DUCZON ÁRPÁD – SCHMUCK ROLAND – SZABÓ TAMÁS

Versenyképességi elemzés a Dél-Dunántúli Régióban

A nonprofit szervezetek versenyképessége és szerepük a régió versenyképességének javításában

A Komplex Dél-Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatás célja a régió gazdasági szervezetei, önkormányzatai és nonprofit szervezetei versenyképességének felmérésén túl az, hogy a gazdasági élet valamint a közigazgatás szereplőinek a felsőoktatás folyamataiban való aktívabb részvételét, valamint a felek közti minél intenzívebb kommunikáció megvalósítását mozdítsa elő. A kutatás nonprofit szektorra vonatkozó része részletesen próbálja megismerni a régió nonprofit szervezeteinek kapcsolatát a versenyszféra, illetve a közigazgatás szervezeteivel, melyen keresztül megpróbál fényt deríteni arra, hogy a szektor milyen szerepet vállalhat a régió versenyképességének javításában.

A nonprofit szervezetek gazdasági és társadalmi szerepvállalásának növekedése világjelenség. Magyarországon robbanásszerű fejlődésükről az 1990-es évek elejétől beszélhetünk. A szervezetek számát és gazdasági szerepvállalását tekintve a szektor igen dinamikusan növekedett. E növekedését egyértelműen jelzi a szektor bevételeinek – köztük a gazdasági tevékenységből fakadó bevételeinek – növekedése.

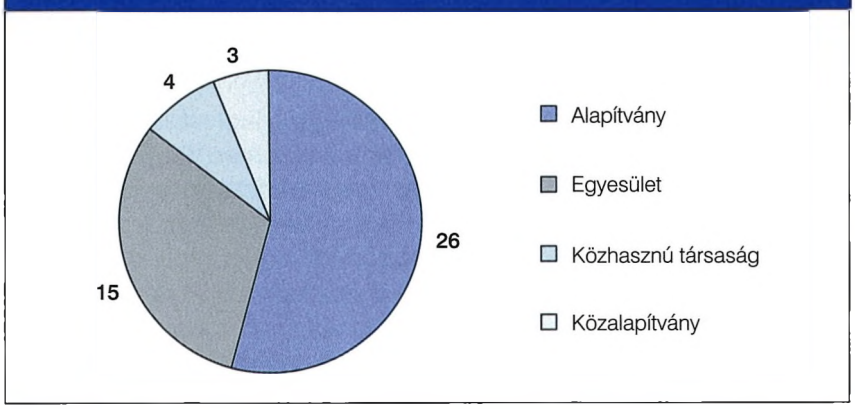
Elmondhatjuk, hogy a nonprofit szervezetek Magyarországon is több különböző területen, a legkülönbözőbb tevékenységek révén próbálták és próbálják befolyásolni és felgyorsítani a gazdaság fejlődési folyamatait. Ha nem is mindenütt azonos súllyal és sikerrel, de jelentős részt vállaltak az idevágó problémák enyhítésében. Bár az anyagi támogatások nyújtása nem jellemző – vagy a segítségként nyújtott pénzmennyiség nem meghatározó nagyságrendű – a gazdaságélénkítés egyéb módszereit sikeresen alkalmazták. Komoly feladatokat láttak el a munkanélküliség kezelésében, az idegenforgalom fejlesztésében, valamint a továbbképzés, átképzés és az információáramlás javításában, a vállalkozások fejlődéséhez elengedhetetlenül szükséges ismeretek átadásában, a tanácsadó és konzultációs szolgálatok működtetésében.

A nonprofit szektor szervezeteinek száma és mérete összefüggésben van az ország egyes régióinak fejlettségi szintjével, illetve a megoldásra váró problémák súlyosságával. A fejlettebb, illetve a több problémával rendelkező régiókban dinamikusabb a szektor fejlődése (Kuti, 1996). De vajon milyen mértékben képesek a nagyobb számosságú és méretű nonprofit szervezetek befolyásolni egy-egy régió versenyképességét?

A MINTA

Felmérésünkben Baranya, Somogy és Tolna megyéből 99 gazdasági társaság, 52 önkormányzat és 48 nonprofit szervezet került a mintába.

