

**Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei**

**TURISZTIKAI VÁLLALATOK VERSENYKÉPESSÉGÉNEK  
KOMPLEX ELEMZÉSE AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓBAN**

Nagy Tünde Orsolya

Témavezető:

Dr. Habil. Darabos Éva  
egyetemi docens



**DEBRECENI EGYETEM**

Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

Debrecen, 2022

# **1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA**

A turisztikai ágazat növekvő jelentőségét már jó néhány évtizeddel ezelőtt több szerző (COHEN, 1972; AFFELD, 1975; KRIPPENDORF, 1986; ALLCOCK, 1986; LENGYEL, 1987; GERGELY, 1989; SIMPSON, 1993) is kiemelte, ami azóta is meghatározó kutatási terület. Európa térsége és maga az Európai Unió területe is kedvelt desztináció, a turizmus kiemelkedő jelentőséggel rendelkezik, gazdasági, foglalkoztatásban betöltött szerepe, valamint társadalmi, környezeti hatásai révén, mely szektor a 2009-es világválságot követően, 2010 óta folyamatos növekedést mutat.

A szakértők a 2018-as évet tekintik a mindenkori legjobb évnek az ágazatban európai és hazai szinten egyaránt. Ebben az évben a turisztikai ágazat GDP-hez történő hozzájárulása több, mint 10,3% volt, illetve a teljes európai uniós foglalkoztatás 11,7%-a (mintegy 27,3 millió fő) kötődött ehhez a szektorhoz más gazdasági ágazatokkal fennálló közvetett kapcsolatát is figyelembe véve (EUROSTAT, 2021a). Magyarországon az ágazat ezt meghaladóan, a közvetett hatásokat is figyelembe véve 10,7%-os mértékben járult hozzá a GDP-hez 2018-ban, valamint a nemzetgazdasági foglalkoztatottság 13,2%-a volt köthető a turizmushoz (KSH, 2020). Nem hagyható figyelmen kívül azonban az a tény, hogy ez a folyamat a 2020. március 11-én az Egészségügyi Világszervezet (WHO) által világvárossá nyilvánított COVID-19 hatására megtorpant, mely világszinten megállította, – legalábbis egy időre –, a turizmus további növekedését. Az ágazat vállalatai jelenleg is próbálnak kilábalni a válságos időszakból, ez a folyamat azonban rendkívül sérülékeny.

Az Európai Unió felismerve jelentőségét, kiemelten foglalkozik a turisztikai szektorral. Az Európai Unió fejlesztési programjainak keretein belül minden évben több milliárd euró forráshoz jutnak a turisztikai vállalkozások. 2007-től kezdve a turizmus önálló prioritásként jelent meg a regionális operatív programokon belül. Több olyan kutatási eredmény is született (CSOMA, 2017; BÁNAI et al., 2017; KPMG, 2017; VIA CREDIT, 2018; HAJNALKA et al., 2020), amely igazolta a támogatások és a vállalati versenyképesség pozitív összefüggéseit, jövedelmezőség növekedés is volt tapasztalható az empirikus vizsgálatok során. Emellett BANAI et al. (2017), KPMG (2017), VIA CREDIT (2018), HAJNALKA et al., (2020) azt is megállapították, hogy a vállalat méretének növekedésével

a kapott fejlesztési célú támogatás hatása is emelkedett, a középvállalkozások, nagyvállalatok esetén nagyobb mértékű eredménynövekedés volt megfigyelhető.

A turisztikai ágazatot kiemelten fejlesztendő területnek tartom, ennek oka a multiszektorális jelleg, horizontális kiterjedésének eredményeként a gazdaság több ágazatával is kapcsolatban van, ebből következik, hogy fejlesztésével a regionális versenyképesség is javul, multiplikátor hatásán keresztül pedig dinamizálja a gazdaság más területeit is. A turisztikai vállalatok versenyképességének fejlesztésén keresztül javul az adott régió infrastrukturális háttere, ez a hatás tovább gyűrűzik, a fejlettebb infrastruktúra további beruházásokat vonz. Új munkahelyek jönnek létre, nő a lakosság életszínvonala, csökken a regionális töredezettség (NEMES, 2008).

Disszertációm megírásának alapját ezek gondolatok, szerzői álláspontok, összefüggések jelentették, amelyeknek megfelelően a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágazatban működő, Észak-alföldi Régióban elhelyezkedő 103, az EU második hétéves fejlesztési ciklusban (2007-2013) turisztikai pályázat keretében támogatást nyert vállalkozás esetében a versenyképesség „kemény” tényezőit vizsgálom nyilvános mérlegadatok és eredménykimutatás adatok alapján. Az elemzést kiegészítve ugyanezen vállalkozások körében készült kérdőív mentén a versenyképesség „puha” tényezőit tárom fel. Az adatbázisban eredetileg 170 vállalat szerepelt, azonban kiszűrésre került 67 nyertes pályázó, a kiszűrés eredményeként a vizsgált vállalatok mindegyike nyereségorientált formában folytatja tevékenységét, tisztán turisztikai profilú, a vizsgált időszakban nem átalakult át, nem változott meg a méretbeli besorolása, nem szűnt meg, illetve nem állt felszámolás alatt.

### **A kutatás főbb célkitűzései:**

*1. A versenyképesség fogalmi hátterének elemző feltárása, az egyes versenyképességi szinteken (országos, regionális, iparági, vállalati) a fogalom tisztázása.*

A versenyképesség fogalmi meghatározására sok kutató tett kísérletet, a létrejövő fogalmak azonban sok esetben ellentmondanak egymásnak, nincs egy egységes, mindenki által elfogadott definíció. A választott téma összetettsége megköveteli a versenyképességi szakirodalom elemző módon történő bemutatását, állásfoglalást az egyes szerzői nézőpontokhoz kapcsolódóan, különös tekintettel a vállalati szint vonatkozásában, amely alapul szolgál a későbbi vizsgálatokhoz.

2. Az országos és vállalati versenyképességet mérő modellek kritikai értékelése, a pénzügyi mutatókkal történő versenyképesség-mérés elméleti hátterének elemző feltárása, kiemelve a fennálló nehézségeket, valamint a „puha” versenyképességi tényezők jelentőségét.

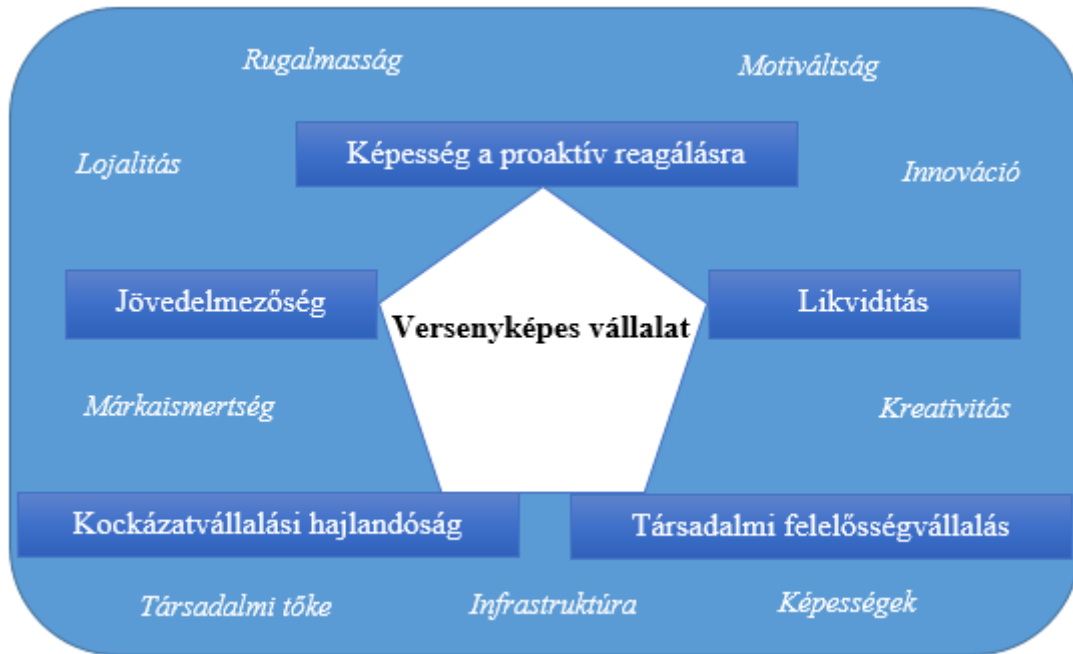
A szakirodalom tanulmányozás során a figyelmem fókuszába a vállalati versenyképesség-mérés került. Megállapítottam, hogy vállalati szinten még mindig elterjedtebb a pénzügyi szempontú megközelítés. Jellemzően mérleg és eredménykimutatás adatokra épülnek az elemzések, a keletkező árbevétel, eredmény, különböző jövedelmezőségi, termelékenységi mutatók vannak a középpontban. Az 1. táblázat a jelen disszertációban a versenyképesség-méréséhez alkalmazott mutatókat összegezi a számítási mód megjelölésével.

