ágazatban a vállalati kutató-fejlesztő helyeken 1,278 millió forintot¹¹ költöttek termékfejlesztésre, ami a teljes feldolgozóipar hasonló kiadásainak 5 százalékát tette ki. A feldolgozóiparban összesen 297 kutató fejlesztő hely működött 2003-ban, ebből 48¹² a gép, berendezés gyártása megnevezésű ágazatban tevékenykedett. A kutató-fejlesztő helyeken foglalkoztatottak létszáma 437 fő¹³ volt 2003-ban a 29-es ágazatban, ezzel az ágazat a teljes feldolgozóiparban foglalkoztatott K+F létszám 7,7%-át adta. A 2003-ban folyó kutatási témák, fejlesztési feladatok száma 336 volt a 29-es ágazatban.

¹¹ KSH: Kutatás és fejlesztés 2003, KSH, Budapest, 2004, p.41

¹² KSH: Kutatás és fejlesztés 2003, KSH, Budapest, 2004, p.90

¹³ KSH: Kutatás és fejlesztés 2003, KSH, Budapest, 2004, p.91

2.8. A „FEHÉR” TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSOK

A magyarországi gyártás szempontjából releváns háztartási gépek közül mind a hűtőszekrények, mind az alulfagyasztós kombinált hűtőszekrények, mind a fagyasztóládák kereslete erős szezonalitást mutat. Valamennyi hűtő- és fagyasztó készülék esetében a legnagyobb kereslet a nyári hónapokban jelentkezik. A nyári melegben nemcsak több hűtőszekrény fogy, de erre az évszakra esik az észak-európai vadász- horgász idény is, amely jelentős keresletet támaszt a fagyasztóládák iránt. Az őszi beköszöntével csökken a hűtő- és fagyasztókészülékek iránti kereslet. Az év utolsó és első hónapjai ugyanakkor a porszívógyártás szempontjából tekinthetők csúcsideőszaknak.

A háztartási gépek, különösképpen a háztartási nagygépek (hűtőszekrény, mosó- és mosogatógép) vásárlása a legtöbb háztartás számára jelentős befektetést jelentenek. Ebből az okból kifolyólag a termékek ára mellett nagyon fontos fogyasztói elvárás a megbízható működés és a hosszú élettartam. Az emelkedő villamos energia árak mellett a készülékek energiatakarékossága is egyre kiemeltebb szerepet kap.

A fogyasztó számára egy ideális hűtőszekrény csendes, jól formatervezett, kevés elektromos energiát fogyaszt, ajtaja könnyen akár könyökkel is nyitható és szintén könnyen záródik. A hűtőkészülékek tervezői különös figyelmet fordítanak az ajtók megerősítésére, ugyanis a háztartásokban nagyon gyakori hogy a készülék ajtajának záródására „lábbal” is rásegítenek.

A porszívók esetében a fogyasztók viszonylag nagy teljesítményű, csendes, könnyű és strapabíró készülékeket keresnek. A porszívó használata minden háztartásban a háztartási munkához kötődik és nem tartozik a legkedveltebb szabadidős tevékenységek közé. Ezen háztartási munkafolyamattól való lakossági averziót felismerve fejlesztette ki az Electrolux robotporszívóját, amely átlagosan 20 perc alatt takarítja ki egy szobát.

3. A HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁS FELTÉTELEI ÉSZAK-MAGYARORSZÁGON ÉS ÉSZAK-ALFÖLDÖN

Jelen fejezet megállapításai az ICEG Európai Központ munkatársai által készített 40 mélyinterjú tapasztalataira támaszkodnak. A kérdőívekre épülő interjúk, vállalati beszélgetések elsősorban a háztartásigép-gyártásban tevékenykedő vállalatokat célozták meg. Az érintett vállalati körön túl felkerestük a Gépipari Tudományos Egyesületet, Nyíregyháza és Jászberény városok önkormányzatának tisztségviselőit, a régiók felsőoktatási intézményeinek műszaki karait, tanszékeit, a helyi szakképző iskolák vezetőit és a klaszterek számára kiírt állami pályázatokat kezelő Regionális Támogatás-közvetítő Kht-t.

A vállalati interjúk alapjául a III. számú mellékletben található kérdőív szolgált. A vállalati kérdőív első részében az érintett vállalatokat jellemző legfontosabb adatokra kérdeztünk rá (pl. alapítás éve, tevékenységi kör, ellenőrző tulajdonos, telephely kiválasztásának indokai stb.). A vállalati kérdőív következő részében a humán erőforrás ellátottságára és annak minőségére, valamint a cég termelésének, értékesítésének és pénzügyeinek fontosabb adataira kérdeztünk rá. A kérdőív utolsó együttműködést és kapcsolatokat feltáró része az alábbiakra fókuszált:

- Vállalatközi kapcsolatok megléte, azok minősége és az együttműködés okai.
- A vállalatok, a helyi önkormányzatok, iparági szervezetek és vállalkozásfejlesztő ügynökségek kapcsolatai.
- A vállalatok és a közép illetve felsőfokú oktatási intézmények kapcsolatai.

Az ICEG Európai Központjának munkatársait leggyakrabban az érintett vállalatok vezérigazgatói, ügyvezető igazgatói fogadták. Az háztartásigép-gyártás ágazatának mérvadó vállalatvezetőivel folytatott másfél-két órás interjúk, beszélgetések során sok, a kérdőívben fel nem tett kérdésre is választ kaptunk. A vállalatvezetők döntő többségének válaszádsai hajlandósága nagyon jó volt. Az érintett cégek jó kezdeményezésnek tartották a kutatást, amelynek középtávú eredményei, a tervezés során hasznosuló következtetései leginkább az ő érdekeiket szolgálják. Az interjúkra alapozó kutatás megalapozottságát bizonyítja, hogy a vállalatvezetők valós üzleti tapasztalataikról, a cégük működését napi szinten érintő hazai szabályozási környezet korlátairól, problémáiról számoltak be.

3.1. GAZDASÁGI POTENCIÁL

3.1.1. A vállalati kör definiálása

A LEHEL Hűtőgépgyár privatizációja után kezdődött meg egyes „nem-core” tevékenységek kiszervezése, elsősorban környékbeli vállalatokhoz. Ezek között jelentős számban voltak egykori Lehel dolgozók által alapított cégek, másrészt helyi, addig más tevékenységgel foglalkozó kis- és középvállalatok, harmadrészt olyan hagyományos Electrolux beszállítók, amelyek követték vevőjüket Magyarországra is. Ezek között vannak olyanok, amelyek megvették, bővítették az Electrolux-Lehel megfelelő gépparkját és így indították be az alkatrész- vagy részegység gyártását.

A Electrolux Lehel Kft. termelésének növekedésével, az európai fagyasztóláda- és porszívó gyártó kapacitás Jászberénybe telepítésével, a hűtőgépgyártás felfuttatásával hatalmas lehetőség nyílt meg a transznacionális óriásvállalat addigra megerősödött helyi beszállítói előtt. A „történelmileg” szerencsés pillanatban létrehozott, esetleg tevékenységet váltó, többségében jászberényi és Jászberény környéki cégek a helyi gépipari hagyományokra is alapozva erős beszállítói bázisává válhattak az Electrolux-nak. A multinacionális vállalat stratégiája elvileg arra is lehetőséget kínál, hogy helyi, magyarországi beszállító vállalatok az Electrolux európai beszállítójává váljanak. Az általunk vizsgált vállalati körben erre jó néhány példát találtunk.

A háztartásigép-gyártás ágazatát jellemző erős hazai beszállítói jelenlét más iparágakban kevésbé figyelhető meg. A privatizált vállalatoknál viszonylag jelentős a hazai beszállítók részesedése. A zöldmezős beruházásként hazánkba érkező multinacionális vállalatok nagy része korábbi, elsősorban külföldi beszállítóira támaszkodik és csak hosszabb magyarországi jelenlét után, „lépésről lépésre” nyit a hazai beszállítók irányába.

A beszállított termékek „univerzalitása” és viszonylag magas fajlagos szállítási költsége miatt az Electrolux Lehel Kft. körül kialakult műanyag- és fémipari beszállítói hálózat vállalatainak arra is lehetősége van, hogy más iparágak környékbeli vállalatainak (elektronikai ipar, autóipar) is beszállítsanak. Erre szintén számos példát találtunk.

A vizsgált jellemzően az Electrolux Lehel Kft beszállítói köréhez tartozó vállalatok 57%-a hazai magánszemély tulajdonában van. A cégek 36%-a esetében hazai iparvállalat, míg mindössze 7% esetében külföldi iparvállalat az ellenőrző tulajdonos.

Valamennyi beszállító vállalat korlátolt felelősségű társaságként működik. Ezen társaságokat jellemzően a rendszerváltozás után a Lehel hűtőgépgyár privatizációjával párhuzamosan hozták létre. A cégek 35%-a esetében 1991 és 1992 volt az alapítási év. Érdekes módon az érintett vállalatok valamivel több, mint egy ötödét 2004-ben alapították.

A ma kft-ként működő és az Electrolux Lehel Kft. mellett, már más Magyarországon megtelepedett transznacionális vállalatnak is beszállító cégek 21,4%-a jött létre korábbi állami vállalat privatizálásával. Az érintett vállalatok csaknem 60%-a zöldmezős beruházással jött létre.

3.1.2. A régióban és az adott ágazatban résztvevő kör, kibocsátási, export, foglalkoztatási és értékesítési szintje

A megkérdezett vállalati körnél a kutatás során megvizsgáltuk a foglalkoztatotti létszám alakulását. A foglalkoztatottak számára a kérdőív alapján a megkérdezett cégek 2002-es és 2005-ös adatokat is szolgáltatnak.

Az Electrolux LEHEL Kft. fizetési listáján, amely a vállalat valamennyi magyarországi gyáregységét tartalmazza (Jászberény, Nyíregyháza) összesen 3612 fő szerepel. Az összes foglalkoztatottból 3045 fő fizikai dolgozó, ebből 1115 fő szakképzetlen. A vállalatnál a szellemi foglalkozásúak száma 567 főt tesz ki. 50 technikust, 59 kutató fejlesztő munkatársat és 19 informatikust foglalkoztatnak. Három évvel ezelőtt ugyanezen létszámmutatók az alábbiak szerint alakultak: a vállalat fizetési listáján összesen 3326 fő szerepelt. Az összes foglalkoztatottból 2813 fő fizikai munkát végzett. A vállalatnál a szellemi foglalkozásúak létszáma 513 fő volt. A kutató fejlesztő létszám 55 fős volt míg az informatikusok létszáma 26 főt tett ki.

Az Electrolux LEHEL Kft. külön a vállalat új nyíregyházi telephelyére vonatkozóan is rendelkezésünkre bocsátott részletes létszámadatokat. Ezen adatok alapján, a nyíregyházi telephely fizetési listáján összesen 782 fő szerepel. Az összes foglalkoztatottból 751 fő fizikai dolgozó, ebből 245 fő szakképzetlen. A vállalatnál a szellemi foglalkozásúak száma 31 főt tesz ki. 8 ember alkotja a vezetőséget. 4 technikust, 9 mérnököt, 2 kutató fejlesztő munkatársat és egy informatikust foglalkoztatnak.

Bár az Electrolux Lehel Kft. Jász-Nagykun-Szolnok és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében önmagában is jelentős foglalkoztatónak számít, a KKV-k fontosságát jól mutatja, hogy a

háztartásigép-gyártás ágazatában tevékenykedő és az Electroluxnak beszállító vállalatok csaknem ugyanannyi dolgozót foglalkoztatnak, mint az Electrolux Lehel Kft.

Míg 2002-ben az általunk vizsgált beszállítói kör összesen 1591 főt foglalkoztatott addig, 2005-re a foglalkoztatott létszám csaknem megduplázódott: számításaink szerint 2920 főre emelkedett.

A vizsgált vállalatoknál az átlagos foglalkoztatotti létszám 2002-ben 133 fő, három évvel később 220 fő volt. Ugyanezen cégeknél az átlagos fizikai foglalkoztatotti létszám 117 fő volt 2002-ben és 190 fő volt 2005-ben. A szellemi munkát végzők átlagos létszáma a vizsgált vállalatoknál 2002-ben illetve 2005-ben 20 illetve 30 fő volt.

A beszállító vállalatok egy ötödénél van külön személyzeti ügyekkel foglalkozó munkatárs vagy HR részleg, míg a vállalatok többségénél a munkaerő felvétellel kapcsolatos ügyek az ügyvezető igazgató illetékességi körébe tartoznak.

