

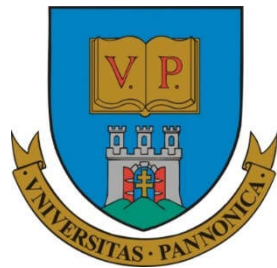
# A piaci orientáció összefüggései az önkormányzatok által nyújtott lakossági közüzemi szolgáltatások piacain

Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Pannon Egyetem

Józsa Tamás, doktorjelölt

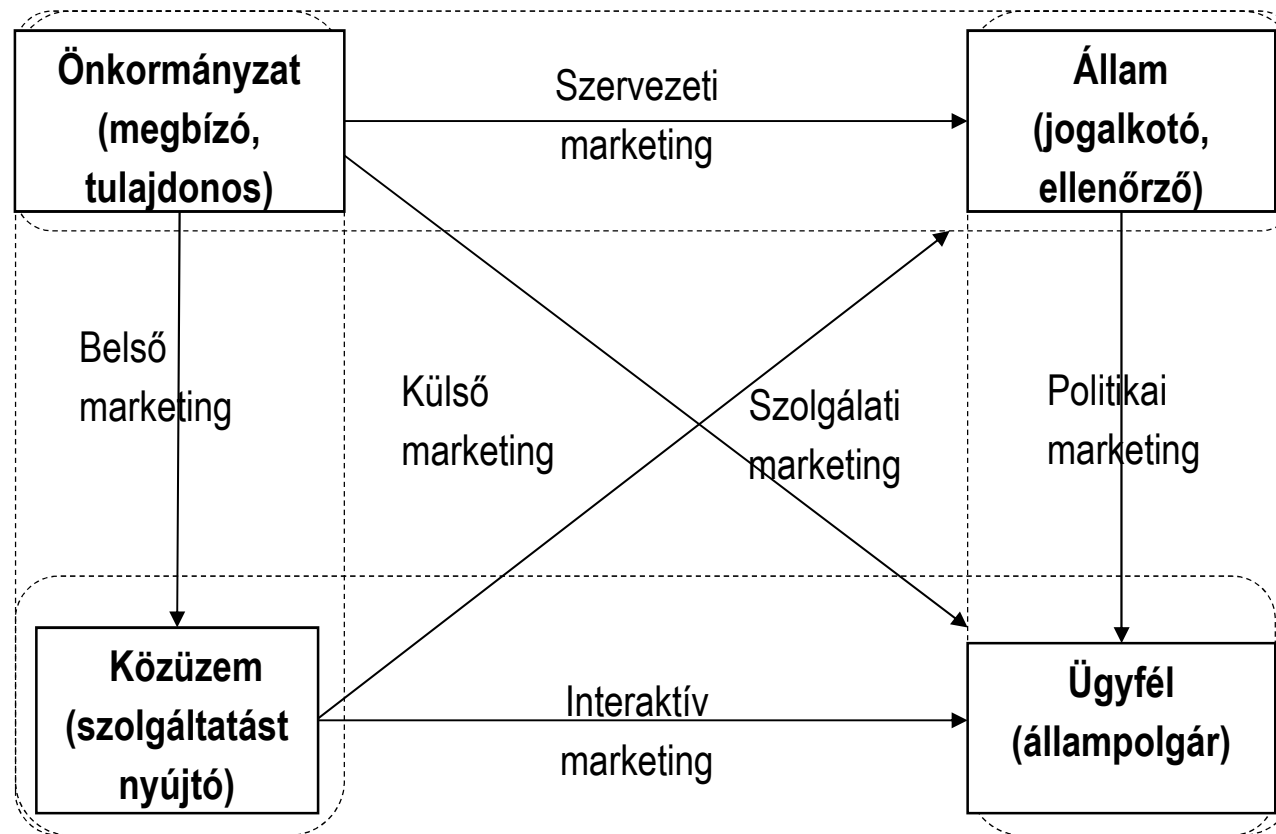
Témavezető: Dr. Deli-Gray Zsuzsa



# Az előadás felépítése

1. A kutatási kérdések és a kutatási terület lehatárolása
2. A kutatás fázisai
3. A kutatási modell és a kutatási minta jellemzése
4. A kutatási eredmények bemutatása
5. A kutatás eredményeinek az értékelése

# Marketing lehetőségek a közszolgáltatásoknál



(Forrás: a „6M” modell, Dinya L. 1999 alapján saját szerkesztés)