**1. táblázat: Versenyképesség méréséhez alkalmazott mutatók**

Mutató elnevezés	Jellege	Számítás
<b>ROS</b> (Return on sales)	árbevétel arányos jövedelmezőség	Eredmény / Értékesítés nettó árbevétele
<b>ROA</b> (Return on Assets)	eszközarányos jövedelmezőség	Eredmény / Összes eszköz
<b>ROE</b> (Return on Equity)	saját tőke arányos jövedelmezőség	Eredmény/Saját tőke
<b>ROCE</b> (Return on Capital Employed)	tőkearányos működési eredmény	Eredmény/működő tőke
<b>Általános likviditás</b>		Forgóeszközök/Rövid lejáratú kötelezettségek
<b>Gyors likviditás</b>		(Forgóeszközök – Készletek) / Rövid lejáratú kötelezettségek
<b>Azonnali likviditás</b>		(Forgóeszközök – Készletek -Követelések) / Rövid lejáratú kötelezettségek

Forrás: Saját szerkesztés LAÁB, 2009; MUSINSZKI, 2013a; BREALEY – MYERS, 2005 alapján

A pénzügyi mutatószámokkal történő versenyképesség-mérés mellett egyre gyakoribb azonban a versenyképesség „puha” tényezőinek a figyelembevétele is. Az 1. ábra ennek megfelelően a vállalati versenyképesség definícióm meghatározó pontjait mutatja.



### 1. ábra: A vállalati versenyképesség szempontjai

Forrás: Saját szerkesztés KOZMA, 1995; CHIKÁN et al., 2006; HORVÁTH, 2001; NÁBRÁDI, 2015 alapján

A fentebb bemutatott összefüggések alapján a vállalati versenyképességet a következőképpen definiálom: a vállalati versenyképesség a vállalatnak azon képessége, hogy megfelelő kockázatvállalási hajlandóság mellett, tevékenysége során jövedelem előállítását és a likviditását biztosítani tudja. Versenyképességének feltétele, hogy a társadalmi felelősségvállalás mellett, proaktív módon tudjon reagálni gazdasági környezet változásaira, előre tudja jelezni a változásokat, egyre nagyobb figyelmet fordítva a versenyképesség úgynevezett „puha” tényezőire.

*3. A turisztikai szektor helyzetének elemző bemutatása, jelentőségének igazolása az Európai Unióban, valamint Magyarországon, a kapcsolódó uniós támogatások tükrében.*

Disszertáciomban a versenyképességi vizsgálatomat egy adott tevékenységet végző (szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágazat), adott földrajzi elhelyezkedésű (Észak-alföldi Régió) és azonos fejlesztési ciklusban (az EU második hétéves fejlesztési ciklusban, 2007-2013 között, turisztikai pályázat keretében) támogatott vállalati körre szűkítettem azzal a céllal, hogy minél homogénebb vállalati kört vizsgáljak.

*4. Az Észak-alföldi Régió versenyképességi helyzetének megítélése, annak igazolása, hogy turisztikai adottságai alapján kiemelten fejlesztendő terület.*

A szektor kiválasztását annak gazdasági súlya, a régió kiválasztását pedig annak turisztikai szempontú jelentősége indokolta.

*5. A disszertáció fő célkitűzése annak igazolása, hogy a vizsgált, turisztikai támogatásban részesült vállalatok versenyképessége középtávon javult, továbbá annak kimutatása, hogy a javulás mely területeket érintette.*

Célom CSOMA (2017), BÁNAI et al. (2017), KPMG (2017), VIA CREDIT (2018), HAJNALKA et al. (2020) által kimutatott, támogatások és a vállalati versenyképesség között fennálló pozitív összefüggés igazolása a vizsgált, Észak-alföldi Régióban elhelyezkedő 103, az EU második hétéves fejlesztési ciklusban (2007-2013) turisztikai pályázat keretében támogatást nyert vállalkozás esetében.

### **A kutatás hipotézisei:**

*H1: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vizsgált vállalatok által érzékelt versenyképesség és a vállalati méret között, a nagyobb méretű vállalatok magasabb szintű versenyképességet érzékelnek.*

A kérdőíves megkérdezés során azt is vizsgáltam, hogy a vezetők hogyan ítélik meg különböző szempontok alapján a vállalatuk versenyképességét. Bár közös jellemzője az említett versenyképességi indexeknek, hogy a vállalatokat méretkategória szerint különböztetik meg, az érzékelt versenyképesség és a vállalati méret között fennálló összefüggést egyik forrásmunka sem vizsgálta, mégis vizsgálatra érdemesnek ítélem, hiszen a versenyképesség és az erősségek, gyengeségek megfelelő ismerete közötti összefüggés nem vitatható (BARAKONYI, 2002; GÁSPÁR, 2005; CHIKÁN – CZAKÓ, 2008).

*H2: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vállalati méret és a pénzügyi mutatószámok értékei között, a nagyobb méretű vállalatok kedvezőbb pénzügyi mutatószámokkal rendelkeznek.*

Jellemzően a nagyobb vállalati mérethez kapcsolnak kedvezőbb versenyképességi jellemzőket, úgymint formalizáltabb stratégia, nagyobb pályázati aktivitás, méretgazdaságosság, kiterjedtebb K+F tevékenység, jobb forrás- és információellátottság, innovációs és termelékenységi előny, kevésbé jellemző finanszírozási problémák, növekvő

külpiazi aktivitás, amely versenyképességi jellemzők pedig kedvezőbb pénzügyi mutatószámokat is eredményeznek (CHIKÁN et al., 2006; BODÓ et al., 2007; SZERB et al., 2014; NÉMETNÉ GÁL, 2010). Céлом annak vizsgálata, hogy a hivatkozott szerzők által feltárt összefüggés igazolható-e az általam vizsgált speciális vállalati minta esetében is.

*H3: A támogatási időszak alatt a pénzügyi mutatószámok értékei javulnak.*

A 3. hipotézis megfogalmazásának célja, hogy megvizsgáljam fennáll-e a CSOMA (2017), BÁNAI et al. (2017), KPMG (2017), VIA CREDIT (2018), HAJNALKA et al. (2020) által igazolt, támogatások és a versenyképesség között fennálló pozitív összefüggés az általam vizsgált speciális vállalati minta esetében is, azaz tapasztalható-e a pénzügyi mutatószámok javulása a folyósítását követő 3. évben.

*H4: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vállalati méret és a pénzügyi mutatószámok értékeinek javulása között, a nagyobb méretű vállalatok pénzügyi mutatószámai nagyobb mértékben javulnak.*

Számos tanulmányban (BANAI et al., 2017; KPMG, 2017; VIA CREDIT, 2018; HAJNALKA et al., 2020) megfogalmazódott, hogy a vállalat méretének növekedésével a kapott fejlesztési célú támogatás hatása is emelkedik, a középvállalkozások, nagyvállalatok esetén nagyobb mértékű bevétel, illetve eredménynövekedés volt megfigyelhető. A negyedik kutatási kérdés és a hozzá kapcsolódó hipotézis megfogalmazásának célja, hogy megvizsgáljam kimutatható-e ez az összefüggés az általam vizsgált speciális vállalati minta esetében is, azaz a nagyobb vállalati méret esetén a pénzügyi mutatószámok nagyobb mértékű javulása megfigyelhető-e.

*H5: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vállalati méret és a kapott támogatás összege között, a nagyobb méretű vállalatok magasabb összegű támogatáshoz jutnak.*

Ezt az összefüggést BANAI et al. (2017), KPMG (2017), VIA CREDIT (2018), HAJNALKA et al. (2020) egyaránt igazolta. Az 5. hipotézisem megfogalmazásának célja, hogy megvizsgáljam kimutatható-e ez az összefüggés az általam vizsgált speciális vállalati minta esetében is, azaz, hogy a vállalati méret növekedésével a támogatási összeg is emelkedett.