1. ábra
A kitöltő szervezet működési formája (db)



1. táblázat
A kitöltő nonprofit szervezetek besorolása tevékenységük szerint

Válaszlehetőségek	Említések száma (db)
Szolgáltatásokat nyújtó szervezet	18
Adománygyűjtő szervezet	6
Korábbi állami, államigazgatási tevékenységet átvállaló szervezet	5
Érdekvédelmi szervezet	4
Adományosztó szervezet	3
Felhalmozási célú, önsegélyező jellegű szervezet	2
Társadalmi érintkezést szolgáló, klubjellegű szervezet	1
Egyéb	9
Összesen	48

Forrás: Komplex Dél-Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatás

A kérdőívek lekérdezésére 2006 tavaszán került sor. Elsősorban a földrajzi közelség miatt nagyrészt Baranya megyei szervezetek kerültek a mintába. A 48 nonprofit szervezet között a pécsi székhelyűek erősen túlreprezentáltak a másik két megyéhez illetve megyeszékhelyhez képest, ezért a továbbiakban vizsgált adatok elsősorban Baranya megyére, ezen belül is Pécsre értelmezhetők. A mintába került nonprofit szervezetek működési formájuk és tevékenységük szerinti megoszlását az 1. ábra és az 1. táblázat tartalmazzák.

A KUTATÁS NONPROFIT SZERVEZETEKRE VONATKOZÓ RÉSZE

Egy különálló kérdéscsoport csak a nonprofit szervezetekre vonatkozott. A legfontosabb megállapítások ebből a részből a szervezetek egymással való együttműködésére és a bevételszerző tevékenységekre, valamint azok megoszlására vonatkoztak. Örvendetes, hogy a régió nonprofit szervezetei saját bevallásuk szerint kiterjedt kapcsolati hálózattal rendelkeznek. A válaszadók több, mint 60%-a a felsoroltak közül legalább három szervezettípussal működik együtt. A 48 megkérdezett közül 37-en működnek együtt más nonprofit szervezettel is, ami a szektor erős összetartását, illetve a szervezetek egymástól való bizonyos mértékű függését is jelentheti. Nagy súllyal szerepelnek a kapcsolatok között a megyei, illetve helyi önkormányzatok is (ezzel a kapcsolattal nagy jelentősége miatt a kutatásban külön foglalkoztunk).

Előzetes feltevéseink szerint az Európai Unióhoz való csatlakozásunkkal erőteljesen megnőtt a nonprofit szervezetek pályázási kedve, hiszen kiszélesedtek a pályázati lehetőségek is. Feltevésünk szerint a pályázati forrásokat (például a bankhitellel szemben) preferáló szervezetek versenyképesebbek. Ez a hitel és a pályázati pénzek közötti alapvető különbségekből adódik. Érdekes lenne megvizsgálni ezt a kapcsolatot fordítva is, hiszen úgy is értelmezhető, hogy a versenyképesebb szervezetek jobb feltételekkel jutnak bankhitelhez, ehhez azonban szükség van előzetesen is források bevonására, amit viszont nagyobb mennyiségben pályázatokon tudnak megszerezni. Néhány kérdésben arra próbáltunk választ találni, hogy mekkora szerepet játszanak ezek a források a régió nonprofit szektorának bevételeiben. A bevételi források megoszlásának kérdésénél arra mutattak rá az eredmények, hogy a saját bevételek a legkevésbé jelentősek, a pályázati források pedig igen nagy jelentőséggel bírnak. A saját bevételek aránya mindössze 4, a pályázati forrásoké ezzel szemben 17 szervezetnél volt 50%-nál magasabb arányú az összes bevételből. Érdekes eredmény volt az is, hogy az adományozás, mint bevételt jelentő forrás 31 szervezetnél jelent meg valamilyen mérték-