A vizsgált vállalatoknál a foglalkoztatottak átlagosan 60%-a helyben lakó azaz a munkavégzés helye és a munkavállaló lakhelye ugyanazon helységben van.

3.1.3. A vizsgált vállalati kör beruházási aktivitása, tőkeállománya, adófizetési képessége

Az Electrolux Lehel Kft. beszállítóiként megerősödött jászberényi és Jászberényi környéki többségében hazai tulajdonú vállalatok sikeres vállalkozások. A cégek vezetői csakis saját magukra, korlátozott mértékben az Electroluxra és legkevésbé a magyar államra számíthattak. A cégek sikere sokkal inkább tulajdonosaik kockázat vállalási képességén, jó döntésein múlott, mint bármilyen állami támogatáson.

A megkérdezett vállalatok 85,7%-a felelt igennel arra a kérdésre, hogy részesült-e a valamilyen támogatásban az elmúlt három évben. A nyertes pályázatok döntő hányada, 71%-a állami forrásból került finanszírozásra.

A Széchenyi-terv vagy a Smart Hungary program keretében elnyert pályázatokkal a vállalatok nagy része olyan beruházásokat valósított meg, melyeket - ha időben ugyan később - de támogatások nélkül is végre tudott volna hajtani: Arra a kérdésre ugyanis, hogy támogatás nélkül is megvalósíthaták volna-e a megpályázott fejlesztéseket a vállalatok 64,3%-a igennel válaszolt.

A megkérdezett cégek több mint két harmada vett igénybe külső segítséget a pályázatok elkészítéséhez. Az ágazat vállalatai szinte kivétel nélkül ugyanazon tanácsadó cég szolgáltatásait vették igénybe. A sikerdíjjal dolgozó tanácsadó cég nyertes pályázatainak híre gyorsan terjedt a vizsgált vállalatok között.

3.1.4. Telephelyi feltételek

A felmérés során arra a kérdésre, hogy milyen indokok szóltak a jelenlegi telephely kiválasztása mellett a válaszadó vállalatvezetők az alábbi lehetőségek közül választhattak: vevők / fogyasztók közelsége, autópálya közelsége, vasút, távközlési infrastruktúra megléte, képzett munkaerő, önkormányzat által nyújtott kedvezmények, kormány által nyújtott adókedvezmény.

A válaszadók többsége (78,6%-a) a legfontosabb telepítő tényezőként a vevők közelségét jelölte meg. A kérdőívek tanulsága szerint a vállalatok 14,3%-ánál játszott fontos szerepet a képzett munkaerő jelenléte jelenlegi telephelyének kiválasztásakor. A többi fent felsorolt lehetséges telephely kiválasztási szempontot a válaszadók kevésbé tartották fontosnak. A távközlési infrastruktúra meglétét és a kormány által nyújtott adókedvezményeket egyetlen válaszadó sem jelölte meg.

A vizsgált vállalatok többségénél az árbevétel jelentős hányada az Electrolux Lehel Kft-nek értékesített termékekből származik. A megkérdezett vállalatok 92%-a félkész termékeket gyárt, amelyeket a vevőhöz földrajzilag is közel fekvő telephelyéről szállít be. Az érintett vállalati kör több mint fele 90% feletti piaci részesedéssel rendelkezik Magyarországon az általa gyártott legfontosabb termékből.

3.2. KUTATÁSI POTENCIÁL

3.2.1. Az érintett ágazatban és régióban működő kutató intézetek száma, megnevezése; egyetemek kutatási tevékenysége

2004-ben Észak-Magyarországon 145 kutató hely működött, összesen 2419 munkatárssal. A munkatársak 65%-a volt kutató-fejlesztő munkakörben. A kutató-fejlesztők létszáma a magyarországi kutató-fejlesztő összlétszám 5,2%-át tette ki. A régióbeli kutató-fejlesztő helyek ráfordításai 2004-ben 4729 millió forintot tettek ki, aminek 11%-a volt beruházás.

Az Észak-Alföldön majdnem kétszer annyi kutatóhely működik, mint Észak-Magyarországon. 2004-ben Észak-Alföldön 280 kutató hely működött, összesen 4810 munkatárssal. A munkatársak 60%-a volt kutató-fejlesztő munkakörben. A kutató-fejlesztők létszáma a magyarországi kutató-fejlesztő összlétszám 9,5%-át tette ki. A régióbeli kutató-fejlesztő helyek ráfordításai 2004-ben 14761 millió forintot tettek ki, aminek 19%-a volt beruházás.

Az Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön a háztartásigép-gyártásban résztvevő vállalatok kutatási együttműködésben állnak több egyetemmel, főiskolával és kutatóintézettel. Ezek egy része a vizsgált régiókban található, más részük azokon kívül helyezkedik el. A Miskolci Egyetem és a Nyíregyházi Főiskola a vizsgált régiókon belül helyezkedik el, míg a MÜKI Labor (a nagy múltú Műanyagipari Kutatóintézet szakmai utóda) és a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Budapesten található. Ezen kívül még a Kecskeméti Főiskolával is kapcsolatban állnak egyes vállalatok.

A Miskolci Egyetem interjún résztvevő tanszékének vezetője, és a MÜKI munkatársa is hangsúlyozta, hogy az egyetemeken problematikus az alapkutatások végzése, mert az időben nehezen összeegyeztethető a tanítással. Az alapkutatásra olyan ember, illetve kutatóintézet kell, amely kizárólag a kutatási tevékenységre koncentrálna.

Az Electrolux holding kutatás-fejlesztési tevékenységének csak töredékrésze történik ma Magyarországon, még az elsősorban hazánkban gyártott termékcsoportok esetében is. Ugyanakkor már megindult a kutatás-fejlesztési tevékenység egy részének Magyarországra való áthelyezése. A magyar beszállítók és az Electrolux Lehel Kft. tevékenysége során ugyanis számos olyan konkrét probléma merül fel, amelyek megoldása helyben, a helyi termelési tapasztalatok felhasználásával lenne a leghatékonyabban megoldható. Volt már példa az Electrolux Lehel Kft.-nél olyan kutatás-fejlesztési pilot projektre, ahol az érintett beszállítók is bekapcsolódtak a termékfejlesztésbe. Azonban a megfelelő mennyiségű, magas képzettségű és tapasztalattal rendelkező szakember hiánya akadályozza a magyarországi kutatás-fejlesztési tevékenység szélesítését.

3.2.2. A munkatársak és a jelentősebb kutatási programok száma, megnevezése, jellege (alapalkalmazott, fejlesztés, egyéb), földrajzi elhelyezkedése

A Budapesten működő MÜKI Labor az 1950-ben alapított Műanyagipari Kutatóintézet szakmai utóda. A nyolcvanas években még 300, 1993-ban még 30 munkatársa volt az intézetnek. A kilencvenes évek közepétől a Pannonplast tulajdona lett. 2004 májusa óta, két főre zsugorodva már csak vizsgáló laboratóriumként működik, a kutatóintézet pedig megszűnt. A labort egy szerszámgyártó és műanyagipari vállalathoz, a Pannonplast érdekeltségi körébe tartozó Dexter Rt-hez helyezték ki.

A labornak az a feladata, hogyha valami hiba van a késztermékben, akkor megállapítsa, hogy anyag, technológia, vagy szerszámoldali hibáról van-e szó. Sok megbízásuk van konkrét problémák megoldására (alkalmazott kutatás), ugyanakkor műanyagipari vizsgálatokat is végeznek (alapkutatás).

Többek között a General Electric-től (Tungram), a BKV-tól, és tejipari vállalatoktól kaptak az elmúlt év során megbízásokat. A régi MÜKI foglalkozott porszívóalkatrészekkel is. A Pannunion Csomagolóipari Kft. (Szombathely) havi rendszerességgel ad megrendeléseket a MÜKI Labornak. Ha jelen pillanatban nincs is konkrét megrendelésük, a MÜKI Labor ismeri és kapcsolatban áll számos, a háztartásigép-gyártásban résztvevő Jászberény környéki műanyagipari vállalattal.

A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem és egy Jászberényben tevékenykedő, az Electrolux Lehel Kft-nek is beszállító, villamos rendszerek beépítésével, karbantartásával és gyártásával foglalkozó vállalat közös kutatás-fejlesztési munkában vesz részt a Regionális Egyetemi Tudásközponton keresztül. Ez a kutatási projekt alapkutatással foglalkozik. A kutatás legfontosabb forrása az elnyert pályázati pénz.

A Miskolci Egyetem és a vállalatok között aktív és folyamatos kapcsolat van. A Gépészmérnöki Kar számára a vállalati kapcsolatok létfontosságúak, a Kar finanszírozásának egyre nagyobb százaléka származik a vállalatoktól. Az utóbbi időkig azonban főleg eseti, hirtelen felmerülő problémák megoldása érdekében keresték meg az egyetemet a vállalatok és nem a hosszabb távú kutatási projektek voltak jellemzőek, pedig ez utóbbiak kedvezőbbek lennének. Az EU csatlakozás miatti előírásoknak való megfelelési kényszer sok vállalatnál okozta olyan probléma megjelenését, amellyel a karhoz fordultak segítségért.

Az Electrolux Lehel Kft-nek nagyon széles körű együttműködése van a Miskolci Egyetemmel. A cég több tanszéket is foglalkoztat, illetve szakképzési hozzájárulás formájában is támogatja az egyetemet. Az együttműködés kiterjed a hallgatók számára történő üzemi látogatások szervezésére,

szakmai gyakorlati lehetőségek biztosítására, illetve diplomamunka témák ajánlására. A tanszék oktatói tartottak már szintre hozó oktatást az Electrolux Lehel Kft. újonnan felvett, különböző háttérrel rendelkező mérnök munkatársai számára. Az együttműködés keretében ugyanakkor külön labor kiépítésére nem került sor.

A tanszék, az Electrolux Lehel Kft-n kívül kapcsolatban áll a Dometic-kel is a fehértermék gyártó vállalatok közül és van közös kutatási projektjük is.

A Miskolci Egyetemen működik a Mechatronikai és Anyagtudományi Kooperációs Kutató Központ (MAKKK). A négy éve működő központ állami alapítású, célja az egyetem és a vállalatok közötti kooperáció elősegítése. A működés három éves ciklusokban finanszírozódik, a következő ciklus kutatási finanszírozását újra meg kell pályázni. Minden a vállalatok által befizetett egy forinthez hetvenöt fillért rendel az állam. Sok cégnek nincs konkrét kutatási elképzelése, igénye, amikor pénzt ad a MAKKK-nak. Csak azért lép be a konzorciumba, mert így több információja van róla, hogy a K+F hozzájárulásával mi történik, mintha azt közvetlenül az államnak fizetné be. Emiatt sokszor a tanszékek ajánlanak kutatási témákat a vállalatoknak.

Az MAKKK gyűjti össze a vállalatok által igényelt kutatási témákat és a támogatási pénzt, majd kiosztja a témákat a Miskolci Egyetem tanszékei között. A kutatás elvégzése után (általában kisebb problémák megoldásáról van szó, nem alapkutatásról) a tanszék ír egy hosszabb jelentést a megrendelőnek és a koordinációs központnak és egy rövidebb jelentést (amely nem tartalmazza a know-how-t), amit a konzorcium összes tagja, valamint az állam kap meg. A konzorcium felügyeli, hogy a kutatások rendben menjenek, ami egyfajta garanciát biztosít.

A Nyíregyházi Főiskola Műszaki és Mezőgazdasági Kara jelentős mértékben támaszkodik kiterjedt vállalati kapcsolataira. Az együttműködés a „szokásos” finanszírozási formákban valósul meg, amikor a vállalatok szakképzési hozzájárulást, illetve innovációs járulékot fizetnek a főiskolának. Ezekon felül léteznek „piaci alapú” együttműködések is, amikor a főiskolai kar valamilyen szolgáltatást nyújt az adott vállalatnak és ezért megfelelő díjazásban részesül, amelynek nincsen köze az említett két finanszírozási formához.

A helyi gazdaságban jelentős a főiskola együttműködése mind az ipari vállalatokkal, mind a mezőgazdasági üzemekkel, mind a szolgáltató cégekkel (például autó-szervizek) nemcsak Nyíregyházán, hanem az Észak-Alföld régió egészében. Jelentős az együttműködés a gumiipari

cégekkel, elsősorban fejlesztési, illetve minőségellenőrzési célú munkákban. Ezen túl a gumiipari cégek dolgozóikat a főiskolára küldik továbbképzésekre és közös szoftverhálózat is kiépítésre került a főiskolával.

