



MAGYAR GYÁRIPAR

A Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetségének lapja

LIV. ÉVFOLYAM, 2014. 2. SZÁM



Törékeny bázis, biztató jelek

Dr. Niklai Ákos a szállodaipar kilátásairól (12-15. oldal)

**MGYOSZ-elemzés
a fenntartható növekedésről**

3-7. oldal

**Gazdasági erő az összefogás,
a közös munka**

17-18. oldal

**Innovatívabb Európa,
régiós különbségek**

20. oldal

TARTALOM

FÓKUSZBAN

Gazdaságpolitikai megfontolások
és javaslatok3

NAPIRENDEN

Óvatosan optimisták
a magyar vezetők8

CÍMLAPINTERJÚ

Szállodaipar: trendforduló,
vagy még nem? (Dr. Niklai Ákos) . . .12

MGYOSZ-SZOLGÁLTATÁS16

ÚJ TAGVÁLLALAT

Gazdasági erő az összefogás,
a közös munka (Gablini Gábor)17

EURÓPAI UNIÓ

Uniós vállalatok: új elem jöhet
a jelentéstételben19
Innovatívabb Európa
– nagy regionális különbségekkel . . .20

KÖNYVJELZŐ

Magyar építész, kínai sikerek21

A MAGYAR GYÁRIPAR

az MGYOSZ hivatalos havilapja

Kiadja a Munkaadók és Gyáriparosok
Országos Szövetsége

Szerkesztőség:

Budapest, Kossuth L. tér 6–8.

Telefon: 06 (1) 474-2041

E-mail: mgyosz@mgyosz.hu

Internet: www.mgyosz.hu

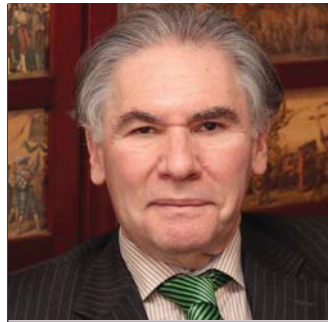
Layout: Abonyi Brigitta

Fotó: Vámos Judit

Hirdetésfelvétel: klajko@mgyosz.hu

Telefon: 06 (1) 474-2041

ISSN: 1219-6193



Dr. Vadász Péter
az MGYOSZ társelnöke

„A válság után új megoldásokra is szükség lesz.”

Együtt Európával

A mikor ezeket a sorokat írom, a szomszédos Ukrajnában teljes a zűrzavar. Még nem tudjuk merre haladnak az események, de van már némi tapasztalatunk arról, hogy mind az oroszok, mind az ukránok elzárhatják a gázcsapokat. Mi itthon tesszük a dolgunkat, elkészült az „MGYOSZ gazdaságpolitikai megfontolások, javaslatok” című anyaga. Ezt egészíteném ki azzal, hogy bemutatom, hol tart az Európai Unió tervező munkája. 2014 májusában európai parlamenti választások lesznek 28 tagországban. Megújul a Parlament, a Bizottság és számos kapcsolódó szervezet. Nemcsak személyi megújulás várható, koncepcionális változások is lesznek. A válság után új megoldásokra is szükség lesz. Nekünk, munkaadóknak az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságban (EESC) és a BusinessEurope-ban (Európai Munkaadók Szövetsége) folyó munka, illetve az ebben való aktív részvétel talán a legfontosabb.

A BusinessEurope néhány hete adta közre „Industry Matters” („Az ipar a fontos”) című anyagát. Ebben az európai ipart tartja az európai gazdaság gerincének. A néhány éve megjelent „Go for Growth” („Előre a növekedésért”) anyag után új stratégiára van szükség, amelyet hét pontban foglaltak össze.

1. A versenyképesség fokozása az energia- és klímapolitikában
2. Új külföldi piacok megnyitása az európai ipar számára, az egységes piac kialakításának útjában álló akadályok megszüntetése
3. Erőteljesebb kooperáció az innovációban
4. A transzeurópai és nemzeti infrastruktúra fejlesztése
5. Finanszírozáshoz való hozzáférés megkönnyítése
6. A munkaerőpiac dinamikusabbá tétele, rugalmas foglalkoztatás és termelékenység növelése

7. Az ipar számára megfelelő képzés és oktatás megteremtése

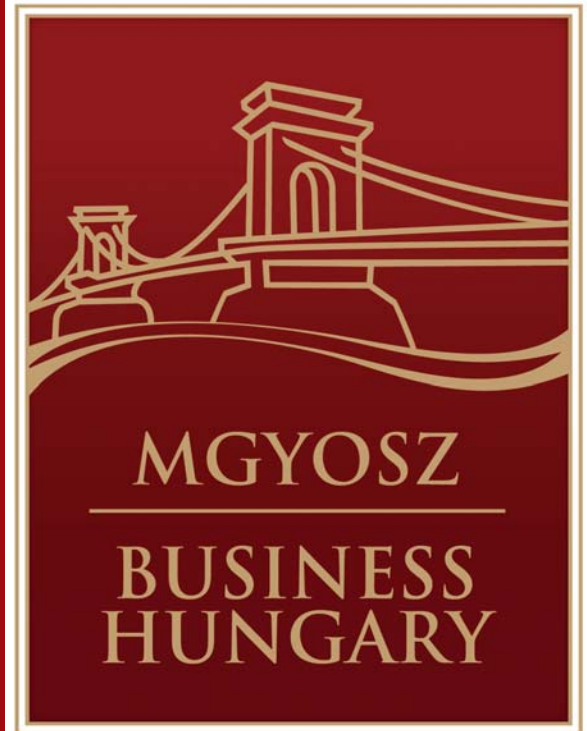
Az EESC 1. sz. (Munkaadók) csoportjában is komoly munka folyik. Az anyagok már az új Parlament és Bizottság tagjainak készülnek. Javasataik lényege összecseng a BusinessEurope javaslataival:

1. Meg kell oldani az eurozónán belüli problémákat
2. Reformálásra szorul az EU kormányzása
3. Meg kell teremteni a gazdasági felemelkedés feltételeit
4. Fel kell oldani az Unió polgárainak fenntartásait a migrációval kapcsolatban
5. Meg kell nyerni a lakosság támogatását a fenntartható energia irányelvekhez
6. Koncentrálni kell a szociális igazságosság elvére
7. Teljessé kell tenni a bankuniót
8. Biztosítani kell a 28 tagállam belső piaci integrációját
9. Sikeresen be kell fejezni az Europa 2020 programot
10. Le kell fektetni az új Ipari Reneszánsz alapjait

Fenti irányelvek szinte mindegyike rímél az MGYOSZ gazdaságpolitikai javaslataival. Nem véletlenül.

GAZDASÁGPOLITIKAI MEGFONTOLÁSOK ÉS JAVASLATOK

Gazdaságpolitikai megfontolások, javaslatok a tartós és fenntartható gazdasági növekedés érdekében címmel elkészült az MGYOSZ átfogó elemzése. Az anyagot március 7-én nyilvánosan is ismertették, megvitatták. Az alábbiakban a helyzet-elmzést ismertetjük, a teljes szöveg a www.mgyosz.hu honlapon olvasható.



Összefoglaló

A gazdasági növekedést a korábbi és jelenlegi gazdaságpolitikai hibák mellett, mélyen gyökerező **szerkezeti problémák** is hátráltatják. A magyar gazdaságot különösen erős dualitás jellemzi, amelyet egyfelől a növekedésre csekély mértékben képes nagyszámú mikro- és kisvállalat, másfelől néhány erős (jórészt külföldi) nagyvállalat jelenlétével lehet leírni, miközben a középvállalati réteg kicsiny és zsugorodó. A gazdaságpolitikának ezért arra kell törekednie, hogy kedvező makrogazdasági feltételeket teremtsen a növekedésre képes vállalatok számára, versenyképességük és tudásbázisuk növelésére, kompetenciáik javítására.

Az ehhez szükséges feltételek a következőkben foglalhatók össze:

- **kiszámítható** hosszú- és középtávú gazdaságpolitikai irányok, eszközök, szabályrendszer kijelölése, amely megbízható iránytűként szolgálhat a vállalatok számára a beruházási és egyéb stratégiai döntéseik meghozatalában.
- az Európai Unió támogatási alapjainak felhasználásában a nemzetközi piacon versenyképes, és növekedési potenciállal rendelkező hazai vállalatok előtérbe helyezése, számukra kedvező gazdaságpolitikai

feltételek kialakítása. A vállalati együttműködések különböző formáinak támogatása.

- a magyar gazdaság **külföldi tőkevonzó** képességének javítása a gazdaságpolitika és a **gazdaságdiplomácia** eszközeivel
- a hazai tulajdonú cégek fontos növekedési tartaléka a multinacionális cégek **beszállítójává** válás: gyakran ez jelenti számukra a belépést a globális piacra, ezt a multinacionális vállalatok jelenlétével kapcsolatos gondolkodásban figyelembe kell venni.
- a feldolgozóipar és a **szolgáltató szektor** azonos elbírálása a gazdaságpolitikában:
- az állami kiadások rátáját hosszabb távon a GDP 45%-ára kell csökkenteni, ami lehetővé tenné a nemzetközi és európai átlagnál jóval magasabb állami elvonások csökkentését, ezzel a gazdasági szereplők versenyképességének javítását.
- a gazdaságnak szüksége van az elismert egyetemeken végzett szakemberek mellett magasan képzett, a fejlett technológiát, valamint a modern üzleti és vállalkozói ismereteket elsajátított **középfokú** szakemberekre és szakmunkásokra, miközben támogatni kell a középfokú végzettségű szakemberek továbblépését, felsőfokú végzettség megszerzését.

DR. FUTÓ PÉTER: HÁROM MEGATREND



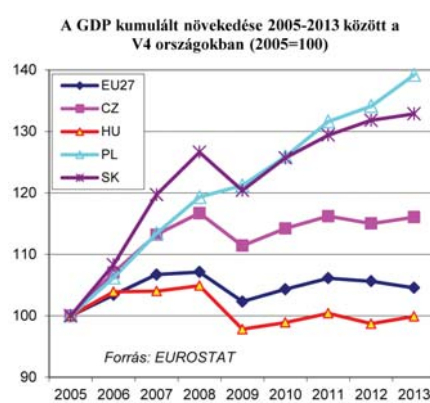
Az MGYOSZ elnöke bevezetőjében azt hangsúlyozta, hogy három megatrend határozza meg a világgazdaság fejlődését: a technológia gyors fejlődése, a demográfiai összetétel megváltozása, s a világ gazdasági centrumának áthelyeződése a csendes-óceáni térségbe.

LAKATOS PÉTER: AZ INNOVÁCIÓ A LÉNYEG



Nem a világegyenlet megoldására szövetkeztünk – hangsúlyozta Lakatos Péter alelnök, aki az MGYOSZ nevében a nyilvánosság előtt ismertette az átfogó elemzést. Az alelnök hangsúlyozta: nem célszerű élesen elkülöníteni a termelő és a szolgáltató szektort, ezek már átszövik egymást. A lényeg az, hogy mennyire innovatív az adott tevékenység, mennyire képes reagálni a környezet új kihívásaira. Ehhez pedig használható tudás kell, minden szinten.