2. ábra
Az európai uniós / hazai pályázati eredmények (db)

ben, holott a szervezetek besorolásánál mindössze 6 nevezte magát kifejezetten adománygyűjtőnek. A mintába került 48 nonprofit szervezet közül anyagi szempontból csak három függ teljes mértékben a tulajdonosi vagy önkormányzati hozzájárulástól. Arra is kíváncsiak voltunk, hogy mekkora hatékonysággal pályáznak a régió nonprofit szervezetei az európai uniós, illetve a hazai pályázati lehetőségekre. A mintába került szervezetek kétharmada élt már valamilyen pályázati lehetőséggel, és a pályázók majdnem 85%-a sikeres is volt. (2. ábra)

Mielőtt rátérnénk a nonprofit szektor versenyszférával való kapcsolataira, illetve a gazdasági társaságok versenyképességét befolyásoló tényezők gyakorlatának elemzésére a szektorban, nézzük meg, hogy mi jellemzi a nonprofit szervezetek és az önkormányzatok kapcsolatát!

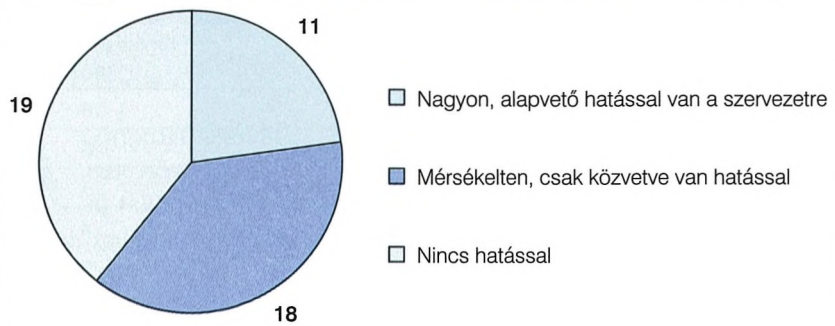
A RÉGIÓ NONPROFIT SZERVEZETEINEK ÉS ÖNKORMÁNYZATAINAK KAPCSOLATA

A nonprofit szervezetek döntő része helyi érdekek mentén szerveződik, még akkor is, ha tevékenységük kapcsolódik országos érdektörekvésekhez, vagy országos szintű szerveződésekhez. Abból a feltételezésből indultunk ki, hogy ezek a szervezetek az önkormányzatokat tekintik elsődleges partnerüknek céljaik eléréséhez. Ők maguk is megpróbálják az önkormányzati politikát alakítani, valamint az önkormányzatok támogatják a területükön működő nonprofit szervezeteket és bíznak abban is, hogy azok révén további erőforrások jutnak az adott településre, térségbe állami, központi pénzalapokból, sőt magánadományokból is (Kameniczky, 2000).

Az egyik legfontosabb kérdésnek azt tartottuk, hogy ítéljék meg a megkérdezettek saját maguk, hogy milyen mértékben függnek az önkormányzattól. A válaszok megoszlását a 3. ábra szemlélteti.

A válaszadók majdnem kétharmadára valamilyen hatással van az önkormányzat (11 szervezetre alapvető hatással van), és mint a korábbiakban láttuk, ez egyáltalán nem csak az anyagi támogatásokat jelenti, így következő kérdésünk arra vonatkozott, hogy pontosan miben nyilvánul meg ez a kapcsolat. Az adatok alapján beigazolódni látszott az az előzetes feltevésünk, miszerint a nonprofit szervezetek és az önkormányzatok kapcsolata igen sokrétű és intenzív. Az érdekérvényesítés, és a kapcsolatteremtés elősegítése (expók, fórumok, engedélyek beszerzése, természetbeni juttatások, stb.) terén különösen jelentős ez a kapcsolat. Mikor viszont arra kértük a válaszadókat, hogy írják le, mennyiben és mivel segíti az önkormányzat a versenyképességüket, 16-an válaszolták azt, hogy semmiben sem segít az önkormányzat. Ez a szám az előzőeket látván meglepően magas, és arra enged következtetni, hogy ha van is kapcsolat, az nem feltétlenül kielégítő mindkét fél számára. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint, hogy arra a kérdésre, ami az önkormányzatokkal kapcsolatos esetleges hiányosságokat firtatja, 37-en válaszoltak.