# Kutatási kérdések

1. *Mik azok a külső-belső tényezők, amelyek összefüggésben állnak az átfogó szervezeti teljesítménnyel a közüzemi ágazatokat tekintve?*
2. *Mennyiben azonosak az eredményes szervezeti teljesítmény ismérvei a közszféra és a versenyszféra szervezetei között?*
3. *Van-e kapcsolat a közüzemi szolgáltató szervezet piaci orientációja és az ügyfél elégedettségben elért eredmény között?*
4. *Milyen marketing technikákat alkalmaznak a hazai közüzemi szolgáltató szervezetek a legnagyobb gyakorisággal?*
5. *Mit tekintenek a közüzemek az egyes ágazatokban a közszolgáltatási minőség legfontosabb paraméterének?*
6. *A közszolgáltatók valóban igyekeznek megismerni az ügyfél-elégedettséget, vagy csak rutin elégedettségmérés zajlik és a cél a magas szintű dokumentáltság? Milyen módszerek alkalmazottak az elégedettségmérésben?*

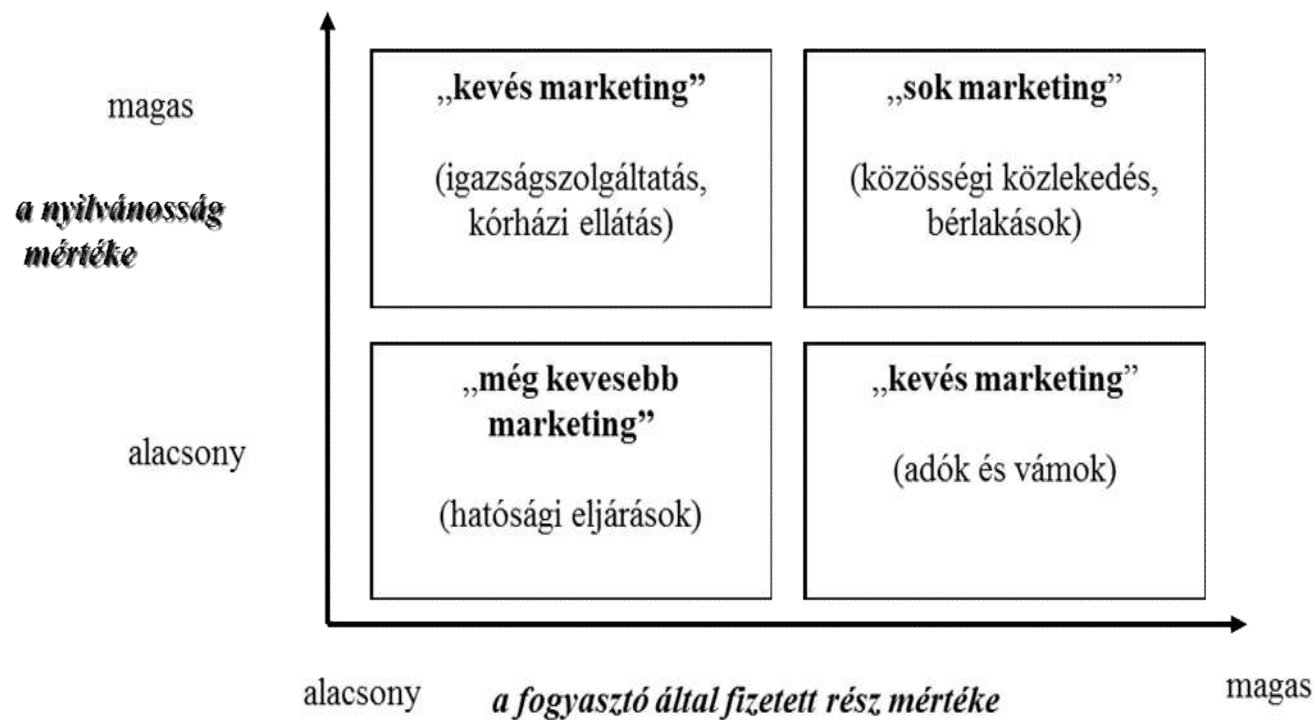
# A kutatási terület lehatárolása

- 1., Nonbusiness és közsféra (public) marketing
- 2., A marketing elmélet piaci orientációs modelljei
- 3., Közszolgáltatás-fejlesztési modellek és elégedettségmérés a közszférában
- 4., A közszolgáltatások piaci orientációs modell alapján történő fejlesztése



(Forrás: Venn diagram, saját szerkesztés)

# A közszolgáltatások kategorizálása



(Forrás: Van der Hart 1991 alapján saját szerk.)

# A kutatás fázisai

## **1 fázis: előkészítő, feltáró kutatás:**

a kutatási kérdések és a kutatási cél megfogalmazása,  
a releváns fogalmi keretek beazonosítása és a jelentéstartalmak tisztázása,  
a szekunder adatok kritikai hangú vizsgálata,  
a kutatási probléma pontosabb megértése kiegészítendő feltáró jellegű szakértői interjúkkal,  
modellalkotás és kutatási kérdőív adaptálása, validálása.