## **2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE**

### **2.1. Az adatgyűjtés körülményei és az adatbázis bemutatása**

Az adatgyűjtés a gyűjtött adatok köre alapján teljes, azaz a kutatásom során egy véges elemszámú, diszkrét sokaság minden eleme megfigyelésre került. A teljes körű adatgyűjtésre az biztosította a lehetőséget, hogy a megfigyelt sokaság lehatárolt, elemszáma nem túl nagy. A szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban működő, Észak-alföldi Régióban elhelyezkedő 170, az EU második hétéves fejlesztési ciklusában (2007-2013) turisztikai pályázat keretében támogatást nyert vállalkozások jelentik az elemzés során vizsgált sokaságot. A lehatárolást az elemzés átláthatósága, levont következtetések helytállóságának, összehasonlíthatóságnak a biztosítása érdekében tartottam szükségesnek. A vizsgált vállalati kört azonos nemzetgazdasági ágban működőkre (kutatási témámból adódóan a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás nemzetgazdasági ágban működőkre), azon belül is azonos fejlesztési ciklusban turisztikai pályázat keretében támogatást nyert vállalkozásokra szűkítettem. Jóllehet 2020-ban lezárult a harmadik hétéves fejlesztési ciklus is, a disszertáció vizsgálata mégis a második hétéves fejlesztési ciklusához (2007-2013) kapcsolódik. Ennek oka, hogy a vizsgálat időintervallum hosszát 5 évben határoztam meg, az első év a támogatás folyósítását megelőző év, az utolsó pedig a folyósítást követő harmadik év, mely már kellően hosszú ahhoz, hogy kimutathatóvá váljanak a támogatások hatásai. A harmadik fejlesztési periódushoz kapcsolódóan a lezárulását követő első év az idej, továbbá az elmúlt 2 év atipikus évné tekinthető, így a járványügyi helyzet nehezítené a támogatások hatásának kimutatását. Az elemzés esetében területi lehatárolást is végeztem, ennek oka, hogy a regionális eltérésekből eredő hatások kimutatása nem tartozik közvetlenül a kutatási témámhoz.

A vizsgálandó vállalati körből 67 nyertes pályázó került kiszűrésre a következő okok valamelyike miatt: nem nyereségorientált formában működött, nem tisztán turisztikai profilú, a vizsgált időszakban átalakult, megváltozott a méretbeli besorolása, megszűnt, illetve felszámolás alatt állt.

A szűkítést a vállalatok számviteli beszámolóihoz kapcsolódó kiegészítő mellékletek információi alapján végeztem el.

A vállalkozások besorolása szempontjából 50 pályázó mikrovállalkozásnak minősül, 33 kisvállalkozásként, míg 18 középvállalkozásként tevékenykedik. Nagyvállalat besorolásba csupán a 2 vállalat tartozott.

A létrehozott két adatbázis a vizsgált 103 vállalkozás vonatkozóan szekunder és primer adatgyűjtésből származó adatokat tartalmaz:

- szekunder adatgyűjtés keretében: a Regionális Fejlesztési Ügynökség adatbázisból származó vonatkozó pályázati adatokat,
- primer adatgyűjtés keretében: az Igazságügyi Minisztérium Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálatának számviteli beszámoló adataiból képzett pénzügyi mutatószámokat (a vállalati versenyképesség „kemény” tényezői) és a „puha” versenyképességi tényezők feltárásának vonatkozásában kérdőíves megkérdezés útján nyert adatokat.

A vállalati versenyképesség pénzügyi mutatószámokkal történő mérésének lehetőségét számos tudományos mű (SÁPINÉ DUDUK – BARANYI, 2011; HÁGEN – HOLLÓ, 2017; SZILÁGYI, 2008; WIMMER, 2002; ZOLTAYNÉ et al., 2007; CHIKÁN, 2017; SCHMUCK, 2008; SZERB, 2010; AUERBACH et al., 1999; NÉMETHNÉ GÁL, 2010; BALLANTINE et al., 1988; GRABOWSKA, 2014; JASINIAK – PASTUSIAK 2014; KATITS – SZALKA 2014; RIDEG, 2019; FAZEKAS, 2001) alátámasztja. Emellett azonban a pénzügyi mutatószámokkal mért vállalati versenyképesség mellett a „puha” versenyképességi tényezők feltárásának fontosságát szintén számos tudományos mű (GARAMHEGYI – RÉVÉSZ, 2000; LENGYEL, 2003; SZERB, 2010; VARGA, 2017; PALÁNKA, 2012; SZERB et al., 2019; CSATH et al., 2019) kiemeli.

A versenyképesség „puha” tényezőinek vonatkozásában a kérdőíves megkérdezés módszerével történő adatgyűjtést CHIKÁN et al. (2006), BODÓ et al. (2007), NÉMETHNÉ GÁL (2010), SZERB (2014) publikációira alapoztam. Kiemelendő, hogy a hivatkozott szerzők a „kemény” vállalati jellemzők feltárására szintén kérdőíves megkérdezés módszerét alkalmazták, véleményem szerint azonban ezeknek a számviteli beszámolókból származó adatoknak a kérdőíves megkérdezése pontatlanságot eredményezhet, így a kutatásom során két adatbázist hoztam létre, egyrészt a vizsgált vállalatok számviteli beszámoló adatait és

kapcsolódó pályázati adatait tartalmazó adatbázist, másrészt a kérdőíves megkérdezésből származó adatokat tartalmazó adatbázist.

## **2.2. Az alkalmazott módszerek bemutatása**

### **2.2.1. *Viszonyszámok létrehozása***

A vállalatok számviteli beszámoló adataiból létrejövő pénzügyi mutatószámok az adatok egymáshoz viszonyításával jönnek létre. Általános formában a következőképp írhatók fel:  $V=A/B$ . Ahol „A” a viszonyított adatot jelenti, „B” pedig a viszonyítás alapját (ÁCS – PINTÉR, 2011).

A vizsgálat során alkalmazott likviditási mutatók, valamint a jövedelmezőségi mutatók közül a ROA, ROCE mutatók szemléletmódjukat tekintve egyaránt horizontálisak, hiszen a likviditási mutatók könyvviteli mérleg mindkét oldalát érintik, a ROA, ROCE mutatók pedig a könyvviteli mérleghez és az eredménykimutatáshoz is kapcsolódnak. A ROS, ROE jövedelmezőségi mutatók pedig vertikálisak, mivel csak az eredménykimutatásból származó adatokat tartalmaznak (BÍRÓ et al., 2016). Mindegyik elemzett mutatószám koordinációs viszonzszám. A koordinációs viszonzszámok létrehozása esetén azonos mértékegységű adatok, két részsokaság jellemző adata kerül összehasonlításra (ADORJÁN et al., 2002).

### **2.2.2. *A főkomponens-analízis leírása***

A főkomponens-analízis képezi a hipotézisvizsgálataim alapját. Céлом a statisztikai vizsgálatok elvégezhetőségének, a kapott eredmények értelmezhetőségének érdekében az általam vizsgált 11 pénzügyi mutatószám értékének, valamint az értékelt versenyképességre vonatkozó kérdőíves kérdések válaszainak főkomponens-analízissel történő összevonása, mely összevonások eredményeként létrejövő versenyképességi faktorok alapján a hipotéziseim vizsgálhatóvá válnak.

A főkomponens-analízis egy olyan többváltozós statisztikai eljárás, mely segítségével adatredukciót végezhetünk. A főkomponens-analízis a faktoranalízis speciális típusa. A módszer célja a változók számának csökkentése, úgy, hogy ezáltal a megfigyelés információ tartalma ne csökkenjen. A módszer olyan esetben alkalmas a változók összevonására, ha a

változók koherens, egymást átfedő információ tartalommal bírnak. Azaz a faktoranalízis célja, hogy egymással korrelálatlan faktorokat hozzunk létre (SZŰCS, 2002).

A főkomponens-analízis elvégezhetőségének feltétele az adatok összevonhatósága. Csak azok a változók vonhatók össze egy faktorba, amelyek között megfelelő mértékű korreláció mutatható ki. A korrelációs mátrix az egyes változók közötti összefüggést fejezi ki. Az összevonáshoz erős korrelációra van szükség, de a túlzott korreláció sem megfelelő, hiszen azt eredményezné, hogy minden vizsgált változó egyetlen faktorban kerül összevonásra. A Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kritérium az egyik leginkább alkalmas mérőszáma a változók között fennálló korreláció kifejezésére.

Legyen  $r_{ij}$  az  $i$ -edik és a  $j$ -edik változó korrelációs együtthatója, és legyen az  $i$ -edik és a  $j$ -edik változó parciális korrelációs együtthatója. Ekkor a KMO érték kiszámítására az alábbi képlet használható:

$$KMO = \frac{\sum_{i=1}^p \sum_{\substack{j=1 \\ i \neq j}}^p r_{ij}^2}{\sum_{i=1}^p \sum_{\substack{j=1 \\ i \neq j}}^p \rho_{ij}^2 + \sum_{i=1}^p \sum_{\substack{j=1 \\ i \neq j}}^p r_{ij}^2} \quad (\text{VARGHA, 2015}).$$

A mutató értéke 0 és 1 közé esik. Értelmezését az 1. táblázat tartalmazza.