3. ábra
Az önkormányzatok befolyása a nonprofit szervezetekre (db)



A nonprofit szervezetek bevételeiben nagy szerepet játszanak a pályázati források. A feltett kérdésekre adott válaszok alapján megtudtuk, hogy a pályázó szervezetek kétharmada külső segítséggel pályázik, és itt, az önkormányzati hiányosságoknál láthattuk, hogy ezt a külső segítséget bizony tőlük várják. A 37 válaszadóból 19 panaszkodott az önkormányzatok európai uniós pályázati felkészültségére, 13-13 szervezet pedig megemlítette a jogszabályi ismeretekkel, illetve gazdasági/pénzügyi tanácsadással kapcsolatos hiányosságokat, ami mind-mind kapcsolatba hozható azzal, hogy a régió nonprofit szervezetei jelentős nem anyagi támogatást is elvárnak az önkormányzatoktól, sokszor olyanokat is, ami nem feladatuk (például a segítségnyújtás a pályázatírásban). Az előzőek alapján elmondhatjuk, hogy ha a jól működő (gazdasági és más szempontból is versenyképességet javító) nonprofit szektor elősegíti a régió versenyképességét, akkor azok a régiók versenyképesebbek, melyekben az önkormányzatok több információval (és más nem anyagi segítséggel is) látják el a nonprofit szervezeteket.

Feltevésünk szerint a régió nonprofit szervezetei már puszta létezésükkel is segítik, javítják a régió versenyképességét, hiszen ezen szervezetek szolgáltató tevékenysége egyre nagyobb kihívást jelent a versenyszféra számára. Például egy kutatási céllal létrejött nonprofit szervezet tevékenységének eredményeit a régió minden gazdasági szervezete ingyen felhasználhatja, míg ha ugyanezt a kutatást egy profitorientált cég saját felhasználásra végzi el, akkor az eredményeket vagy megtartja magának, vagy pénzért értékesíti, illetve levédeti. Továbbá ezek a szervezetek olyan területeken töltenek be fontos szerepet, ahol a versenyszféra vállalatai nem tudnának érvényesülni. Ez a kihívás – a közhiedelmekkel ellentétben – nem feltétlenül abban jelenik meg, hogy a nonprofit szervezetek ugyanazt a tevékenységet kisebb ráfordítással tudják ellátni. Annak ellenére, hogy a szektorra jellemző az önkéntes, ellenszolgáltatás nélkül végzett munka, a társadalmi munka a szervezet működtetésére és nem a szolgáltatás, a gazdasági tevékenység területére jellemző. A szervezetek attól hatékonyabbak, hogy sajátos szakértelmük és kapcsolataik révén – melyek a kutatás tanulságai szerint nagyon is sokrétűek – közvetlenebb módon, az érintettek számára hozzáférhetőbben nyújtják szolgáltatásaikat [Kameniczky, 2000]. A jellemzően kisebb szervezeti létszám, és áttekinthetőbb struktúra gyorsabb, és rugalmasabb döntéshozatalt és működést eredményez. Bár a kutatás konkrétan nem tért ki rá, a nonprofit szervezetek hatékonyságával kapcsolatban sokszor felmerül a Nyugaton egyre jobban elterjedő önkormányzati szerepek átvállalásának kérdése. A versenyképesség kapcsán egy már működő példával illusztráljuk, hogy ez a folyamat Magyarországon is elkezdődött: egy terület biztonsága igen fontos tényező a terület folyamatos fejlődésének biztosításához. Gondoljunk csak bele, hogy egy-egy kisebb község közbiztonságát hogyan lehetne hatékonyan megoldani ma az önkéntes alapon szerveződő polgárőrségek, vagy tűzvédelmét az önkéntes tűzoltóság nélkül!

„A 37 válaszadóból 19 panaszkodott az önkormányzatok európai uniós pályázati felkészültségére, 13-13 szervezet pedig megemlítette a jogszabályi ismeretekkel, illetve gazdasági/pénzügyi tanácsadással kapcsolatos hiányosságokat, ami mind-mind kapcsolatba hozható azzal, hogy a régió nonprofit szervezetei jelentős nem anyagi támogatást is elvárnak az önkormányzatoktól, sokszor olyanokat is, ami nem feladatuk (például a segítségnyújtás a pályázatírásban)."

