az alábbi helységekben lévő raktárakat vette át: Arad, Barót, Csíkszereda, Dés, Kolozsvár, Kézdivásárhely, Marosvásárhely, Nagyenyed, Sepsiszentgyörgy, Székelyudvarhely, Szilágysomlyó, Nagyvárad, Székelykeresztúr, Szatmárnémeti. Továbbá a meggyesfalvi ecet-, likőr-, rum-, szesz és vegyészeti gyár, a hús-, gyümölcs-, fa-, seprűkészítő és -feldolgozó üzem, növény- és gyümölcsaszaló, autójavító üzem, kádárműhely, a nagyenyedi rum- és likőrgyár és ládagyár, valamint a marosvásárhelyi, dési és sepsiszentgyörgyi mintaboltok kerültek az új központ fennhatósága alá. Összesen 603 tagszövetkezettel (Dél-erdélyben 183, Észak-erdélyben 420), 14 termelőszövetkezettel és 3 szövetkezeti mintabolttal indult a Kaláka. Az igazgatótanácsba 3 földművest, 2 lelkészt, egy-egy vasmunkást, kisiparost, birtokost és tisztviselőt választottak be.

Az elkövetkezendőkben a Kaláka létfenntartása is tiszavirág-életűnek bizonyult. Az első szakaszban az úgynevezett Federálák, majd az INCOOP (Szövetkezeti Nemzeti Intézet) terjeszkedik a szövetkezetek felé. Az államosítást követően Országos Szövetkezeti Szervező Bizottság jön létre, mely a hasonló jellegű megyei bizottságokkal karöltve mindent megtesz a szövetkezeteknek egy közös frontra való tömörítése végett, mely durva adminisztratív intézkedés végül is a Hangya szövetkezeteknek az országos állami hálózatba való besorolásához s egyben sokrétű tevékenységének elsorvasztásához, tekintélyes vagyonának elherdálásához vezet. Így lesz egykori nagyenyedi Hangya-székhely a továbbiakban az állami szövetkezetek körzeti központja s árulerakata.

A nagyeyedi Hangya fénykorából így marad meg becses történelmi emlékként az egykori intézmény épülete, a hosszú éveken át szerkesztett és kiadott *Szövetkezés* tekintélyes lap, a Hangya-naptár, valamint a Rohay László vezérigazgató emlékét megörökítő tekintélyes fotóalbum. Mindezeket szent ereklyeként őrizzük a Bethlen Könyvtárban, egyéb forrásanyagal egyetemben, ezek lévén Nagyenyed és egyben Erdély magyarsága egykori gazdasági életének kézzelfogható, értékes, megfellebbezhetetlen bizonyítékai. Hasznosítsuk tehát a múlt ismeretét és tanulságos gyakorlatát jelenünk és jövőnk jobbítására. Erre pedig a nagyenyedi Hangya Központ példája minden tekintetben biztató és időtálló!

Irodalom:
1. Szövetkezés: 1926–1949-es évfolyam
2. Hangya Naptár: 1943–1946-os évfolyam
3. Enyedi Újság: 1922–1930-as évfolyam
4. Enyedi Hírlap: 1930–1940-es évfolyam
5. Déli Hírlap: 1943–1944-es évfolyam

E-business Kovászna megyében – esettanulmány

DR. DOMOKOS ERNŐ
MOLDOVÁN ISTVÁN

I. Bevezetés

Az internet és az on-line szolgáltatások lényegesen befolyásolják napjaink üzleti világát, a felhasználók millióinak életét. A világháló mint globális kommunikációs környezet a marketing gyakorlati alkalmazásának új lehetőségeit villantja fel. Elmondható, hogy az internet kereskedelmi felhasználása sem nélkülözheti az ismert feltételeket egy sikeres üzleti vállalkozáshoz:

– fel kell fedni a termék/szolgáltatás hasznosságát, azaz milyen emberi szükségletet elégít ki;

– a termék/szolgáltatás bemutatása nevelő, formáló hatással kell legyen a fogyasztóra;

– a kínálatot promóciós árakkal kell fenntartani.

A marketing egyik alapeleme a kommunikáció, amelyre az internet két specifikus szolgáltatással reagál: az elektronikus levelezés (e-mail) és a World Wide Web (www). Tágabb értelemben az elektronikus kereskedelem (e-business, e-commerce) olyan kereskedelmi-pénzügyi ügyleteket jelent, amelyekben az információtechnológiát veszik igénybe. Ide értjük azon tevékenységek összességét, amelyek fenntartják és elősegítik a cégek marketing-célkitűzéseit, például a reklám, eladás, kifizetés, eladás utáni szolgáltatások.

Egyre fokozódó jelentősége van az adatvédelemnek, az elektronikus aláírásnak. Különbséget kell tenni a Business-to-Business (BTB) és a Business-to-Consumer (BTC) típusú tranzakciók között. A szakirodalom néhány javaslatát mi is az érdeklődők figyelmébe ajánljuk:

– határozzuk meg a célpiacot (kik azok, akiknek a terméket/szolgáltatást kínáljuk);

– azonosítsuk a versenytársakat (e célra használhatjuk a különböző keresőprogramokat – Altavista, Lycos, Magellan, Yahoo, Google stb.);

– kínáljunk hasznos, minőségi információkat;

– bizonyosodjunk meg, hogy weboldalunk könnyen és gyorsan letölthető;

– biztosítsuk honlapunk megfelelő vizualizálását, laptopon is;

– hirdessük cégünk létezését;

– keressük meg e-mail segítségével a potenciális érdeklődőket;

– szervezzünk különféle promóciós versenyeket;

– bizonyítsuk be szavahihetőségünket (cégbemutatók, referenciák stb.);

– nyújtsunk minőségi szolgáltatást.

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy az elektronikus kereskedelem számos jogi, kulturális és technológiai kérdést vet fel. Romániában is napirendre került olyan problémák jogi szabályozása, mint például az elektronikus aláírás (2001/455-

ös sz. törvény), de törvénytervezet készült az elektronikus kereskedelem általános szabályozásáról is.