Egy másik fontos területe a mezőgazdasági üzemekkel történő együttműködésnek a különféle technológiák és gépek kifejlesztése (például speciális amarán-cséplőgép kifejlesztése, majd ugyanerre a terményre vetőgép, örlőgép, sütőgép kifejlesztése, pattogatási technika kidolgozása, és az ipari gép megépítése – egy kecskeméti kft.-vel együttműködve.) Ezen a területen együttműködnek dohányipari vállalatokkal is, illetve egy spin-off céggel nyertek el pályázatot gyümölcszárítmány előállítására és porításra használható gép kifejlesztésére.

Nyírbátorban együttműködnek az Unilever-rel, ahol Európa legnagyobb biogáz-üzemében végeznek vizsgálatokat. A bioenergia-felhasználásban egy magyar vállalkozóval működnek együtt Mátészalkán, ahol az ötletből nemsokára gyár létesül.

Az Electrolux Lehel Kft-vel egyelőre nincsen együttműködésük, vélelmezhetően azért, mert a vállalat nemrég telepedett le Nyíregyházán. A kapcsolatfelvétel folyamatban van és a főigazgató szerint néhány hónapon belül megindulhat a kooperáció. Annál is inkább, mivel szinte minden, a városban jelen lévő vállalattal (beleértve a külföldi tulajdonúakat) kialakítottak valamilyen, mind a két fél számára előnyös együttműködési formát.

Sok interjún – főleg a műanyagipari cégeknél – említették a Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Főiskolai Karát, mint olyan műhelyt, ahova gyakran és bizton fordulhatnak problémáikkal. Ennek fő oka, hogy az intézményben indulásuk óta képeztek gépészmérnököket. Élő kapcsolatot jelentenek a céges világgal az úgynevezett TTC-k (technológia-transzfer centrumok), ahol bemutatják az érdeklődők által kért témakörben a piacvezető technológiát.

A Műanyag tanszéknek például vannak konkrét, hosszú távú szerződéses kapcsolatai, de csak néhány céggel. Inkább az eseti megbízások jellemzőek, konkrét problémák megoldására. A kutatások főleg vállalati megkeresések alapján folynak a tanszéken, de még nincsenek végső stádiumban. Egy-két belső indíttatású kutatás biztos, hogy ki fog kerülni az iparba. Lesz rájuk igény, mert látják a jelentőségét.

3.3. MUNKAERŐ POTENCIÁL

3.3.1. Az alkalmazott munkaerő kor, nem és képzettség szerinti szerkezete

A háztartásigép-gyártásban érintett vállalatokkal készített interjúk rávilágítottak a munkaerő-piaci hiányosságokra, amelyek szorosan összefüggnek az oktatási rendszer egyre élesedő anomáliáival. Tipikusan hiányszakmának számít a szakmunkások között a géplakatos, a szerszámkészítő, a CNC marós, a szakközépiskolai végzettséghez köthető technikus, valamint felsőoktatás szintjén a mérnök végzettség. Géplakatos és szerszámkészítő munkakörben egyre inkább jellemző az idősebb munkaerő jelenléte, akik nyugdíjazás utáni felváltására nincs meg a fiatal szakember utánpótlás. A hiányszakmák válsága tehát a közeljövőben nem oldódik meg.

A régiókban fennálló magas munkanélküliség (és alacsony aktivitási szint) ellenére sem növekszik az érdeklődés a hiányszakmák iránt. Mindhárom képzési szint presztízs veszteséget volt kénytelen elszenvedni a rendszerváltás óta eltelt időszakban. Emellett a releváns, szakmunkás képzés keretében tanulható szakmák kitanulása sokkal nehezebb, több áldozattal jár és nagyobb elhivatottságot követel, mint más szakmák. A szakközépiskolai technikusképzés is egyre inkább háttérbe szorul, mert a tanulók inkább a főiskolát választják. Az egyetemi mérnökképzés is kevésbé népszerű a könnyebben elvégezhető, kisebb elhivatottságot igénylő szakokhoz képest, annak ellenére is, hogy a mérnökök (különösen külföldön, ami az elvándorlás problémáját veti fel) magas keresetre számíthatnak.

A releváns szakmákban munkaerőhiány figyelhető meg, a Jászberényben működő szakképzési intézmények jelenléte ellenére. A helyi szakmunkásképzőben minden évben felméri, hogy milyen végzettségű szakmunkásokra van vállalati igény, és lehetőség szerint annak megfelelően indítják el az osztályokat. A háztartásigép-gyártással foglalkozó vállalatok szempontjából releváns szakmák kitanulása azonban nagy erőfeszítést igényel a tanulóktól, ezért csak kevés tanuló dönt mellettük.

A jászberényi szakközépiskola végzőseinek nagy részét elszívja az egyre romló színvonalú, felduzzasztott felsőoktatás. A végzősök közül a legtöbben olyan műszaki felsőoktatási intézménybe mennek továbbtanulni, ahová alacsony pontszámmal is bekerülhetnek. Az itt szerzett diplomával azonban nehéz elhelyezkedni. A legmagasabb követelményt támaztó Budapesti Műszaki Egyetemre való bejutást csak nagyon kevesen próbálják meg.

A Budapestre kerülő diákok ritkán térnek vissza diplomásként vidéki munkahelyekre. Ugyanakkor létezik ellenpélda is: az Electrolux Lehel Kft. nyíregyházi gyárának vezetői között van BME-n végzett mérnök. Munkahelyválasztását ugyanakkor nagymértékben befolyásolta, hogy családja és szülei a közelben élnek. A Miskolci Egyetemen és a Nyíregyházi Főiskolán végzett mérnökök nagyobb hajlandóságot mutatnak a régióban való munkavállalásra. Az Electrolux vezető beosztásaiban a GATE gyöngyösi és gödöllői karán végzett szakemberek is dolgoznak.

A mérnökök esetében további probléma, hogy nagymértékben érinti őket az „agyelszívás” jelensége: külföldön lényegesen magasabb fizetés vár rájuk. Ha Magyarországon vállalnak munkát, gyakran sokkal magasabb fizetést várnak el, mint amit a hazai KKV-k biztosítani tudnak.

További probléma a szakképzési intézmények számára, hogy a központi kormányzat a finanszírozás formáját feladatfinanszírozásra módosítja. Emiatt és az oktatási törvényben túl magasan megállapított minimális osztálylétszám miatt várhatóan egyre kevesebb technikust tudnak majd képezni a szakközépiskolában, annak ellenére, hogy az ilyen végzettségű fiatalokra lenne munkaerő piaci kereslet a Jászberény környéki vállalatoknál és Nyíregyházán is.

A háztartásigép-gyártással foglalkozó vállalatoknál fennálló szakemberhiány kialakulásához hozzájárul a felsőoktatás kedvezőtlen szerkezete is. Nem a hiányszakmákra koncentrálódik a képzés, hanem a humán területen képeznek a munkaerő-piaci kereslet szempontjából indokolatlanul sok hallgatót. Ennek magyarázata, hogy a mérnökképzés egy főre eső költsége jelentősen meghaladja a humán területek képzési költségét, míg az intézmények a hallgatók számának arányában kapják az állami támogatást. Emiatt érdekükben áll, hogy az „olcsó szakokon” legyen minél több hallgatójuk, a drágább mérnökképzés pedig háttérbe szorul.

Összefoglalva tehát, a három legfontosabb probléma a háztartásigép-gyártás területén: a hiányszakmák általános presztízs vesztesége (mind a szakmunkás, mind a szakközép, és mind a felsőoktatás esetében); a szóban forgó szakmák mindhárom oktatási szinten más szakmákkal, illetve szakokkal szemben fennálló magasabb követelményei; valamint az oktatási rendszer rendszerváltás óta végrehajtott változtatásai, amelyek a szóban forgó szakma területek rovására érvényesültek.

Egyes vállalatok egyéni módszereket dolgoznak ki a hiányszakmák betöltésére. Egy vállalat például 40 ezer forintos juttatást ad azon dolgozóinak, akik a hiányszakma (szakmunkás) kitanulása iránt érdeklődő munkaerőt visznek a vállalathoz és segítenek az új dolgozók átképzésében. A

szakmunkások kiképzésének költségeit azonban nem tudják magukra vállalni a KKV-k, mert egyes szakmák esetében például a képzéshez speciális és drága gépek beszerzésére van szükség.

3.3.2. A lehetséges munkaerőbázis megléte, ennek szerkezete (más régiókból, kistérségekből való munkaerő bevonásának lehetőségei)

Országos összehasonlításban, a munkanélküliség szintje szempontjából a két legkedvezőtlenebb helyzetű régió Észak-Magyarország és Észak-Alföld. A vizsgált két régióban találjuk a legalacsonyabb aktivitási arányt (Észak-Magyarország esetében 48,9%, Észak-Alföld esetében 48,4%) és a két legmagasabb munkanélküliségi rátát (Észak-Magyarország esetében 10,6%, Észak-Alföld esetében 8,9%) a 2005 első félévi adatok alapján. A regisztrált munkanélküliek száma Észak-Magyarországon 82 429, Észak-Alföldön 88772 fő volt 2005 első félévének végén.

A regisztrált munkanélküliek száma mindkét régióban növekedett az előző év azonos időszakához képest, Észak-Magyarországon 8,8%-kal, Észak-Alföldön 10,2%-kal. A bejelentett betöltetlen álláshelyek száma, ami mindkét régióban 4400 felett van, Észak-Magyarországon 22,6%-kal, Észak-Alföldön pedig 5,6%-kal csökkent az előző év azonos időszakához képest.

A statisztikai adatok tehát azt mutatják, hogy a két vizsgált régióban jelentős munkaerő tartalék halmozódott fel, ugyanakkor számos (bár a munkaerő-piaci kínálattól nagyságrendileg jelentősen elmaradó) betöltetlen munkahely is található a régiókban. A munkahelyek betöltését a munkaerő-kínálat képzettségi szintje, a képzettség jellege (lásd előző alfejezet), illetve egyéb, gyakran szociális tényezők akadályozzák.

A háztartásigép-gyártás és a hozzá kapcsolódó beszállító vállalatok tevékenysége az Electrolux Lehel Kft. jászberényi és nyíregyházi gyárai körül koncentrálnak. A két város környékén nagymértékben eltérő munkaerő-piaci viszonyok alakultak ki.

A háztartásigép-gyártásban résztvevő vállalatok képviselői szerint Jászberény környékét ma a munkaerőhiány jellemzi. A helyi vállalatoknak gyakran távolabbról, a kistérségen és a régió kívülről kell munkaerőt hozniuk. Az egyik vállalat esetében előfordult, hogy a jászberényi telephelyétől közel 50 kilométeres távolságban fekvő faluból hordta be a munkaerőt buszjárat üzemeltetésével. Ezzel egyben a falu legfontosabb foglalkoztatója volt. A vállalatok a rendszeres buszjárat üzemeltetésén kívül az utazás árához való hozzájárulással is segítik a munkahely elérését

a munkavállalók számára. Az ország még távolabbi részeiből származó munkavállalóknak egyes vállalatok szolgálati lakást biztosítanak.

Nyíregyházát és környékét ugyanakkor a magas munkaerő kínálat jellemzi. Az országnak ezen a részén is magas az inaktivitás aránya, sokan vesznek részt időszakosan, vagy állandó jelleggel a háztáji mezőgazdasági munkák végzésében. Ugyanakkor aktív munkakeresőből sincs hiány. Ez is nagymértékben befolyásolta az Electrolux Lehel Kft. nyíregyházi telephelyválasztását. Itt nincs szükség a kistréségen, illetve a régió kívüli munkaerő bevonására, hiszen az helyben is bőségesen rendelkezésre áll. Meg kell azonban jegyezni, hogy az Electrolux Lehel Kft. Nyíregyházán főleg szalag mellett dolgozó, betanított munkaerőt alkalmaz, és nincs a város körül beszállító bázisa. Ezt a gyárat is a jászberényi és környéki beszállítók látják el részegységekkel. A legfontosabb hiányszakma a nyíregyházi gyár esetében a szakközépiskolai képzést igénylő technikai végzettség.