A NONPROFIT SZERVEZETEK VERSENYKÉPESSÉGE ÉS KAPCSOLATUK A VERSENYSZFÉRÁVAL

A nonprofit szervezetek tevékenysége sem nélkülözheti az üzleti tevékenység szervezésében szokásos stratégiákat és technikákat, az üzletpolitikai tervezést, a marketinget, az emberi erőforrások menedzselését. A hazai nonprofit szervezeti körben tapasztalni lehet a szakmai fejlődést, a működés stabilizálódását, mindenekelőtt a szolgáltatásokat nyújtó szervezeti körben (Kameniczky, 2000). Kutatásunkban meghatározó szerepet játszott ennek a fejlődésnek a vizsgálata.

Emberi erőforrás menedzsment

A munkaerőpiac helyzetét nem csak a foglalkoztatási problémák megoldására specializálódott szerveze-

tek képesek közvetve javítani, hanem maga a nonprofit szektor is foglalkoztatóként tartható számon. A mintába bekerült 48 szervezet közül nyolcnak több, mint 50 alkalmazottja van, ami már jelentős munkaerő-mennyiséget köt le, habár a régió nonprofit szervezeteinek mérete általában kicsi (több, mint felük 10 főnél kevesebb alkalmazottal végzi tevékenységét). A nonprofit szervezeteknek nagy szerepük van a foglalkoztatás esélyegyenlőségének javításában, illetve megteremtésében, hiszen kihasználnak olyan kapacitásokat is, melyekre a versenyszféra nem támaszkodik (így az nélkülük kihasználatlan maradna). A minta alapján a foglalkoztatottjaik fele teljes munkaidős dolgozó, és több mint fele nő. 8 szervezet alkalmazott vagy jelenleg is alkalmaz megváltozott munkaképességű, vagy fogyatékkal élő dolgozót.

Szekunder kutatásaink eredményei szerint a versenyképesebb vállalkozásoknál több a béren kívüli juttatás. Ezeket 15 megkérdezett szervezet alkalmazza, melyek legtöbbször meleg/hideg étel utalvány, illetve utazási vagy egyéb támogatások formájában valósul meg. Néhányan egészségmegőrző szolgáltatásokat is biztosítanak tagjaik, dolgozóik számára, de nekik ez általában az alaptevékenységükhöz szorosan kapcsolódik. A nonprofit szervezetek is hozzájárulhatnak a régió hosszú távú versenyképességének javításához azáltal, hogy szakmai gyakorlatra alkalmaznak pályakezdő vagy egyetemista fiatalokat. Ezt a megkérdezettek fele meg is teszi, másik fele viszont nem, válaszukat pedig furcsa módon legtöbben azzal indokolták, hogy nem megfelelő a gyakornokok szakmai tapasztalata (ugye a szakmai gyakorlatnak éppen a tapasztalatszerzés a legfőbb célja).

Javaslatunk a versenyképesség javítására az emberi erőforrások menedzselésének tekintetében az, hogy nagyobb gondot kellene fordítani az önkéntesek toborzására, munkavégzésük és ösztönzésük szabályozási rendszerének kiépítésére (Priksz, 2000). A tudatos, tervezhető erőforrás-kezelés csökkentheti a fluktuációt is (a kellő motiváltsággal rendelkező munkatársak elkötelezettebbek a szervezet iránt is), melyre a régió nonprofit szervezetei közül egyelőre nagyon kevesen alkalmaznak tudatos megoldásokat. A szervezetek külső megítélését is negatív irányban befolyásolja, ha magas a fluktuáció. A megfelelő belső információáramoltatási csatornák kiépítésével és működtetésével elkerülhetőek lesznek a konfliktusok, hiszen így tisztázottak lesznek a hatalmi viszonyok, feladatkörök, kötelezettségek. Ha a dolgozók, tagok és a többi érintett is úgy érzi, hogy törődnek velük, fontos a véleményük, ők is tevékeny részesei a célok elérésére irányuló folyamatoknak, motiváltabbak a nagyobb teljesítményre és lojálisabbak lesznek a szervezethez. A belső PR eszközei igen szerteágazóak. Legfontosabb területei a közösen elkészített stratégia és a pontosan megfogalmazott küldetés. Ezeknek legfőbb célja, hogy a társaság tagjai tisztázzák, hogy miért is vannak együtt, miért, és milyen eszközökkel kívánnak dolgozni a jövőben. A stratégiaalkotásnak mindenképpen közös, szervezett folyamatnak kell lennie. A szervezethez való tartozás élményét és a jó munkahelyi közérzet kialakulását legjobban a közös élmények adják meg. Ez nem csak a munkavégzés során valósulhat meg, hanem a közösen eltöltött szabadidős rendezvényeken (kirándulás, rendezvények, stb.) is (Priksz, 2000).