A helyzet



A magyar gazdaságot az 1995 és 2000 közötti progresszív időszakot követően, a 2000-es évek közepe óta tartós növekedési deficit jellemzi. 2013-ban a GDP volumene még mindig nem éri el a 2005. évi szintet, miközben – az Eurostat adatai szerint – Szlovákiában 32, Lengyelországban 35, és az elmúlt években szintén viszonylag lassan növekvő Csehországban is 14%-kal meghaladja azt.

Miközben a magyar gazdaság irányításában az elmúlt közel egy évtizedben tetten érhetők konkrét **gazdaságpolitikai hibák**, ugyanilyen fontos probléma, hogy a növekedést mélyen gyökerező szerkezeti problémák is gátolják. Ez utóbbiak megszüntetéséhez nem elegendő néhány jó kiválasztott kormányzati intézkedés és törvénymódosítás. Ezeken fordítani csak a véleményformáló politikai-gazdasági elit konszenzusát bírva, kormányzati ciklusokon átívelő kitaró aprómunkával lehet, mindehhez ráadásul a társadalom szemléletének mélyreható változása is szükséges.

Gazdaságpolitikai hibák:

- 2002-2006 között sok szempontból megbillent az ország pénzügyi egyensúlya (magas államháztartási hiány, gyorsan növekvő államadósság, a devizaeladósodás, a fogyasztás importgerjesztő hatása miatti fizetésimérleg-problémák), az okok a jóléti rendszerváltás álmában, a választási ígéretekben és a nem elég határozott kormányzati végrehajtó munkában keresendők.
- 2006–2009 között vezetési és hitelességi válság tanúi voltunk egy súlyos növekedési áldozatokkal járó pénzügyi konszolidáció közepette, majd mindezek hatását a nemzetközi válság is felerősítette.
- 2010 óta a kormány egyrészt bátran nekifogott számos évtizedek óta fennálló

probléma kezelésének, másrészt rapid intézkedésekkel, a szakmai előkészítés és konzultáció hiányával, a rövid távú problémamegoldást és a kommunikálhatóságot előtérbe helyező szabályozási környezettel kell együtt élnünk.

- Az egész időszakra jellemző, hogy nem készült egy hosszú távú, széles körű szakmai és politikai konszenzuson alapuló gazdaságpolitikai stratégia, amely választási ciklusoktól függetlenül irányadó lehetett volna a rövid távú gazdaságpolitikai lépésekhez.

- Ugyancsak az egész időszakon végigvonul az állam, a többi régiós országhoz viszonyított, túlerjeszkedése (2006-ban az állami kiadások részaránya a GDP-ben elérte az 52,2%-ot) és a sodródás.

Szerkezeti problémák:

A gazdaság duális szerkezete

Az MGYOSZ a hazai tulajdonú, legalább közepméretű vállalatok gazdasági szerepének alacsony szintjében látja a magyar gazdaság egyik fő strukturális problémáját. Meggyőződésünk, hogy amíg ezeken az arányokon nem sikerül változtatni, addig a gazdaság hosszú távú potenciális növekedése nem éri el az elvárható. A probléma legfőbb oka – a gazdaságon belüli összeteljesítményük alacsony szintjén túl – a fenti vállalati kör alacsony átlagos hatékonysága, a megfelelő saját vállalati tudásbázis hiánya, a szükséges kompetenciák (piacismeret, modern technológiai ismeretek, nyelvismeret) alacsony szintje. Ezen vállalati kör finanszírozhatóságát (tőke, hitel) általában nagyobb mértékben korlátozza a gyenge jövőkép és az alacsony transzparencia, mint a finanszírozás pénzügyi kínálati oldala.

A magyar gazdaság szerkezetét szélsőséges dualitás jellemzi. Hatalmas különbség van a nagy tőkeerőt képviselő külföldi vállalatok és a jórészt tőkeszegény, szétagrozott belföldi kis- és középvállalatok között mind hatékonysági, mind növekedési szempontból. A duális gazdaság gyökerei a rendszerváltás idején alakultak ki, amikor a magyar gazdaság szinte minden nagy hagyományú közepes és nagyvállalata két út egyikét járta be: vagy a privatizáció keretében külföldi tulajdonoshoz került, vagy spontán folyamatokkal apró darabokra szakadt, és/vagy megszűnt. A helyzet aggasztó voltát jelzi, hogy a várakozásokkal ellentétben **a hazai tulajdonú közép- és nagyvállalatok** száma

és gazdaságon belüli súlya az **elmúlt két évtizedben** folyamatosan tovább csökken. Az MGYOSZ számára kiemelt fontosságú, hogy a hazai vállalatok szerepének hangsúlyozása ne keveredhessen semmilyen külföldi befektető-ellenes jelszavakkal, kommunikációval. Ezért kiemeljük:

- Nem „0 eredményű játszma”-ról beszélünk, a hazai irányítású cégek növekedésének nem a gazdaság leghatékonyabb szektora, a multinacionális cégek rovására kell megvalósulnia, sőt a hazai tulajdonú cégek talán legfőbb növekedési tartaléka a multinacionális cégek beszállítójává válás, mert legtöbbször ez jelenti a belépést a globális piacra.
- A külföldi befektetők (elsősorban az EU, az USA, Japán és Dél-Korea) beruházásai nagy jelentőségűek a magyar gazdaságban: tőkét, tudást hoznak, piacokat és foglalkoztatási lehetőségeket teremtenek, és ezek megszerzésének nincs alternatívája.

A nemzetgazdaság folyamatos, fenntartható növekedéséhez a belföldi tulajdonú/irányítású vállalatok dinamikus növekedése, tudás- és tőkefelhalmozási képessége is elengedhetetlen. Az a gazdaság, amely a növekedésért nem tesz mást, mint csupán olcsó munkaeréjét felkínálva passzívan várja a külföldi tőke növekedés-élénkítő hatását, amihez nem tesz hozzá hazai tudást, nem tud tartós növekedést elérni. Erős és stabil gazdaság nem létezik fejlődőképes, saját tudásbázissal rendelkező, innovatív, versenyképes belföldi gazdaság nélkül. Sőt, a kívánatos cél az lenne, ha minél több magyar közép- és nagyvállalat lenne képes a hazánkban megtelepedett multinacionális vállalatokhoz való kapcsolódásra, a külföldi terjeszkedésre, és a külföldi tőkebefektetések révén regionális multinacionális vállalattá válásra.

A belföldi tulajdonú vállalatok:

- Nyeresége nagyobb eséllyel kerül itthon újrabefektetésre
- A végső tulajdonos magánszemélyek tulajdonosi jövedelme (osztalék, a tulajdonrész értékesítésből származó bevétel) nagyobb arányban növeli a hazai fogyasztást
- A beszállítók kiválasztásánál (ha másért nem, a fizikai, a kulturális és a kommunikációs közelség miatt) inkább választ hazai partnert, és ez hólabdaként segíti a klaszterek és más együttműködések kialakulását
- Az esetleges régiós terjeszkedést ter-

mészetszerűen a magyarországi bázisra építik fel

Figyelembe véve, hogy hazánk egy kis-méretű, hagyományai és szövetségi rendszere miatt is rendkívül nyitott gazdaság (az áruk és szolgáltatások exportja a GDP több mint 90%-át teszi ki), a közepes, vagy annál nagyobb hazai vállalatok meghatározó többsége csak nemzetközileg versenyképes termékkel vagy szolgáltatással lehet sikeres, nem elég a hazai bábérokra törni. A termékek és szolgáltatások nagyon széles körére a minimálisan gazdaságos üzemméret nagyobb, mint amekkora (egy ésszerű piaci részesedést figyelembe véve) a hazai piacon elérhető. Fontos hangsúlyozni, hogy a multinacionális cégek beszállítójává válás a legtöbb esetben önmagában bizonyítja a nemzetközi versenyképességet.

A hazai közbeszédben közép- és nagyvállalatként ismert piaci szereplők európai és globális léptékben kis- és középvállalatoknak számítanak. Az ilyen vállalatok fejlődése az egyébként önállóan a nemzetközi piacra kilépni nem tudó kisvállalatok számára is beszállítási lehetőségeket nyújt. Mindezeket figyelembe véve az MGYOSZ szükségesnek tartja, hogy a mindenkor gazdaságpolitika tűzze ki célul és segítse a nemzetközi versenyképesség megteremtéséhez szükséges saját vállalati tudásbázisok létrehozását.

Értékkrendi problémák

A fejlett, tudásalapú piaccgazdaságokat jól meghatározható értékválasztás jellemzi: nagy hangsúlyt helyeznek az átláthatóságra, az együttműködési készségre, az önki-fejezés képességére, a civil társadalom szerepére. Ez alapján társadalomtudományi kérdés, ezért az okok, illetve a változtatás lehetséges eszközeinek részletes tárgyalására nem is vállalkozunk, de hangsúlyozzuk: az MGYOSZ véleménye szerint a gazdaság potenciális növekedését meghatározza, jelenleg gátolja, hogy a magyar társadalom értékrendje a versenytársainkétól és a kívánatostól eltérően sok ponton a gazdaságilag fejletlenebb országokra jellemző értékeket mutat. Ennek fontos eleme a bizalom, illetve annak hiánya, amely mind a gazdaság szereplői közötti együttműködési készséget, mind az állami intézményekkel szembeni magatartást (pl. adófizetési készség) meghatározza. E téren pedig az államnak is felelőssége van:

PALÓCZ ÉVA: FONTOS A HAZAI CÉGEK ERŐSÖDÉSE



A Kopint-Tárki Zrt. vezérigazgatója az eseményen egyebek közt kifejtette, hogy az európai uniós támogatók elosztásánál a nemzetközi piacon versenyképes és növekedési potenciállal rendelkező hazai vállalatok erősítésére kell koncentrálni. Emellett lényeges a magyar gazdaság külföldi tőkevonzó képességének a javítása is, a hazai kisvállalkozások számára ugyanis fontos növekedési lehetőség, ha a multinacionális cégek beszállítóivá válhatnak – hangsúlyozta Palócz Éva

MADÁR ISTVÁN: SZÍNVONALAS OKTATÁST, MÁR ALAPFOKTÓL



Idejétmúlt az a törekvés, hogy Európában újraiparosításra lenne szükség. Az innovációs burjánzás lenne a lényeg, a fejlődéshez szükséges források részben értékteremtésből, részben külföldi működő tőkéből teremthető elő. S meghatározó, hogy milyen színvonalú az oktatás, már az alapfoktól. Itt érzékelhető bajok vannak.

kiszámítható, átlátható környezetet hoz-e létre a gazdaság és a társadalom szereplői számára. A jogállamiság magas szintje a gazdasági szereplők közötti együttműködést a példamutatáson keresztül segíti. Néhány olyan terület, ahol a fenntartható gazdasági növekedéshez összetársadalmi szinten megjelenő értékrendi változást tartunk szükségesnek:

- A szabályozott verseny és az ésszerű jövedelmi különbségek elfogadása
- Nyitottság, más kultúrák ismerete és elfogadása
- Öngondoskodás szerepének erősödése
- Az állam korlátok közötti, de ott határozott szerepvállalása a problémák megoldásában
- Átláthatóság, őszinteség és bizalom a személyes, az üzleti, illetve az államapparátussal való kapcsolatokban



Dr. Vadász Péter társelnök a BusinessEurope szempontjaival egészítette ki a helyzetértékelést

- A helyi, belföldi, régiós, EU-s termékek, üzleti partnerek elsőbbségének biztosítása (ebben a sorrendben)
- Jogkövető magatartás erősödése. A végrehajtó hatalom határozott és gyors fellépése a tisztességtelen, illetve törvénytelen üzleti magatartás ellen.