## **2., fázis: kvantitatív felmérés:**

mintavétel szempontjainak a meghatározása, adatgyűjtés,  
a minta kialakítása, online kérdőívez adatfelvétel a statisztikai elemzések céljából,  
a kérdőíves adatbázis kiértékelése főkomponens-elemzés, korreláció- és regresszió elemzés mentén.

## **3., fázis: poszt-kérdőíves kvalitatív felmérés:**

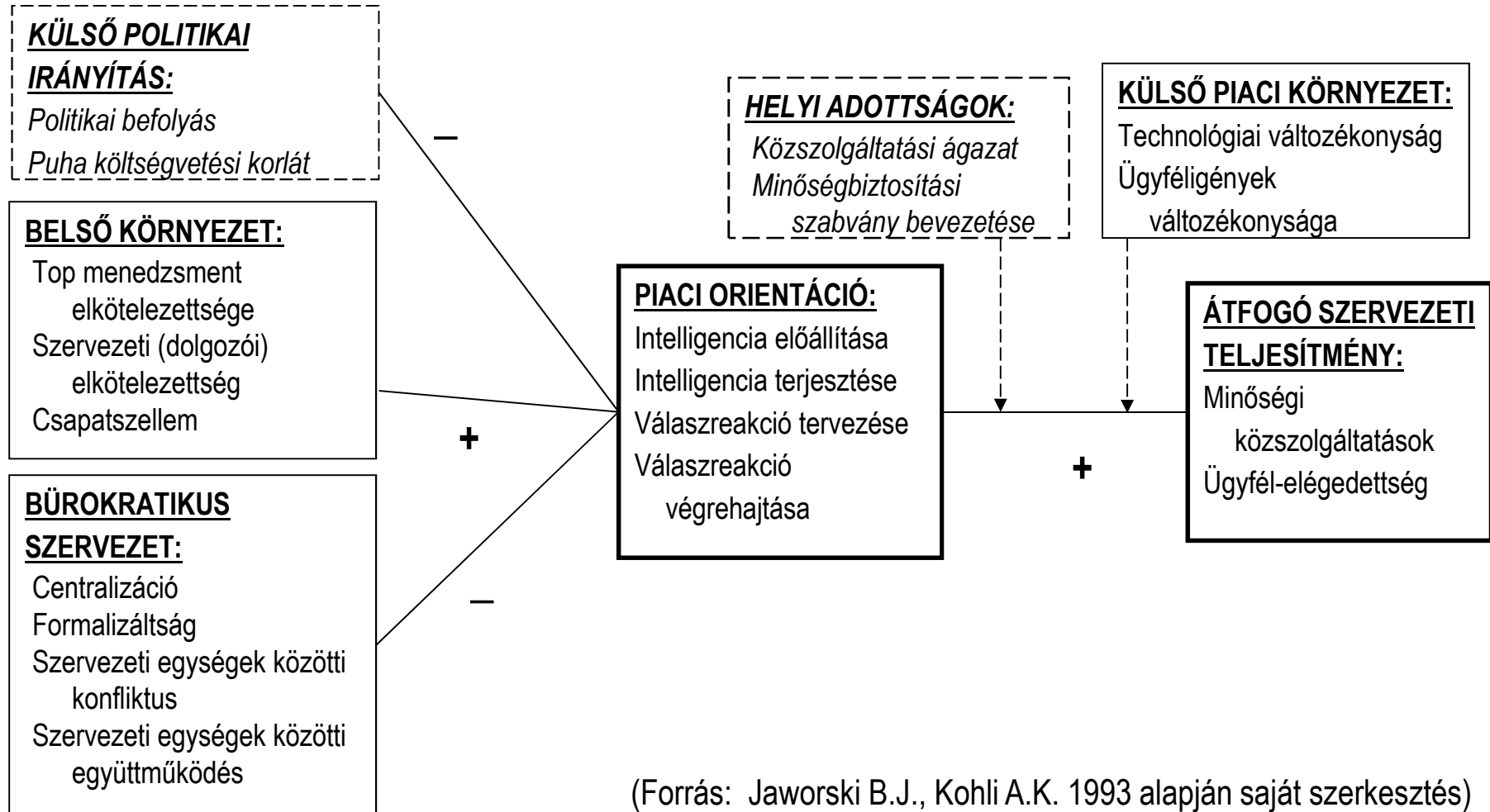
a kvantitatív eredményekkel megragadott lineáris kapcsolatok jobb megértése érdekében,  
— veszprémi összehasonlító esettanulmány elkészítése,  
— fókuszcsoportos vizsgálat: a kutatási eredmények érvényességének a vizsgálata érdekében két vezetői workshopra került sor.