Azt is le kell szögezni, hogy az elektronikus kereskedelem még csak a kezdeteknél tart. Nemzetközi felmérések szerint ma az on-line ügyletek 67 százaléka nem sikeres, a partnerek nem véglegesítik az ügyletet. Ebben a kontextusban úgy értékeltük, hogy egy esettanulmány elvégzése Kovászna megyében hozzájárulhat a jelenlegi helyzet pontos felméréséhez, a stratégiai problémák megfogalmazásához, lehetséges megoldások körvonalazásához.

II. Esettanulmány Kovászna megyében

A kolozsvári MÉDIA INDEX Egyesület támogatásával 2002. június 1. és november 15. között kérdőíves felmérést végeztünk az internet használatáról Kovászna megyében, több mint 650 alany esetében. A felmérés során a vizsgálatba bevontuk a Sepsiszentgyörgyi Főiskola hallgatóinak egy csoportját is.

Megjegyezzük, hogy a felmérést egy aktív sajtókampány előzte meg, és a kérdőív interneten is elérhető volt a *www.cosys.ro/ubb* címen. A kérdőívek számítógépes feldolgozása nyomán az adatokat összesítettük, táblázatokba soroltuk, és az eredményeket grafikusan is ábrázoltuk. A tizenkét táblázat és a megfelelő grafikonok tükrözik a felmérés eredményeit a következő kritériumok szerint: nem, életkor, lakhely, munkahely, jövedelem, végzettség.

A felmérés során a következő alapkérdéseket tettük fel az alanyoknak:

– Hallott már az internetről?

– Milyen szolgáltatásokat használ: elektronikus levelezés, böngészés, elektronikus kereskedelem?

– Milyen gyakran netezik?

A vizsgálat alanyainak elosztását az alábbiakban mutatjuk be:

Összes alany:	652	100,0 %
Nemek szerint:		
nő	326	50,0 %
férfi	326	50,0 %
Életkor szerint:		
15 évesnél fiatalabb	9	1,4 %
15 és 30 év között	218	33,4 %
30 és 45 év között	244	37,4 %
46 és 60 év között	107	16,4 %
60 évesnél nagyobb	74	11,3 %
Lakhely szerint:		
falusi	166	25,5 %
városi	486	74,5 %
Munkahely léte szerint:		
van	461	70,7 %
nincs	191	29,3 %
Egy főre eső jövedelem szerint:		
kisebb, mint 1,750 millió lej	284	43,6 %
1,750–5,500 millió lej között	319	48,9 %
nagyobb, mint 5,500 millió lej	49	7,5 %
Végzettség szerint:		
alapfokú végzettségű	203	31,1 %
középfokú végzettségű	296	45,4 %
felsőfokú végzettségű	153	23,5 %

A következőkben (előző táblázat) részletesen bemutatjuk és értelmezzük a vizsgálat adatait és eredményeit, összehasonlítva ezeket országos és nemzetközi adatokkal.

1. Az alanyok neme szerint

A megkérdezett alanyok fele nő, fele férfi. Úgy tűnik, hogy a férfiak vezetik az „internetes” mezőnyt: többen hallottak róla, és általában nagyobb részarányban leveleznek és böngésznek. Nagyobb az eltérés az e-commerce tekintetében: egyelőre a férfiak szívesebben adnak el és főleg vásárolnak az interneten.

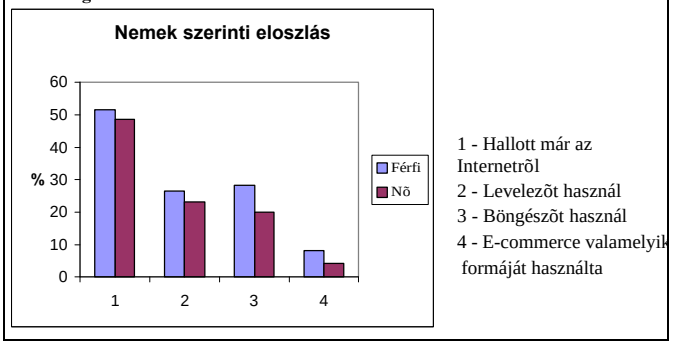
1. számú táblázat — **Számszerűen**

Sor-szám	Csoport (nemek)	Hallott már az Internetről	Mit használ				
			E-mail	Böngésző	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	Férfi	296	152	163	47	20	42
3	Nő	279	133	115	24	13	19

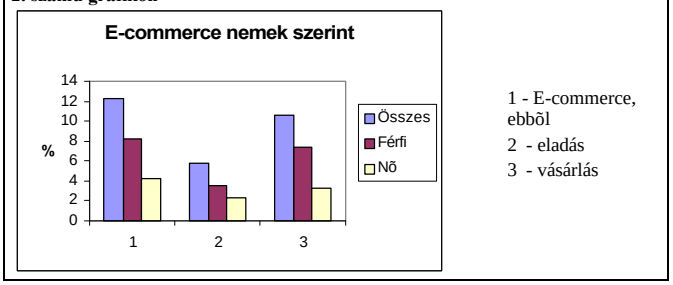
2. számú táblázat — **Százalékosan**

Sor-szám	Csoport (nemek)	Hallott már az Internetről	Mit használ				
			E-mail	Böngésző	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	Férfi	51	26	28	8	3	7
3	Nő	49	23	20	4	2	3

1. számú grafikon



2. számú grafikon



2. Az alanyok életkora szerint

Az alanyok életkor szerinti eloszlása három nagyobb, de százalékosan közel álló csoportot mutat:

– 30 évesnél fiatalabb - 35 %

– 30 és 45 év között - 37 %

– 45 évesnél idősebb - 28 %.

A százalékos táblázatot megfigyelve észrevehetjük, hogy 92 százaléka azoknak, akik hallottak az internetről, 16 és 60 év közötti életkorúak. Ez a nagyobb korcsoport vezeti az internet-

szolgáltatások használati listáját is: az elektronikus levelezést, a böngészést, az elektronikus kereskedelmet. A 15 évesnél fiatalabb és a 60 évesnél idősebb alanyok százalékos részaránya vagy nagyon elenyésző, vagy nulla.