Mint korábban is jeleztük, jól látható értékrendi változások nem valósíthatók meg egy-két választási ciklus alatt, valamint a szükséges eszköztár messze nem szűkíthető le a gazdaságpolitika lehetőségeire. Ezzel együtt sikeres ország nem létezik sikeres gazdaság nélkül, és a gazdaság hosszú távú sikereit a társadalom értékrendje és intézményi környezete alapjaiban befolyásolja.

Az elemzés teljes terjedelemben a www.mgyosz.hu honlapon olvasható



Kassai Róbert miniszterelnöki megbízott a passzív barlista felülvizsgálatát kezdeményezte



Sokan voltak kíváncsiak, mit mond az MGYOSZ a gazdasági kilátásokról



Pataki Péter, az MSZOSZ elnöke a szakképzésről és a bérpolitikáról beszélt

Horváth Miklós, a Magyar Külgazdasági Szövetség elnöke a piac, az export jelentőségéről



Dr. Vadász Péter, Palócz Éva és dr. Futó Péter: konzultáció a fórum előtt



Miklós László alelnök az MGYOSZ-elemzés aktualitását taglalta

ÓVATOSAN OPTIMISTÁK A MAGYAR VEZETŐK

Hosszú idő után idén alapvető fordulat látszik a vállalatvezetők gazdasági kilátásaiban. A PwC az idén harmadik alkalommal kérdezte meg és összegezte a hazai vállalatvezetők véleményét Magyarországi Vezérigazgató Felmérésében, az MGYOSZ és a MOSZ közreműködésével.



A FELMÉRÉS MÓDSZERTANA

A PwC Magyarországi Vezérigazgató Felmérése harmadik alkalommal készült el. Alapját az immár 17. éve elkészült PwC Globális Vezérigazgató Felmérés adja, melynek keretében a globális vállalatok vezetői mellett cégvezetőket is megkérdeznék a jelen kihívásairól és a jövőbeni kilátásokról. A magyarországi felmérés készítése során a személyes adatfelvétel módszerét alkalmazták, melynek keretében a PwC szakemberei 2013 októbere és decembere között 141 hazai vállalat felső vezetőjével készítettek interjút. Az interjúk folyamán a kvantitatív adatokat kérdőívek kitöltésével vették fel.

Optimista hangulat jellemzi a hazai vezérigazgatókat: a világgazdasági és a hazai gazdasági kilátások jelentősebb javulását prognosztizálják az előző évhez képest. Saját cégük bevételnövekedésében 72 százalékuk bíz a következő 12 hónapban, hároméves távlatban pedig még pozitívabb képet festettek (85% bizakodó). A felmérésben résztvevők közel fele már létszámbővítésen gondolkodik (45%). Külföldön sincs ez másként, a PwC globális csapata által megkérdezett 1344 cégvezető válaszai összecsengnek a magyar eredményekkel: 85 százalékuk bizakodó a saját cége növekedésével kapcsolatban a következő egy évben, hároméves távlatban ez a szám 92 százalék, munkaerő-felvételt 50 százalékuk tervez.

A célpiacokat nézve a német export jelentősége megőrizte a tavalyi értéket (továbbra is 25% azon hazai cégvezetők aránya, akik látnak benne növekedési lehetőséget), ugyanakkor a legtöbb esetben a közvetlen szomszédos országok megduplázták jelentőségüket az itthoni vezetők növekedési kilátásaiban

Mégis mi táplálja az optimizmust?

„Az interjúk során megkérdeztük a vezérigazgatóktól, hogy mi javította a verseny-

képességüket az elmúlt időszakban. Új piaci lehetőségekről, az ügyfélkapcsolatok fejlesztéséről, termék- illetve szolgáltatás-innovációról számoltak be, olyan tényezőkről, melyeket saját erőfeszítéseiknek köszönhetnek. Mindebből azt a következtetést vontuk le, hogy az általános optimizmus nem abból fakad, hogy a vezetőket aggasztó gazdaságpolitikai tényezők elhárultak volna, hanem sokkal inkább az ügyfelek, illetve a piacok felé fordulás és az önbizalom táplálja” – mondta Nick Kós, a PwC Magyarország vezérigazgatója.

Visszafogott strukturális átalakítások

A hazai cégek döntő többsége belekezdett valamilyen kisebb-nagyobb strukturális átalakításba az elmúlt egy év során. A vállalatvezetők közel háromnegyede valósított meg költségcsökkentő kezdeményezést, míg a cégek harmadánál történt jelentős IT-változás a felmérést megelőző 12 hónapban. Mind a kiszervezési, mind a beszerzési tevékenység súlya csökkent az elmúlt két év során, a vezetők úgy tűnik, újragondolják ezen átalakítások hatékonyságát. Új stratégiai szövetség létrehozásában azonban többen gondolkodnak, mint egy évvel korábban.

Kérdés: Cége növekedési kilátásait illetően mely három országot tartaná a sajátján kívül a legfontosabbnak az elkövetkező 1 évre nézve?



A magyar vezetők is egyre inkább a klasszikus célpiacok felé fordulnak

„A kutatási eredmények is megerősítik, hogy Magyarországon még van lehetőség különböző területeken működő szolgáltató központok, úgynevezett SSC-k (Shared Services Center) és a BSO-k (Business Services Outsourcing) bővülésére. Ezeknél a vállalatoknál az állami támogatás már rövid időn belül megtérülhet, és az ilyen profilú cégek olyan fehérgalléros, képzett munkaerőt tudnak alkalmazni, melynek itthon tartása elemi érdeke Magyarországnak. A strukturális átalakulásnak persze több mozgatórugója is van, nemcsak hazánkban, a világ minden országában. A folyamatos költségcsökkentési kényszer, a technológiai fejlődés, illetve az automatizálásban rejlő lehetőségek is ebbe az irányba mutatnak, nem beszélve az energiahordozók területén tapasztalható változásokról, és az általános világgazdasági erőegyensúly eltolódásáról” – tette hozzá Dr. Futó Péter, az Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetségének elnöke.

Többben terveznek létszám bővítést

Az elmúlt évekhez képest jelentős mértékben nőtt és relatív többségbe került azon vállalatvezetők aránya, akik cégük hazai létszámával kapcsolatban növekedésre számítanak. Mindössze a megkérdezettek tizede jósolt visszaesést, szemben a létszámát növelni tervező 45 százalékkal. A folyamat azonban tartogat nehézségeket is a cégek első emberei szerint: míg két éve a magas vezetői potenciállal rendelkező középvezetők kiválasztása okozta a legnagyobb gondot, mára a szakképzett munkaerő felkutatása jelenti az elsődleges kihívást. A válaszadók 59 százaléka tart attól, hogy a fiatal tehetségek

elhagyják az országot, és 45 százalékuk választotta a mindenkori kormány legfontosabb feladatai közé a képzett munkaerő létrehozását és támogatását.

Mitől tartanak leginkább a vezetők?

A vállalatok növekedési kilátásaira potenciálisan kockázatot jelentő gazdasági és politikai tényezők közül mind a globális, mind a hazai cégvezetőket leginkább az adóterhek növekedése, a túlszabályozottság és az államháztartási hiány aggasztja. A vezetők válaszaiból az is kitűnik, hogy ma Magyarországon a helyi, iparág-specifikus adónemekről, és a bizonytalan gazdasági növekedéstől tartanak a vezetők. Ahogyan világszerte, úgy itthon is megfogalmazódott az igény az adórendszerek versenyképességének és hatékonyságának javítására.

A szabályozói környezettel kapcsolatos elvárások terén a vezérigazgatók fő prioritásként határozták meg, hogy a kormány fektessen nagyobb hangsúlyt a meglévő szabályok átlátható és következetes végrehajtására. A szabályoktól azt várják, hogy legyenek egyértelműek és hosszú távra szóljanak.

Az adóterhek növekedése már évek óta vezeti a „kockázati toplistát” a vezérigazgatók körében. Elérkezettnek látjuk az időt, hogy az adózásra ne mint istenadta rosszra, hanem mint erőforrásra tekintsenek a cégvezetők – mondta Lócsei Tamás, a PwC Magyarország adó- és jogi tanácsadási szolgáltatások vezető partnere.

IPARÁGI MEGOSZLÁS

A felmérés készítése során a PwC iparági csoportjai szerint meghatározott, következő ágazatokban tevékenykedő cégeket kérdezték meg: autóipar, gyógyszer- és egészségipar, energetika, kiskereskedelmi és fogyasztóipar, pénzügyi szolgáltatók, technológia-, infokommunikáció- és szórakoztatóipar, illetve ipari termelés.
A felmérés során külön elemzési szempontot képeztek a magántulajdonú, nem állami tulajdonban lévő, nem tőzsdén jegyzett vállalkozások, ahol a tulajdonosok vagy azok közvetlen bizalmi megbízottjai napi szinten részt vesznek a cég vezetésében.

TÖBB A NEMZETKÖZI KÖZPONTÚ MEGKÉRDEZETT

A vizsgált vállalatok székelyének harmada (31%) magyar, míg kétharmada nemzetközi központú.

A vizsgált vállalatok kétötödének (41%) tevékenysége kizárólag Magyarországra koncentrálódik, fele a magyar és külföldi piacokon egyaránt tevékenykedik, míg közel egytizedük (8%) kizárólag a külföldi piacokon működik. A vizsgált vállalatok között közel egyenlő arányban oszlottak meg a legfeljebb 9,99 milliárd Ft, a 10 és 49,99 milliárd Ft közötti, illetve 50 milliárd Ft feletti bevételt termelő cégek.

Milyen globális trendek alakíthatják az üzleti világot az első számú döntéshozók szerint?

A megkérdezett vezetők szerint a világ-gazdasági és társadalmi környezetet leginkább befolyásoló három fő globális trend a gyors technológiai fejlődés, a demográfiai változások és a gazdasági erőviszonyok átrendeződése lehetnek. „Ezek a trendek a magyar vállalatokra is hatással lesznek, sőt már vannak is. Számptalan innovációs és növekedési lehetőséget tartogatnak, sikeres kihasználásukhoz a hazai vállalatoknak alapjaiban kell átértékelniük az eddigi működésüket. A siker kulcsa abban rejlik, hogy fel tudnak-e készülni ezekre, és hogy a saját javukra tudják-e majd fordítani” – hangsúlyozta Nick Kós.

A hazai vállalatvezetők közel kétharmada érzi a technológia fejlődését vállalata szempontjából relevánsnak. A legmarkánsabb változásokat ezen a téren a digitális

gazdaság, a közösségi média, a mobilszközök és a big data technológiák hozták. A globális erőviszonyok átalakulása, valamint a demográfiai változások minden második céget érintettek Magyarországon.

Felelősségvállalás – imázs-növelés vagy értékteremtés?