3.4. A HÁLÓZATI KAPCSOLATOK BEMUTATÁSA

3.4.1. A vállalatközi kapcsolatok alakulása

Az Electrolux és a vizsgált vállalati kör résztvevői közötti legfontosabb kapcsolat a beszállítói viszony. Magyarországon kevés tanulmány mérte fel a helyi beszállítóknak egy-egy leányvállalat összes inputjából való részesedésének alakulását. Ezek közül kettő eredményeit idézzük. Kulcsár [2001] becslése szerint 1998-ban kb. 20 százalék lehetett a magyarországi hozzáadott érték az elektronikai és autóiipari leányvállalatok esetében, beleértve ebbe mind a beszállítókat, mind a leányvállalatok saját termelését. A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Gazdaság- és Vállalkozáselemzési Intézetének (MKIK-GVI, 2000) tanulmánya 170, a budapesti régióban letelepedett leányvállalat adatait dolgozta fel. Ezek a cégek anyagi inputjaik felét szerezték be Magyarországon, s ezen belül a magyar beszállítók részesedésének becsült értéke magasabb, ennek háromnegyede volt. Az Electrolux esetében ez a részesedés 40 és 50 % között mozog, ami jelentősen magasabb, mint az átlag.

Mi lehet az oka a magasabb helyi beszállítói hányadnak?

A hazai beszállítók részesedését meghatározó tényezők

Magyarországon a várakozások alatt maradt a külföldi érdekeltségű vállalatok termelésében a hazai beszállítók részesedése, ugyanakkor az Electrolux esetében kiemelkedően magas ez az arány. Ennek okát több, egymással összefüggő tényezőben kereshetjük. A hazai beszállítók aránya függ a befektetés típusától, szektorától, a befektetői motivációktól, a „hazai” és „külföldi” szektor közötti különbség nagyságától, a hazai vállalatok „képességeitől”, a beruházó nemzetiségétől, a beruházó multinacionális vállalat globális stratégiájától és annak a termelési hálózatnak a típusától, amiben a leányvállalat működik (Sass, 2004). A felsorolt tényezők között természetesen jelentős átfedések vannak.

Privatizált versus zöldmezős beruházások

Jelentős különbségek lehetnek a külföldi érdekeltségű vállalatok között a helyi beszállítók alkalmazása tekintetében attól függően, hogy a beruházás zöldmezős vagy privatizáció keretében valósult meg (lásd például: Sass, 1997 vagy Szanyi, 2001). A zöldmezős beruházások esetében viszonylag hosszú időt vehet igénybe a helyi beszállítói hálózat kiépítése. Sok magyarországi zöldmezős befektetés valósult meg vámszabad-területen, ahol adminisztratív akadályai is voltak a beszállítások növekedésének. A privatizált vállalatok legtöbbször ugyanakkor megtartotta eredeti hazai beszállítóit, különösen, ha elsősorban a hazai piacra termelt. Magyarországon példaként szolgálhat a General Electric-nek privatizált Tungstam (a hazai beszállítók aránya 60% körüli) vagy a Siemens, amely a Telefongyárat vette meg (35%-os hazai beszállítói arány). Ebbe a sorba illeszkedik az 1991-ben privatizált Lehel is, amelyet a svéd Electrolux vásárolt meg. Jelenleg – becslések szerint – a teljes Electroluxot tekintve 40 és 50% közötti a hazai beszállítók részesedése (Magyar Gazdasági Magazin, <http://www.magygazd.hu/0108/46.htm>). A porszívógyár esetében külön adatot közöltek a hazai beszállítók részesedésére, amely szerint az alkatrészek döntő többségét, mintegy 70%-át magyar beszállítók készítik (<http://www.portfolio.hu/tool/print.tdp?k=2&i=58828>). A felsorolásból látható, hogy az Electrolux esetében a helyi beszállítók részesedése a legmagasabbak közé tartozik.

Szektorspecifikusság

A külföldi működőtőke-befektetések ágazati összetétele is fontos abból a szempontból, hogy milyen mértékben veszik igénybe a helyi beszállítókat. A feldolgozóiparon belül a gépipar egyes alágazatai, az elektronikai ipar általában kevesebb hazai beszállítót „használ”. Többek között a termék sajátosságai, a technológia védelme, kivitelre termelők esetében minőségi követelmények állhatnak ennek hátterében. A másik oldalon – például az élelmiszeripar esetében – a viszonylag zárt piac, a viszonylag kis releváns piac miatt jelentősebb lehet a helyi beszállítók részesedése.

A háztartásigép-gyártás esetében a helyi beszállítók „alkalmazását” támogatta az is, hogy a költségsökkentés céljával megkezdett kiszervezési folyamat éppen akkorra érte el tetőpontját, amikor már a helyi beszállító vállalati kör valamelyest megerősödött. A Lehel Hűtőgépgyár privatizációja után, 1996-1997-ben kezdődött meg egyes nem-core tevékenységek kiszervezése, főleg környékbeli vállalatokhoz. Ezek között jelentős számban voltak egykori Lehel dolgozók által alapított cégek, másrészt helyi, addig más tevékenységgel foglalkozó KKV-k, harmadrészt olyan hagyományos Electrolux-beszállítók, amelyek követték vevőjüket Magyarországra is. Ezek közül vannak olyanok, amelyek megvették, bővítették az Electrolux-Lehel megfelelő gépparkját, és így indították be az alkatrész- vagy részegység gyártását.

A multinacionális vállalat helyi leányvállalatánál folytatott tevékenység jellemzői is függenek attól, hogy melyik szektorban tevékenykedik az adott vállalat, s nem független annak technikai-technológiai tartalmától sem. A nagy összeszerelő üzemek esetében lehetséges, hogy tevékenységük mindössze az importált inputok „összerakásában” merül ki. Ekkor a helyi hozzáadott érték általában nagyon alacsony, az importintenzitás pedig kiemelkedően magas. Ilyen típusú összeszerelő üzemeket elsősorban az elektronikai iparban és néhány gépipari alágazatban találunk. A termeléshez a helyi „hozzájárulást” az összeszerelésben foglalkoztatott szakképzetlen munkások jelentik. Más helyi vállalatok beszállítónak válására kicsi az esély, hiszen a beruházás végső célja az olcsó, szakképzetlen munkaerő kihasználása. A helyi beszállítások általában nem haladják meg a telephely kiszolgálását, azaz az étkeztetést, takarítást és az őrzés-védést. Ezek a tevékenységek természetesen nem nagy jelentőségűek a végtermék szempontjából és nem, vagy csak nagyon korlátozott körben „szállítják” azokat a kívánt pozitív externális hatásokat, amelyek javítják a helyi vállalatok technológiai, menedzseri és marketingképességeit, illetve termelékenységüket, hatékonyságukat. Ugyanakkor a magasabb helyi hozzáadott értéket létrehozó, esetlegesen jelentősebb helyi fejlesztést is végző cégeknél jelentősebb lehet a helyi beszállítások aránya.

Az iparág azon sajátosságai is számítanak, hogy mekkora a részegységek és alkatrészek fajlagos szállítási költsége. Ha ez magas, érdemesebb a gyártóhelyhez közeli beszállítókat foglalkoztatni. Ez szerepet játszik a háztartásigép-gyártás egyes alágazataiban és így az Electrolux esetében is. A magas helyi beszállítói arányban szerepet játszik a földrajzilag közel eső beszállítók preferálása.

Az Electrolux gyáraiban végzett termelés az összeszerelő-jelleg felől lassan, de elmozdul a magasabb hozzáadott értékű gyártás felé. A hírek szerint például a porszívógyár esetében a 2005.

szeptemberében elindított gyártásnál a termékek fejlesztése Stockholmban történt, azonban egyes részfeladatokat a jászberényi mérnökök végeztek el, így például az alkatrészek tervezését, háromdimenziós modelljük elkészítését, a termék gyártóeszközeinek beszerzését, a gyártástechnológia megtervezését, a szerelősorok kialakítását. A beszállítók kiválasztását is itt végezték (<http://www.portfolio.hu/tool/print.tdp?k=2&i=58828>).

Export- és hazai piacra orientáltság

A beruházás fő motívumának is szerepe van abban, hogy milyen mértékben alkalmaznak a leányvállalatok hazai beszállítókat. Természetesen ez a tényező is szoros összefüggésben van más faktorokkal, például a beruházás szektorával vagy a közvetlen külfölditőke-befektetések belépési módjával. A nagy, exportorientált zöldmezős beruházások általában kevesebb ponton kapcsolódnak a helyi gazdasághoz, mint hazai piacra orientált társaik.

Magyarországon a nagy, exportorientált beruházások csoportját könnyű elkülöníteni a többi külföldi leányvállalattól, mivel az előbbi vállalatok esetében az export részaránya a 100 százalékhoz közelít (Antalóczy – Sass, 2003). Ebben a csoportban találjuk az Audi befektetését (a termelés 99,8 százaléka került kiviteltre 2002-ben), a Flextronicsot (99,4 százalék), a Philipset (93,8 százalék), az IBM-et (100 százalék) vagy az Opelt (100 százalék). Ezeknél a zöldmezős, exportorientált nagyberuházásoknál a helyi beszállítók részesedése maximum 10 százalékot ért el, beleértve a tisztán hazai és a külföldi tulajdonban lévő, de Magyarországon bejegyzett vállalkozásokat is. Erősíti a hazai gazdaságtól való elkülönülést, hogy ezeknek a nagyvállalatoknak a túlnyomó része vámszabad-területen működött. A vámterületről történő beszállításhoz ebben az esetben külön engedély volt szükséges.

Ezzel szemben a nem ennyire erős export-orientációjú vállalatok esetében jelentősebb a helyi beszállítások részesedése. Az Electrolux esetében – az ECOSTAT adatai alapján – az export/ nettó árbevétel mutató az 50 és 74,9% közötti sávba esik, ami viszonylag magas arány, de nem éri el a fent említett, összeszerelő jellegű tevékenységet végző vámszabadterületi vállalatokét, annak ellenére, hogy egyes termékeket (pl. porszívót) már csak a magyarországi telephelyen gyárt a vállalat, és innen szállít Európa más országaiba.

A hazai vállalati szektor „eltérése”

Ha a „külföldi” (általában 100 százalékos vagy többségi külföldi tulajdonban lévő vállalatok) és a „hazai” vállalati szektor nagymértékben különbözik egymástól, akkor ez negatívan hat a két szektor közötti kapcsolatok alakulására (Hunya, 2001). Egy olyan környezetben, ahol a két vállalatcsoport egymástól elkülönült szegmensét képezi a gazdaságnak, az előre- és hátramutató kapcsolatok (forward and backward linkages) fejlődése lassúbb lesz. Ugyanakkor, ahogy a külföldi érdekeltségű vállalatok egyre hosszabb ideje működnek a fogadó gazdaságban és egyre inkább „megtanulják” a helyi gazdaság működési módját, illetve ahogy javul az átalakuló gazdaságban a helyi vállalatok teljesítménye, úgy ennek a tényezőnek egyre kisebb lehet a jelentősége.

Magyarországon a két vállalati szegmens teljesítménye jelentősen különbözik egymástól. Több tanulmány megállapítása szerint is a magyar vállalatok között tulajdonosi szerkezetük (külföldi-hazai) és – ettől nem függetlenül – a méretük a legfontosabb differenciáló tényező. A külföldi érdekeltségű vállalatok jobban teljesítenek mind nyereségességüket, mind versenyképességüket, mind exportjukat stb. tekintve, mint hazai versenytársaik. A munkatermelékenység jelentősen alacsonyabb a hazai vállalatoknál (Hunya, 2001). Empirikusan nem egyértelműen bizonyított, hogy ez a különbség csökken-e hosszabb távon. Ha így történne, az további lökést adhatna a két vállalatcsoport közötti kapcsolatok fejlődésének.

Az Electrolux esetében ennek a tényezőnek a jelentőségét csökkenti, hogy viszonylag jelentős volt már az Electrolux indulásakor a hazai beszállítások mennyisége, s ezen felül az, hogy a kilencvenes évek közepén megindult kiszervezés folyamatában a helyi beszállítások kiépítésében érdekelt Electrolux sok esetben a kiszervezett input termeléséhez használt gépekkel, eseti tanácsadással is segítette és aktívan kereste a (potenciális) beszállítókat.