**1. táblázat: A KMO mutató értelmezése**

KMO érték	Jelentése
$0,9 \leq KMO \leq 1,0$	csodálatos
$0,8 \leq KMO < 0,9$	dicséretes
$0,7 \leq KMO < 0,8$	közepes
$0,6 \leq KMO < 0,7$	mérsékelt
$0,5 \leq KMO < 0,6$	szánalmas
$0,0 \leq KMO < 0,5$	elfogadhatatlan

Forrás: Saját szerkesztés KÁSA, 2014 alapján

Az 1. táblázat alapján jól látható, hogy minél közelebb van a mutató értéke az egyhez, annál alkalmasabbak a változók az összevonásra, 0,5 alatt pedig nem érdemes a változókat összevonni, alkalmazni.

A megfelelő KMO érték esetén tehát a főkomponens-analízis elvégezhető, a vizsgálatba bevont változók között megfelelő szintű korreláció áll fenn. A főkomponens-analízis eredménye mutatja a faktorok számát, melyekbe a változók összesűrítethetők. A faktorok számának megállapítása a sajátértékek alapján történik. Feltételezzük, hogy változók

varianciáját velük egyező számú háttérváltozó, más néven főkomponens magyarázza, melyekből kiválaszthatók azok a főkomponensek, amelyek a változók varianciájának meghatározó részét magyarázzák. A főkomponens értékekből azok tekinthetők szignifikánsnak, amelyeknek sajátértéke (varianciája és szórása) átlag feletti, azaz 1-nél nagyobb (NYITRAI, 1996). Továbbá az is elvárás, hogy a faktorba történő összevonás a variancia legalább 60%-át magyarázza (LEHOTA, 2001). A létrejövő faktorok standardizáltak, normális eloszlást követnek. Ezek a közös háttérváltozók a főkomponensek.

### **2.2.3. A varianciaanalízis leírása**

A varianciaanalízis, másnéven ANOVA (angol elnevezésének, analysis of variance kezdőbetűi) statisztikai módszer kettőnél több, egyező szórású, normális eloszlású sokaság átlagának összevetésére alkalmas. A varianciaanalízis varianciáját tényezőnként bontja fel. A varianciaanalízis kapcsán fontos a tényező definiálása. A tényező az a minőségi tulajdonság, amelynek a mennyiségi tényezőre gyakorolt hatását méri a varianciaanalízis.

A jelen disszertációban egytényezős varianciaanalízis módszere kerül alkalmazásra a vállalati méret és az érzékelt versenyképesség kapcsolatának (H1 hipotézis), valamint a vállalati méret és a pénzügyi mutatószámok kapcsolatának vizsgálata során (H2 hipotézis). A nullhipotézis szerint mindig azt feltételezzük, hogy a vállalati méret szerinti csoportok átlagai között nincs eltérés. Az alternatív hipotézis (H1) pedig azt feltételezi, hogy a vállalati méret szerinti csoportok átlagai között van eltérés.

A varianciaanalízissel tulajdonképpen páronkénti összehasonlítást végzünk. A varianciaanalízis egy közös szignifikáns differencia számításán alapul, ami a középértékek között fennálló szignifikáns különbséget jelenti.

A varianciaanalízis elvégezhetőségének több feltétele is van:

- a létrehozott csoportok varianciája azonos;
- a csoportok normális eloszlású sokaságból származnak;
- a csoportok egymástól függetlenek.

Az eltérő variancia, valamint a normális eloszlás nem teljesülése torzíthatja a középértékek összehasonlítása érdekében meghatározott szignifikáns differencia értékét. Emellett elvárás a csoportok függetlensége is, azaz nem lehet kapcsolat az egyes csoportok között (SZŰCS, 2002).

A döntést mindig az F-próbastatisztika értéke alapján hozzuk meg. A leggyakrabban 0,05-ös alfa érték kerül figyelembe vételre. A nullhipotézis helyességének eldöntése érdekében a próbafüggvény lehetséges értékeinek tartománya két részre bontható, egy elfogadási és egy visszautasítási tartományra.  $\alpha$  (alfa) a visszautasítási tartományba esés valószínűségét,  $1-\alpha$  (alfa) az elfogadási tartományba esés valószínűségét fejezi ki.

A statisztikai programok az F-próba statisztika értéke alapján kiszámítanak egy tapasztalati szignifikancia értéket (Sig.), azaz egy p-értéket. A p-érték függvényében a következő döntés hozható:

- Ha a megadott alfa értéknél nagyobb a p-érték ( $p > 0,05$ ), akkor elfogadjuk az egyezőséget feltételező nullhipotézist ( $H_0$ ). Nincs szignifikáns eltérés a vizsgált csoportok átlagai között.
- Amennyiben a megadott alfa értéknél kisebb a p-érték ( $p < 0,05$ ), akkor az egyezést feltételező nullhipotézist ( $H_0$ ) elvetjük. Van szignifikáns eltérés a vizsgált csoportok átlagai között.

Kiemelendő azonban, hogy a hipotézis vizsgálat során hozott döntés nem mindig helyes. Abban az esetben, ha a nullhipotézis helyes, de a próbastatisztika értéke mégis az elutasítási tartományba esik, azaz elvetjük, akkor úgynevezett elsőfajú hibát követünk el, előfordulásának valószínűsége  $\alpha$  (alfa).  $1-\alpha$  (alfa) annak a valószínűsége, hogy nem vetjük el a helyes nullhipotézist, melyet a próba megbízhatósági szintjének is nevezhetünk. Abban az esetben pedig, ha a nullhipotézis hibás, de mégis elfogadásra kerül a próbastatisztika értéke alapján, akkor másodfajú hibát követünk el, melynek előfordulási valószínűsége  $\beta$  (béta).  $1-\beta$  (béta) pedig annak a valószínűsége, hogy nem követjük el a másodfajú hibát, melyet a próba erejének nevezünk (PINTÉR – RAPPAL, 2007).

#### **2.2.4. A t-próba leírása**

A hipotézisvizsgálataim alapvető célja, hogy a megfigyelt sokaság tulajdonságai között eltéréseket mutassak ki. Az összehasonlítás során alapvetően azt feltételezzük, hogy a minták, jelen esetben a teljes sokaság tulajdonságai között nincs számottevő, azaz szignifikáns eltérés. Ezt a feltételezést nevezzük nullhipotézisnek ( $H_0$ ).

A t-próbák több fajtája különböztethető meg. Az Egymintás t-próba esetén a nullhipotézis, hogy a mintánk átlaga nem tér el egy előre meghatározott értéktől. Kétmintás t-próba esetén

egymástól, a párosmintás t-próba esetén pedig azt feltételezzük, hogy az előmérés és utómérés átlaga nem tér el.

A disszertációhoz kapcsolódóan páros mintás t-próba segítségével mutatom ki, hogy a létrehozott versenyképességi változók mutatnak-e eltérést, azaz, hogy az első évhez viszonyítva a faktorok értéke javult-e a vizsgált 5. évben az egyes vállalati méret alapján létrehozott csoportokban (H3 hipotézis). A nullhipotézis szerint mindig az került feltételezésre, hogy a vállalati méret szerinti csoportok átlagai között nincs eltérés. Az alternatív hipotézis H1 azt feltételezi, hogy a vállalati méret szerinti csoportok átlagai között van eltérés.

A t-próbák nullhipotézise tehát az, hogy a minták átlagai között nincs szignifikáns eltérés, azaz a próbastatisztika értéke (t-érték) követi a Student-féle t-eloszlást, annak egy megadott intervallumában van. A döntési kritérium tehát, hogy a Student-féle t-eloszlás egy előre meghatározott intervallumába az eredményünk beletartozik-e vagy sem (KERÉKGYÁRTÓ et al., 2001). Ha a minta értéke Student-féle t-eloszlás egy előre meghatározott intervallumában megtalálható, akkor a nullhipotézis elfogadható, azaz nincs szignifikáns eltérés a minták átlagai között. Ellenkező esetben az alternatív (H1) hipotézist választjuk.

A t-érték mellett, vele párhuzamosan úgynevezett p-érték is kalkulálható. Az eredmények értékelése során mindkét érték figyelembe vehető, azonos döntést eredményeznek. A t-érték és a p-érték  $\alpha$  (alfa) szintű hibahatárhoz képest kerül értékelésre,  $\alpha$  (alfa) a visszautasítási tartományba esés valószínűségét,  $1-\alpha$  (alfa) az elfogadási tartományba esés valószínűségét fejezi ki. A statisztikai programok, így az általam használt SPSS program is a p-értéket, az empirikus szignifikancia szintet hozza létre. A p-érték az a legkisebb szignifikancia szint, ahol már a nullhipotézis elvethető (SZŰCS, 2002).

A döntési kritériumok a p-értékhez kapcsolódóan:

- Ha a megadott alfa értéknél nagyobb a p-érték ( $p > 0,05$ ), akkor elfogadjuk az egyezőséget feltételező nullhipotézist ( $H_0$ ). Nincs eltérés.
- Amennyiben a megadott alfa értéknél kisebb a p-érték ( $p < 0,05$ ), akkor az egyezést feltételező nullhipotézist ( $H_0$ ) elvetjük. Van eltérés.