IT-ellátottság

Az előzőekből is kiderül, hogy mennyire fontos a belső és külső kommunikációs tevékenységek folyamatos végzése. A megkérdezett nonprofit szervezetek ugyan nem tartották a legfontosabbnak az internetet, mint kifelé és befelé irányuló kommunikációs lehetőséget (ez adódhat a mintába került szervezetek kis átlagméretéből is), mégis fontosnak tartottuk megkérdezni, hogy milyen a válaszadók IT-ellátottsága, mert azt feltételeztük, hogy a kommunikáció IT-vel való támogatása pozitív hatással van a szervezetek versenyképességére. A régió nonprofit szervezeteinek kétharmada a kutatás adatai alapján rendelkezik személyi számítógéppel, vagy notebookkal.

Mivel a civil szervezetek számára nagyon lényeges az interaktivitás, a társadalmi interakciók minél szélesebb körben való kiterjesztése, a különböző, sok esetben egymástól távol lévő társadalmi szereplők bevonása, az internet és a web használata az egyik legjobb eszköz lehet erre (Molnár, 2005). A mintába került szervezetek közül (2006-ban) 11 szervezetnek nincs internetelérése. Ezzel szemben 28 válaszadónak honlapja is van, ami ha nagyrészt csak tájékoztató jellegű is (nem interaktív), nagyban hozzájárulhat a szervezet ismertségéhez.

Környezettudatosság

Bár feltevéseink szerint közvetlenül nem javítja nagymértékben az egyes szervezetek versenyképességét, ha környezettudatosan működnek, mégis, ha az emberekben pozitív kép él a szervezet környezettudatos magatartásáról (még akkor is, ha nincs mögötte valós tartalom), az pozitív hatással lehet a szerve-

2. táblázat
A társadalmi felelősségvállalás Magyarországon

Válaszlehetőségek	Említések száma (db)
Egyáltalán nem tudatos	9
Részben nem tudatos	24
Inkább nem tudatos	13
Inkább tudatos	2
Részben tudatos	0
Teljes mértékben tudatos	0
Összesen	**48**

Forrás: Komplex Dél-Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatás

zet megítélésére, ami közvetve javíthatja a versenyképességet. A kutatásban részt vevő összes szervezettől – így a nonprofitoktól is – megkérdeztük, hogy mi a véleményük a magyar vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról. A nonprofit szervezetek lehangoló véleményét a 2. táblázatban láthatjuk.

Az energiatakarékos működés, a szelektív hulladékgyűjtés, illetve az újrahasznosítható vagy újrahasznosított anyagok használata nem jellemző a nonprofit szektorra, annak ellenére, hogy ezeket a szavakat, kifejezéseket többen is megemlítették, mikor a környezetvédelemről elsőként eszükbe jutó szavakról kérdeztük őket.