A hazai beszállítások minősége

A beszállítások megvalósulásának esélye és azok minősége a helyi vállalati szektor terjedelmétől és minőségétől is függenek. A magyar vállalati szektor egyik jellegzetessége azon közepes méretű vállalatoknak hiánya, amelyek a leginkább képesek arra mind pénzügyi, mind technikai szempontból, hogy a beszállítóktól követelt megfelelő minőségű inputokat nagy sorozatban legyártsák, a kívánt technológiai pontossággal, megbízhatóan és megfelelő időzítéssel (Szanyi, 2002). Ennek az oka az, hogy a külföldieket preferáló privatizációs gyakorlat következtében a jobban teljesítő közepes méretű vállalatok közül sok került külföldi tulajdonba. A megmaradó cégek többsége több szempontból is gyengén teljesített (termékeit, piacait, pénzügyi jellemzőit, a

menedzsment színvonalát tekintve), jelentős részük csődbe is ment az említett hiányosságok miatt. A magyar kormányzat – más átalakuló országoktól eltérően – nem tett erőfeszítéseket arra, hogy ezeket a vállalatokat megmentse. Ennek eredményeképpen csak néhány tucat közepes méretű vállalat maradt meg, amelyeket magyar magánszemélyek, vállalkozók, holdingok vásároltak fel. Ezeknek nagyobb az esélyük arra, hogy beszállítókká váljanak, mivel képesek a külföldi leányvállalatok minőségi és mennyiségi követelményeit teljesíteni.

A közepes méretű vállalatok hiánya más szempontból is akadályozza a helyi beszállítói hálózatok kiépítését. A közepes és nagyobb helyi integráló vállalatok száma is viszonylag kicsi olyan más, fejlettebb átalakuló országokhoz képest, amelyek másféle privatizációs technikákat alkalmaztak (például Csehországhoz képest). A Suzuki beszállítói hálózatában található néhány ilyen vállalat (például a Bakony Művek vagy az IMAG), illetve a Videoton működik autóipari vagy elektronikai szerződéses gyártóként. Ugyanakkor más leányvállalatok esetében az integrátor szerepet részben vagy egészben külföldi kézben lévő vállalatok játsszák, amelyek az eredménye az „eredeti” helyi beszállítók alacsony száma, azok lehetséges bekapcsolódásának alacsonyabb szintre kerülése és/vagy a korlátozott tovaterjedő hatások.

Annak a sok kisvállalatnak a túlnyomó többsége, amelyet a csődbe ment nagy- vagy közepes vállalatok „romjain” alapítottak, még mindig túl kicsi és pénzügyileg-technikailag felkészületlen arra, hogy külföldi leányvállalat beszállítója legyen. Így a helyi vállalatok oldaláról a megfelelő minőségű gyártásra képes potenciális beszállítók hiánya akadályozza leginkább a multinacionális vállalatok helyi beszállítói kapcsolatainak fejlődését. Ehelyett külföldieknek privatizált közepes méretű vállalatok vagy a multinacionális vállalatok hagyományos beszállítóinak helyi leányvállalatai szállítják a helyi inputok túlnyomó részét a külföldi érdekeltségű leányvállalatoknak. Az „eredeti” magyar vállalatok szerepe sok esetben arra korlátozódik, hogy a leányvállalat első vagy második vonalbeli beszállítóit lássák el alkatrészekkel, és nem tudnak bekapcsolódni a beszállítói hálózatba saját termékeikkel. Ez utóbbihoz mind a humán, mind a pénzügyi erőforrásaik hiányoznak.

Az Electrolux körül kialakult beszállítói háttér esetében a legtöbb vállalat kisvállalatként (az interjúk szerint „garázsból”) indult, de a biztos megrendelői háttér mellett (amelyet sok esetben nemcsak az Electrolux, hanem a tágabb földrajzi környezetben működő más leányvállalatok, pl. a Samsung is adtak) képes volt közepes, egyes esetekben (pl. Jász-Plasztik) nagyvállalattá fejlődni.

A Electrolux esetében nincsen olyan törekvés, hogy integrátor vállalat „intézzék” a többszintű beszállítói háttér kialakítását. Az Electrolux igyekszik saját maga közvetlen kapcsolatban lenni a beszállítóival.

A beruházó származási országa

Ebben a tekintetben az EU-n kívüli exportorientált (zöldmezős) beruházók különböznek a többi leányvállalattól. Ezek elsősorban USA-beli, japán vagy dél-koreai multinacionális vállalatok leányvállalatai, amelyeket azzal a céllal alapítottak, hogy az EU-piacot egy olyan, viszonylag olcsó telephelyről lássák el a termékeikkel, amely földrajzilag közel fekszik a célpiachoz. (És esetleg azt is számításba vették, hogy előbb-utóbb a célpiac része lesz.) Ezek a leányvállalatok arra „kényszerültek”, hogy viszonylag nagymértékben használjanak helyi gyártású inputokat, hogy megfeleljenek a helyi hozzáadottérték-előírásoknak, mivel csak így értek el kedvezőbb vámokat termékeikre. Sok esetben ezek a leányvállalatok aktívan keresik annak lehetőségét, hogy minél több hazai vállalatot „képesse” tegyenek a beszállítói hálózatba való bekapcsolódásra.

Az Electrolux szempontjából a helyi hozzáadott-érték ilyen célú növelése nem merül fel. A földrajzilag közeli beszállítók keresése itt a termék sajátosságai miatt lehet fontos.

A multinacionális vállalatok globális stratégiája

Azok az iparágak – autóiipari és elektronikai ágazatok –, amelyek a legnagyobb kibocsátói a tovaterjedő hatásoknak, mindinkább nemzetközi partnerek termelési hálózatában működnek (Meyer, 1998). Általában egy erősebb partner uralja ezeket a nemzetközi hálózatokat, és ezek egyre inkább felváltják az integrált multinacionális vállalatokat. Jellemzőek a hosszabb távú ellátási szerződések, amelyek akadályát is jelentik az újabb, helyi beszállítók bekapcsolódásának (ahogyan azt az előzőekben már említettük: kicsi a lehetőség az autóiiparban a tradicionális beszállítók kiszorítására). Így a közvetlen külfölditőke-befektetésnek egy átalakuló országban a helyi gazdaságra gyakorolt hatásával kapcsolatban az a kulcskérdés, hogy a fogadó gazdaság vállalatait lehet-e, és ha igen, milyen mértékben lehet őket ezekbe a termelési hálózatokba integrálni. Néhány esetben még a privatizált vállalatoknál is felválthatják a hazai beszállítókat az anyavállalat hagyományos beszállítói. Ugyanakkor néha a hazai vállalat, miután sikeresen teljesítette a leányvállalat beszállítókkal szemben támasztott követelményeit, beszállítója lehet az adott anyavállalat más leányvállalatainak is, esetleg más helyi leányvállalatoknak is. A beszállítók „beszervezési” módszerei miatt növekszik azoknak a magyar vállalatoknak a száma, amelyek nem

közvetlenül a nagy autóipari leányvállalatokat szolgálják ki, hanem közvetve szállítanak be nekik, azok nagy, külföldi beszállítóin keresztül.

A háztartásigép-gyártás esetében az ilyen típusú szerveződés később indult, és ez tulajdonképpen a később induló magyar helyi beszállítók szerencséje is. A fentebb említett iparágakhoz képest ugyanis kevesebb a tradicionális beszállító, hiszen a kiszervezés később indult meg, akkor, amikor már a cég megvetette a lábát Magyarországon. Ezzel is magyarázható, hogy viszonylag kevés az olyan külföldi beszállító, amelyik Magyarországra is követte volna az Electroluxot. A meginterjúvolt vállalatok között egy ilyen szerepelt. Ezen felül az Electrolux vezetőivel készített interjúk során említettek egy ilyen jellegű, sikertelen kísérletet (a svéd fröccsöntő vállalat, a Nolato üzemet épített az Electrolux mellé Jászberénybe, de nem volt versenyképes és az Electrolux megszüntette vele Magyarországon a kapcsolatot).

Egy másik fontos következménye a később beindult alkatrész-, részegység, egyéb input gyártás kiszervezésének, hogy a megerősödő, növekvő magyar beszállítóknak lehetőségük van arra, hogy európai beszállítókká váljanak, vagyis a cégcsoport többi tagjának is beszállítói legyenek. Erre találunk is példát a meginterjúvolt vállalatok között, például ilyen a Jász-Plasztik.

A leányvállalatok szerepe a termelési hálóban

A helyi beszállítói kapcsolatok kiterjedtsége függ attól is, hogy az adott leányvállalat milyen pozíciót foglal el a multinacionális vállalat termelési hálózatában (Vince, 2001, 49 gépipari vállalattal készített interjú alapján). Ebben a tekintetben a külföldi érdekeltségű vállalatok két csoportját különíthetjük el. Az első csoport esetében az erős tulajdonosi ellenőrzés alatt álló, többségi külföldi tulajdonban lévő leányvállalatoknál, a „nagy méretű” multinacionális vállalat a leányvállalat tevékenységének minden szegmensét szilárdan a kezében tartja. Sok magyarországi zöldmezős beruházás tartozik ebbe a csoportba. Az inputokkal és outputokkal a vállalaton belül, a leányvállalatok között kereskednek, a helyi leányvállalat termelése általában alkatrészekre és részegységekre koncentrálódik, vagy azoknak a végtermékké való összeszerelésére. Ipargazdasági szempontból ez a tevékenység hasonló a bér munkához. Mindkét esetben az importált komponenseket szerelik össze, és a teljes outputot visszaszállítják az inputot is biztosító külföldi vállalatnak. A helyi beszállítók szerepe minimális, és elsősorban különféle szolgáltatások nyújtását jelenti. Majcen – Radosevic – Rojec [2003] tanulmánya bebizonyította, hogy ezek az összeszerelők nagyon alacsony szintű döntési önállósággal rendelkeznek, és inkább csak a központ utasításait hajtják végre. Ez azt jelenti, hogy gyakorlatilag „el vannak vágva” a helyi vállalatoktól.

A második csoportban (Vince, 2001) a magyar leányvállalatok külföldi tulajdonosai általában „kisebb méretű” multinacionális vállalatok. Néhány zöldmezős beruházáson kívül ebben a csoportban leginkább (privatizáció keretében) felvásárolt vállalatok találhatók, amelyeknél a privatizáció után az új tulajdonosok jelentős mértékben megváltoztatták a termékszerkezetet, a technológiát stb. A leányvállalatok rendelkeznek saját termékkel (márkanévvel) és készterméket értékesítenek. Ezek a vállalatok általában erősebben támaszkodnak a helyi beszállítókra és „függetlenebbek” az ezt a területet érintő döntéseikben, mint az első csoport tagjai. Így jobban integrálódnak általában a helyi gazdaságba, ennek megfelelően jelentősebbek a tőlük származó tovaterjedő hatások is. Interjúink tapasztalatai alapján egyértelmű, hogy az Electrolux esetében mindenképpen ebbe a csoportba kell sorolnunk a magyarországi leányvállalatot. A design központosított, a svédországi központban történik, ami sok mindent meghatároz. Ugyanakkor nem standard alkatrészek esetében nagyobb a leányvállalati mozgástér. Szintén jelentős a leányvállalatok mozgástere a beszállítók kiválasztásában.

Kapcsolatok, együttműködés a vállalatok között

Az Electroluxnak beszállító vállalatok kapcsolatait, együttműködéseit is megvizsgáltuk. A beszállítók számát tekintve jelentős az eltérés a vizsgált vállalatok között: 4-től 80-ig terjed a beszállító vállalatok száma. A hazai magánszemélyek által tulajdonolt vállalatok rendelkeznek a legtöbb beszállítóval. Ugyanakkor mindegyik vállalat (beleértve a külföldi tulajdonban lévő is) növelte beszállítóinak számát az elmúlt három évben, s jelentős volt a beszállítók számának növekedése a zöldmezős befektetéssel létrejött vállalatoknál is. A hazai beszállítók részesedése átlagosan nagyobb, mint az importból származó inputoké. Ugyanakkor a hazai beszállítókon belül a tisztán hazai vállalatoké valamivel kisebb, mint a külföldi részvételű, Magyarországon működő vállalatoké. (Ha tulajdonosi csoportonként vizsgáljuk ezeket a részesedéseket, akkor a hazai magánszemélyek által tulajdonolt vállalatok valamivel hajlamosabbak külföldi részvételű vállalatokat alkalmazni beszállítóként, mint tisztán hazai vállalatokat, míg a hazai iparvállalatok által tulajdonolt vállalatoknál fordított a helyzet.) Vagyis a hazai vállalati kapcsolatok jelentős bővülése indult meg az Electrolux környezetében és beszállítói között, habár ebben a folyamatban valamivel jelentősebb a hazánkban működő, de külföldi tulajdonban lévő vállalatok szerepe. A vállalatok túlnyomó többsége dinamikusan alakítja beszállítói kapcsolatait, kétharmaduknál volt arra példa, hogy megszüntettek beszállítói kapcsolatot.