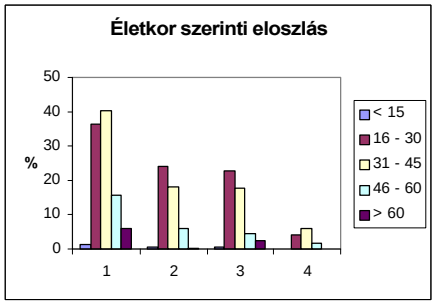
3. számú táblázat — Számszerûen

Sor-szám	Csoport (év)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	< 15	9	4	4	1	0	1
3	16 - 30	209	139	131	25	13	20
4	31 - 45	232	105	103	35	16	31
5	46 - 60	91	34	26	10	4	9
6	> 60	34	3	14	0	0	0

4. számú táblázat — Százalékosan

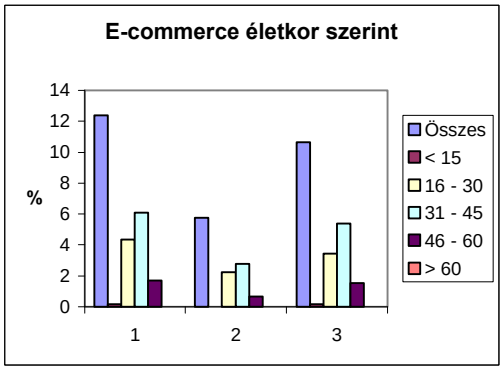
Sor-szám	Csoport (év)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	< 15	2	1	1	0	0	0
3	16 - 30	36	24	23	4	2	3
4	31 - 45	40	18	18	6	3	5
5	46 - 60	16	6	5	2	1	2
6	> 60	6	1	2	0	0	0

3. számú grafikon



1 - Hallott már az Internetrõl
2 - Levelezõt használ
3 - Böngészõt használ
4 - E-commerce valamelyik formáját használta

4. számú grafikon



1 - E-commerce, ebbõl
2 - eladás
3 - vásárlás

3. Az alanyok lakhelye szerint

A megkérdezett alanyok 74,5 százaléka él városon és 25,5 százaléka falun. A megkérdezettek közül a városi alanyok 77 százaléka hallott már az internetről, míg a falusi alanyoknál ez csak 23 százalék. Mind városon, mind falun az elektronikus levelezés és a böngészés használatának százalékos megoszlása kiegyensúlyozott. Az e-commerce tekintetében megfigyelhető, hogy ezt a szolgáltatást főleg a városi alanyok használják, 5:1 arányban a falusi alanyok rovására. Az alanyok összességében a vásárlások túlnyomó aránya az eladásokhoz képest.

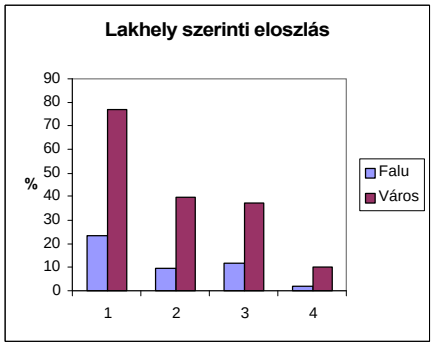
5. számú táblázat — Számszerûen

Sor-szám	Csoport (lakhely)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	Falu	134	56	66	12	4	12
3	Város	441	229	212	59	29	49

6. számú táblázat — Százalékosan

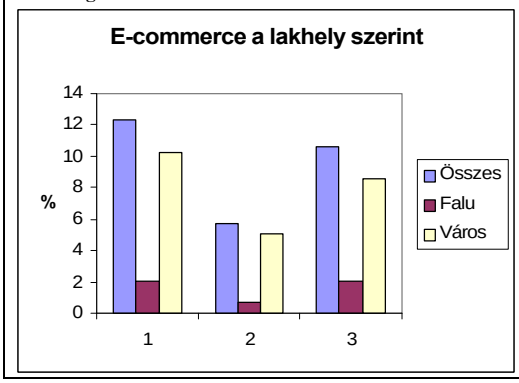
Sor-szám	Csoport (lakhely)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	Falu	23	10	11	2	1	2
3	Város	77	40	37	10	5	9

5. számú grafikon



1 - Hallott már az Internetrõl
2 - Levelezõt használ
3 - Böngészõt használ
4 - E-commerce valamelyik formáját használta

6. számú grafikon



1 - E-commerce, ebbõl
2 - eladás
3 - vásárlás

4. Az alanyok munkahelyének léte szerint

Az alanyok munkahelyének léte szerint a következő az eloszlás:

– Van munkahelye 461 személynek, ez több mint 70 százalékos részarányt jelent.

– Nincs munkahelye 191 megkérdezett személynek (29,3%). Megjegyezzük, hogy ebbe a kategoriába besoroltuk a nyugdíjas alanyokat is.

A táblázatok alapján megállapíthatjuk, hogy a munkahellyel rendelkezők sokkal nagyobb részarányban használják az Internet nyújtotta lehetőségeket.