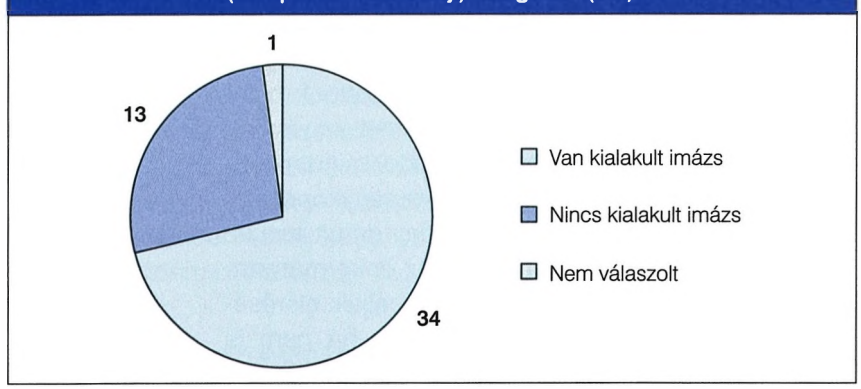
Úgy tűnik, hogy a környezettudatosság a nonprofit szektorra sem jellemző még Magyarországon. Az a kevés mintába bekerült szervezet, akiket valamilyen mértékben környezettudatos magatartás jellemez, csak kis mértékben, vagy egyáltalán nem kommunikálja azt a társadalom számára, amit pedig megítélésünk szerint a versenyképesség javítása szempontjából mindenképpen ki kellene használniuk.

Marketing és PR

A kisebb méretű szervezetekre Magyarországon különböző okoknál fogva kevésbé jellemző a marketing tudatos alkalmazása. Ennek ellenére a nonprofit szektor mintába bekerült szervezeteit – legalábbis saját bevallásuk szerint – viszonylag komoly marketingtervezés jellemzi. Kezdjük talán azzal, hogy mennyire tudatos a nonprofit szervezeteknél a jól beazonosítható imázs (logó, szlogen, stb.) kifejlesztése és alkalmazása. Az erre vonatkozó kérdés eredményeit a 4. ábra szemlélteti.

A minta adataiból következően a régió nonprofit szervezetei közül – saját megítélésük szerint – tízből hétnek van kialakult imázsa. A 48 megkérdezett szervezetből 20-an ezt fontosnak, vagy nagyon fontosnak tartják. Nem is lehet kérdés, hogy a kialakított imázs milyen nagymértékben hozzájárul a szervezetek ismertségéhez. A tudatos PR-tervezés és alkalmazás célja, hogy felépített, a többi szervezettől jól megkülönböztethető, hiteles arculatot alakítson ki. A szervezet külső képét a szervezeti személyiség határozza meg. Ez magába foglalja a szervezet kifelé és befelé irányuló önábrázolását, valamint a szervezet magatartását és a szervezeti kultúrát. A vizuális elemek hatásos, szakember által történő megtervezése a nonprofit szervezetek számára is kulcsfontosságú. Ha rendelkezik a szervezet logóval, akkor azt a lehető leggyakrabban használnia is kell, hogy elültessék azt a jelképet a köztudatban. A rendszeres használattal megkönnyíthetjük a kiadványok, rendezvények, tagok, stb. felismerhetőségét. A szervezethez tartozik az a kép is, ami a betérőt fogadja. Bár a mintába került nonprofit szervezetek kétharmadának van csak irodahelyisége, fontosnak tartjuk megemlíteni a szervezet fizikai képének tudatos alakításának fontosságát. A nonprofit szektor sajátossága az is, hogy a szervezetek képviselőit akár munkaidőn túl is azonosíthatják magával a szervezettel. Fontos tehát odafigyelni a viselkedésre, megjelenésre is [Priksz, 2000].

4. ábra
A nonprofit szervezetek kialakult imázsának (Corporate Identity) megléte (db)