A t-próbák alkalmazhatóságának általános előfeltétele, hogy a minták normál eloszlásból származó folytonos változók legyenek (PINTÉR – RAPPAL, 2007).

### 3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

A disszertáció fontosabb megállapításait a hipotézisek sorrendjének megfelelően mutatom be.

*H1: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vizsgált vállalatok által érzékelt versenyképesség és vállalati méret között, a nagyobb méretű vállalatok magasabb szintű versenyképességet érzékelnek.*

- A hipotézis igazolásra került a kérdőíves megkérdezés 6-12. kérésére adott válaszok alapján, valamint az SPSS programban végzett varianciaanalízis alapján. A 2. táblázat a vállalatok saját versenyképesség megítélését mutatja különböző szempontok szerint.

**2. táblázat: A vállalatok saját versenyképesség megítélése különböző szempontok szerint**

Versenyképességi szempontok	Skála átlag értéke
Számviteli beszámolók alapján	3,65
Cégvezetők vezetési adottsága szerint	4,58
Vállalkozásnál dolgozó munkavállalók képességei alapján	3,68
Vállalkozásnál dolgozó munkavállalók motiváltsága mentén	3,69
Fenntarthatóság szempontjából	3,61
Előre tervezés alapján	3,59
Nyereségesség mentén	3,53

Forrás: Saját szerkesztés a kérdőíves megkérdezés eredményei alapján

**A saját versenyképesség megítélése terén, a különböző paraméterek mentén, 5-ös skálán mérve a vállalkozások leginkább a cégvezetők vezetési adottsága (4,58) szerint ítélik legjobbnak azt. Legkevésbé pedig a nyereségesség (3,53) esetében. A cégvezetők vezetési adottságát a munkavállalók motiváltsága (3,69) és a munkavállaló képességei (3,68) követi. Negyedik a sorban a számviteli beszámolók szerinti (3,65) versenyképesség. Ezt követi a fenntarthatóság (3,61), az előre tervezés (3,59). A sort a**

nyereségesség (3,53) értéke zárja. Kiemelendő, hogy minden válasz a skála középértéke felett található.

*H2: Nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat a vállalati méret és a pénzügyi mutatószámok értékei között, a nagyobb méretű vállalatok nem rendelkeznek kedvezőbb pénzügyi mutatószámokkal.*

- A hipotézis elvetésre került a pénzügyi mutatószámok kiértékelése, valamint az SPSS programban végzett varianciaanalízis alapján. A 3. táblázat a vállalatok első vizsgált évre vonatkozó pénzügyi mutatóinak átlagos értékeit mutatja vállalati méret szerinti bontásban.

**3. táblázat: A vállalatok pénzügyi mutatóinak átlagos értékei vállalati méret szerinti bontásban az első vizsgált évben**

Vizsgált pénzügyi mutatószámok	ÜTE/AE	Mikro n=50	Kis n=33	Közép n=18	Nagy n=2
<b>Jövedelmezőségi mutatók</b>					
ROS (%)	ÜTE	11,64	10,88	0,86	3,35
	AE	10,45	10,55	1,47	3,24
ROA (%)	ÜTE	6,77	3,27	1,57	0,98
	AE	6,15	3,15	1,36	0,95
ROE (%)	ÜTE	23,47	17,38	5,84	2,63
	AE	21,34	16,04	4,10	2,55
ROCE (%)	ÜTE	18,15	13,39	3,80	1,46
	AE	16,47	12,75	3,23	1,41
<b>Likviditási mutatók</b>					
	Általános	12,93	2,71	10,45	0,64
	Gyors	12,63	2,49	10,13	0,60
	Azonnali	8,37	0,83	1,45	0,38

Forrás: Saját szerkesztés saját számítás alapján

- A jövedelmezőség tekintetében a mikrovállalatok rendelkeztek az 1. vizsgált évben a legkedvezőbb mutatóértékekkel, a vállalati méret emelkedésével pedig a jövedelmezőség romlott. Ennek oka, hogy az árbevétel nagymértékű emelkedése mellett a ráfordítás szerkezetben egyre nagyobb mértékben jelentek meg a személyi

jellegű ráfordítások és az értékcsökkenés. A vállalati méret emelkedése szükségszerűen jár az alkalmazotti létszám emelkedésével, a magasabb összegű bérkifizetéssel, valamint a növekvő eszközállományhoz kapcsolódó értékcsökkenés elszámolásával. A vállalati méret emelkedésével a vetítési alapok is emelkedtek, a mozgatott eszközállomány, a saját tőke növekvő értéke szintén a mutatók romlását eredményezte a vállalati méretkategória emelkedésével.

- A likviditási mutatók értékei alapján megállapítható, hogy a mikrovállalatok és a középvállalatok esetében jelentős túlfedezettség volt megfigyelhető az 1. vizsgált évben, azaz túlzott eszközlekötés valósult meg a rövid lejáratú kötelezettségek értékéhez viszonyítva. Ennek oka a számviteli beszámolók alapján, hogy az eszközszerkezetre jellemző forgóeszközdominancia mellett a forrásszerkezetben a rövid távú kötelezettségek aránya nem képviselt jelentős arányt. A nagyvállalatok esetében pedig az általános és gyors likviditási mutató alulfedezettsége volt jellemző, csak az azonnali likviditás mutatott megfelelő fedezettséget. Ebben a vállalati körben a befektetett eszközök mellett a forgóeszközállomány kevésbé meghatározó a nagyértékű, jellemzően saját tulajdonú ingatlanoknak köszönhetően. Emellett a rövid távú finanszírozási források is határozottabban jelennek meg. Az azonnali likviditásra pedig a viszonylag magas pénzeszközállomány jelentett kedvező hatást.

A kisvállalatok esetén megfelelő szintű likviditás volt jellemző, az illeszkedés elve nagyobb mértékben teljesült, az eszközszerkezeten belüli rövid lejáratú eszközök a rövid távú forrásokkal arányban álltak. Ennek oka, hogy a saját tulajdonú, nagyértékű ingatlanok kisebb mértékben voltak jellemzőek, emellett a magasabb készlettartás jellemezte ezt a vállalati kört. A forrásszerkezetben pedig a szállítói tartozások magasabb aránya volt jellemző.

*H3: A támogatási időszak alatt a pénzügyi mutatószámok értékei javulnak.*

- A hipotézis elvetésre került a pénzügyi mutatószámok kiértékelése, valamint az SPSS programban végzett párosmintás t-próbák alapján. A 4. táblázat a vállalatok 1. és az 5. vizsgált évre vonatkozó átlagos mutatóértékeit és a közöttük lévő eltéréseket mutatja.

**4. táblázat: A vállalatok 1. és az 5. vizsgált évre vonatkozó átlagos mutatóértékei és a közöttük lévő eltérések**

Vizsgált pénzügyi mutatószámok	ÜTE/AE	1. év n=103	5. év n=103	Változás n=103
<b>Jövedelmezőségi mutatók</b>				
ROS (%)	ÜTE	9,05	-2,95	-12,00
	AE	8,26	-3,32	-11,58
ROA (%)	ÜTE	4,63	1,39	-3,24
	AE	4,25	1,22	-3,03
ROE (%)	ÜTE	18,03	9,56	-8,47
	AE	16,26	8,02	-8,24
ROCE (%)	ÜTE	13,80	4,79	-9,00
	AE	12,67	5,35	-7,32
<b>Likviditási mutatók</b>	Általános	8,99	2,87	-6,11
	Gyors	8,71	2,27	-6,44
	Azonnali	4,59	0,96	-3,63

Forrás: Saját szerkesztés saját számítás alapján

- A jövedelmezőségi mutatók átlagos értékeinek romlását az emelkedő árbevétellel párhuzamosan megjelenő jelentős ráfordításgyarapodás okozta. A könyvviteli mérlegek, eredménykimutatások, kiegészítő mellékletek adatai, valamint a vizsgált időintervallum alatt lejátszódó makrogazdasági változások alapján megállapítottam, hogy a vállalatok jelentős bérfejlesztéseket hajtottak végre, valamint az anyagjellegű ráfordítások az együttesen megjelenő volumen- és árhatás eredményeképpen szintén nagymértékben emelkedtek, ami értelemszerűen okozta az eredmény csökkenését. Emellett a vetítési alapok is jelentősen emelkedtek a kapott támogatások, az ezekből megvalósított beruházások eredményeként, mely hatás szintén a jövedelmezőség romlását okozta a vizsgált időtávban.
- A likviditási mutatók normalizálódását az eszközszerkezetre jellemző átrendeződés, illetve a rövid távú eladósodottság emelkedése okozta.

H4: Nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat a vállalati méret és a pénzügyi mutatószámok értékeinek javulása között, a nagyobb méretű vállalatok pénzügyi mutatószámai nem javultak nagyobb mértékben.