# Fogalmi keretek, konceptualizáció

A modell tényezője (főkomponensek)	A tényező attribútumai (mérési dimenziók)
Piaci orientáció	Intelligencia Előállítás
	Intelligencia Továbbítás
	Válaszreakció Tervezése
	Válaszreakció Végrehajtása
Átfogó szervezeti teljesítmény	Ügyfél-elégedettség
	Közszolgáltatási minőség
Belső környezet	Top menedzsment elkötelezettsége
	Szervezeti (dolgozói) elkötelezettség
	Csapatszellem
Bürokratikus szervezet	Szervezeti egységek közötti konfliktusok
	Szervezeti egységek közötti együttműködés
	Formalizáltság
	Centralizáció
Külső piaci környezet	Piaci változékonyság (ügyféligenyek változása)
	Technológiai változékonyság
Külső politikai irányítás	Politikai befolyás
	Puha költségvetési korlát
Helyi adottságok	Közszolgáltatási ágazat
	Minőségirányítási rendszer



# A kutatási modell



# Kutatási hipotézisek

- **H.1.**, *Minél magasabb piaci orientációval rendelkezik egy közüzemi szolgáltató szervezet, annál jobb szervezeti teljesítmény elérésére képes a minőség és az ügyfél- elégedettség tekintetében.*

*H.1.1., Az alkalmazott technológia változékonysága a piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény kapcsolat gyengüléséhez vezet a vizsgált közüzemi szolgáltatási ágazatokban.*

*H.1.2., Az ügyféligények változékonysága a piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény kapcsolat erősödéséhez vezet a vizsgált közüzemi szolgáltatási ágazatokban.*

*H.1.3., A piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény közötti kapcsolat erőssége eltérő mértékű a vizsgálatba bevont közszolgáltatási ágazatok tükrében.*

*H.1.4., A piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény közötti kapcsolat erősebb, ha a közszolgáltató szervezet ellenőrzött minőségügyi szabvánnyal rendelkezik.*

- **H.2.**, *Minél bürokratikusabb a szervezeti berendezkedés, annál alacsonyabb a közüzemi szolgáltató szervezet piaci orientációja.*
- **H.3.**, *Minél nagyobb a közszolgáltató szervezet vezetőinek és a dolgozóinak a szervezet iránti elkötelezettsége és a csapatszellem, annál magasabb a közüzemi szolgáltató szervezet piaci orientációja.*
- **H.4.**, *Minél erősebb a politikai befolyás és puhább a költségvetési korlát, annál alacsonyabb a piaci orientáció az önkormányzati közüzemi szolgáltató szervezetek esetében.*

## A minta fontosabb jellemzői

<i>Közszolgáltatási ágazat</i>	<i>Teljes sokasság</i>	<i>Kitöltött és befejezett kérdőív</i>	<i>Kitöltési arány</i>	<i>%</i>
helyi közösségi közlekedés	141	17	12%	10,76%
hulladékgazdálkodás	562	39	7%	8,86%
víziközmű szolgáltatás	555	43	8%	24,68%
köztisztaság	144	14	10%	27,22%
távhőszolgáltatás	88	23	26%	6,96%
köztemető üzemeltetése	62	11	18%	14,56%
közétkeztetés	28	11	39%	6,96%
<b>Összesen:</b>	<b>1580</b>	<b>158</b>	<b>10%</b>	<b>100%</b>

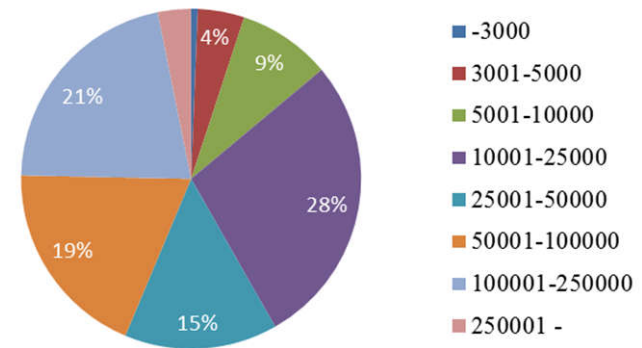
(Forrás: saját szerkesztés)

# A minta fontosabb jellemzői

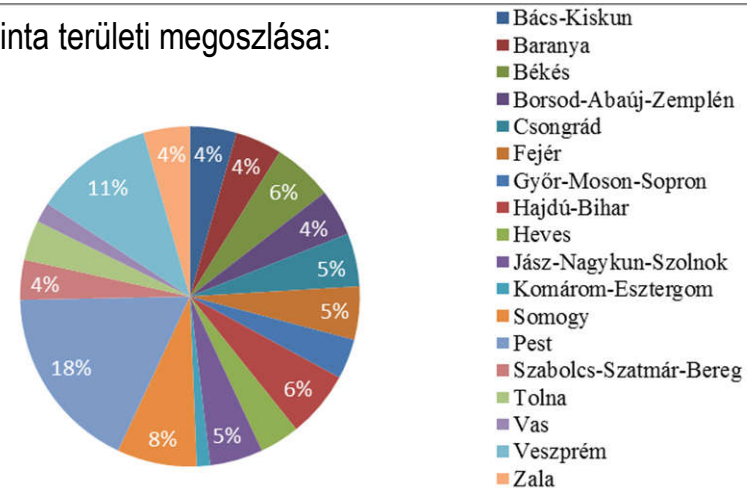
1. A minta közszolgáltatási ágazatok szerinti megoszlása:



2. A minta településkategóriák szerinti megoszlása:

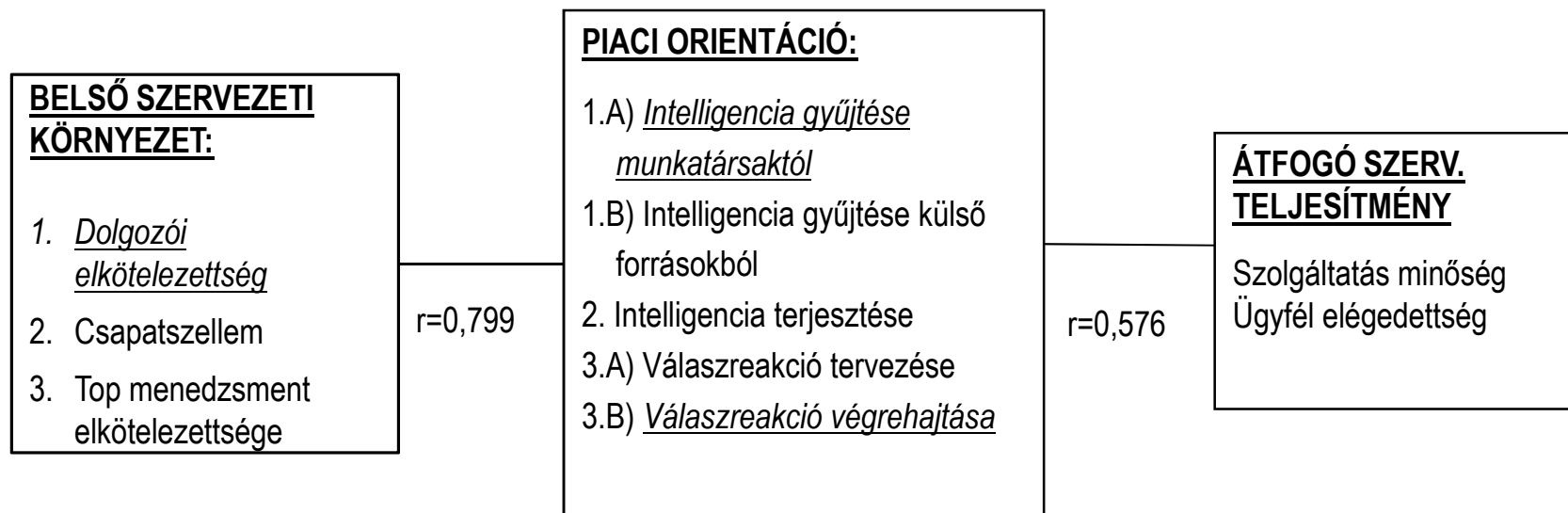


3. A minta területi megoszlása:

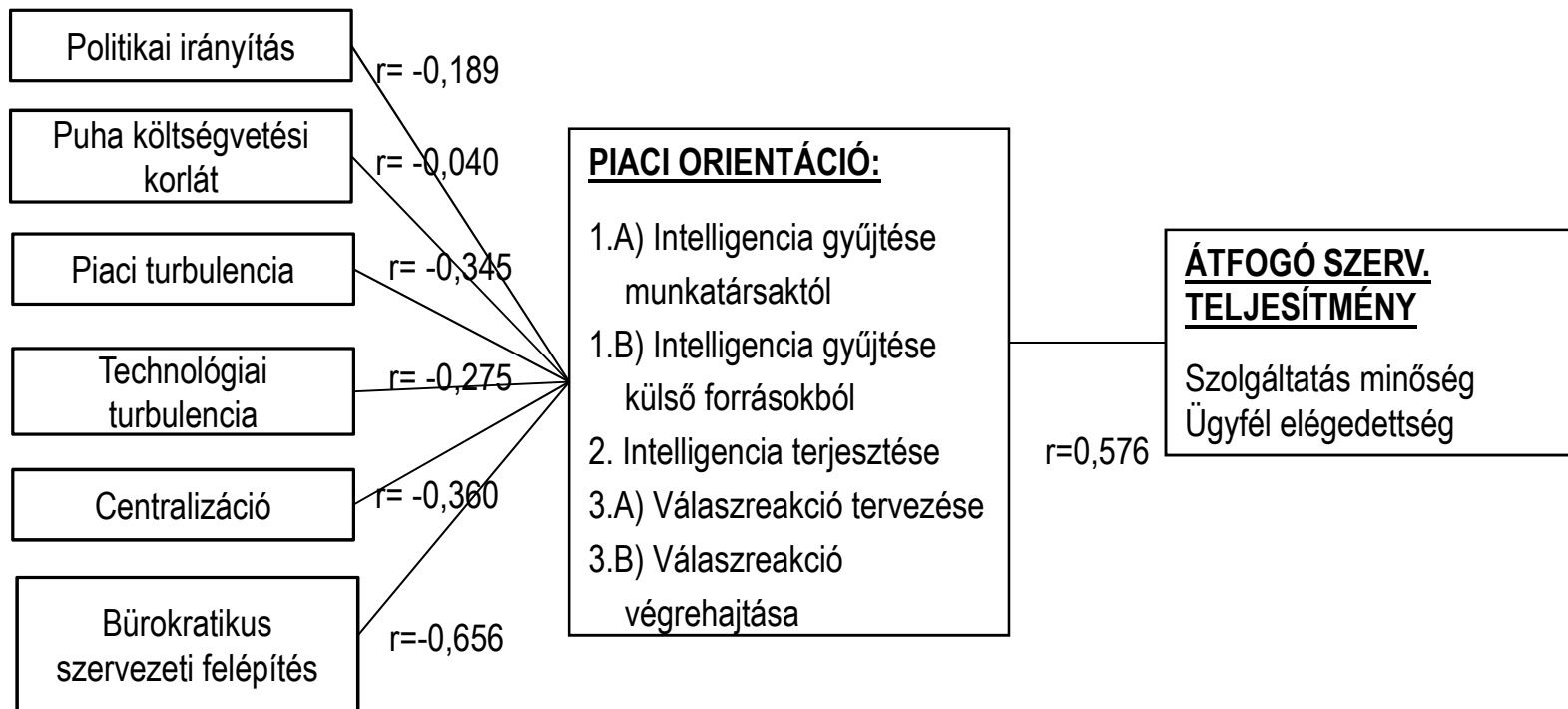


(Forrás: saját szerkesztés)