A beszállítóvá válásban jelentős szerepet játszik az a különféle típusú segítség, amelyet a beszállító kereső vállalat nyújt azért, hogy a másik vállalat képes legyen teljesíteni a beszállítóvá válás követelményeit. A vállalatok többsége (65%) kapott valamilyen segítséget a beszállítóvá válásban (sok esetben az Electrolux-tól), és még nagyobb arányban (71%) vettek tevékenyen részt a vállalatok abban, hogy más vállalatoknak segítséget nyújtsanak abban, hogy beszállítóikká váljanak. A leggyakrabban a hazai magánszemélyek tulajdonában lévő vállalatok kaptak és nyújtottak ilyen segítséget. A segítség formája gépek kölcsönzése, minőség-ellenőrzés, termelés-szervezési tanácsadás, szerszámok megvétele, tanácsadás és minőségbiztosítás segítése stb.

Az értékesítési kapcsolatokat tekintve az összes vállalat beszállít, ezen felül ketten-ketten értékesítenek termékeket nagy- és kiskereskedelmi csatornákon keresztül, és 3 vállalatnak van saját kiskereskedelmi értékesítési hálózata. Ez utóbbi ugyanakkor a „több lábón állás” stratégiáját mutatja, hiszen egészen más típusú termékekről van szó (pl. autók kereskedés).

Abban a tekintetben is jelentősen szóródnak a vállalatok, hogy hány gazdasági egységnek/vállalatnak szállítanak be. 1-től 140-ig terjed ez a szám, bár a vállalatok fele esetében 10 alatt marad. A legtöbb vállalatnak átlagosan a hazai magánszemélyek tulajdonában lévő cégek értékesítenek. Ugyanakkor a vállalatok felénél az árbevétel több mint 40 %-a származik egyetlen partnertől, s a vállalatok közel egyötödénél 70 % feletti ez a részesedés. (A második, illetve harmadik partnerek részesedése jóval alacsonyabb.) Vagyis a vállalatok viszonylag komoly része függ jelentős mértékben egy legfontosabb partnertől – nem egy esetben az Electroluxtól.

A vállalatok közötti együttműködési formákat tekintve a leggyakoribb a szerződéses gyártói kapcsolat (7 vállalat), majd az alvállalkozóként történő beszállítás és bér munka végeztetése (6-6 vállalat), illetve a bér munka végzése más vállalatnak, technikai segítség más vállalatnak, illetve technikai segítség a vizsgált vállalatnak (4-4 vállalat) a legfontosabb. Az együttműködésben érintett másik vállalat a legtöbb esetben hazai, elsősorban a hazai vevőkkel (17 eset) és a hazai beszállítókkal (11 eset) működnek együtt a megkérdezett vállalatok, ami megfelel az előzőekben felvázolt tendenciáknak. A hazai vevő sok esetben az Electrolux. Kisebbszámmal szerepelnek még a hazai versenytársak (4) és a külföldi vevők (3).

Az együttműködés területei sokkal egyenletesebben oszlanak meg, mint a vállalati együttműködési formák. Mindössze 4 említett esettel a leggyakoribb együttműködési forma a „Segítség a rendelés teljesítésében, ha a vállalat kapacitásai teljes mértékben le vannak kötve”. 3-3 vállalat említette a

foglalkoztatottak képzése, a termékminőség javítása, szállítási feltételek, a modern technológiákhoz való jobb hozzájutás, a termelési folyamat módosítása/javítása, új piacokon való megjelenés és közös részvétel vásárokon területén történő együttműködést. Az együttműködés leggyakrabban a hazai vevőkkel (köztük az Electrolux-szal) valósul meg – 15 említett eset. Ugyanennyi esettel szerepelnek az egyéb kategóriába sorolt vállalatok (nem vevő, nem beszállító, nem versenytárs és nem befektető/beruházó). A hazai beszállítókkal jóval kevésbé gyakori a kooperáció (5 eset). Két vállalat említette a befektetőkkel-beruházókkal történő közös lobbizást.

Kutatás-fejlesztés területén hét vállalatnak van valamilyen együttműködése. Az állami vagy EU-s forrásokra pályázatot benyújtó 10 vállalat közül 8 vette igénybe valamilyen másik, pályázatírásra szakosodott cég segítségét, elsősorban a hazai magánszemélyek által tulajdonolt vállalatok esetében volt ez gyakori.

3.4.2. A vállalatok, helyi- és regionális önkormányzatok, iparági szervezetek együttműködése

Az Electrolux és a kapcsolódó beszállító vállalatok túlnyomó része két helyi önkormányzat területén, Jászberényben és Nyíregyházán tevékenykedik.

A két város adottságai erősen különböznek. Jászberény eredendően mezőváros, minimális ipari, de annál erősebb mezőgazdasági tevékenységgel. Mára az ipar lett a város vezető ágazata, köszönhetően elsősorban az Electrolux-Lehelnek és a köré kiépült kis-, közepes és nagyvállalat csoportnak, amely különféle szálakon kapcsolódik a leányvállalathoz. Nyíregyháza esetében a mezőgazdasági hagyományok jelentősebbek. Az ipar szerepe a rendszerváltozás után közvetlenül visszaszorult, később 1-2 nagyobb befektető megjelenésével került újra előtérbe. Meghatározó a város földrajzi, geopolitikai fekvése (határok közelsége), ipari adottságai, a humán erőforrásokkal való ellátottsága és a jelentős, 30-40 km-es vonzáskörzet és annak adottságai. Kevés a külföldi működőtőke-befektetés, és amelyek itt vannak, azoknak minimális a helyi beszállítások iránti igénye (mind a Michelin, mind a Flextronics, mind eddig az Electrolux is ilyen). Ugyanakkor nincs is jelentős potenciális helyi beszállítói kapacitás sem, aminek egyik fontos oka az a már említett adottság, hogy hiányzik az ipari háttér és az ipari hagyományok. A helyi KKV-k jelentős része is kényszervállalkozás, és eleve nagyon kevés a kis- és közepes vállalat. A hálózatosodás is minimális. Hasonlóság ugyanakkor a két város esetében, hogy – Jászberényben elsősorban az Electroluxnak és beszállítóinak köszönhetően, Nyíregyházán pedig a jelentős mennyiségű új munkahelyet teremtő közvetlen külföldi tőkebefektetéseknek (főleg Flextronics, Electrolux) - a munkanélküliségi ráta mindkét városban alacsony, 4% körüli, a tágabb vonzáskörzetben kicsit magasabb, 8-9%-os.

Mind a két önkormányzatnak van valamilyen gazdaságfejlesztési stratégiája. A jászberényi önkormányzat rendelkezik egy Településfejlesztési Konceptióval, ezen felül készül egy Gazdasági Program is. A fejlesztési elképzeléseket behatárolja, hogy jelenleg gyakorlatilag nincsen szabad munkaerő a városban. A környező településeken van valamilyen munkaerő-tartalék. A munkanélküliek túlnyomó része szakképzetlen – habár a főiskola által kibocsátott pedagógusok, szociális munkások, könyvtárosok jelentős része is nehezen tud elhelyezkedni. A szabad munkaerő hiánya miatt nincsen nagyobb tere újabb jelentős vállalkozás indításának, esetleg multi betelepülésének a városba, illetve annak tágabb környezetébe. A város némi bővülést, beköltözést elbírna – az intézményrendszer, infrastruktúra megvan hozzá, és hely is van lakásépítésre. Így ilyen módon esetleg tudnának fogadni további befektetőt. Ugyanakkor ebbe az irányba konkrét lépéseket nem tettek.

Nyíregyháza hosszú távú fejlesztési koncepciója 2000-ben készült el, idén végezték el a felülvizsgálatát, abból a szempontból, hogy mit sikerült megvalósítani és voltak-e változások a feltételrendszerben. A koncepciót széleskörű kutatás előzte meg, felkért szakértők vettek részt az anyag elkészítésében. A célrendszer kialakítása a fejlesztési stratégia egyik alappillére. Cél: egy stabil alapokon nyugvó, kiegyensúlyozottan fejlődő helyi gazdaság. Ennek elemei az infrastruktúra-fejlesztés és célzott iparág-fejlesztés. (Nincsen önálló gazdaságfejlesztési stratégia, a fejlesztési koncepciónak van gazdasági része.) A fejlesztési koncepció alapja: a város fentebb említett adottságainak figyelembe vétele. A fejlesztési koncepció egyik fontos gazdasági prioritása: a logisztikai beruházások, a logisztika fejlesztése. Ennek elemei: a közlekedési infrastruktúra javítása, a határmenti helyzet kihasználása (átcsomagolás, a határ „biztonságosabb”, „kiszámíthatóbb” oldala), kereskedelmi hálózatok idevonzása (Magyarország keleti területeinek, valamint a határ másik oldalának ellátása). A már ittlévő befektetések (Flextronics, Michelin) esetében az elosztóközpont-szerep fejlesztése.

A különféle kedvezmények nyújtását tekintve eltér a két önkormányzat stratégiája, amelyet szintén az adottságok magyaráznak. Jászberény kedvezményeket soha nem adott a vállalkozásoknak, amit az Electrolux-Lehel viszonylag korai megjelenése magyaráz, illetve, hogy a vállalatához kapcsolódva egyrészt jelentős helyi kis- és közepes-, sőt nagyvállalati kör „fejlődött ki”, másrészt néhány külföldi részvételű vállalat is betelepült. Vagyis gyakorlatilag nem volt szükség az önkormányzat aktív közreműködésére a helyi vállalkozások fellendítésében. Az iparüzési adó a város bevételeinek jelentős részét képezi, megfogalmazásuk szerint e nélkül összeomolna a költségvetés. Az iparüzési adó befizetői között a legnagyobb összeget az Electrolux adja. A kiadási

oldalán az intézményi infrastruktúra fenntartása dominál. A Lehel volt jóléti intézményei is a városra szálltak, a fenntartásukat is a város állja. Racionalizálás, összevonás minimális mértékben történt és történik. A vállalkozásokat áttételesen az önkormányzat által épített infrastruktúra (elsősorban út) segíti. Vállalkozók támogatására egy minimális összeget (10 millió forint) fordítanak évente.

Ezzel szemben Nyíregyháza helyzete teljesen más volt. A kilencvenes évek elején az ipari kapacitások jelentős része megszűnt, a külföldi befektetők érdeklődése minimális volt a város iránt. A városvezetés számára nyilvánvaló volt, hogy jelentős munkahelyteremtésre a közvetlen külföldi tőkebefektetések, illetve a helyi vállalkozások ösztönzése révén van lehetőség. Adókedvezményeket adtak a fontosabb befektetőknek, amivel az ipari parkba való betelepülést ösztönözték, ugyanis csak ott érvényesíthető az adókedvezmény. (Az Electrolux is kapott kedvezményt az iparüzési adóból.) Az ipari parkban az első betelepülők jelentős telekár-kedvezményt is kaptak, hogy ösztönözzék az első megtelepedéseket - ez részben kompenzáció is volt, mivel akkor még az infrastruktúra sem volt teljes mértékben kiépítve. (Később már piaci alapon értékesítették a telkeket, és így valamennyi (nem sok) nyereséget is hoz az ipari park.) Az ipari park telephelyválasztásánál ki akarták használni azt is, hogy az M3-as nemsokára elér Nyíregyházáig. A kormánytámogatás (a keleti országrész felzárkóztatása céljával) is szerepet játszhatott egyes nagybefektetők, így az Electrolux választásában, de a támogatás nem kompenzálta volna a hiányosságokat, inkább egy „plusz” volt. KKV-k számára nincsen városi program, a különféle szövetségek, alapítványok (MFT, Innovációs Tanács, Vállalkozásélénkítő Alapítvány) révén kaphatnak támogatást. Ugyanakkor az ipari parkban kialakítottak egy külön helyi KKV-knak szánt területet.

Az önkormányzat és az oktatási-képzési intézmények kapcsolatát tekintve mind a két városban inkább humán-orientáltságú a főiskolák képzési szerkezete. Jászberényben a helyi főiskolai kar (a Gödöllői Egyetem kihelyezett főiskolai kara) humánjellegű képzést nyújt, évente 1000-2000 hallgatónak. A város törekedett arra, hogy valamilyen mértékben reál/műszaki irányú képzést is adjanak, ami nehezen érhető el. Hasonlóan, a nyíregyházi főiskolán a képzés struktúraváltása lenne a cél, a közgazdász- és műszaki jellegű képzés erősítése által. Az önkormányzat igyekszik ebbe az irányba „terelni” a főiskolát, többek között önkormányzati támogatással építették a műszaki kar új épületét. Mindkét város oktatási intézményei rendszeres kapcsolatban állnak a helyi cégekkel és nagymértékben részesülnek a szakképzési hozzájárulásból. Nyíregyházán a betelepülő vállalatok igényeit is felméri (pl. Flextronics számára átképzés szervezése). Ezen felül a nyírségi városban a

középfokú szakképzésben a térségi integrált szakképző központ (TISZK) keretében igyekeznek összekapcsolni és hatékonyabbá tenni a szakképző intézményeket.