- A hipotézis elvetésre került a pénzügyi mutatószámok kiértékelése, valamint az SPSS programban végzett párosmintás t-próbák alapján. Az 5. táblázat a vállalatok 1. és az 5. évi mutatószámainak átlagai közötti abszolút eltéréseket mutatja.

**5. táblázat: A vállalatok 1. és az 5. évi mutatószámainak átlagai közötti abszolút eltérések**

Vizsgált pénzügyi mutatószámok	ÜTE/AE	Mikro n=50	Kis n=33	Közép n=18	Nagy n=2
<b>Jövedelmezőségi mutatók</b>					
ROS (%)	ÜTE	-21,52	-8,59	6,37	4,30
	AE	-20,68	-8,70	6,66	4,17
ROA (%)	ÜTE	-6,28	-2,34	2,99	1,93
	AE	-5,78	-2,46	2,99	1,86
ROE (%)	ÜTE	-17,15	-4,85	7,67	3,43
	AE	-15,58	-8,76	8,72	3,32
ROCE (%)	ÜTE	-17,04	-5,80	6,16	2,64
	AE	-13,66	-5,75	6,30	2,56
<b>Likviditási mutatók</b>	Általános	-9,82	0,70	-8,99	0,22
	Gyors	-10,33	0,44	-8,98	0,18
	Azonnali	-6,90	-0,27	-1,09	0,15

Forrás: Saját szerkesztés saját számítás alapján

- A mikrovállalatok esetében a jövedelmezőség romlása mögött sajátos okok állnak. Az árbevétel a vizsgált vállalatok körében több esetben csökkent az 1. vizsgált évhez viszonyítva. A megvalósított, kisebb értékű beruházások a vállalatok eladósodottságának fokozódását okozták, emellett azonban a fix költségek értékének emelkedése nem járt együtt a bevétel megfelelő irányú változásával. A legtöbb esetben nem volt valós igény a megvalósított beruházásra, az adott település nem

rendelkezett megfelelő turista vonzó képességgel, jellemzően helyi igényeket elégítettek ki.

- A vállalati méret növekedésével a megvalósuló beruházások volumene is növekedett, azonban a szálláshelyek kapacitásának bővítése, esetlegesen új szálláshely létrehozása olyan mértékű beruházást jelent, ami gyors megtérülése a növekvő márkaérték, a dinamikusan emelkedő bevételek ellenére sem várható el a vizsgált időtávon belül, csak hosszabb időtávon. Emellett azonban nem tekinthetünk el a megvalósított beruházások régióra gyakorolt pozitív hatásaitól, melyek a bővülő foglalkoztatás, a javuló infrastruktúrán, a helyi lakosság jólétének emelkedésén keresztül érzékelhetők.
- A középvállalati körben a vizsgálatok során azonosítottam 12 kiemelkedően teljesítő vállalatot, melyek pénzügyi mutatószámai mind jövedelmezőség, mind pedig likviditás tekintetében rendkívül kedvezően alakultak a vizsgált 5 év vonatkozásában. A megvalósított projektek közös jellemzője, hogy már egy meglévő, több éve jövedelmező turisztikai tevékenységhez kapcsolódóan valósultak meg, és 100 millió Ft alattiak. További közös jellemző, hogy a projektmegvalósítás helyéül szolgáló település turistavonzó képessége, márkaértéke, így a versenyképessége is jelentős, kiemelten jellemző az adott településekre a gyógyvízre alapuló egészségturizmus. A kisebb mértékű beruházások a vizsgált időtávban a nyereséges működés révén megtérültek a 12 vállalat esetében, Debrecen, valamint Hajdúszoboszló területén.

*H5: Szignifikáns kapcsolat mutatható ki a vállalati méret és a kapott támogatás összege között, a nagyobb méretű vállalatok magasabb összegű támogatáshoz jutnak.*

- A hipotézis elfogadásra került a Regionális Fejlesztési Ügynökség adatbázisa alapján.
- A vállalati méret növekedése szükségszerűen eredményezte a megvalósítani kívánt projektek méretének növekedését, hiszen egy eleve nagyobb volumenű működés átstrukturálásához, jelentős változtatásához több forrás szükséges.

## **4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI**

### 1. Új vállalati versenyképességi definíció meghatározása:

*A vállalati versenyképesség a vállalatnak azon képessége, hogy megfelelő kockázatvállalási hajlandóság mellett, tevékenysége során jövedelem előállítását és a likviditását biztosítani tudja. Versenyképességének feltétele, hogy a társadalmi felelősségvállalás mellett, proaktív módon tudjon reagálni gazdasági környezet változásaira, előre tudja jelezni a változásokat, egyre nagyobb figyelmet fordítva a versenyképesség úgynevezett „puha” tényezőire.*

### 2. A versenyképességre irányuló kutatás megközelítése, módszertana:

*A primer kutatás során a versenyképesség „puha” és „kemény” tényezőinek együttes feltárása, ezek alapján az elemzett turisztikai vállalatok teljesítményének értékelése. A „puha” tényezők közül kiemelt figyelmet kell fordítani a humán tőke, innovativitás, hatékony intézményrendszer, motiváltság, kreativitás, rejtett, nem iskolában szerzett tudás, vezetői, munkavállalói, társadalmi és fenntarthatósági szempontokra.*

### 3. A pénzügyi mutatószámok elemzése és a kérdőíves megkérdezés alapján tett következő megállapítások:

- A vizsgált vállalkozások esetében a mért pénzügyi mutatók kedvezőbbek a kisebb vállalati méret esetében, egyrészt a személyi jellegű ráfordítások, az értékcsökkenés emelkedése, másrészt pedig a vetítési alapok emelkedése miatt. A jövedelmezőségi mutatók átlagos értékeinek romlását az emelkedő árbevétellel párhuzamosan megjelenő jelentős ráfordításgyarapodás, a jelentős bérfejlesztések, valamint a vetítési alapok emelkedése okozta. A szektorban megvalósuló beruházások – például szálláshely kapacitás bővítés, esetlegesen új szálláshely létrehozása – megtérülése a növekvő márkavérték, a dinamikusan emelkedő bevételek ellenére sem elvárható a vizsgált időtávon belül, csak egy hosszabb idő alatt. Emellett azonban nem tekinthetünk el a megvalósított beruházások régióra gyakorolt pozitív hatásaitól, melyek a bővülő foglalkoztatás, a javuló infrastruktúrán, a helyiek jólétének emelkedésén keresztül érzékelhetők.*
- A kérdőíves megkérdezés alapján a vizsgált vállalatok versenyképességüket leginkább a cégvezetők vezetési adottsága alapján ítélik a legjobbnak, legkevésbé jónak pedig a nyereségesség alapján. A közép- és nagyvállalatok összességében*

*jobbnak ítélik meg versenyképességüket. A támogatást elnyert vállalkozók – vállalati mérettől függetlenül – saját versenyképességüket jobbnak ítélik a pénzügy mutatókkal mértnél.*

#### 4. A középvállalati körben 12 kiemelkedően teljesítő vállalat azonosítása:

*A vizsgálatok során azonosításra került 12 kiemelkedően teljesítő vállalat, melyek pénzügyi mutatószámai mind jövedelmezőség, mind pedig likviditás tekintetében rendkívül kedvezően alakultak a vizsgált 5 év vonatkozásában. A megvalósított projektek közös jellemzője, hogy már egy meglévő, több éve jövedelmező turisztikai tevékenységhez kapcsolódóan kerültek megvalósításra, valamint összegüket tekintve 100 millió Ft alattiak. További közös jellemző, hogy a projektmegvalósítás helyüül szolgáló település turistavonzó képessége is jelentős, kiemelten jellemző az adott településekre a gyógyvízre alapuló egészségturizmus. A kisebb mértékű beruházások a vizsgált időtávban a nyereséges működés révén megtérültek a 12 vállalat esetében, Debrecen, valamint Hajdúszoboszló területén.*

## 5. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A disszertáció egyik célkitűzése, a kutatás részletes elméleti megalapozása, a versenyképesség fogalmi kereteinek, a versenyképesség egyes szintjeinek meghatározása. A pénzügyi mutatókkal történő versenyképesség mérés elméletének bemutatása, kiemelve a fennálló nehézségeket, valamint a puha versenyképességi tényezők jelentőségét. A kutatás meghatározó részét képviselte a turisztikai szektor helyzetének bemutatása az Európai Unióban, valamint Magyarországon, szűkítve az Észak-alföldi Régióra.

A szekunder adatgyűjtés alapján megállapítottam, hogy a versenyképességi vizsgálatokra számtalan lehetőség adott, melyek azonban nem feltétlenül nyugszanak azonos alapokon. A legtöbb esetben a kemény tényezők mentén történik az adatgyűjtés, kevés versenyképességi elemzés veszi figyelembe az úgynevezett puha tényezőket.