A hatékony kommunikáció – vagy közönség kapcsolat – megerősíti a szervezetről kialakult pozitív képet. A profitorientált szervezetekkel szemben, itt nem elsődlegesen az anyagi előnyök elérése miatt fontos ez a terület. A (köz)célok elérésének sok esetben az egyik legfontosabb eszköze a tudatformálás, egy szemléletmód elterjesztése. A nonprofit szervezetek esetében a jól kialakított közönségkapcsolat jóval többet jelenthet, mint csupán anyagi támogatások elnyerését. Azon nonprofit szervezetek munkájának, melyek közcélok elérése érdekében dolgoznak, csak úgy van értelme, ha mások is tudnak ezekről a tevékenységekről. Az embereket a tömegkommunikáció eszközeivel lehet a legkönnyebben elérni. A kutatás eredményei szerint azok a szervezetek, melyeknek van kialakult imázsa, többféle promóciós eszközt használnak. Saját bevallásuk szerint a régió nonprofit szervezetei egyébként is sokszor alkalmaznak promóciós eszközöket, melyek közül a szórólapok, plakátok és az újsághirdetések a legnépszerűbbek. Rendezvényeket igen kevesen szerveznek, pedig az ilyen eseményeket is külön-külön, vagy összevontan, több cél elérésére is használhatnák. A belső PR feladatkörébe tartozó rendezvények szerepét már korábban tárgyaltuk. A szervezet célcsoportjainak elérése irányába szervezett rendezvények az alábbi célokat szolgálhatják: segíthet a szervezet céljainak elérésében, ápolhatja, alakíthatja a szervezet hírnevét és ismertségét, de közvetlenül anyagi haszon elérésére is szolgálhat.

ÖSSZEGZÉS

A Komplex Dél-Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatásban kísérletet tettünk arra, hogy meghatározzunk egy követendő irányt a nonprofit szféra számára, mellyel elő tudja segíteni a régió versenyképességének javulását. Több területen is megvizsgáltuk a kutatási mintába bekerült 48 nonprofit szervezetet. A szektor összetartása és az önkormányzatok, illetve egyéb szervezetek felé irányuló kapcsolatrendszere igen sokrétűnek és jól kiépítettnek bizonyult. Márpedig egy stabil és jól kiépített kapcsolatrendszerrel rendelkező nonprofit szektor mindenképpen javára válik a régiónak a versenyképesség szemszögéből is. A kutatás során fény derült arra is, hogy a régió nonprofit szervezetei az önkormányzatokat tartják elsődleges partnerüknek céljaik elérésének elősegítésében. Ez a kapcsolat – ha nem is mindkét fél számára teljes mértékben kielégítő módon – létrejön és működik. Sokat javulhatna még a régió nonprofit szervezeteinek versenyképességet elősegítő szerepe, ha növelnék IT-ellátottságukat, illetve jobban kivennék a részüket olyan területeken történő aktivitással és példamutatással, mint a megváltozott munkaképességűek vagy fogyatékkal élők foglalkoztatása, vagy a környezettudatosság gyakorlati alkalmazása, illetve annak kommunikálása. A marketing és PR területén a kutatás eredményei bíztatóak. Úgy tűnik, hogy lassan elindul egy folyamat, mely révén erősödni fog a régió nonprofit szervezeteinek aktivitása, ismertsége, elismertsége, és talán ezzel hosszú távon hozzájárulhat a régió versenyképességének javításához.

FELHASZNÁLT IRODALOM

KAMENICZKY ISTVÁN (2000): A nonprofit szektor szerepe a magyar gazdaságban – A Regionális Érdekvédelem Alapítvány Tanulmánya, *http://www.nosza.hu/kutat/REVkutatas/1gazdasag/index.html*

KUTI ÉVA (1996): A nonprofit szervezetek szerepe a kilencvenes évek magyar társadalmában és gazdaságában, *Közgazdasági Szemle*, XLIII október, pp. 905–919

KUTI ÉVA (2003): Gazdaságfejlesztési célú nonprofit szervezetek, KSH, Budapest, 2003

MOLNÁR SZILÁRD (2005): Civil aktivitás az Interneten Kihalt tánctermek, pezsgő életű chat-szobák?, Tanulmányok a részvételi demokrácia gyakorlatáról, *http://www.nosza.hu/molnar.dbk.pdf*

PRIKSZ GÁBOR (2000): Szervezeti kommunikáció és PR, A Regionális Érdekvédelem Alapítvány Tanulmánya, *http://www.nosza.hu/kutat/REVkutatas/5PR/index.html*

SUHAJDA ÉVA VIRÁG (2002): "Civil" marketing, *http://www.nonprofit.hu/files/2/0/2/202_Suhajda.doc*

A szerzők PhD-hallgatók
a Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Karán