# Kutatási eredmények



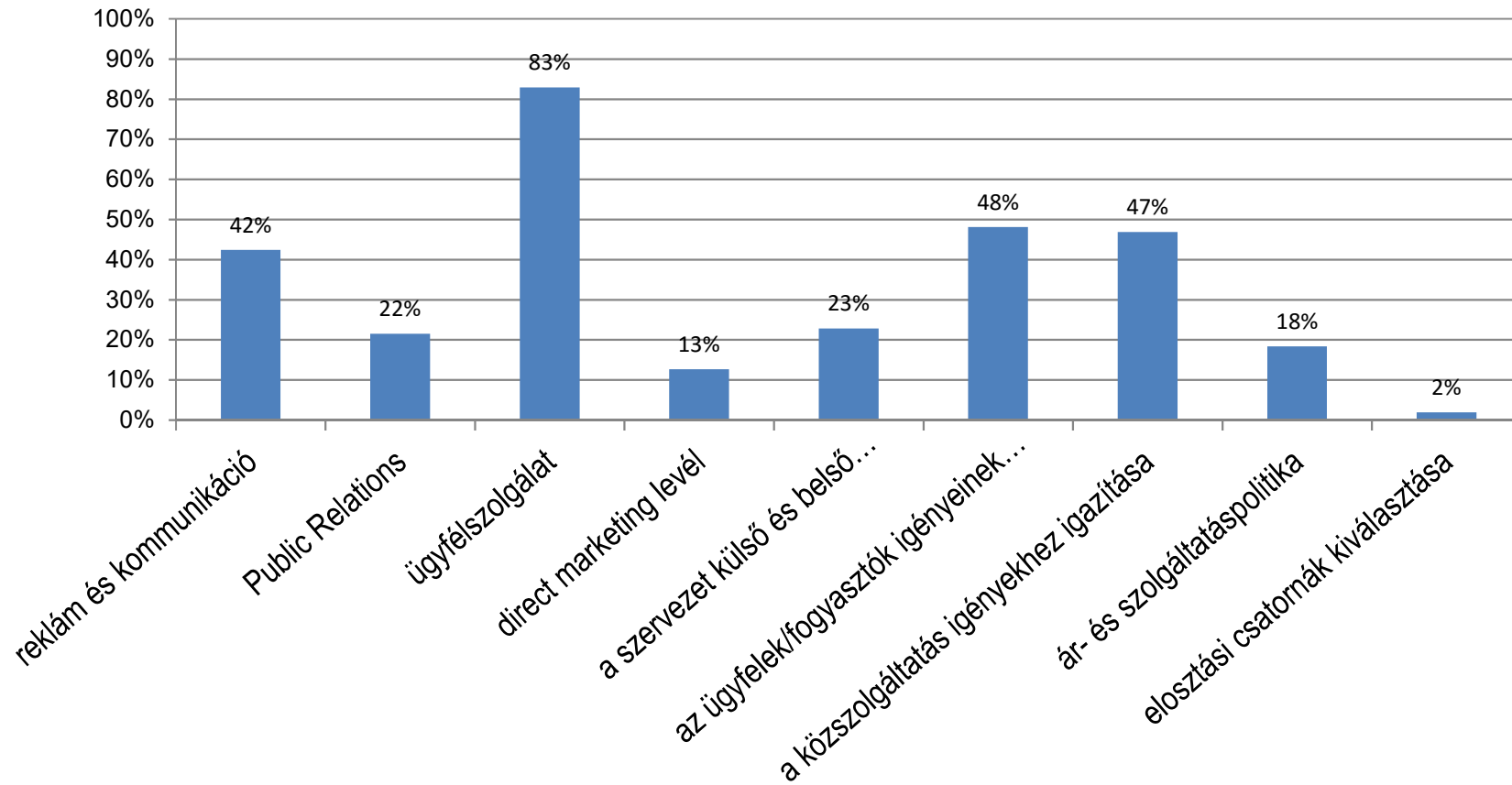
# Kutatási eredmények



(Forrás: saját szerkesztés)