5. Az alanyok jövedelme szerint

A családban egy főre eső jövedelem szerinti eloszlás szerint a megkérdezett alanyok szinte fele a középső kategoriába esik: havi 1,750 és 5,500 millió lej között. Közelítő értékű (43,6 százalék) az 1,750 millió lejnél kisebb jövedelműek csoportja, míg

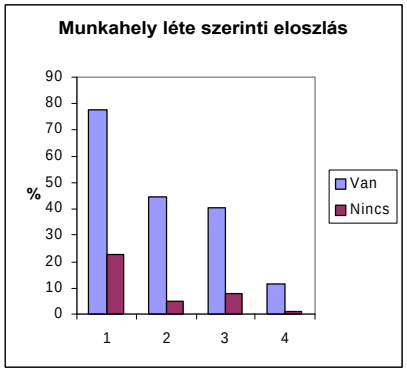
7. számú táblázat Számszerûen

Sor-szám	Csoport (munkahely)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	Van	445	256	233	65	30	57
3	Nincs	130	29	45	6	3	4

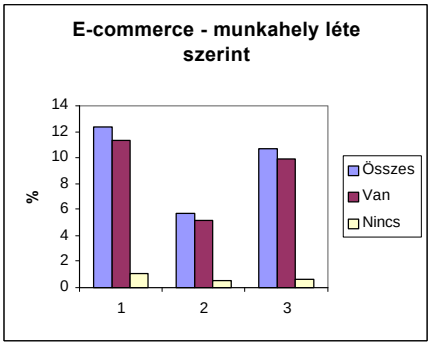
8. számú táblázat Százalékosan

Sor-szám	Csoport (munkahely)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	Van	77	45	41	11	5	10
3	Nincs	23	5	8	1	1	1

7. számú grafikon



8. számú grafikon



az 5,500 millió lejnél nagyobb jövedelmûek részaránya csak 7,5 százalék. A közepes jövedelmûek csoportjának több mint fele részarányban hallott az internetről, levelezik és böngészőt használ. A fele részarány megtalálható az e-commerce-nél és vásárlásnál is, de az eladásnál ez az eloszlás kiegyensúlyozódik.

6. Az alanyok végzettsége szerint

A megkérdezett alanyok végzettség szerinti eloszlásában vezetnek a középfokú végzettséggel rendelkezők, részarányuk 45,4 százalék. Az alapfokú végzettségűek részaránya 31,1 százalék, a maradék 23,5 százalékot a felsőfokú végzettséggel rendelkezők alkotják.A táblázatokból kitűnik, hogy majdnem fele azoknak az alanyoknak, akik hallottak már az internetről, középfokú végzettséggel rendelkezik. Ezt az arányt megőrzik az elektronikus levelezés és böngészés használata szempontjából is. Az e-commerce használata a felsőfokú végzettségűeknél magasabb százalékot mutat: nagyobb az alapfokú és középfokú végzettségűek összesített értékeinél mind eladás, mind vásárlás szempontjából.

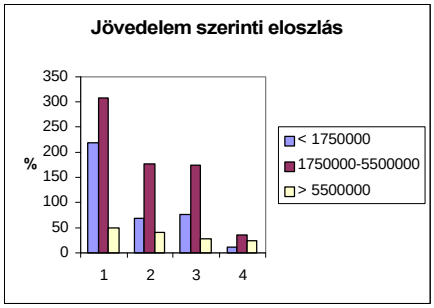
9. számú táblázat Számszerûen

Sor-szám	Csoport (jövedelem - lej)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	< 1750000	219	69	76	11	6	11
3	1750000-5500000	307	176	174	36	14	32
4	> 5500000	49	40	28	24	13	18

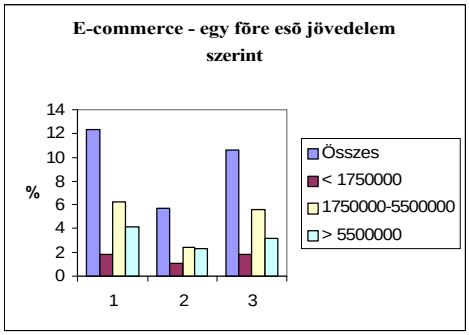
10. számú táblázat Százalékosan

Sor-szám	Csoport (jövedelem - lej)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	< 1750000	38	12	13	2	1	2
3	1750000-5500000	53	31	30	6	2	6
4	> 5500000	9	7	5	4	2	3

9. számú grafikon



10. számú grafikon



Konklúziók, javaslatok

Értékelésünk szerint jelenleg Kovászna megyében az internethasználat és annak keretében az elektronikus kereskedelem a spontán fejlődés szakaszában van. Ha felmérésünk eredményeit összevetjük a GfK romániai piackutató intézet nemrég megjelent tanulmányával, amely szerint:

– a megkérdezettek egyharmada nem hallott az internetről,

– a jelenlegi internetfelhasználók 49 százaléka levelezésre, 46 százaléka on-line társalgásra, 37 százaléka információkeresésre, 26% hírek olvasására, 21% munkahelykeresésre, 18 százaléka a

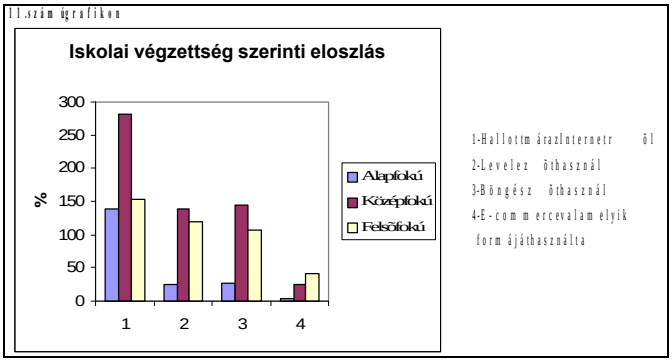
11. számú táblázat Számszerûen

Sor-szám	Csoport (végzettség)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	575	285	278	71	33	61
2	Alapfokú	140	26	27	3	1	3
3	Középfokú	282	139	144	26	13	22
4	Felsõfokú	153	120	107	42	19	36

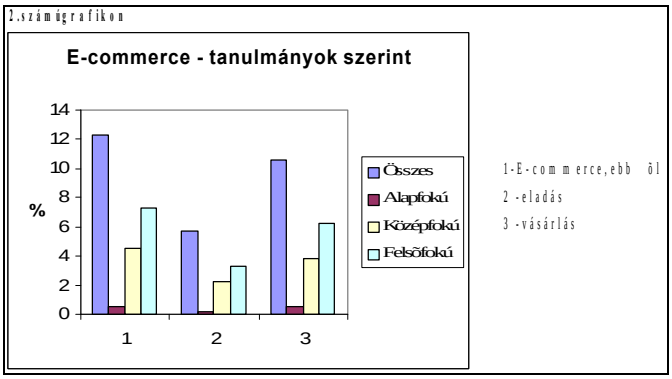
12. számú táblázat Százalékosan

Sor-szám	Csoport (végzettség)	Hallott már az Internetrõl	Mit használ				
			E-mail	Böngészõ	E-commerce		
					Összes	Eladás	Vásárlás
1	Összes	100	50	48	12	6	11
2	Alapfokú	24	5	5	1	0	1
3	Középfokú	49	24	25	5	2	4
4	Felsõfokú	27	21	19	7	3	6