A kutatás célkitűzésének megfelelően mindenképpen javasolt a versenyképességi vizsgálatok során a kemény és a puha tényezők együttes figyelembevétele, mely által sokkal komplexebb kép nyerhető a vállalkozásokról versenyképességi szempontból.

A disszertáció hipotéziseinek igazolása részben teljesült, a versenyképesség vizsgálatának kemény tényezői nem adtak egyértelmű válaszokat az Észak-alföldi Régió vizsgált vállalkozásai esetében. Azonban a puha tényezők figyelembe vételével teljesebb kép alakult ki a vállalatok tényleges és vélt versenyképességi helyzetéről.

Összességében megállapítható, hogy nagyon nehéz számszerűsíteni, de még megbecsülni is, hogy az egyes programokba fektetett források, a gazdasági szereplőknek juttatott támogatások milyen mértékben jelennek meg az régió fejlődésében, hogyan hatnak a régiók közötti versenyben. Egyrészt a gazdaság-, a közlekedés-, a település fejlesztés, de a környezeti feltételek jobbítása is hatással vannak a turizmusra. Másrészt a turizmus területén megjelenő vállalkozások az általuk nyújtott szolgáltatásokkal a gazdaság más ágazatai, a helyi gazdasági szereplők számára is keresletet generálnak, s ezzel hozzájárulnak a régió fejlődéséhez, versenyképességének növeléséhez.

Javaslom a turizmus ágazathoz kapcsolódóan a döntéshozók számára, hogy a szektor prioritását megőrizve az elkövetkezendő időszakban is kiemelten támogatandó, fejlesztendő területként kezeljék. A meghatározó, nagyobb volumenű húzó projektek mellett, a helyiek jólétét, a vidék infrastrukturális adottságainak javítását elősegítő projekteket is fokozottan támogassák, továbbá a turisztikai vállalkozások vonatkozásában még hangsúlyosabban

jeljen meg a képzések támogatása vezetői és alsóbb szinteken egyaránt. Véleményem szerint a megfelelő szintű, speciálisan a turisztikai szektorra vonatkozó elméleti ismeretek, „best practice”-ok elsajátítása áttételes hatásán keresztül már rövidebb távon növelné a vállalkozások pénzügyi stabilitását, jövedelmezőségét. A Debreceni Egyetem, mint turisztikai szakembereket képző felsőoktatási intézmény a Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézetének kiemelkedő munkássága révén megfelelő partner lehet a kormányzat számára az együttműködés tekintetében.

## 6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK



**DEBRECENI  
EGYETEM**

**DEBRECENI EGYETEM  
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR**

H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400  
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

Nyilvántartási szám: DEENK/106/2022.PL  
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Nagy Tünde Orsolya

Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

MTMT azonosító: 10054829

### A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (13)

1. **Nagy, T. O.**, Darabos, É.: Turisztikai célú támogatás hatásának vizsgálata a vállalati versenyképességre.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences*. 5 (1), 603-616, 2020.  
EISSN: 2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2020.1.49>
2. Darabos, É., **Nagy, T. O.**: Turisztikai célú támogatások jövedelmezőségi helyzetre gyakorolt hatásának vizsgálata az Észak-alföldi Régióban.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences*. 3 (4), 165-175, 2018.  
EISSN: 2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.15>.
3. Darabos, É., **Nagy, T. O.**: Turisztikai célú támogatások szerepe az Észak-Alföld Régió fejlődésében.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences*. 3 (4), 365-376, 2018.  
EISSN: 2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.31>.
4. **Nagy, T. O.**, Darabos, É.: A Lean hatása a vállalati versenyképesség egyes aspektusaira.  
*Controller Info*. 1K, 201-212, 2017. ISSN: 2063-9309.
5. **Nagy, T. O.**: A Humán erőforrás szerepe a versenyképességben.  
*Taylor*. 8 (26), 77-86, 2016. ISSN: 2064-4361.
6. **Nagy, T. O.**: A Lean menedzsment és a controlling kapcsolati rendszere.  
*Controller Info*. 4 (1), 38-42, 2016. ISSN: 2063-9309.
7. **Nagy, T. O.**, Darabos, É., Lásos, I.: A vállalati etika és a versenyképesség kapcsolata.  
In: Etikus közgazdasági gondolkodás és versenyképesség : Etika, gazdaság, jog. Szerk.: Böcskei Elvira, Károlai Gáspár Református Egyetem, Budapest, 299-306, 2016. ISBN: 9789639808737
8. **Nagy, T. O.**: Increasing the competitiveness by "leaning".  
*Gradus*. 3 (1), 438-445, 2016. EISSN: 2064-8014.





9. **Nagy, T. O.**, Darabos, É., Lásas, I.: Measuring methods of the corporate competitiveness, and those weaknesses.  
*Studia Universitatis "Vasile Goldis" Arad, Seria Stiinte Economice. 26 (1), 40-57, 2016. ISSN: 1584-2339.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/sues-2016-0004>
10. **Nagy, T. O.**: Munkaerő-piaci folyamatok az Észak-alföldi régióban, humán erőforrás fejlesztés, mint a versenyképesség záloga.  
*Taylor. 8 (25), 164-173, 2016. ISSN: 2064-4361.*
11. **Nagy, T. O.**: SME sector, a crucial area corporate competitiveness measurement.  
*Gradus. 3 (1), 446-453, 2016. EISSN: 2064-8014.*
12. **Nagy, T. O.**: Az Észak-alföldi régió hátrányos gazdasági helyzetének főbb okai, megújuló energiaforrások hasznosítása, mint lehetséges kitörési pont.  
*Köztes Európa. 7 (17-18), 26-39, 2015. ISSN: 2064-437X.*
13. **Nagy, T. O.**: The Competitiveness and its Measurement by Means of the Pyramid Model.  
*Annals of the University of Oradea Economic Science. 24 (1), 277-285, 2015. ISSN: 1222-569X.*

Konferenciaközlemények (3)

14. **Nagy, T. O.**: Kihívások a vállalati versenyképesség-mérés területén.  
In: II. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia : "A vidék él és élni akar".  
Szerk.: Ferencz Árpád, Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar, Kecskamét, 426-431, 2015. ISBN: 9786155192333
15. **Nagy, T. O.**: The Competitiveness and its Measurement by Means of the Pyramid Model.  
In: Abstracts of the International Conference on European Integration - New Challenges, 11th edition, EINCO, Oradea, 31-32, 2015.
16. **Nagy, T. O.**: Versenyképesség növelés a Lean gondolkodás segítségével.  
In: II. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia : "A vidék él és élni akar".  
Szerk.: Ferencz Árpád, Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar, Kecskamét, 431-435, 2015. ISBN: 9786155192333

A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudománymetriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2022.03.04.



## IRODALOMJEGYZÉK

- Adorján Cs. – Bába Á. – Lukács L. – Mikáczó É. – Róth J. (2002): Üzemgazdasági számvitel. Saldó Kiadó, Budapest, 348 p. ISBN: 963-638-030-9
- Affeld, D. (1975): Social Aspects of the Development of Tourism. *Innere Kolonisation*. Volume 25. Issue 1. pp. 22-25.
- Allcock, J. B. (1986): Yugoslavia's Tourist Trade: Pot of Gold or Pig in a Poke? *Annals of Tourism Research*. Volume 13. Issue 4. pp. 565-588.
- Auerbach, A. J. – Kotlikoff, L. J. – Leibfritz, W. (1999): *Generational Accounting Around the World*. National Bureau of Economic Research. The University of Chicago Press, Chicago-London, 534 p. ISBN: 126-193-959-1
- Ács P. – Pintér J. (2011): *Bevezetés a sportstatisztikába*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 145 p. ISBN: 978-963-642-412-1
- Ballantine, J. W. – Cleveland, F. W. – Koeller, C. T. (1988): Corporate Profitability and Competitive Circumstances. *Eastern Economic Journal*. Volume 14. Issue 1. pp 7-18.
- Barakonyi K. (2002): *Stratégiai tervezés. Stratégiaalkotás I. Nemzedékek Tudása* Tankönyvkiadó Zrt., Budapest, 240 p. ISBN: 978-963-192-779-5
- Bánai Á. – Láng P. – Nagy G. – Sancsics M. (2017): A gazdaságfejlesztési célú eutámogatások hatásvizsgálata a magyar kkv-szektorra. *Közgazdasági szemle*. 64. évf. 9. sz. pp. 997-1029.
- Bodó Borbála – Duczon Árpád – Erdős Katalin – Knöbl Anikó – Márkus G. – Pótó Zs. – Schmuck R. – Soós J. – Szabó T. – Zsibók Zs. (2007): *Versenyképesség*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 299 p. ISBN: 978-963-063-893-7
- Chikán A. – Czakó E. – Kazainé Ónodi A. (2006): *Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból – Versenyben a világgal 2004–2006 kutatási program. Zárótanulmány*. Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Versenyképesség Kutató Központ, Budapest, 59 p.
- Chikán A. – Czakó E. (2008): *Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból – 2004–2006*. 38. évf. 5. sz. pp. 2-8.