A vállalati felelősségvállalás az utóbbi években sok tartalmi változást élt meg. Kérdés, hogy egyes vállalatok mit értenek alatta, hogyan kezelik, és kiket tartanak felelőségük alanyainak. Habár a megkérdezett vállalatok túlnyomó része rendelkezik valamilyen formában a fenntarthatósággal vagy társadalmi felelősségvállalással összefüggő programmal (81%), ez az elem még mindig nem meghatározó része a vállalatok hosszú távú üzleti stratégiájának és küldetésének. Strukturált CR-programok és középtávú víziók hazánkban leginkább azokra a vállalatokra jellemzők, amelyek vagy valamely környezetterhelő

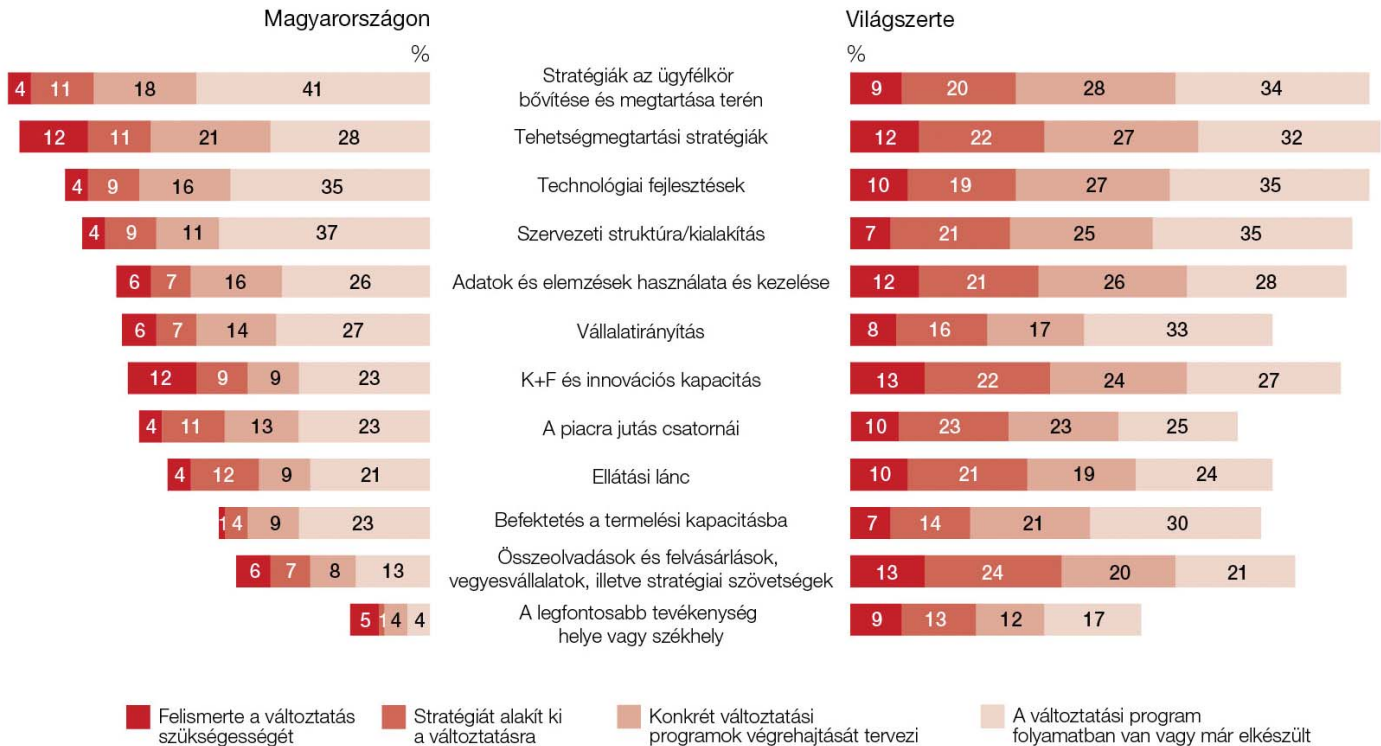
Kérdés: Az alábbi lista az Ön szervezete növekedési kilátásaira potenciálisan kockázatot jelentő gazdasági és politikai tényezőket tartalmazza. Kérem, határozza meg, tart-e ezektől.*



*Azon megkérdezettek aránya, akik tartanak az adott tényezőtől.

A kormányzati intézkedések itthon és világszerte is a „kockázati toplista” élén állnak

Kérdés: Annak érdekében, hogy cége javára fordítsa a globális trendeket, meg tudná mondani, hogy milyen mértékben hajt végre jelenleg változtatásokat az alábbi területeken?



A hazai vezetők az ügyfélkör bővítése és megtartása terén, valamint a szervezeti struktúra kialakításában terveznek innovatív változtatást

iparág szereplői, úgymint autó- és energiaipar, vagy olyan iparág tagjai, amelynek a CR-specifikus sajátossága, mint például a telekommunikációs szektor. Ebbe a körbe lépett be a pénzügyi szolgáltatói terület néhány nagyobb vállalata az elmúlt pár évben, hiszen a gazdasági válság és az ezzel összefüggő bizalomhiány kialakulása leginkább ebben a szektorban lévő vállalatoknak okozott kellemetlenséget.

„A felmérés előnyös következtetése, hogy az érintett csoportok közül az ügyfelek élvezik a legfontosabb helyet a vállalatvezetők szemében. Elgondolkodtat azonban, hogy a kormány és a szabályozó hatóságok nagyobb hangsúlyt kaptak, mint a munkavállalók, a következő generáció és a beszállítók. Nagyon előremutatónak minősíthető az, hogy a vezetők kiemelten fontosnak tartják a sikeresség szempontjából az etikus magatartás előmozdítását és az ellátási lánc integritását. Erősítést, támogatást igényel az adó-

záshoz való vezetői hozzáállás. Összességében pozitív vezetői attitűdöket mutat a felmérés, erre a jövőben komolyan lehet támaszkodni” – hangzottak el Szabó György, a Menedzserek Országos Szövetsége elnökének észrevételei.

A cél: megtalálni az egyensúlyt

Nick Kós szerint az üzleti életet meghatározó globális trendek nehéz feladat elé állítják a mai vállalatvezetőket „A vezérigazgatóknak meg kell találni a megfelelő egyensúlyt, hiszen miközben innovatívan nyitnak a változások felé, nem szabad elveszíteniük meglévő értékeiket. Az új kulcs tehát egy hibrid megközelítés: olyan vezetési stílus kialakítása, ami képes a régi értékek megtartása és az új trendek kihívásainak megválaszolása közti egyensúly megteremtésére, és így egy hosszú távon fenntartható vállalati működés létrehozására” – zárta gondolatait a PwC Magyarország vezérigazgatója.

MGY-összefoglaló

GLOBALIS TRENDEK

Mind a globális, mind a hazai vezérigazgatók szerint a jövőben várhatóan három fő globális trend lesz jelentős hatással a vállalkozásukra: a gyors technológiai fejlődés, a demográfiai változások és a gazdasági erőviszonyok átrendeződése. Ezek a trendek természetesen nem most alakultak ki, de újdonságot jelent az a sebesség, amivel kibontakoznak és a mód, ahogyan egymással ütközve egy teljesen új gazdasági és társadalmi környezetet hoznak létre. Mindez számtalan növekedési és innovációs lehetőséget hordoz. Sikert az a cég ér el a piacon, amely képes a változásokat saját javára fordítani.

SZÁLLODAIPAR: TRENDFORDULÓ, VAGY MÉG NEM?

Vannak biztató jelek a szállodaiparban, de az ágazat anyagi bázisa még elég törékeny. Tehát az öröm mellett némi aggodalom is megfogalmazódik a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (MSZÉSZ) régi-új elnökének szavaiban. Dr. Niklai Ákos régi „motoros”, negyvenhét éve e szakmában dolgozik itthon és külföldön.



NEGYVENHÉT ÉV

Dr. Niklai Ákos a Kereskedelmi és Vendéglátóipari Főiskolán, majd a Marx Károly Közgazdaság-tudományi Egyetemen szerzett diplomát. 1967 óta a szállodaiparban dolgozik, 1998-tól ügyvezető igazgatója a Kárpátia Étterem és Vendéglátóipari Kft.-nek. Budapesten a Duna Intercontinental Szállodában volt szobafőnök, értékesítési igazgató, igazgatóhelyettes, majd a 80-as években a többszörös sikerdíjas Forum Hotel Budapest nyitását és sikeres működését irányította. A 90-es években Ausztráliában a világ legjobb szállodái között számon tartott Hayman Island Resort, Great Barrier Reef szállodát, és az azt tulajdonló Ansett Hotels & Resorts szállodacsoportot vezette, majd az Ansett Airlines of Australia légitársaság vezérigazgató-helyettese volt.

Magyar Gyáripár: idén január elsejétől újra ön a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének elnöke. Több mint 90 százalékos többséggel választották meg. Milyen érzés másodszor is vezetni ezt a szervezetet?

Niklai Ákos: Jó, megtisztelő a bizalom. De hogy őszinte legyek, nagy változást most nem érzek, hiszen az elmúlt években is ott voltam az MSZÉSZ vezetőségében, alelnökként is dolgoztam. Részt veszek a Szállodák, Éttermek, Kávéházak és hasonló profilú üzleti vállalkozások EU-n belüli nemzeti szövetsége (HOTREC) munkájában is, tehát tudom, melyek a fontos témák, feladatok itthon és külföldön.

MGy: Szerencsésnek mondhatja magát, mert a szállodaipar mintha túljutott volna a válságon. Mit gondol, ez már trendfordulónak tekinthető?

NÁ: Trendforduló? Én még csak így, kérdőjellel merem kiejteni ezt a szót. Mert tény, hogy a nagyon mély gödör után valóban növekszik a vendégéjszakák száma, s a szállodák bevétele is, s ennek örülünk. De... még ezzel a növekedéssel is csak a 2008-as szintet értük el, a 2007-es év eredménye – néhány indikátor vonatkozásában – még odébb van. S bár való-

ban több a bevétel, de a szállodák, éttermek gazdasági helyzete, anyagi pozíciói még korántsem mondhatók jónak, stabilnak. Tehát inkább csak remélem, hogy ez már valóban trendforduló, s évről évre jobb lesz.

MGy: Mi kell ahhoz, hogy biztosabb legyen abban, hogy a változások egyértelműen jók és a trendforduló valóban bekövetkezett?

NÁ: Két feltételt említenék meg, de ezeknek több alpontja is lehet. Egyik az, hogy a növekedés továbbra is erőteljes, drasztikus legyen. A másik pedig, hogy a szállodák versenyképessége is növekedjen.

MGy: Nézzük az első pontot. Mit jelent a drasztikus növekedés? Ez mennyi?

NÁ: Most ötven százalék alatti a szállodák kihasználtsága. Ha ez rövid időn belül 60 százalékosra emelkedne, akkor ez már az én fogalmaim szerint drasztikus növekedésnek tekinthető. S ez óriási eredmény lenne. Ugyanakkor ettől függetlenül is növelni kellene a bevételeket úgy, hogy a minőséget emelve, több szolgáltatást nyújtva a vendégek szívesen fizessenek többet, nőjön az egy kiadott és kiadható szobára jutó átlagbevétel. Talán kialakul

egy keresleti piac újra, s akkor a szállodák pozíciója is látványosan javulhatna, mert jelenleg túlkínálat van a helyenként megalapozatlan, kereslettel nem alátámasztott szállodafejlesztések következtében. Ám a megvalósításhoz sokkal nagyobb marketing büdzsére lenne szükség országosan, régiós szinten és a vállalatoknál is. Ma ez az egyik leggyengébb pontunk, erre mint ha nem szívesen költenénk, így önreklámban, promócióban jóval versenytársaink mögött vagyunk.