Vállalati vélemények: a jászberényi önkormányzattal általában kritikusak, szinte egyöntetű a vállalatok azon véleménye, amely szerint nem lép fel kezdeményezően az önkormányzat, egyes vállalatok túlzottan lassúnak tartják az ügyintézését, a problémákra való reagálást is. A nyíregyházi önkormányzat együttműködő készségét, rugalmasságát egyes vállalatok dicsérik, mások semlegesek a kérdésben. Az Electrolux és a nyíregyházi városi önkormányzat között súrlódásmentes a kapcsolat. Rendszeres a kapcsolatfelvétel, 1-2 hetente konzultálnak.

A helyi vagy regionális ipari szövetségekkel és szervezetekkel a vállalatok legtöbbször nem jelezte, hogy bármilyen kapcsolatban lennének.

3.4.3. Milyen módon kapcsolódik az adott vállalat a régió gazdaságához. Társadalmi beágyazottság a régióban (helyi sport, kultúra támogatása)

Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön a háztartásigép-gyártásban részt vevő vállalatok különböző módon kapcsolódnak be a régiók életébe, társadalmi beágyazottságuk eltérő mértékű.

Az Electrolux Lehel Kft. sport, kulturális és szociális támogatást is nyújt. Néhány évvel ezelőtt 300 ezer forinttal, idén már 650 ezer forinttal támogatta Jászberény város sportját. A vállalat és az önkormányzat között évente újítják meg a támogatási szerződést, az összeg felhasználásáról pedig a képviselő-testület egészségügyi és sportbizottsága dönt. Idén a helyi utánpótlás kézilabda csapat, valamint az utánpótlás labdarúgó csapat részsült a támogatásból. Az Electrolux Lehel Kft. üzemi labdarúgó bajnokságot is szervez. A lovas sportot szintén támogatja az évente megrendezésre kerülő Jászberényi díjugrató bajnokság szponzorálásával.

Az Electrolux a Maci Alapítványi Óvodát és Egységes Pedagógiai Szakszolgálatot is támogatja egy keretösszeggel, amit azok az óvoda korszerűsítésére, hűtőszekrény, légtisztító berendezés és egyéb cikkek beszerzésére fordítanak. A vállalat képviselői, köztük a vezérigazgató is vett már részt az óvoda által szervezett eseményeken, például a Karácsonyi ünnepségen.

Az Electrolux Lehel Kft. havonta megjelenő, ingyenes Electrolux újság segítségével tájékoztatja dolgozóit a vállalattal kapcsolatos eseményekről és általában a vállalati életéről.

Nemcsak az Electrolux Lehel Kft., hanem a beszállítói is aktívan részt vesznek a nekik otthont adó település, illetve a Jászság társadalmi életében, gyakran nagy összegű anyagi támogatás formájában. Ugyanakkor ez nem mondható el a megkeresett beszállítók mindegyikéről, tehát kivételek is akadnak.

A díjugrató verseny szponzorálásában a beszállítók is részt vesznek. Fogathajtó sportoló szponzorálására is volt példa a megkérdezett vállalatok között. Tipikus támogatási forma még a kispályás focicsapatoknak nyújtott anyagi segítség. A jászberényi asztalitenisz és röplabda csapat is kap anyagi segítséget a vállalatoktól.

A kulturális rendezvények közül a Csángó Fesztivált több vállalat is támogatta. A Jászberényi Nyár rendezvény és a jászberényi ifjúsági néptáncosok is részesültek a vállalatoktól kapott anyagi segítségben.

Alapítványok gyakran keresik fel a vállalatokat. Az iskolák, óvodák alapítványai, és a Gyermekrák Alapítvány támogatására volt példa a megkérdezett vállalatok között.

A szponzorálás, anyagi támogatás tendenciáiról elmondható, hogy a megkérdezett vállalatok túlnyomó többsége helyi sportcsapatokat, kulturális rendezvényeket, oktatási intézményeket hajlandó támogatni, míg a kistérségen, régió kívüli megkeresésekre ritkábban reagálnak pozitívan. Összességében megállapítható, hogy az Electrolux Lehel Kft., és az általunk megkeresett beszállítók társadalmi beágyazottsága jelentős mértékű Jászberény városában és a Jászságban.

3.4.4. A hálózati kapcsolatok intézményi hátterének bemutatása

Jászberényben a hálózatosodás fő szervezője az Electrolux-Lehel, a saját „kiszervezési” stratégiájával. Gyakorlatilag nincsen semmilyen intézményi háttere a hálózatosodásnak.

Nyíregyházán a hálózatosodásban szerepet játszik (játszhat) az ipari park, mint egy olyan intézmény, amely egymással valóságosan vagy potenciálisan kapcsolatban álló vagy kapcsolatba hozható vállalatoknak ad egymás közvetlen közelében telephelyet. Az ipari park a betelepülőknek a következő szolgáltatásokat nyújtja: beruházás-előkészítés; szolgáltatások: tűzoltóórs, hulladékudvar, infrastruktúra; ezen felül bizonyos szolgáltatások nyújtásának megszervezése. Az ipari parkba történő betelepülést ösztönözte a helyi önkormányzat adókedvezménye is: a betelepülő

vállalatok 2004-ig adókedvezményben részesülhettek, amit az Electrolux is megkapott. Az iparüzési adóból a kedvezmény a következő: 2 évig adómentes a vállalat, a 3. évben 75%-os, a 4. évben pedig 50%-os kedvezményt kap (feltételként a befektetés nagysága és a foglalkoztatottak létszáma szerepel).

Az Electrolux 2002. februárjában jelent meg az ipari parkban. Az ipari parkban kialakult vállalati kapcsolatok, kooperáció első formája a beszállító-vevők közötti kapcsolat. Az Electrolux már a 2002-es szerződés-aláírásnál jelezte, hogy valószínűleg több beszállítója is le fog telepedni az ipari parkban. Ilyenek pl. a Jász-Plasztik Kft., illetve szállítmányozási-logisztikai cégek. A két „nagy” betelepülőnek, az Electroluxnak és a Flextronicsnak, illetve az őket „követő” vállalatoknak köszönhető, hogy mára gyakorlatilag megtelt az ipari park első üteme. A meginterjúvált vállalatok között két olyan volt, amely az ipari parkban is rendelkezik telephellyel. Az egyik kimondottan az Electroluxot követve telepedett meg a nyíregyházi ipari parkban, már Jászberényben is beszállít a svéd tulajdonban lévő vállalatnak. A másik vállalat nem az Electrolux miatt ment oda, de megpróbálta felvenni vele a kapcsolatot és beszállítójává válni, amiben eleddig nem járt sikerrel.

Az ipari parkban kialakult vállalati kapcsolatok másik formája a „kvázi-versenytárs” vállalatok közötti kapcsolat. (Termékeikben nem versenytársak, azonban az alkalmazott munkaerőt, egyes beszállított inputokat, szolgáltatásokat tekintve igen.) Az Electrolux és a Flextronics között speciális a kapcsolat, elsősorban a gyártások eltérő szezonalitása miatt. Ez is jelzi, hogy mind a két vállalat jelentős foglalkoztató (az Electrolux jelenleg 600 főt, későbbiekben akár 1200-1300 főt foglalkoztat, a Flextronics jelenleg 2200 főt foglalkoztat), a két vállalat közül az Electrolux termelésének szezonalitása gyengébb, jelentősebb a raktárra termelés. Az eltérő szezonális lehetőséget ad a szakképzetlen munkaerő (betanított munkások) iránti igény valamelyes összehangolására.

4. A HÁLÓZATOSODÁS, PERSPEKTÍVÁI, LEHETŐSÉGEI A HÁZTARTÁSIGÉP-GYÁRTÁSBAN AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI ÉS AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓBAN

Más, Magyarországon megtelepedett multinacionális vállalatokhoz képest az Electrolux kiemelkedően jelentős helyi kapcsolatokkal, beszállítói hálózattal rendelkezik. Míg az egyik végletet a minimális helyi beszállítók alkalmazásával, szinte szigetszerűen működő, gyakorlatilag helyi inputként csak az (olcsó) munkaerőt használó Audi képviseli (ahol ugyan jelentősen – 10 %-ra – nőtt a helyi hozzáadott érték egy K+F-központ létrehozásával), az Electrolux tekinthető a hazai termelő leányvállalatok között a másik végletnek, ahol egyes termékek esetében 80 % feletti a helyben beszerzett inputok aránya. Így az Electroluxot és a körülötte kialakult beszállító hálózatot az egyik legjelentősebbnek tekinthetjük ma Magyarországon. Ugyanakkor a beszállító vállalatok közötti kapcsolatok minimálisak, vagyis valódi, mély értelemben vett hálózatosodásról az Electrolux körül nem beszélhetünk.

A jelenlegi hálózatosodási, kooperációs kapcsolatok továbbfejlődésének gátja lehet az a tény, hogy az Electrolux Lehel Kft-nek egy bizonyos ponton túl nem érdeke a beszállítók együttműködése. A multinacionális vállalat legfontosabb alapanyagait és a beszállításra kerülő alkatrészeket, részegységeket legalább két különböző forrásból szerzi be. A gyakran egymás ellen is „kijátszott” beszállítók kénytelenek a megrendelő árcsökkentési nyomásának engedni. Nem jellemzőek a fél éves időtartamnál hosszabb periódusra kötött beszállítói szerződések, sőt ezen megállapodások is könnyen felmondhatók, ha a beszállítók nem elég rugalmasan alkalmazkodnak a verseny diktálta árakhoz, vagy nem tud időben és megfelelő minőségben szállítani. Jelentős hátrány, hogy a legnagyobb hozzáadott értéket jelentő tevékenységek a holding központjában, Magyarországon kívül mennek végbe, kiszervezésük lassan halad.

Az együttműködésben való részvétel nem a beszállítói vállalatok, fennmaradása „túlélése” miatt fontos, hanem a megváltozott körülményekhez (Electrolux termelésének bővülése, új gyáregység létrehozása Nyíregyházán) való jobb alkalmazkodás kényszeríti ki a kooperációt. A kutatásban vizsgált vállalatok mindegyike „több lábon áll”, tehát nem csak az Electroluxnak szállít be (a legmagasabb Electrolux-részesedés nem sokkal haladja meg az 50 %-ot az egyik kisvállalatnál, de ez a kisvállalat is több mint 20 másik partnernek szállít be). Ebben a tekintetben a vállalatok érdekeltek lehetnének abban, hogy megosszák tapasztalataikat a különböző, nemcsak a szűken vett

szektorba tartozó megrendelőket illetően. A legtöbb vállalat által előállított alkatrészek és részegységek „univerzálisak”, vagy minimális átalakítással a feldolgozóipar más ágazataiban is felhasználhatóak, nemcsak a háztartásigép-gyártásban. (Ez utóbbira volt is példa a vizsgált vállalatok között.) Egy másik lehetőség, ami az Electrolux esetében felmerül, hogy helyi beszállítóinak lehetősége van az európai beszállítóvá válásra (ilyen vállalat szerepelt a kutatásban is). Ebben a tekintetben a jelentős lengyelországi beruházások teremthetnek lehetőségeket a jászberényi Electrolux beszállítói számára, hiszen a földrajzi távolság kisebb, mint más jelentős európai beszállítók (pl. olaszországiak) számára, és a lengyel helyi beszállítók – az előzetes felmérések alapján – nem lesznek érdemben a magyar beszállítók versenytársai. Itt is segíthet a már európai beszállítóvá vált hazai vállalat és más, erre aspiráló vállalatok közötti formális vagy informális kooperáció. Pénzügyi, marketing, kutatási-fejlesztési célú együttműködések, közös beszerzések (, mely utóbbiak eddig szinte csak az Electrolux-szal valósultak meg) elvileg javíthatnák beszállítói pozícióikat a régióban jelen levő nagyvállalatoknál, esetleg a régióon kívülre történő beszállítást is elősegíthetnék az ilyen jellegű vállalatközi kooperációk. A hálózatosodás erősítése szempontjából egy további lehetőség a második körös beszállítók bevonása a beszállító vállalatoknál. A kutatásban résztvevő vállalatok csaknem mindegyike túlnyomórészt alapanyagokat, nyersanyagokat vásárol beszállítóitól.