- Chikán A. (2017): A vállalati versenyképesség alakulásának tényezői. pp. 58–64. In: Menedzsment innovációk az üzleti és a nonbusiness szférákban. (Szerk. Vilmányi M. – Kazár K.): SZTE, Gazdaságtudományi Kar, Szeged, 562 p.
- Cohen, E. (1972): Toward a Sociology of International Tourism. Social Research. Volume 39. Issue 1. pp. 164-182.
- Csath M. –Taksás B. – Nagy B. –Vinogradov Sz. – Pálfi N. – Fási Cs. (2019): A versenyképesség-mérés változásai és új irányai. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 194 p. ISBN 978-615-5945-53-3
- Csoma R. (2017): Vállalati beruházások, uniós támogatások és a versenyképesség összefüggései. Pénzügyi Szemle. 62. évf. 1. sz. pp. 37-47.
- Eurostat (2021a): Tourism statistics. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics), letöltés dátuma: 2021.07.15.
- Fazekas G. (2001): Vállalati pénzügyek. TRI-MESTER, Tatabánya, 179 p. ISBN: 963-006-060-4
- Garamhegyi Á. – Révész B. (2000): A területi marketing, mint az önkormányzatok versenyképességének egy lehetséges eszköze. pp. 124-137. In: Versenyképesség – regionális versenyképesség. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. (Szerk. Farkas B. – Lengyel I.). JATEPress, Szeged, 198 p. ISBN: 963-482-555-9
- Gáspár P. (2005): A hazai régiók versenyképességi lehetőségei: a versenyképességi koncepció regionális vetülete. ICEG EC, Budapest, 49 p.
- Gergely R. (1989): A turizmus társadalmi szerepe hazánkban. Idegenforgalmi Közlemények. 14. évf. 3 sz. pp. 3-14.
- Grabowska, M. (2014): Economic value added and competitive position of enterprises: Caseresearch. Business and Economic Horizons. Volume 10. Issue 3. pp 165-176.
- Hajnalka Zs. – Losoncz M. – Nagy Gy. – Németh K. – Urbanics R. – Vakhal P. (2020): A kis- és középvállalkozások nemzetköziesedésének néhány kérdése Magyarországon. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest, 274 p. ISBN: 978-615-5607-89-9
- Hágen I. Zs. – Holló E. (2017): A hazai KKV-k helyzete, a versenyképesség, innováció és controlling tükrében. Controller Info 2017. 5. évf. 1. sz. pp. 41-48.

- Jasiniak, M. – Pastusiak, R. (2014): The profitability of foreign and domestic enterprises in Poland. *Business and Economic Horizons*. Volume 10. Issue 2. pp 86-93.
- Katits E. – Szalka É. (2014): A magyar top 100 növekedési újtai, avagy a „turnaround” értékvezérelt menedzseléssel. pp. 418-434. In: *A tudomány és a gyakorlat találkozása*. (Szerk. Tompos A. – Ablonczyné Mihályka L.) Kautz Gyula Emlékkonferencia, Győr, 1157 p.
- Kerékgyártó Gy. – Mundruczó Gy. – Sugár A. (2001): *Statisztikai módszerek és alkalmazásuk a gazdasági, üzleti elemzésekben*. Aula Kiadó, Budapest, 573 p. ISBN: 963-9345-09-1
- KPMG (2017): *A magyarországi európai uniós források felhasználásának és hatásainak elemzése a 2007-2013-as programozási időszak vonatkozásában*. Beavatkozási terület szintű szakmai elemzések. Budapest, 526 p.
- Krippendorf, J. (1986): *Tourism in the System of Industrial Society*; *Annals of Tourism Research*. Volume 13. Issue 4. pp. 517-532.
- KSH (2020): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2020*. [https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/helyzetkep\\_turizmus\\_2020.pdf](https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2020/helyzetkep_turizmus_2020.pdf), letöltés dátuma: 2021.05.18.
- Lehota J. (2001): *Marketingkutató az agrárgazdaságban*, Mezőgazda Kiadó, 233 p. ISBN: 963-935-825-8
- Lengyel I. (2003): *Verseny és területi fejlődés: térségek versenyképessége Magyarországon*. JATEPress, Szeged, 433 p. ISBN: 963-482-698-9
- Lengyel M. (1987): *New Education for Tourism: Needs and Prospects*. pp. 221-232. In: *Megatrends in International Tourism*. (Ed. Sessa, A. – Agnesotti, E.) Roma, Italy, 432 p.
- Nemes A. (2008): *A turizmus gazdasági jelentősége nemzeti és regionális szinten*. *Társadalom és Gazdaság*. 30. évf. 2. sz. pp. 258-296.
- Némethné Gál A. (2010): *A kis- és középvállalatok versenyképessége-egy lehetséges elemzési keretrendszer*. *Közgazdasági Szemle*. 57. évf. 2. sz. pp. 181-193.
- Nyitrai F. (1996): *Általános statisztika*. KSH, Budapest, 105 p. ISBN: 048-900-550-966-2

- Palánka T. (2012): Míszlivetz, Ferenc and the research group of ISES: Creative Cities and Sustainability. (Proposals to achieve the Danube strategy via the example of Western Pannonia). Savaria University Press, Kőszeg–Szombathely, 208. p
- Pintér J. – Rappai G. (2007): Statisztika. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 508 p. ISBN: 978-963-642-136-6
- Rideg A. (2019): A vállalati belső tényezőkre alapozott klasszikus és modern stratégiaelméletek egységes keretbe foglalása. *Vezetéstudomány*. 50. évf. 4. sz. pp. 55-62.
- Sápiné Duduk I. – Baranyi A. (2011): A vállalkozások versenyképességét kifejező mutató számok alkalmazása a nemzetközi és a nemzeti számviteli környezetben. *ACTA CAROLUS ROBERTUS*, 1. évf. 2. sz. pp. 129-139.
- Schmuck, R. (2008). Vállalati versenyképesség mérése. pp. 108-115. In: *A gazdasági környezet és vállalati stratégiák: a IX. ipar- és vállalatgazdasági konferencia előadásai*, Szeged, 727 p. ISBN: 978-963-508-566-8
- Simpson, B. (1993): *Tourism and Tradition: From Healing to Heritage*. *Annals of Tourism Research*. Volume 20. Issue 1. pp. 164-181.
- Szerb L. (2010): Magya Mikro-, kis- és középvállalatok versenyképességének mérése és vizsgálata. *Vezetéstudomány*. 41. évf. 12. sz. 20-35 pp.
- Szerb L. – Csapi V. – Deutsch N. – Hornyák M. – Horváth A. – Kruzslicz F. – Lányi B. – Márkus G. – Rácz G. – Rappai G. – Rideg A. – Szűcs P. K. – Ulbert J. (2014): Mennyire versenyképesek a magyar kisvállalatok. *Marketing & Menedzsment*. 48. évf. Különszám. pp. 3-21.
- Szerb L. – Rideg A. – Kruzslicz F. – Márkus G. – Lukovszki L. – Krabatné Fehér Zs. – Hornyák M. – Horváth K. (2019): Kompetencia-alapú versenyképesség-mérés és -elemzés a magyar kisvállalati (mKKV) szektorban. Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, 81 p.
- Szilágyi Gy. (2008): A versenyképesség mérése a nemzetközi összehasonlítások módszertanának tükrében. *Statisztikai Szemle*. 86. évf. 1. sz. pp. 5-21.

- Szűcs I. (2002): Alkalmazott statisztika. Agroiinform Kiadó, Budapest, 551 p. ISBN: 963-502-761-3
- Varga J. (2017): A szervezetek versenyképességének alapjai: a vállalati versenyképesség erősítésének lehetőségei. pp. 725-743. In: Vállalkozásfejlesztés a XXI. században: VII. tanulmánykötet. (Szerk. Csiszárík – Kocsir Á.) Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, Budapest, 833 p.
- Vargha A. (2015): Matematikai statisztika - Pszichológiai, nyelvészeti és biológiai alkalmazásokkal. PÓLYA KIADÓ. 488 pp. ISBN: 963-8580-95-0
- Via Credit (2018): K+F támogatásának hatékonysági vizsgálata. Vállalati belső kutatási anyag. Budapest, 176 p.
- Wimmer Á. (2002): Üzleti teljesítménymérés 17. sz. Műhelytanulmány. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. 48. p.
- Zoltayné Paprika Z. – Wimmer Á. – Szántó R. (2007): Vezetői döntéshozatal és versenyképesség. Vezetéstudomány. 38. évf. 5. sz. pp. 18-28.