MGy: *S mi kell ahhoz, hogy a szállodák versenyképessége javuljon, ami ön szerint a stabil trendforduló másik feltétele lenne?*

NÁ: Például nemzetközileg is versenyképes áfaszint. Az általános forgalmi adó magas kulcsa is versenyképességet rontó elem a nemzetközi versenytársakhoz képest.

MGy: *Ez meglepő, hiszen önök nemrégiben érték el, hogy az általánosnál alacsonyabb legyen az ágazat áfaszintje.*

NÁ: Nem most, hanem 5 évvel ezelőtt! Ez igaz a szállodaiparra, de nem igaz a vendéglátásban. Az előbbinél most 18 százalék az áfa, az utóbbinál 27 százalék. Az előző kormányt még sikerült meggyőznünk arról, hogy a szállodaipar versenyképessége az egész ország versenyképességére jó hatással van. Akkor jött a 18 százalékos szint. Ami jó, de nem az igazi, hiszen még messze a nemzetközi átlag fölött van. Nemcsak a társasági adóban, hanem az áfában is van verseny az egyes országok között.

MGy: *Mennyi a nemzetközi átlag?*

NÁ: Az európai átlag 8-10 százalék között van. Ez nekünk is megfelelne, sokat segítene az ágazaton. De ha közzgazdaságilag tovább gondoljuk ezt a témát, akkor még azt is mondhatnánk, hogy a külföldi vendégek szállodai költségét exportnak kell tekinteni, valutát termelnek évi több milliárd euró értékben, s akkor egyáltalán nem terhelné áfa. Jelen esetben az áfa véleményünk szerint egy kiviteli vám, ezt csökkenteni kell versenyképes szintre. Ez fontos lenne az ágazatnak és az országnak is a szektor közismert gazdaságélénkítő, devizatermelő, multiplikátor és munkahelyteremtő hatása miatt is. A turizmus Európa gazdaságában a harmadik legnagyobb ágazat! Nem azért csökkentendő az

áfakulcs, hogy ennyivel csökkentjük az árakat, hanem hogy stabilabb legyen a szállodaipar anyagi bázisa, legyen forrás karbantartásra, felújításra, korszerű szolgáltatások bevezetésére, képzetesebb munkaerő foglalkoztatására, költségesebb szakmai képzések, továbbképzések szervezésére. A szolgáltatások terén, így a turizmusban is a világban jelentős az innováció, ehhez több tudás, kreativitás, tehát források kellenek.

MGy: *A szállodai vendégéjszakák számát az ön által kívánatosnak tartott 60 százalékra éppen hogy alacsonyabb árakkal lehet gyorsabban feltornászni...*

NÁ: Ez lenne a legegyszerűbb, de hosszú távon saját magunkat értékelnénk le. Nemzetközi összehasonlításban már ma sem magasak az árak, sőt Európa egyik legolcsóbb desztinációja vagyunk már és élvezzük a value for money előnyeit. Valójában egy szálloda sikerénél a benchmarkban nemcsak a foglaltság, hanem a bevételek nagysága is fontos, így az átlagár. Az ágazat anyagi helyzete viszont nagyon törekeny. Sokkal többet kellene például felújításra, új beruházásokra költeni, hogy ne romoljon, hanem folyamatosan javuljon a színvonal, megtörténjenek a szükséges pótlások, karbantartások is. Ezt tudjuk, de most nincs miből. Hovatovább már az állagmegóvás sem működik. Aztán szeretnénk minél képzetesebb, rátermettebb dolgozókat foglalkoztatni. Ma sokszor erre sem futja, ezért beérjük a kevésbé képzetekkel, akiket mi próbálunk betanítani. Nem ez az optimális megoldás.

Bár a beutazó turizmusban a szabadidős turizmus dinamikusan növekszik, mind több fiatal utazó tartja Magyarországot és különösen Budapestet vonzósnak, továbbá a SZÉP Kártya révén a belföldi turizmusunk is erőteljesen növekedett, mégis nagyon hiányzik a megcsappant üzleti, kongresszusi turizmus részaránya a vendégmixből, aminek részbeni oka a MALÉV megszűnése. Az üzleti, kongresszusi szegmens jelentős növekedését várjuk az új kongresszusi központ létesítéséről, amiről – a szakma 10 éves javaslatára – végre kormányhatározat is született, és ez négy éven belül megvalósulhat.

MGy: *A gyenge forint azonban önöknek dolgozik. A külföldieknek most olcsóbb Magyarország.*

NÁ: Elvben ez így is van, pláne ha ez fő-

TÖBB MINT ÖTSZÁZ TAG



A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (MSZÉSZ) – amely 1968. március 30-án 17 szálloda részvételével alakult – a magyar turizmus és vendéglátás egyik meghatározó szakmai szervezete. Jelenlegi tagsága meghaladja az 500-at. Közöttük található közel 400 szálloda, mintegy 35 000 szállodai szobával – melyek a hazai hotel kapacitás kb. 70%-át képviselik –, továbbá 8 szállodalánc, 23 önálló étterem, 24 közép- és felsőfokú oktatási intézmény, több mint 100 társult tag, egyéni tagok.



AZ MSZÉSZ CÉLJA

Az MSZÉSZ célja Magyarországon a szálloda és vendéglátóiparban működő vállalkozások politikamentes szakmai és érdekképviselése, lobbizás annak érdekében, hogy az ágazatban működő vállalkozások részére olyan gazdasági és szabályozási környezet alakuljon ki, amely segíti azok fenttartható működését, fejlődését. Meggyőződésük, hogy a turizmus, s ezen belül a szállodaipar és a vendéglátó vállalkozásainak sikere elősegíti az ágazat nemzetközi versenyképességének erősödését, munkahelyek teremtését, a gazdaság élénkítését s hozzájárul a magyar gazdaság sikeréhez. Az ágazatban még jelentős kihasználatlan növekedési potenciál van, érdemes ennek megvalósulását, kibontakozását segíteni, támogatni.

szezonban történik. Még jobb lenne a gyengébb forintárfolyam, ha lenne még több vendég. Még nincs. A téli időszak nem a tömeges turizmus időszaka. Aztán a szállodák költségei között az importhányad sem lebecsülendő, például a költségek 15 százalékát az energiafelhasználás adja. Ez is drágul a gyenge forint miatt, már nem is beszélve a korábban felvett devizahitelek törlesztésének problematikájáról. Egy felmérés szerint két éve a magyar szállodák 40 százaléka még veszteséges volt. Talán most valamivel jobb a kép, ennél jobb képet a szállodák tavalyi gazdálkodásáról csak néhány hónap múlva kapunk.

MGy: Mostanában elterjedtek a különféle bónuszok, amelyek az eredeti árnál jóval olcsóbban kínálnak szolgáltatásokat. Ezekben sokszor szerepelnek szállodák. Az ilyen akciókkal pótolni lehet télen a vendégek hiányát.

NÁ: Szakmailag nem értek egyet az olyan árleszállítással, ami a szállodának akár 75% árbevétel csökkenést is hozhat egy kiadott szobára, amikor a kuponos, bónuszos kampány fő célja a hiányzó vendégek pótlása nagy tömegekkel. Az a szálloda, amelyik az értékesítési munkája fő csatornájaként alkalmazza a kuponos értékesítést, csak veszíthet!

MGy: A szállodák így a vendéghiányos időszakban legalább a működtetés költségeit fedezni tudják...

NÁ: Vagy igen, vagy nem. Hosszú távon talán nagyobb a kár, mint a haszon rövid távon. A szálloda leértékelődhet, idő előtt megkophat, ha tartósan akciózik, s esetleg olyan vendégkör használja, ami nem a célközönség, tehát nincs igazi vendégkörbővítő hatása, ezek az „olcsó” vendégek sajnos többet nem jönnek vissza a szállodába. Ilyen módszerekkel nem érdemes mindenáron növelni a bevételt.

MGy: Ez nem magyar találmány. Nyugaton is alkalmazzák a bónuszos akciókat.

NÁ: Talán nem ilyen mértékben, ez igazából egy más területről „importált” több helyen valóban sikeres marketingeszköz. Ahol magas a foglaltság, jelentős a külföldi és belföldi kereslet, ott erre nincs szükség, ezért is kell növelnünk a foglaltságot drasztikusan! A szállodaiparban a légitársaságokhoz hasonlóan elterjedt – s ez már

nálunk is egyre több helyen működik – a bevételmenedzsment, ami a napi árak megfelelő karbantartását, aktív alakítását jelenti. Ezzel a módszerrel feltérképezik az adott szálloda vendégkörét, vendéget vonzó időszakokat, eseményeket, s ennek megfelelően alakítják az árakat. Így előfordulhat, hogy három egymást követő napon három különböző ár van, de ezt nagyon tudatosan alkalmazzák, s így hatásos is lehet. Persze hozzá kell tenni, hogy az alacsony foglaltságú szezonon kívüli időszakokban valóban sok mindent kell tenni a vendégszerzésért, hogy a munkahelyeket megtarthassuk. Ilyen eszköz lehet a szeniorok, az idősek szezonon kívüli utaztatása, melynek európai szintű tervezésében is részt veszek egy EU-s munkabizottság keretében.

MGy: Az MSZÉSZ-nek több mint 500 tagja van, s ebből közel négyszáz a szálloda. Megváltoztak a szállodák elvárásai azóta, hogy sok közülük az eladósodás miatt banki tulajdonba került?

NÁ: Ha a szövetséggel, a lobbimunkával kapcsolatosan kérdezi, akkor nem. A válság legfeljebb annyira hatott, hogy még több információt, s szakmai segítséget várnak a szövetségtől a tagok, mint korábban. A jogi és adózási tanácsadás rendszeres, hiszen sok kkv-tagunk nem alkalmaz szakjogászt, adószakértőt, tőlünk vár jogi, szabályozási, gazdasági kérdésekben eligazítást. Mint ahogy azt is várják, hogy az új jogszabályokat ismertessük, értelmezzük, segítsük az eligazodást. Szövetségünk igyekszik mind több továbbképzést, szakmai tájékoztatót szervezni,

MGy: Nemrégiben arról lehetett olvasni, hogy a szövetség is stratégiai megállapodást kötött a Nemzetgazdasági Minisztériummal. Javult így az együttműködés? Több információhoz jutnak?

NÁ: Ez az NGM-mel kötött immár második megállapodás, ez 2013 novemberében történt, tehát túl sok tapasztalatról még nem tudok beszámolni. De vannak biztató jelek. Most például abban próbálunk segíteni, hogy az online bekötésű pénztárgépek szabályozása egyszerűbb, felhasználóbarátibb legyen, minimális bürokráciával. Mi is támogatjuk a fekete-szürke gazdaság kifehérlését, ám a bevezetés módja és határideje okozott gondot.