A gazdasági szereplők közötti együttműködést koordináló szervezettel szemben támasztott legfontosabb elvárás az lenne, hogy a vállalati szereplők elfogadják; a helyi, az országos politikai érdekcsoportoktól és az Electroluxtól is függetlennek tekintsék. Ha ezen alapfeltételek teljesülnek, az klasztert irányító szervezettől azt várnák el, hogy építsen fel egy részletes adatbázist arról, hogy melyik vállalat, milyen termelési kapacitásokkal rendelkezik, milyen termékeket gyárt jelenleg és a jövőben mire lenne képes, továbbá ezekhez milyen inputokra lenne szüksége (második körös beszállítók bevonása). A gyártókapacitások felmérése mellett kiépülhetne egy, a szabad szállítási kapacitásokat nyilvántartó adatbázis. Erre azért lenne szükség, mert több jászberényi és Jászberény környéki vállalat szállít az Electrolux nyíregyházi gyárába is. Szinte nap mint nap előfordul, hogy a beszállítók egy időben, párhuzamosan „félíg üres” tehergépkocsikat küldenek Jászberényből Nyíregyházára ahelyett, hogy egyeztetnék szabad szállítási kapacitásukat.

A vállalati, önkormányzati és állami szereplők együttműködéséből jó néhány előny származhatna: a kutatás során megfigyelt céges kör jelenleg leginkább az önkormányzatok oldaláról induló kooperációs kezdeményezéseket hiányolja. Ha az érintett nagyobb települési önkormányzatok mindegyikén lenne a község illetve város kiemelt vállalataival foglalkozó

munkatárs, a városházák is jobban megértenék a cégek problémáit. Felismerhetnék azt is, hogy az önkormányzatok saját érdeke a helyi beszállítások erősítése, a beszállítók és a megrendelő vállalat közötti kooperációs kapcsolatok élénkítése, mélyítése. Vállalati oldalról fontos elvárásként fogalmazódott meg, hogy a legnagyobb iparüzési adót megfizető cégek véleményét is kérjék ki az önkormányzatok hosszú távú fejlesztési koncepcióinak kialakításakor. Így például az infrastrukturális fejlesztéseknél érdemes figyelembe kell venni a helyi vállalatok véleményét. A vizsgálatban egy olyan önkormányzattal találkoztunk, ahol példaértékűnek tekinthető a vállalatokkal való rendszeres kapcsolattartás, a vállalati igények folyamatos figyelése.

A hálózatosodásban jelenleg érintett vagy a klaszteresedés iránt érdeklődő szereplők érdekei eltérőek. Az Electrolux Lehel Kft. abban érdekelt, hogy hosszú távon versenyképes árat kínáló jó minőségben és pontosan szállító cégek vegyék körül. A transznacionális vállalatnak nem érdeke, hogy beszállítói a fokozottabb együttműködés keretében fékezni próbálják, vagy adott esetben megállítsák a beszállítói szerződésekben szereplő árak fokozatos csökkenését. Ugyanakkor az Electrolux Lehel Kft.-nél is megjelentek olyan törekvések, amelyek a jövőben elősegíthetik a beszállító vállalatok közötti kooperáció erősödését. Újabban ugyanis a svéd cég leányvállalata igyekszik a beszállító vállalatokat, ha nem is a kutatásba, de az új termékekkel kapcsolatos egyes fejlesztési munkákba bevonni. Nyilvánvaló, hogy a hasonló alkatrészeket, részegységeket beszállító vállalatok közötti együttműködés hatékonyabbá tenné ezt a folyamatot, és az Electroluxnak is érdeke lenne ennek előmozdítása.

Ezzel szemben a beszállító cégek érdeke az, hogy hosszú távon biztosítva lássák fennmaradásukat az egyre élesedő versenyben. Beruházási fejlesztési döntéseik meghozatalakor nagyban segítené őket az a bizonyosság, hogy van értelme fejleszteniük, van értelme termelési kapacitásaik bővítésének, mert az Electrolux Lehel Kft. a jövőben is fontos partnernek tekinti őket. A kutatásban szereplő cégek közül csak néhány rendelkezik olyan pénzügyi és kutatás-fejlesztési háttérrel, hogy saját kockázatára is vállalhatja az egyes beruházásokat (pl. egyikük a nyíregyházi Electrolux-gyár mellé települést), vagy olyan önálló fejlesztéseket, amelyekkel új alkatrészek és részegységek versenyképes beszállítói lehetnek az Electrolux-nál.

A hálózatosodásból való kimaradás, távolmaradás egyik legfőbb oka a földrajzi távolság lehet. Kutatásunk során találkoztuk olyan észak-alföldi céggel, amely már több mint 30 éve a jászberényi hűtőgépgyár beszállítója, de még egyszer sem találkozott más fontosabb jászberényi beszállító vállalatokkal. Szintén a távolmaradás irányába hat, hogy ellentétben a nyugat-európai típusú

klaszterekkel számos olyan társadalom-lélektani feltétel hiányzik, amely Magyarországon, illetve a vizsgált régióban és ágazatban nem lelhető fel. A cégek között fennálló bizalmatlanság akadályozza az együttműködésük megvalósulását. A rendszerváltó országokban, így Magyarországon is figyelembe kell venni a vállalatok, intézmények valamint a kormányzati szereplők egymással szemben tanúsított viselkedésének jellegzetességeit. A rendszerváltó országokban tipikus viselkedésformaként jelenik meg a vállalatvezetők körében az intézményesített együttműködés határozott elutasítása. Ehhez hozzájárulhat még a korábbi együttműködési kezdeményezések sikertelensége miatti kiábrándultság. A vállalatok, a vállalatok és kapcsolódó szervezetek, valamint a magánszektor és a kormányzati szektor között fennálló átható bizalmatlanság légköre tehát nem véletlen. Az együttműködés elindítása, támogatása más megközelítést igényel, több és más fajta probléma felmerülésével jár, mint a nyugat-európai környezetben működő vállalatok esetében.

A hálózatosodásban érdekelt szereplők kapcsolathálója továbbfejleszthető lenne az államigazgatás és a felsőoktatás irányába, ehhez azonban az alábbiakra lenne szükség. Az államnak pontosan fel kellene mérnie, hogy az érintett vállalati körnek milyen állami támogatási forrásokra lenne szüksége. Ha a fejlesztési célok világossá váltak, az állami támogatásközvetítő ügynökségeknek mindent meg kellene tenniük azért, hogy a pályázati információk az érintett vállalati körhöz eljussanak. A jelenlegi GVOP-2005-1.1.3/B. (Klasztereknek nyújtott szolgáltatások fejlesztésének támogatása) pályázatról az ágazatban nagyon kevés cég tud. Nem véletlen, hogy pályázatban közreműködő szervezetként részt vevő Regionális Támogatás-közvetítő Kht. alacsony pályázási aktivitásról számolt be. Kritikaként fogalmazódott meg az is, hogy a viszonylag jelentős mennyiségű támogatásnyújtó és tanácsadó szervezet egymással párhuzamosan működik, közöttük minimális a kapcsolat, viszont nem képesek eljuttatni a vállalatokhoz a pályázati lehetőségekről az információkat. Ennek ellenére a vizsgált vállalati kör pályázási aktivitása jónak ítélnélhető, azonban nem talákoztunk több beszállító vállalat által közösen beadott pályázattal.

A vállalatok és a felsőoktatási intézmények közötti oktatási, kutatási és fejlesztési együttműködés megerősítésének kulcsa az egyetemek és főiskolák kezében van. A felsőoktatási intézmények nem várhatják el a vállaltoktól, hogy azok felkeressék őket, ha adott esetben a cégek még nem is tudnak a kutatási együttműködésre alkalmas tanszék(ek) létezéséről sem. Ahhoz, hogy ez a helyzet megváltozzon, az egyetemeknek és főiskoláknak sokkal aktívabb marketing tevékenységet kellene végezniük a vállalatok irányába. Meg kellene ismertetni minden egyes szóba jöhető céget az egyetemi, főiskolai tanszéken folyó kutatásokról és az együttműködésnek több lehetséges alternatíváját is fel kellene vázolniuk. A kutatás során volt példa arra, hogy egy műszaki főiskolai

kar igen aktívan kereste a régióbeli cégekkel a kapcsolatot, és sikerült is jelentős közös projekteket, kutatásokat megvalósítania. Ugyanakkor a régió adottsága az is, hogy minimális a vállalati együttműködésben igazán „versenyképes”, műszaki irányultságú felsőoktatási intézmények, karok jelenléte.

A jövőben a hálózatos együttműködés élénkülésére lehet számítani az Electrolux Lehel Kft. Jászberény környéki beszállítóinak egy részénél. Az együttműködésre való nyitottság egyértelmű indikátora volt a tanulmány közbülső eredményeinek megvitatására tartott november 28-ai találkozó. A résztvevő vállalatvezetők között egyrészt a jó informális viszony, illetve a kooperációs készség volt jellemző. A találkozón a vállalatvezetők konkrét együttműködési módokat fogalmaztak meg. Az elkövetkező 10 évben elképzelhető, hogy együttműködésük tovább épül, és az eddig bizalmatlansági okokból elzárkózó beszállítók is bekapcsolódnak. Az Electrolux hozzáállásától is függ a klaszteres együttműködés alakulása. Ha a multinacionális vállalat növeli magyarországi leányvállalatánál a K+F jelentőségét, tehát több K+F feladatot delegál hozzá, akkor az Electrolux Lehel Kft.-nek egyre inkább érdekében fog állni a különböző típusú beszállítók közötti együttműködés élénkítése a K+F feladatok eredményes megoldása céljából.

5. FELHASZNÁLT IRODALOM

Antalóczy K.– Sass M. [2003]: Működőtőke-befektetések és a magyar külkereskedelem modernizációja. *Külgazdaság*, 12. szám.

Ceglie, G. [2003], *Cluster and Network Development: examples and lessons from UNIDO experience*, Paper presented at the Conference in honour of Professor Sebastiano Brusco, Modena, Italy, 12-13 September 2003, www.economia.unimore.it

Hunya, G. [2001]: Uneven competitiveness of industries in the wake of foreign penetration of advanced economies in transition. *Transnational Corporations*, Vol. 10., No. 2., August, 35–66. o.

Kulcsár P. [2001]: Magyarországi beszállítók helyzete az autóipari és elektronikai multinacionális cégeknél. Kézirat, Gazdasági Minisztérium Közgazdasági Elemző Központ, június.

MKIK-GVI [2000]: A külföldi tulajdonú vállalatok beszerzési politikájának vizsgálata a Közép-Magyarországon letelepedett cégek példáján Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Gazdaság- és Vállalkozáselemzési Intézete. www.mkik.hu

Majcen, B – Radosevic, S. – Rojec, M. [2003]: FDI subsidiaries and industrial integration of Central Europe: conceptual and empirical results. Kézirat.

Meyer, K. [1998]: *Multinational Enterprises and the Emergence of Markets and Networks in Transition Economies*. CEES Working Paper, No. 12. Copenhagen, Center for East European Studies, Copenhagen Business School, June.

Nadvi, K. and Barrientos, S. (2004), *Industrial Clusters and Poverty Reduction*, UNIDO, Vienna.

OECD [2005], *Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe*, www.oecd.org

Sass M. [1997]: Beszállítók Magyarországon. Egy kérdőíves felmérés eredményei. Kézirat, MTA VKI, Budapest.

Sass, M. [2004]: FDI in Hungary – The first mover’s advantage and disadvantage. Paper presented at the annual conference of European Investment Bank, Luxemburg, 22nd of January.

Szanyi, M. [2001]: Privatization and greenfield FDI in the economic restructuring of Hungary. *Transnational Corporations*, Vol. 10., No. 3., December, 25–37. o.

Szanyi, M. [2002]: Subcontracting and outward processing trade as a form of corporate networking in Hungary. *Acta Oeconomica.*, Vol. 52., No. 3., 347–369. o.

Schwanitz, M, Müller, R, Will, M (2002): Competitiveness of economic sectors in EU association and accession countries: Cluster –oriented assistance strategies, Volume 1: Study, GTZ - Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH, www.gtz.de

Vince P. [2001]: Vállalati beszerzési és értékesítési kapcsolatok rendszere. *Közgazdasági Szemle*, XLVIII., november., 980–992. o.