1.számú grafikon



2.számú grafikon



hatóságokkal való kapcsolattartásra használja az internetet,

– a felhasználók 25 százaléka munkahelyén netezik,

– az otthoni felhasználók aránya 20 százalék,

– az interneten eltöltött átlagos időtartam heti 5,8 óra,

Kiderül, hogy a Kovászna megyei helyzet viszonylag jobb az országos átlagnál. Egyértelmű azonban az az igény, hogy Romániában a stratégiai kérdések megfogalmazását és a főbb fejlesztési irányok kijelölését az Európai Unió elvárásai és szabványai szerint kell elvégezni. Az utóbbi időben Romániában is megjelent egyrészt az interneten már jelen levő, másrészt a megjelenést tervező cégek részéről az igény (lásd a 13. számú táblázatot a Kovászna megyei webcímekről), hogy a statikus honlapokat tartalomban gazdag, folyamatosan változó, dinamikus honlapokkal helyettesítsék. Kézenfekvő, hogy a termékeket gyártó, illetve forgalmazó vállalkozások a reprezentáción túl intelligens megoldásokkal értékesítésre is használják az internetet, hogy az üzleti információk közzététele mellett boltot is nyissanak.

Az internetes kereskedelem jelenlegi hazai forgalma és piaci lehetőségei nem teszik lehetővé a kis- és középvállalkozások számára költséges megoldások finanszírozását. Az eddigi tapasztalataink azt mutatják, hogy a vállalkozók többsége saját, önálló rendszert szeretne, minél olcsobb virtuális boltnyitási lehetőségekkel. Jelenleg az alábbi lehetőségek közül választhatnak a cégek áruiknak interneten való értékesítésére:

– Univerzális, skálázható rendszer. Rendkívül költséges, nagyok a hardverigényei. Csak olyan nagy (országos, regionális szintű) rendszerek esetén térül meg, ahol a meglévő kereskedelmi rendszereket kell bekapcsolni.

– Önállóan, saját domain-névvel való megjelenés. Lehetőség van saját igényeinek megfelelő szoftvert kifejleszteni. Mivel egy adott környezetre épül, nehezen skálázható, bővíthető, folyamatos fejlesztést és karbantartást igényel.

– Áruházi bolt nyitása egy virtuális áruházban. Havi díjat kell fizetni, a boltszoftver is a működtető tulajdona. A szolgáltatók általában hosszú távú szerződéseket kötnek, magas havi díjakkal. Az olcsó boltnyitási lehetőségek általában szerényebb megjelenéssel és korlátozott funkciókkal járnak. Ráadásul a testreszabásért különdíjat kell fizetni. A kereskedő maximálisan ki van szolgáltatva a működtetőnek. Előfordulhat, hogy hetekig szünetel a bolt működése, megrendítve ezzel a vevők bizalmát.

Egy on-line kereskedelmi rendszer általános követelményei: többszintes katalógusrendszer, korlátlan termékszám, egyszerre több kosár és vásárlói lista, intelligens keresés, akciók és aukciók támogatása, vásárlói és termékcsoportok, illetve ezek egymáshoz rendelése, különböző szintű kedvezmények megadása, korlátlan mennyiségű információs doboz a nyitóoldalon, toplisták, e-mail küldés, statisztikák, hitelkártyás fizetés, szabadon változtatható megjelenés, egyszerűen kezelhető adminisztrációs felület.

Befejezésül úgy értékeljük, hogy tanulmányunk szerény hozzájárulás az e-business elméleti és gyakorlati kérdéskörének körvonalazásához, a lehetséges fejlesztési irányvona-

13. számú táblázat **Webcímek Kovászna megyében**

Web cím	Tevékenységi terület	e-commerce
http://conitrans.nd.ro	fafeldolgozás (bútor, házak)	
www.3szek.ro	média	
www.akraplast.ro	beltéri beépítkezés	letölthető file-ok
www.autocrono.ro	autó-sport, -mozgalom	
www.axgroup.ro	építészet, tervezés, kereskedelem	
www.carryboyromania.ro	gépkocsialkatrészek	árlista
www.clc.ro	fafeldolgozás (házak)	
www.cosys.ro	számítástechnika	
www.cosys.ro/conico	építőipar	
www.covalact.ro	tejfeldolgozás	
www.datas.ro	számítástechnika	
www.digital-studio.ro	IT, szolgáltatás (reklám, marketing)	
www.domo.ro	kereskedelem (háztartási gépek)	igen
www.dunapack.ro	hullámpapír csomagolóanyag	
www.globinfo.ro	számítástechnika	
www.hardtrading.ro	számítástechnika	interaktív konfigurálás
www.honoris.ro	számítástechnika	
www.honoris.ro/aecito	mezőgazdasági termékek	
www.honoris.ro/swi	fakitermelés, fafeldolgozás	
www.hotelcastel.ro	vendéglátóipar	
www.hungastro.ro	ebédjegyek	
www.iame.ro	gépipar	
www.investhere.ro	szolgáltatás	
www.metabond.ro	gépolajok	igen
www.mokisz.ro	fafeldolgozás (bútor)	
www.nd.ro/capitaly	személyszállítás	
www.ordog.ro	építészet	
www.planet.ro	számítástechnika	
www.primaice.ro	élelmiszeripar (fagylaltok)	
www.proex.ro	tervezés	
www.proinfo.ro	számítástechnika	
www.reni.ro	termelés (gyertyák)	
www.romstal.ro	szerelékek (víz, gáz, klima stb.)	igen, fiók
www.spicom.ro	kenyérgyártás	
www.stv.ro	média (televízió)	
www.szekelyhirmondo.ro	média, szolgáltatás	
www.textila-oltul.ro	textilipar	
www.tricomserv.ro	gépipar (elektromos pompák, motorok)	