Ugyanakkor nekünk már 3 évvel ezelőtt is volt egy stratégiai megállapodásunk a szakminisztériummal. Ez arra vonatkozott, hogy a szövetség segít bevezetni a nemzeti védjegyrendszert és az Európában mind jobban elterjedő Hotelstars Union minősítési, osztályba sorolási rendszerét Magyarországon. Ez utóbbi alapján soroljuk be a szállodákat különböző, csillagokkal jelzett minőségi kategóriába. A minisztérium bizonyára úgy gondolta – s szerintem helyesen –, hogy ennek elbírálása, követése legjobb helyen a szakmánál, azaz a szakmai szövetségnél van. Legfontosabb küldőpiacainkon – Németországban, Ausztriában, Csehországban – ez a Hotelstars Union rendszer már nagyon népszerű. Jó lenne, ha találnánk forrásokat a rendszer erőteljesebb megismertetésére a külföldi és hazai piacokon is. Vendégeink mindinkább tudatos vásárlók, szeretik tudni, mit is kapnak a pénzükért. Persze mind inkább felhasználják, az interneten, digitálisan megszerezhető információkat is.

MGy: Ön az 50 legbefolyásosabb turisztikai személyiség között szerepel egy listán. Nem meglepő, hiszen már 1971 óta ebben a szakmában dolgozik, sok szervezetnek volt már az első számú vezetője. Vagyis jól választott? Elsőre eltalálta, hogy ez az ágazat való önnök?

NÁ: Igen, izgat a turisztika, s ezen belül a szállodaipar és a vendéglátás is. Bár, ha jól belegondolok, nem is 1971-től, hanem már 1967-től, amikor a főiskola elvégzése után e szakmába kerültem. Voltak kisebb kitéréseim – például légi közlekedésben –, de mindig visszatértem.

MGy: Másodszor lett januártól az MSZÉSZ elnöke. Vannak új tervei, amiket feltétlenül szeretne megvalósítani?

NÁ: Mint már említettem, a szállodaipar szabályozási környezetét, versenyképességét szeretnénk kedvezőbbé tenni, továbbá segíteni a jelentős forgalom feljutást. De legalább ilyen fontos, hogy fiatalítsunk a mi szervezetünkben is. Régen dicsőség volt társadalmi szervezetekben dolgozni, ma már sok tulajdonos nem látja szívesen, ha menedzsere a cégvezetésen kívül mást is csinál. Mintha azt gondolná, hogy ezzel a céges munkától veszi el az időt, pedig egy ilyen szervezetben szélesedik a látóköre. Itt megismerhetnek a

best practice, azaz a legjobb gyakorlat példákat, melyekből tanulni lehet.

**MGy: Ön a Munkaadók és Gyár-
iparosok Országos Szövetségének is az
alelnöke. Az MSZÉSZ a Turisztikai és
Vendéglátó Munkaadók Országos Szö-
vetségén keresztül kapcsolódik az
MGYOSZ-hoz. Mit várnak e munkaadói
szervezettől?**

NÁ: Én nemcsak elvárok, de adok is ennek a szervezetnek. Nemzetközi szakmai tudást, s mivel a mi szakmánkban sok a kkv, ezt a szemléletet is képviselem. A vállalkozói-munkáltatói érdekek hatékony érvényesítése az MGYOSZ legfőbb feladata. Néha ez hatékonyabb lehet, ha ez nem csak általában, makroszinten történik, hanem ágazat specifikusan, bár az elmúlt évtizedben az egységes kormányzati megoldások domináltak, nem vizsgálva a döntések hatását az egyes ágazatokban külön is. Általában gyenge még a hatásvizsgálat alkalmazása. A gazdaság is akkor jó, akkor igazán hatékony, ha alulról építkezve alakul ki egy hatékony struktúra, ugyanez igaz lehet az érdekérvényesítésnél is. Ahány ágazat, annyi specialitás. Ez nem rossz, célszerű figyelembe venni, mert így lesz hatékonyabb az egész magyar gazdaság.

**MGy: Tudna olyan specialitást említeni,
ami nagyon jellemző a szállodaiparra, s
amit érdemes lenne figyelembe venni a
szabályozásnál, s valamilyen módon
kedvezményezni?**

NÁ: A mi ágazatunk nagyon sok munkahelyet teremt, ráadásul a szakképzetlenek köréből is sok embert tudnánk foglalkoztatni. Akár 10 százalékkal is több munkatartó tudnánk alkalmazni. Igaz, csak szezonálisan, néha nagyon sokat dolgozva, máskor alacsonyabb intenzitással. De mi sem arra hajtunk, hogy kiszigereljük az embereket, hanem hogy figyelembe vegyük a realitásokat. Akkor lehet és kell dolgozni, amikor van vendég a szállodában és az étteremben. Ezt rugalmasan kellene a szabályozással kezelni. Igaz, az új munka törvénykönyve már hozott változást, de én még nagyobb rugalmasságot is el tudnék képzelni. Természetesen a rugalmas munkarendeket a munkavállalóknál is népszerűbbé kell tenni, ahogy ezt látjuk más országokban.

MGY

HÁROM KATEGÓRIA, NÉGY ÉV SZÁLLODÁJA

Az év elején átadták a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (MSZÉSZ) „2013 év szállodája” elismeréseket Budapesten. A meghirdetett három kategóriában 16 szálloda pályázott. Az ötcsillagosok között a budapesti Boscolo New York Palace kapta az elismerést, a négycsillagosok között a budapesti Hotel Palazzo Zichy és a hévízi Naturmed Hotel Carbona, míg a háromcsillagos szállodák közül a Hotel Ibis Győr. A pályázatot első alkalommal hirdette meg a szövetség, hagyományteremtő céllal.

REKORDÉVEK

A hazai kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma, valamint a vendégszám szempontjából már 2012 is rekordév volt, ugyanakkor 2013-ban minden lényeges mutatóban sikerült javítani. A KSH tájékoztatása szerint 2013-ban összesen 8,83 millió vendég 22,8 millió éjszakát töltött a kereskedelmi szálláshelyeken, a vendégek száma 5,3, az eltöltött éjszakáké 4,6 százalékkal haladta meg a 2012 évit. A kereskedelmi szálláshelyek bruttó árbevétele csaknem 298 milliárd forint volt, 9,9 százalékkal több, mint 2012-ben. A belföldi turizmus hónapról hónapra kiemelkedő teljesítményét tükrözi, hogy 2013-ban súlya és növekedése elérte a külföldi turizmus eredményeit. Tavaly 4,5 millió belföldi vendég 10,9 millió vendégéjszakát töltött el a kereskedelmi szálláshelyeken, a belföldi vendégek és vendégéjszakák száma csaknem 5 százalékkal emelkedett.

Munkajogi kérdésekben egyedülálló segítség az MGYOSZ-tól

Ingyenes online tanácsadói felületen kérdezhetnek munkaadók és munkavállalók

„A munka világa a kétoldalú megállapodások tükrében” elnevezésű projektjének keretében már online tanácsadói felülettel is segíti a munka törvénykönyvének értelmezését a legnagyobb hazai munkaadói szervezet. A Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetsége (MGYOSZ) munkavállalói szervezetekkel karöltve 2011 óta dolgozik a kollektív szerződések megkötésének könnyítésén. A program most a Norvég Alap „Tisztos Munka és Háromoldalú Párbeszéd” Alaprézsjének támogatásával létrehozott www.decentwork.hu oldallal bővült, melynek neves szakértői munkajogi és társadalombiztosítási kérdésekben adnak ingyenes tanácsot.

Számos gazdasági szereplőnek okozhat nehézséget a másfél éve életbe lépett munka törvénykönyvének értelmezése. Az elmúlt időszak tapasztalatai alapján munkaadói és munkavállalói oldalon egyaránt akadnak értelmezési problémák, a legnagyobb hazai munkaadói szervezet ezért is tartja fontosnak, hogy tanácsadással is segítsen ezek megoldásában.

A Norvég Alap „Tisztos Munka és Háromoldalú Párbeszéd” Alaprézsjének támogatásával indított programjának keretében az MGYOSZ az MSZOSZ bevonásával már 2011 óta dolgozik a szociális párbeszéd megerősítésén. Annak érdekében, hogy hosszú távon is fenntartható eredményeket sikerüljön elérni, az elmúlt időszakban elsősorban a munka törvénykönyve új szabályainak ismertetésére koncentráltak. Olyan program kialakítására törekedtünk, mely segíti a törvénykönyv értelmezését annak érdekében, hogy a munkaadók és munkavállalók egyaránt alkalmazkodni tudjanak a kollektív tárgyalások megváltozott tartalmához. A program bázisát eddig munkajogászok által készített tájékoztató jellegű anyagok alkották, melyek pontról pontra mutatják be az érdemi kollektív szerződések megkötését lehetővé tevő rendelkezéseket.

„A munka világa a kétoldalú megállapodások tükrében” elnevezésű projektje keretében az MGYOSZ, a Norvég Vállalkozások Szövetsége és az NHO közreműködésével mostantól ingyenesen használható, online tanácsadói felülettel is segíti a munka törvénykönyvének gyakorlati alkalmazását.

„Az MGYOSZ az új törvénykönyv előkészületeiben is komoly szerepet vállalt, a nemrég életbe lépett jogszabály részleteinek kidolgozásában is részt vettünk. A munka azonban ezzel még nem ért véget számunkra, fontosnak tartjuk, hogy az új szabályok mindennapi alkalmazásában is segítsünk a gazdasági szereplőknek. Erre kínál jó lehetőséget a most általunk létrehozott honlap, ahol munkavállalók és munkaadók is megnyugtató választ kaphatnak felmerülő kérdéseikre. Az ingyenesen használható felületen keresztül három neves szakember ad tanácsot, akikhez társadalombiztosítási és munkajogi kérdésekben egyaránt érdemes fordulni” – mondta el dr. Rolek Ferenc, az MGYOSZ alelnöke.

A www.decentwork.hu oldal az online tanácsadói felület mellett más hasznos információkkal is segítséget nyújt az érdeklődőknek. A törvény értelmezését az MGYOSZ a közeljövőben munkajogi képzések szervezésével is segíteni kívánja, melyek időpontjait a honlapon is közzéteszi. Annak érdekében, hogy a program keretében eddig kiadott munkajoggal foglalkozó anyagok minél szélesebb körben elérhetőek legyenek, e-learning formában is elérhetőek lesznek az oldalon.



GAZDASÁGI ERŐ AZ ÖSSZEFOGÁS, A KÖZÖS MUNKA

Az összefogás, együttműködés olyan erő, ami segíthet az eredményesség javításában – vallja Gablini Gábor, a Gablini-cégcsoport tulajdonosa, aki arról is beszél, miért léptek be az MGYOSZ-ba, s miért javasol az MASZSZ együttműködési megállapodást.



Magyar Gyáripár: A Gablini Kft. belépett az MGYOSZ-ba. Miért döntöttek így?

Gablini Gábor: Egészen pontosan a Gablini Prémium Kft. lépett be, mely az Infiniti hazai forgalmazását végzi. De ennél talán még lényegesebb, hogy a Magyar Autós Szakmai Szövetség (MASZSZ) együttműködési megállapodást javasol a Munkaadók és Gyáripárosok Országos Szövetségével, hogy a jövőben a szakmai-érdekvépviseleti munkát koordináljuk, segítjük, támogatjuk egymás munkáját.

MGy: Úgy gondolták, most szükség van erre a megállapodásra?