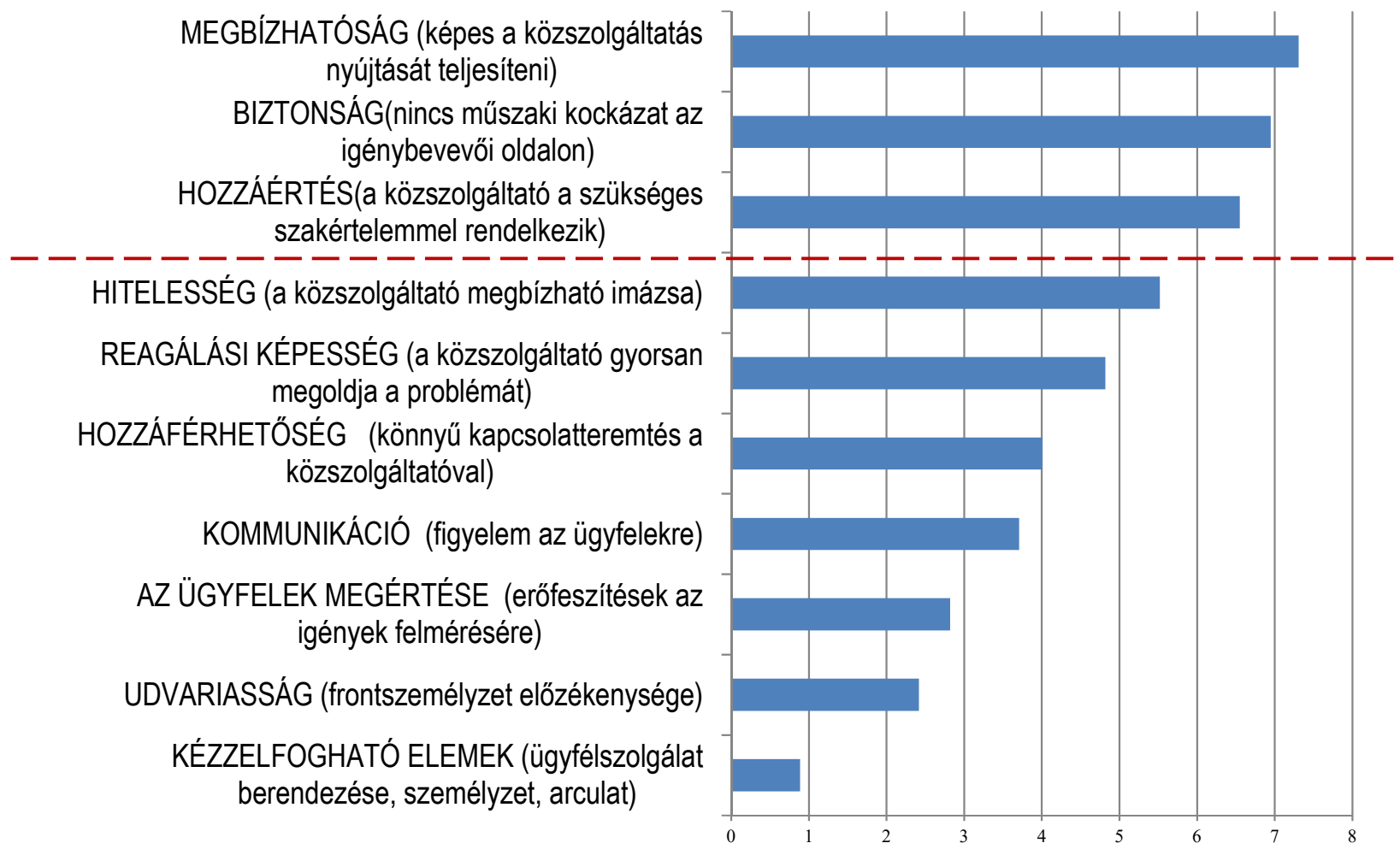
# Kutatási eredmények, esettanulmány

A közüzemi szolgáltató szervezetek által alkalmazott marketing eszközök:



(Forrás: saját szerkesztés)

# Kutatási eredmények, esettanulmány



(Forrás: Berry LL., Zeithaml V.A., Parasuraman A. 1985 alapján, saját szerkesztés)



# Kutatási hipotézisek igazolása

H.1.	<i>Minél magasabb piaci orientációval rendelkezik egy közüzemi szolgáltató szervezet, annál jobb szervezeti teljesítmény elérésére képes a minőség és az ügyfél- elégedettség tekintetében.</i>	✓
H.2.	<i>Minél bürokratikusabb a szervezeti berendezkedés, annál alacsonyabb a közüzemi szolgáltató szervezet piaci orientációja.</i>	✓
H.3.	<i>Minél nagyobb a közszolgáltató szervezet vezetőinek és a dolgozóinak a szervezet iránti elkötelezettsége és a csapatszellem, annál magasabb a közüzemi szolgáltató szervezet piaci orientációja</i>	✓
H.4.	<i>Minél erősebb a politikai befolyás és puhább a költségvetési korlát, annál alacsonyabb a piaci orientáció az önkormányzati közüzemi szolgáltató szervezetek esetében.</i>	✓

# Kutatási hipotézisek igazolása

H.1.1.	<i>Az alkalmazott technológia változékonysága a piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény kapcsolat gyengüléséhez vezet a vizsgált közüzemi szolgáltatási ágazatokban.</i>	∅
H.1.2.	<i>Az ügyféligények változékonysága a piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény kapcsolat erősödéséhez vezet a vizsgált közüzemi szolgáltatási ágazatokban.</i>	∅
H.1.3.	<i>A piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény közötti kapcsolat erőssége eltérő mértékű a vizsgálatba bevont közszolgáltatási ágazatok tükrében.</i>	∅
H.1.4.	<i>A piaci orientáció és a szervezeti teljesítmény közötti kapcsolat erősebb, ha a közszolgáltató szervezet ellenőrzött minőségügyi szabvánnyal rendelkezik.</i>	∅

# Újszerű eredmények

## **Kutatási téma és módszertan:**

újszerű interdiszciplináris téma,

hiánypótló vizsgálat a piaci orientáció közüzemi szférában való érvényességére tekintettel,

vegyes kutatási módszerek alkalmazása kvantitatív és kvalitatív elemzési technikákkal.

## **Kutatási eredmények, megállapítások:**

a piaci orientáció fejlesztése hosszabb és már rövidebb távon is alkalmas az ügyfél-igényeknek való megfeleléshez,

a piaci orientáció az egyedi ágazati viszonyoktól független robusztus kapcsolatot képez az átfogó szervezeti teljesítménnyel,

a piaci orientáción belül egy új alkotóelem került kimutatásra: a munkatársak által gyűjtött információ,

a szervezeti környezet tényezőn belül a dolgozói elkötelezettség fontosabb a menedzsment elkötelezettségénél.

# Az eredmények gyakorlati alkalmazása

az ügyfél-elégedettség fokozása érdekében a gátló tényezők lebontása menedzsment legfontosabb feladata (szervezeti egységek közötti konfliktus, centralizáció),

a külső környezet negatív hatásainak a tompításával teljesítményjavulás érhető el (puha költségvetési korlát, politikai befolyás),

fontos lehetőség az auditált minőségügyi szabványok bevezetése és az annak való megfelelés rendszeres monitorozása,

az eredményekben feltárt kapcsolatok további vizsgálatával lehetőség lesz egy szervezetfejlesztési beavatkozás lépéseinek a meghatározására.

# A kutatás korlátai, további kutatási javaslatok

a mintavételi eljárás online módja miatt alacsony kitöltési hajlandóság,

a szubjektív mutatóval való mérés problémája,

a többszörös főkomponens-analízis során a második adattömörítéskor már alacsonyabb KMO értékek keletkeztek,

az összetett modell struktúra kapcsolatainak további elemzése és az összes hatásmechanizmusának a vizsgálata (ok-okozati viszonyok),

jövőbeli kutatási irány a kutatási kérdések más módszertannal való vizsgálata és az eredmények összevetése.