Arad megye gazdasági helyzete

HORVÁTH LEVENTE

Arad megye Románia nyugati részén helyezkedik el. Területe 7654 km^2 , mely az ország 3,2%-át teszi ki, északon Bihar megye, délen Temes megye, nyugaton Magyarország, keleten pedig Hunyad és Fehér megye a szomszédai. Felszínét tekintve a síksági forma a legjellemzőbb, amely a 300-800 m magas Zarándhegység és a Lippai dombvidék közé ékelődik a Maros folyó két oldalán. Legmagasabb pontja a Codru Moma-hegységben található Gaina-csúcs (1485 m). Folyóit tekintve a 250 km^2 -t elfoglaló Maros, illetve a 208 km^2 -t átfedő Fehér-Körös és a Fekete-Körös a legfontosabb. A megye területén találhatók a jelentős turisztikai vonzerővel rendelkező, 563 ha-n elterülő Mácsa, Borosjenő, Honctő, Zimbru melletti védett területek.

2002. január 1-jén a megye lakossága 475 695 fő, ebből 228 749 férfi (48%) és 246 946 nő (52%). A népsűrűség 62,1 lakos/km^2 .Az emberek 52,1%-a városon és 47,9% falun él. A városok száma: 1 megyei jogú város: Arad, 7 város: Kisjenő, Borosjenő, Kürtös, Nagylak, Lippa, Pankota, Borossebes. A megyében 67 község és 267 falu található.

A magyarság – mint a megye legjelentősebb kisebbsége – számarányát tekintve a következőképpen alakult:

	Az 1977-es népszámlálás adatai alapján	Az 1992-es népszámlálás adatai alapján	A 2002-es népszámlálás adatai alapján
Arad megye	71 966	60 822	49 279
Városokon	42 122	37 252	28 806
Falun	29 844	23 570	20 473

Jelenleg 49 279 fő (10,35%) a megye magyar lakossága, és ez 1977-hez képest egy 31,52%-os csökkenést, illetve 1992-höz képest 18,98%-os csökkenést jelent. Arad városában az elmúlt tíz évben 29 797-ről 22 466-ra csökkent a magyar lakosság száma. Sorrendben még roma (2,7%), német (1,9%), szlovák (1,2%) és szerb kisebbség található.

A megye tagja az 1997. november 21-én alakult Duna-Körös-Maros-Tisza Eurorégiónak. E határokon átnyúló együttműködésnek legfontosabb célkitűzése, hogy a három érintett ország megyéi, a romániaiak, a magyarországiak, illetve a Vajdaság olyan közös terveket dolgozzanak ki, amelyek az uniós támogatások megszerzésének esélyét hatékonyan növelik. Ugyanakkor a határon átívelő programok gyakorisága a térség gazdasági fejlődését is elősegíti.

Gazdasági helyzet

Mezőgazdasági potenciál

A megye területének 65,9 %-a , 511 615 ha mezőgazdasági terület. Ebből 347 659 ha nagy kiterjedésű, összefüggő termőföld (szántó), 153 464 ha legelő és 6480 ha gyümölcsös. Az erdőterületi potenciál 212 182 ha, a szőlőtermesztés pedig 3980 hektáron folyik. Nem elhanyagolható a fakitermelés sem, amely leginkább a tölgy és a bükk, illetve más keményfák kitermeléséből több mint 350 000 m^3-t jelent évente.

2002. július végén a megye állatállománya a következőképpen alakult:

	Marha	Sertés	Juh és kecske	Szárnyas
Arad megye	66 722	225 146	268 717	2 236 000
1. Állami társaságok	890	1310	87	-
2. Magáncégek	2633	1115	7858	27
3. Mezõgazdasági társulások	1109	10 224	3676	-
4. Háztartások	62 090	212 497	257 096	2209

Az élve születéseknél 2001-hez képest 881-gyel nőtt a marha-, 533-mal a sertés- és 2370-nel a juh- és kecskeállomány.

Az ágazat területén tevékenykedők a versenytársak erősségét, a belföldi piaci kereslethiányt és a bizonytalan piaci helyzetet, valamint az állami támogatások elégtelenségét tartják az ágazati fejlődés akadályozójának. A mezőgazdaságban beruházók aránya legnagyobb része gyártmány- és szolgáltatásfejlesztésre, valamint gépekre és öntözőrendszerekre végez beruházást. A megkérdezettek alig 25%-a jut külföldi vagy egyéb forráshoz (támogatáshoz). Hiányoznak a mezőgazdasági termelők export/érdekképviseleti, szakmai egyesülései, amelyek javítanák pozíciójukat a szerződéskötések során. Pozitív példa a Romániai Magyar Gazdák Egyesülete (RMGE), amely igen aktívan kapcsolódik be a megye magyar mezőgazdasági vállalkozói életébe. A mezőgazdaság főleg belpiaci orientációjú, illetve csak közvetítőkön keresztül kapcsolódik a külpiacokhoz.

Ipar és kereskedelem

2002. július végén Arad megyében 17 624 cég van bejegyezve, ebből 978 idén alakult. A cégforma alapján:

	Cégek száma 2002.07.31.	2002-ben bejegyzett cégek
Arad megye, ebbõl:	17 624	978
1. Egyedárúság, RA	15	-
2. Részvénytársaság, rt.	522	17
3. kft.	9887	570
4. Közkereseti társaság SNC	34	-
5. Egyszerû betéti társaság SCS	3	-
6. Mezõgazdasági társulás	153	-
7. Családi társulások	7010	391

Az ipari termelés összértéke a megyében az év első hét hónapjára elérte a 4 196 503 millió lejt.