GG: Együttműködésre mindig szükség van. Most viszont talán még fontosabb ez, mert az erők összpontosításával eredményesebb lehetünk, mintha mindenki csak a saját területén próbálna előrejutni. Az MGYOSZ-ban kiemelkedő szakmai tapasztalat gyűlt össze, az MASZSZ is professzionális tudással rendelkezik a saját területén, a kettő együtt sokat érhet. Meggyőződésem, hogy a válság utáni korszak egyik legfőbb erőforrása lesz az önszerveződésen alapuló, és hiteles tudással rendelkező szervezetek összefogása, együttműködése. Már csak azért is, mert ez ma nem éppen az erősségünk.

MGy: Apropó, válság. Az autóiipar az egyik legnagyobb vesztese a vissza-

esésnek. Ez bizonyára az autókereskedőknél is így van. Érezhető már, hogy megfordult a trend?

GG: A zuhanás megállt, s némi növekedés van. De ez nagyon kevés a veszteségek ellensúlyozására. Az autókereskedők 60 százaléka bezárt az elmúlt öt évben, a piac a szükséges eladási mennyiség jó, ha harmadán van. Ahhoz ugyanis, hogy például a ma 14 éves átlagos életkorú autóállomány 11 évesre csökkenjen, évente 150-160 ezer új gépkocsit kellene eladni. Ehhez képest most 50 ezer körül van az eladások száma. Az előregedő gépkocsik műszaki állapota rossz, így egyre nagyobb biztonsági rizikót jelentenek az utakon. A balesetknél egyre nagyobb arányt tesznek ki a rossz műszaki állapotból bekövetkező esetek.

MGy: Egy korábbi interjúban azt említette, hogy 2004 volt a csúcsev az autópiacon. Akkor 238 ezer új autót adtak el. Mit gondol, megismételhető ez a csúcs, vagy ez csak egyszeri történet volt?

GG: Elvileg megismételhető. Ha a szomszédos Ausztriát nézzük, ott az éves új autóeladások 330 ezernél tartanak. Nyolcmillió országáról van szó. Akkor egy tízmilliónál miért ne lenne reális a 240 ezer körüli szám? De ez csak játék a számokkal. A magyar gazdaság, sajnos, nincs olyan

GABLINI GÁBOR



Földmérőként dolgozott először, majd váltott: alkalmazott autószerelő lett. A rendszerváltás környékén önálló szerelőműhelyt nyitott, majd 1989-ben elsőként írt alá márkakereskedői szerződést a Peugeot-val. A Gablini-csoport ma már nemcsak a Peugeot, a Nissan, a Kia és a Hyundai szerződött partnere, hanem az Infiniti hazai képviselőjét is ellátja. Gablini Gábor a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetségének és a Magyar Autós Szakmai Szövetségnek elnöke.

JELENETEK A CÉGCSOPORT TÖRTÉNETÉBŐL

Gablini

autószalonok

- 1988. január 1: Megnyílt Gablini Gábor autójavító műhelye.**
- 1989: Elsőként kötött megá-
lapodást a francia Peugeot
magyarországi képviselőjé-
vel gépkocsik forgalmazá-
sára és teljes körű szervi-
zelésére.**
- 1996 április: A Gablini Zugló
(Peugeot kereskedés és
szerviz) megnyitotta kapuit.**
- 2001 február: Zöldmezős
beruházásként felépült a
Gablini M3 márkakereskedés**
- 2006 szeptember: Indult a
Nissan márka forgalmazása**
- 2007: Új tehergépkocsi
központ nyílt M3/II néven.
Ugyanitt használatú-
centrum is létesült.**
- 2008: A cégcsoport átvette
a Summit Autó Zrt-t
(budaörsi telephellyel)**
- 2008: A Nissan Gablini
Budaörs kizárólagos GT-R
értékesítési pont lett.**
- 2009-ben Az Infiniti márka
kizárólagos forgalmazói let-
tünk Magyarországon.**
- 2010 szeptembere:
Megkezdődött a Hyundai
márka forgalmazása**
- 2012 június: Hivatalosan is
megnyílt a Hyundai Gablini
Budaörs autószalon**

állapotban, mint az osztrák. Az itteni vásárlóerő – még a jobb módúak körében is – kisebb. Talán tíz év alatt juthatunk el a 2004. évi csúcs környékére. Addig azonban bőven van tennivalónk például a szervezetek szolgáltatásainak javításában, átláthatóbbá tételében.

Mgy: Arra gondol, hogy sok szerviz ma számla nélkül dolgozik?

GG: Erre is. Felmérések szerint ma az itthoni szervezetek úgy 60 százaléka teljes illegálisan működik, azaz semmilyen engedélye nincs a szolgáltatásra. Így ellenőrzés sincs, ami a silányabb minőség felé viszi el a munkát. Eltűnik a tulajdonosi felelősség, olcsóbb és gyengébb alkatrészeket építenek be a gépkocsikba. Az ilyen autók veszélyeztetik a biztonságos közlekedést. Lehet, hogy a balesetet okozó autó vezetője vétlen, „csak” a rosszul szervizelt autója a hibás, de ez édes mind egy azoknak, akiknek kárt okozott. Ez a helyzet a legális, törvényesen, átláthatóan működő szervezeteket versenyhátrányba hozza a piacon.

Mgy: Sokszor azért nem választ az ember márkaszervizt, mert túl drága...

GG: Persze, mert fizetik az adókat. És a 27 százalékos áfát is. A feketén dolgozók semmi közterhet nem fizetnek, ám nem ennyivel olcsóbbak. Ezért extra haszonra tesznek szert. Ez se fogadható el, ám úgy végképp nem, hogy sok esetben még az alkatrészek, a végzett munka minősége is silány. Egyébként, ha egy autótulajdonosnak fontos a biztonság, gépkocsija tartós működése, akkor csak olyan szervizhez fordul, ahol minősített alkatrészt használnak, s garantálják a jó munkát. Ha ezt számításba vesszük, akkor kiderülhet, hogy a valamivel magasabb ár mögött hosszabb távú biztonságos működés van. Tehát az árértékarány a legális szervezetek mellett szól.

Mgy: Hogyan lehetne erről meggyőzni a gépkocsi-tulajdonosokat is, akiknek viszont fontos, hogy az adott pillanatban mennyit kell kifizetni. Hosszú távon azért nem tud gondolkodni, mert a pillanatnyi pénziány dönt.

GG: Ezért fontos, hogy az ország gazdaság erősödjön. Egy növekvő gazdaságban az emberek is jobban élnek, s akkor már az élet minőségére is odafigyelnek. Ebbe beletartozik a saját gépkocsi felelősségteljes szervizelése is. Ám amíg ez az idő-

szak bekövetkezik, az oktatásban-nevelésben nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a társadalmi felelősségre, az adófizetésre, a törvényes-átlátható szolgáltatások fontosságára, tovagyrűző hatására.

**Mgy: Térjünk vissza a Gablini-cégcso-
porthoz. Önök öt autómárkát forgal-
maznak. Ez az összetétel talán alkal-
mas lehetett arra, hogy önök kisebb
veszteséggel vészeljék át a nehéz
éveket...**

GG: Legfőbb eredmény, hogy életben vagyunk. Nálunk is keletkeztek komoly veszteségek, de mivel mi minőségi termékek forgalmazására, szervizelésére álltunk rá, talán könnyebb volt a helyzetünk. Ebben a szegmensben is csökkent ugyan a kereslet, de korántsem akkorát, mint az olcsóbb kategóriáknál. Jó cégfilozófiának bizonyult az is, hogy nálunk mindig a vevőelégedettség volt a legfontosabb irányító erő. Mindig arra törekedtünk, hogy a vevők bizalmát elnyerjük, hiszen az elégedett vevő hűséges marad, s az egyszeri gépkocsivásárlást a szerviz igénybevétele követi, majd az újabb gépkocsinál is megmarad nálunk. Sőt, ajánl is bennünket. Az elégedett vevőnél nincs jobb reklám, biztosabb talaj egy szolgáltató-kereskedő cégnél.

**Mgy: Akkor talán már újabb beruhá-
zásban, terjeszkedésben is gondolkodik?**

GG: Erre még nincs igény. Az elmúlt években a válság ellenére is folyamatosan fejlesztettünk, bővültünk. Most az eredményességet próbáljuk javítani, a kapacitásunk megvan a nagyobb volumenű eladásra, szervizmunkákra is. Persze, a korszerűsítésről ezután sem mondunk le, de fizikai bővülésre most nincs szükség.

**Mgy: A cégcsoport életében mi volt
jelentősebb: a szerviz vagy az eladás?**

GG: Mivel nagy értékű termékeket adunk el, bevételünk háromnegyede az értékesítésből származik, s a negyedét adja a vevőszolgálat, szervizelés, alkatrész-értékesítés. A szervizmunka azonban óriási jelentőségű. Én azt szoktam mondani, hogy a második autót a szerviz adja el. Egyszer el lehet adni egy autót. Ám ha a kapcsolódó karbantartással a használó nem elégedett, nem marad nálunk, nem itt veszi meg a következő autót. Nálunk már sok „második autós” vevő van.

MGY

UNIÓS VÁLLALATOK: ÚJ ELEM JÖHET A JELENTÉSTÉTELLEN

Az Európai Bizottság becslése szerint az összesen körülbelül 42 000 uniós nagyvállalat közül csupán nagyjából 2500 tesz közzé úgynevezett „nem pénzügyi” információkat évente. Az Európai Unió változtatni szeretne ezen.



Az Európai Unió a vállalkozások átláthatóságának növelése érdekében a vállalati fenntarthatósági jelentésekkel kiegészített éves jelentés általánossá tételére törekszik a kapcsolódó számviteli szabályok módosításával. Az érintett uniós cégeknek a jövőben környezetvédelmi, társadalmi és munkavállalókat érintő, korrupcióellenes és esélyegyenlőséggel kapcsolatos információkat is közzé kell majd tenniük. A tagállamoknak várhatóan 2014 végéig lesz idejük módosítani a vonatkozó jogszabályokat.

Molnár Gábor, a Deloitte Kft. partnere elmondta: A Bizottság hatásvizsgálata két fontos problémára mutatott rá az éves vállalati jelentések kapcsán. Számos nagyvállalat nem tesz közzé ilyen jellegű információkat, de még a témában proaktívan gondolkozó vállalatok esetében is előfordul, hogy a közzétett nem pénzügyi információk átláthatóságában jelentkeznek hiányosságok. A hiányosságokat a Bizottság álláspontja szerint elsősorban piaci és szabályozási elégtelenségek okozzák. Annak ellenére, hogy a különböző fenntarthatósági, környezetvédelmi vagy társadalmi felelősségvállalási jelentések használata és elfogadottsága kezd elterjedni a piacon, az erre vonatkozó ösztönzők nem elég hatékonyak. Fontos hangsúlyozni, hogy a nem pénzügyi információk iránt ugyan növekvő igény mutatkozik, a közzétételükkel kapcsolatos előnyök többnyire hosszú távon

jelentkeznek, miközben a rövid távú költségek sokkal nyilvánvalóbbak és könnyebben mérhetők. A vállalatok egy része – habár tisztában van a nem pénzügyi beszámolás előnyeivel – vélhetően emiatt a benyomás miatt nem tesz érdemi erőfeszítéseket ezen a téren.

A módosítás alapvetően azokat a vállalatokat érinti, melyek az adott pénzügyi évben legalább 500 fős átlagos munkavállalói létszámmal működnek, illetve mérlegfőösszegük a mérlegforduló napján meghaladja a 20 millió eurót vagy nettó árbevételük meghaladja a 40 millió eurót. A javaslat szerint minden olyan vállalkozást érint a szabályozás, melyek ezeket a kritériumokat teljesítik, illetve minden olyan konszolidációba bevont leányvállalatot is, ahol az anyavállalat kötelezett lesz konszolidált szinten is elkészíteni a fenntarthatósági jelentését. Ez utóbbi esetekben a leányvállalatoknak is adatszolgáltatási kötelezettsége van az anyavállalat felé, ehhez pedig esetenként át kell alakítaniuk a belső folyamataikat és el kell készíteniük a szükséges belső szabályzatokat.

A javaslat értelmében a tagállami törvények megváltoztatásának határideje 2014 vége, a cégek határideje az átállásra vonatkozóan pedig 2015 vége lesz. Fontos azonban, hogy a környezeti, társadalmi és a munkavállalókat érintő információk jelentéstételi kötelezettségnek való megfelelés komoly felkészülést igényel.

FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIA

A változtatás azoknál a vállalatoknál lesz nagyobb feladat, amelyek egyáltalán nem készítenek fenntarthatósági jelentést: nekik sokkal nagyobb léptekben kell kialakítaniuk az erre vonatkozó gyakorlatukat. A legfontosabb egy vállalati fenntarthatósági stratégia kidolgozása, az ehhez kapcsolódó jelentéstételi mutatók kiválasztása, illetve az adatgyűjtés módszertanának meghatározása.

Innovatívabb Európa – nagy **regionális** különbségekkel

Az Európai Unió fokozatosan áthidalja az innovációs szakadékot, amely közte és Egyesült Államok, valamint Japán között fennáll. Az uniós tagállamok teljesítményében mutatkozó különbségek azonban továbbra is igen szembetűnők, és csak lassan fogyatkoznak.

A SIKER FELTÉTELE

„Az Európa újraiparosítására irányuló törekvések sikerének záloga, hogy az innováció egész Európát áthassa. Másként nem érhetjük el arra irányuló célkitűzésünket, hogy 2020-ra az EU GDP-jének legalább 20%-át a gyártási ágazat állítsa elő. E növekedéshez elengedhetetlen az üzleti befektetések számának növekedése, az innovatív európai megoldások iránti igény erősödése, valamint az innovációs megoldások kereskedelemben való elterjedését nehezítő akadályok megszüntetése. Innovatívabb vállalatokra és növekedésbarát keretre van szükségünk ahhoz, hogy az innovációk sikeresen eljussanak a piacokra” – mondta Antonio Tajani ipar- és vállalkozáspolitikai biztos, az Európai Bizottság alelnöke.

Az innovációs szakadék regionális szinten még jelentősebb: az uniós régiók csaknem ötöde esetében romlott az innovációs teljesítmény. Ezek az Innovatív Unió 2014. évi kutatási és innovációs eredménytáblájának, valamint a 2014. évi regionális innovációs eredménytáblának a legfontosabb megállapításai. Az Európai Unión belüli rangsor összességében viszonylag állandó: Svédország áll az élen, majd Dánia, Németország és Finnország következik. E négy országban valósul meg a legtöbb befektetés a kutatásba és az innovációba. Az előző évekhez képest Portugália, Észtország és Lettország fejlődött a legtöbbet. Az általános előrelépést az segítette elő, hogy az EU-beli kutatási rendszerek nyitottabbá és vonzóbbá váltak, illetve fokozódott a vállalati innovációs együttműködés, valamint a tudás piaci hasznosítása. (Ez utóbbi mutatók a liceneciák és szabadalmak után külföldről befolyó bevételek alapján mérhetők.) A kutatásra és a fejlesztésre fordított közkiadásoknak az elmúlt években tapasztalt növekedését azonban aláássa, hogy a vállalatok kockázatitőke-befektetései és nem K+F-re irányuló innovációs kiadásai folyamatosan csökkennek.

A tagállamok besorolása négy teljesítménycsoportba

Az Innovatív Unió 2014. évi eredménytáblája a következő négy csoportba sorolja a tagállamokat:

Vezető innovátorok csoportja: Dánia, Finnország, Németország és Svédország tartozik ide. Náluk az innovációs mutatók jóval meghaladják az uniós átlagot.

A „követő innovátorok” csoportjába tartozik Ausztria, Belgium, Ciprus, az Egyesült Királyság, Észtország, Franciaország, Hollandia, Írország, Luxemburg és Szlovénia. Ezekben az országokban az innovációs

teljesítmény meghaladja az uniós átlagot, vagy közel azonos vele.

Mérsékelt innovátorok: a Cseh Köztársaság, Görögország, Horvátország, Lengyelország, Litvánia, Magyarország, Málta, Olaszország, Portugália, Spanyolország és Szlovákia innovációs mutatói az uniós átlag alatt vannak.

Lemaradó innovátorok: Bulgária, Lettország és Románia tartozik e csoportba. Teljesítményük jóval az uniós átlag alatt van.

Mitől sikeresek a vezető innovátorok?

A leginnovatívabb országok minden szempontból egyértelműen túlszárnyalják az uniós átlagot: a kutatási és a felsőoktatási rendszertől kezdve a vállalati innováción és a szellemi tulajdonon át a kkv-innovációig és a gazdasági hatásokig. Mindez kiegyensúlyozott tagállami kutatási és innovációs rendszerekről tanúskodik.

Az Európai Unió nemzetközi összehasonlításban

Az EU-n kívüli többi európai ország közül Svájc továbbra is az innováció bajnoka, hiszen minden uniós országot rendre maga mögé utasít. A globális összevetésből kitűnik, hogy Dél-Korea, az Egyesült Államok és Japán az Európai Uniónál előbbre tartanak az innovációs teljesítmény területén. Az Egyesült Államokkal és Japánnal összehasonlítva az innovációs szakadék csökkent, Dél-Koreával összevetve azonban tovább nőtt.

Ausztráliával, Kanadával és a BRICS-országokkal (vagyis Brazíliával, Oroszországgal, Indiával, Kínával és Dél-Afrikával) összehasonlítva az EU megőrizte vezető pozícióját. A gyors ütemű fejlődést mutató Kína leszámítva az EU előnye stabil maradt, sőt nőtt is.

EB Magyarország

MAGYAR ÉPÍTÉSZ, KÍNAI SIKEREK

Az I. világháború után Sanghaj már a világ legjelentősebb városai közé tartozott, s egyik kiemelkedő építőmestere Hudec László volt – a Műegyetemről indulva itt vált világhírű építésszé. A legnagyobb megrendeléseit a feltörekvő sanghaji arisztokráciától, neves üzletemberektől, politikusoktól kapta.

A továbbiakban az elegáns-szép kötetből idézünk, amelyet az egyik legjelentősebb kínai fotóművésznek Hudec épületeiről készített kb. 150 színes fényképe gazdagít:

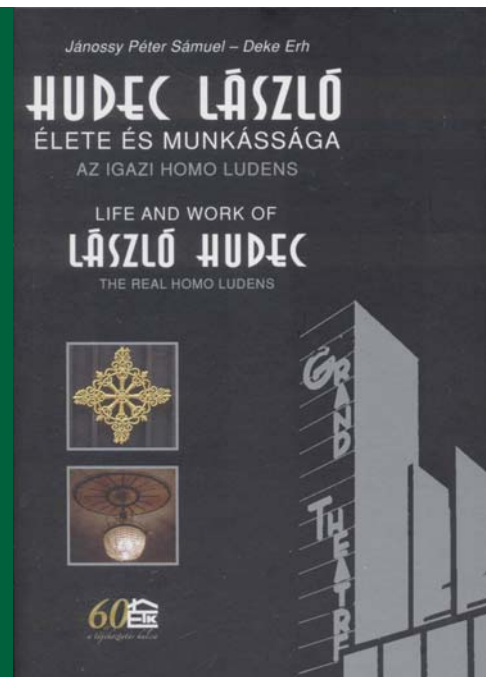
Világszínvonalon tervezett. Kivitelezésben is a kor leghaladóbb technológiáit alkalmazta. Az ázsiai közönség Hudec munkássága révén találkozhatott először légkondicionált kórházzal, tűzjelzőkkel ellátott színházépületekkel, lifttel és mélygarázzsal felszerelt magánvillákkal. A Sanghajban épített több mint hatvan alkotása technikai megoldásait tekintve megfelelné az újabb kor elvárásainak is. Úttörője volt az art deco (az akkor legmodernebb európai stílus – *OP*) kínai bevezetésének. Épületeit, köztük a korábban Ázsia legmagasabb építményeként számon tartott Park Hotelt, széles körben ismerik. Bár a kínaiak tudják, hogy magyar származású, mégis kínai építésznek tartják.

Briliáns, ahogy kezelte a régi idők építészét. Ha kellett, spanyol villát, óngol udvarházat, vagy épp amerikai ranchot tervezett, s ha úgy akarták, a legmodernebbeket. Olyat, amelyet a megrendelő elvárt tőle. Jó üzletember volt, de eszébe nem jutott előhúzni a fiókból a tűpusterveket, és még egyszer eladni azokat. (Nyilvánvalóan éppen ezt értékelték a megrendelői! – *OP*) Házai „rugalmasan” készek befogadni az élet változásait. Így lesz a gazdag kínai üzletember villájából a Kínai

JÁNOSSY PÉTER SÁMUEL
– DEKE ERH

Hudec László
Élete és munkássága
– az igazi homo ludens

Építésügyi Tájékoztatási
Központ Kft., 2010



Írószövetség székháza, az Amerikai Klub épületéből bíróság és ügyészség, a sörgyárból mulató.

Otthonról hozta az építész szakma és az építő munka tudását és szeretetét. Apja építőmesterből jó nevű építész (nagy)vállalkozóvá nőtt fel. Hudec iskolásként nála dolgozott, s már egyetemi tanulmányai előtt kőműves-, kőfaragó- és ácsszakvizsgát tett. A budapesti Műegyetemen pedig a kor építészeinek legjobbjaitól tanulhatott. Ezek az építőművészek tervezték a korszak legjelentősebb középületeit. Így kitűnő szakmai alapokat kapott, pályája sanghaji gyors felívelése pedig kiemelkedő tehetségéről tanúskodik.

Hadifogolyként szökött Sanghajba, s ott az egyik nagy építészirodában rajzolóként kapott munkát, néhány hónap múlva már irodavezető, majd társult építész, irodájuk pedig a legkeresettebb lett a városban. 1925-ben nyitotta meg saját tervezőirodáját, s mint később írta „Munkásságom rendkívül kiterjedt, s nemcsak a nemzetközi kolónia tagjai közül, hanem az uralomra került kínai nemzeti kormány tagjai közül is sokan ügyfeleim közé tartoznak.” Jánosy felvázolja kalandos életútját, amelyet szakmailag a XII. Pius pápa megbízásából végzett munka zár le, s itt olvasható Hudec 1941-es önéletrajza is. Az album második része pedig az épületeiről ad a korszakot is jellemző ismeretéseket.

Dr. Osman Péter