Mint a lenti táblázatból kiderül, a legnagyobb ipari termelést a vagongyártás jelentette, ezt követi a ruházat- és konfekciógyártás, valamint a bútoripari és a fémfeldolgozó ipar. A nagy

ipari múlttal rendelkező megyében az utóbbi 10 évben olyan hírneves cégek mentek tönkre, mint az UTA, TEBA (textilipar), ARIS (esztergapadgyár), ALFAR (üvegházak), CARNE (vágóhíd), CEALA (sertéshizlalda), INDAGRARA (szeszgyártás), VICTORIA (óragyártás). A megszűnésük miatt keletkezett űrt nehezen tudják pótolni az utóbbi évek sikerprivatizációi, az ASTRA TRINITY tehervagongyár, a személyvagongyár, hiszen a korábban foglalkoztatott több tízezer munkás 80%-a máshol volt kénytelen állást keresni, vagy munkanélkülivé vált.

	Az ipari termelés nagyságrendje 2002.01.01–07.31. között (millió lej)	Százalékban
Iparág *összesen*	4 196 503	100%
Kitermelõ	240 043	5,7
Élelmiszer és ital	159 234	3,8
Textil	17 199	0,4
Konfekció	967 947	23,1
Bõr és lábbeli	111 848	2,7
Fémfeldolgozó	325 692	7,8
Gépek berendezések	107 525	2,5
Orvosi felszerelések Mérõmûszerek	309 864	7,4
Vasúti szerelvények	1 110 934	26,5
Bútor	363 716	8,7
Villamos energia	89 427	2,1
Egyéb	393 074	9,3

Az ipari termelés 67,4%-a a magánszektorból, az állami szektorból 8,8%, míg a vegyes tőkéjű vállalatoktól 23,8% származik. A gyártóknál raktáron maradt késztermékkészlet értéke 2002. július végén elérte a 253,6 milliárd lejt. Az iparban foglalkoztatottak száma 17 556 fő, 2,2%-kal kisebb, mint egy évvel korábban. Az exportértékesítés 2002.07.31 – 01.01 között 1158,7 milliárd lejt tett ki, ami a legyártott termelés 31,2%-a. A kivitel 63,4%-a vegyes tőkéjű vállalatoktól, míg 36,6% a magáncégektől származik. Az ipari termelés dinamikája 2002 júliusában, a 2001 júliuséhoz képest 10,9%-os növekedést ért el.

Iparáganként a következő a megoszlás:

	01.01 – 31.07.2002 / 01.01. – 31.07.2001 között elért növekedés
Ipari termelés, *összesen*	110,9
Kitermelõi	95,5
Ital és élelmiszeripar	83,4
Konfekció és ruházat	124,9
Bõr és lábbeli ipar	81,0
Fémfeldolgozó	97,3
Gépipar	124,1
Orvosi felszerelések	154,0
Vasúti szerelvények	159,8
Bútoripar	83,1
Fafeldolgozás	71,8
Vízgazdálkodás	88,4

Látható növekedést a vasútiszerelvény-gyártás, a konfekció- és ruhagyártás, a gépipar és az orvosi- és mérőműszer-gyártás ért el. Ezen iparágakban olyan jeles cégek tevékenykednek, mint az ASTRA TRINITY, CONTOR ZENNER, IMAR, SANEVIT, míg a konfekció- és ruházat-, a bőr- és lábbeligyártás terén leginkább az olasz partnerekkel kialakított lohn típusú együttműködés a jellemző. Nagyon keresett továbbá a külföldi befektetők számára igen vonzó ARADI IPARI ZÓNA, és a Kürtös–Arad vámszabad terület.

A kereskedelem terén még eléggé nyitottak a lehetőségek. Igazából hiányoznak a megyéből a nyugati színvonalú nagy bevásárlóközpontok, amelyekben a vásárolni szándékozók a termékek, szolgáltatások szélesebb köréhez tudnának hozzájutni.

Arad városában 3 hipermarket: 2 PROFI és 1 BILA található. Idén avatták fel a város Vásár Expo-pavilonját, évente 8-10 a hagyományosan megrendezendő ágazati vásárok száma (AGROALIM, AR-MEDICA, TRANSPORT-AR, GARDENIA, CONFORT-INSTALL, CONFORT-CONSTRUCT). A megye fejlettségének meghatározó tényezője az itteni vállalatok gazdasági tevékenysége. Nehezen emésztette fel a megye olyan termelők áttelepülését, mint a PEPSI, BRAU UNION, MOL.

A helyi vállalatok stratégiai irányultságának elemzése választ ad a megye hosszú távú fejlődési potenciáljának meghatározásával kapcsolatos kérdésekre. Az Arad megyei vállalatok a külső tényezőket, ezen belül is a kiszámíthatatlan gazdaságpolitikai és jogi intézkedéseket, a túlbürokratizált intézményi keretet tartják a vállalati stratégiát leginkább akadályozó tényezőnek, ami összhangban van az ország más megyéiben végzett felmérések eredményével. A határ menti fekvés miatt a megye nyitott a külföldi példákra. Bár a nyitottsága a külföldre irányuló munkaerő-kivándorlás egyik magyarázata is.

A foglalkoztatottak száma július végén 17 556 fő, ami 2001 júliusához képest 3,2%-os csökkenést mutat. Egy 243 fős mintavétel alapján az átlag bruttó kereset 2002 júliusában Arad megyében 5 633 756 lej, míg az átlagos nettó kereset 3 961 161 lej. A megyei munkaügyi hivatalnál 2002 júliusában 12 405 fő a nyilvántartott munkanélküliek száma. Ebből 6179 a munkanélküli-segélyt kapók, míg 6226 a nem fizetettek.

A munkanélküliek 39,6% -a (4918) nő, 7487 (60,4%) férfi. A legnagyobb részük 4293 fő (34,6%) Arad municípiumban van. A képesítésük alapján a fizetett munkanélküliek közül 274 (4,47%) rendelkezik egyetemi végzettséggel, 2276 (36,8%) középfokú végzettséggel, és 3629 (58,73%) pedig munkás.

A regisztrált munkanélküliségi ráta 2002. július végén Arad megyében 6%-os.

	Élve születések	Elhalálozás	Természetes szaporulat	Házasságkötések száma	Válások	1 év alatti elhalálozások
2002.01.01–07.31.	2501	4060	- 1559	1361	667	37
2001.01.01–07.31.	2544	3786	- 1242	1376	642	36

Oktatás

1997-ben a megye területén 687 közoktatási intézmény található. Ebből 305 elemi iskola, illetve gimnázium, 297 óvoda, 39 líceum, 25 posztliceális iskola, 19 szakiskola és 2 egyetem. A tanulók száma 90 000, vagyis a lakosság 18,91%-a. Mindkét 1990-ben alapított egyetemen, az Aurel Vlaicu egyetemen és a Vasile Goldiș Nyugati Egyetemen egyaránt létezik Közgazdasági Kar. Az előbbin biztosítási, könyvelési és gazdasági-informatikai szakokkal, míg a másodikon pénzügy, marketing, menedzsment és informatika szakokkal. Magyar nyelvű gazdasági szakoktatás a Csiky Gergely Iskolacsoporton belül, gimnáziumi szinten folyik: könyvelő-statisztikus, illetve általános gazdasági szakon.

Következtetések

A gazdaságfejlesztés minden megye fejlesztésének legfontosabb eleme, egy olyan folyamatos tevékenység, mely az önkormányzati, nonprofit és profitorientált szektor együttes tevékenységének, egymásrautaltságának eredménye. Sajnos, ez az egymásrautaltság és kölcsönös felelősség s az az alapján való cselekvés még nem jellemző napjaink általános gyakorlatára. Az önkormányzatok az adózási, illetve támogatási rendszerük megfogalmazásakor közvetlenül avatkoznak be a piaci mechanizmusokba. Ugyanakkor szívesen kell fogadjanak minden vállalkozói, befektetői elképzelést, hiszen a térségi elmaradottság, a munkanélküliség és kísérőjelenségei komoly kényszert jelentenek a gazdasági aktivitás növelése iránt. A nonprofit szektoron belül a kereskedelmi kamarák szerepe válik egyre fontosabbá leginkább a gazdaságfejlesztés terén. Nem elhanyagolható a szakmai társulások (pl. RMKT), társaságok, vállalkozásfejlesztési alapítványok szerepe sem, amely egyrészt a minőségi munkaerő biztosításában, másrészt mikrohitelt biztosító keretprogramok meghirdetésében konkretizálódhat.

A Gazdasági Civil Parlament megalakulásáért

Az Alapítvány az Erdélyi Magyar Civil Szervezetekért 2002. május 3–4-e között szervezte meg Kolozsváron a IV. Erdélyi Civil Fórumot *Civil társadalom és az önépítkező intézményfejlesztés* címmel. Ennek keretében a gazdasági szekció témája *Az intézményfejlesztés gazdasági háttere* volt. Az előadásokat kerekasztal-megbeszélés követte. A kerekasztal témája a javasolt Gazdasági Civil Parlament létrehozása volt.

A konszenzusos vélemény szerint ez az integráló civil szerveződés semmiképpen se sértheti a részt vevő civil szervezetek autonómiáját, tiszteletbe kell tartania azok teljes függetlenségét, és hozzá kell segítenie a jobb, hatékonyabb működéshez. Olyan laza szerveződés, amelynek csak alkalmi vezetősége van, saját maga szabja meg tevékenységi körét és célját; függetlenek minden rajtuk kívül lévő hatalmi tényezővel szemben; tagjaik – az önkéntesség elve alapján – a gazdasági célokat maguk elé tűző civil szervezetek; minden tag egyenlő képviseleti joggal rendelkezik.

Létrehozása mellett a következő érvek szólnak:

– érdekérvényesítési szolidaritásra teremt lehetőséget;

– lehetővé teszi a partnerségre való képesség kialakítását;

– civil társadalmi kontroll szerepkör betöltését végezheti;

– erőt és eszközt jelent a társadalmi frusztráció elleni közös fellépésre (az önvédelem eszköze)

– megteremti minden civil parlamenti tag számára az információhoz való hozzáférés egyenlő esélyét;

– elkészíti a közösségi érdekérvényesítés stratégiáját;

– érvényesíti az önkéntesség, az egymás iránti felelősség, a kölcsönös segítségnyújtás, a függetlenség-szabadság-egyenlőség polgári erkölcsi elveket;

– álláspontokat fogalmaz meg, illetve közvetít saját szereplői és a külső hatalmi szférák felé;

– szerepet vállal a szakmai képzés megszervezésének szerepkörét a tudásközpontú társadalom kialakításában, hogy a kisebbségi civil szervezetek eleget tegyenek hivatásuknak a XXI. század tanuló társadalmában;

– javaslatokat dolgoz ki és terjeszt elő a civil szférát érintő országos szabályozásra.

A gazdasági civil szféra az erdélyi magyarság gazdasági regenerálódásában játszott szerepében a szolidaritáson alapuló, egészséges közvélemény és munkásság nélkül képtelen hivatását teljesíteni. Emlékeztetünk, hogy 1902-ben, a Székely Kongresszuson már megfogalmazódott az egyesülésben rejlő erő, amely a mának is üzen: „Az izoláltan működő erők nagy munkát végezni nem képesek. Egyesíteni kell azokat, hogy támogathassák egymást. Tömörülni kell. Egységesre van szükség, s szervezett, tervszerű munkálkodásra, melyben egyik vidék támogassa a másikat.”

A Gazdasági Civil Parlament partnerségi integrációs alapelvei:

– önkéntesség és kezdeményezési szabadság,

– egyenjogúság és hálózati jelleg,

– alá- és fölérendelés elutasítása,

– teljességi igények és a kötelezettség terhének elutasítása,

– érdekeltség,

– önérdekű nyomulások elutasítása,

– szakmaiság, hitelesség, teljesítőképesség

– közösségi elkötelezettség és együttműködési készség,

– partnerségi korrektség és megbízhatóság,

– érték- és érdekképviseleti alkalmasság,

– közösségi képviselet demokratikus kontrollja,