Telephelyválasztási stratégiák és a területi verseny – a kolozsvári bankok esetében

ALT MÓNIKA[1] – BOGDÁN ÁRPÁD[2]

A jelenlegi tanulmány célja, hogy megvizsgálja a telephelyválasztási stratégiát és a területi versenyt a kolozsvári bankok esetében. Az első részben felvezetjük a téma jelentőségét, és tisztázzuk a használt fogalmakat. A módszertani leírást az eredmények bemutatása követi. Végezetül megfogalmazzuk a következtetéseket, a tanulmány korlátait és a további kutatás lehetőségeit.

Kulcsszavak: telephelyválasztás, bank, geomarketing, térinformatika, területi verseny.

Jelen cikk a marketingstratégia egyik elemét tanulmányozza: az értékesítés helyét. Az értékesítési és forgalmazási döntések eredményes meghatározása kritikus pontja a marketingstratégiáknak.

A kereskedelmi egységek marketingjében gyakran a legmeghatározóbb elemnek tekintik a helyválasztást. Az előnytelen hely gyakran a legsúlyosabb károkat okozhatja a vállalatnak. Ugyanakkor viszont kijelenthető, hogy az előnyös helyválasztás önmagában nem kompenzálhat egy középszerű vagy gyengébb általános stratégiát.

A geomarketing az a kutatási terület, amelyben a térinformatikai adatok és paraméterek kapnak szerepet a marketingtevékenységek tervezésében és végrehajtásában. A marketingmix minden eleménél felhasználható, magába foglalja az útvonalválasztást, területtervezést, telephelyválasztást.

1. A telephelyválasztás és a területi verseny fogalma

A telephelyválasztás

A marketingmix értékesítési elemében kap szerepet a telephelyválasztás, amely alatt a gazdasági tevékenység működésének térbeli helyét határozzák meg. Tudatos telephelyválasztásról akkor beszélhetünk,

[1] egyetemi adjunktus, BBTE, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi kar
[2] mesteris hallgató, BBTE, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi kar

amikor üzleti kalkulációk alapján próbálnak a gazdasági szereplők megfelelő (optimális) működési helyet találni, az elfogadható lehetőségekből egyet (a legjobbat) kiválasztani (Lengyel et al. 2004).

A telephelyválasztást magába foglaló tágabb fogalom a telephelyelmélet (location theory). Ezek az elméletek elsősorban a gazdasági tevékenységek térbeli elhelyezkedésére, földrajzi helyének jellemzőire, az egyes piaci szereplők térbeli viselkedésének vizsgálatára és modellezésére koncentrálnak.

A térbeli verseny fontosságának a kialakulása a két világháború közötti időszakra tehető, mivel a fejlett országokban ekkor már kiépült egy megfelelő szintű infrastruktúra. A telephelyválasztás olyan döntésekre vezetődött vissza, amelyek a profit maximalizálást tartották szem előtt, figyelembe véve a szállítási költségeket, a versenytársak és a fogyasztók piaci elhelyezkedését.

A napjainkban kibontakozó helyválasztással kapcsolatos elméleteket már nagyban befolyásolja a globális gazdaság. Olyan tényezők kapnak szerepet, mint a számítógépes hálózatok, az informatikai-kommunikációs technológia, az innováció, a csúcstechnológiák, a szakképzett munkaerő. Ugyanakkor a nagy ütemű városiasodás is hatást gyakorol ezen elméletek alakulására. Előtérbe kerülnek az agglomeratív tényezők, az extern hatások. A gazdasági fejlődéssel párhuzamban egyre több tényező befolyásolja a telepítési döntéseket.

A megbízott személyeknek a szolgáltatás vagy az eladás optimalizálásához megfelelő döntéseket kell hozniuk a telepítés helyére vonatkozóan. A pénzügyi és banki szolgáltatások esetében nem csak a szolgáltató egység helyét, hanem az ATM (Automatic Teller Machine) és a POS (EFTPOS – Electronic Fond Transfer at Point of Sales) helyét is (Voicu Nistor, 2006).

A területi verseny

A megfelelő helyválasztási stratégia egyben a területi versenyben való részvétel eszközét jelenti. Fogalmilag jelen esetben a térbeli vagy területi verseny a telepek közötti, távolságra alapuló versenyt jelenti. Olyan stratégiák kapnak itt szerepet, amelyek a térbeliségre alapulnak, és a távolságot mint stratégiai eszközt használják fel. Mivel több kutatás is

foglalkozik a témával, és ezek majdnem mindegyike két főbb stratégát emel ki a területi verseny terén, ezeket hivatott megfigyelni ez a kutatás is.

A két főbb csoport ebben a stratégiai ágban az elkerülő stratégia (distancing) és a közeledő stratégia (proximity). Mindkét végletnek megvannak a maga előnyei és hátrányai. Elkerülő stratégia alatt értjük azt a döntést, amely szerint az adott egység – jelen esetben a bank – nem törekedik a közvetlen versenytársaihoz minél közelebb elhelyezkedni. A közeledő stratégia ezzel szemben a minél közelebbi elhelyezkedést segíti elő.

2. A kutatás módszertana

A kereskedelmi övezetek feltérképezésében, az adatok megjelenítésében és a távolságok felmérésében az ESRI cég által készített ArcView 3.2 térinformatikai program ált rendelkezésünkre. A bankfiókok elhelyezkedési adatainak helyességéről ezek hivatalos honlapjai szolgáltak forrásként. Az adatokat 2009. májusában töltöttük le.

Minden banktípust különböző színű/formájú szimbólummal kódoltunk a térképen, hogy minél átláthatóbb legyen ezek elhelyezkedése, egymáshoz viszonyított helyzete. Abban az esetben, amikor bizonyos egység vagy egységek a városon kívül helyezkednek el, de adminisztratív szempontból kolozsvári egységnek tekinthetők, feltüntetésük a pontos helyhez történő legközelebbi kereszteződés, közlekedési csomópontban fog történni.

A statisztikai adatok kezelésére az SPSS nevű programot használtuk.

A különböző negyedek népességére vonatkozó adatokat az Országos Statisztikai Hivatal kolozsvári kirendeltségétől kaptuk.

A telephelyválasztás gyakorlati vetületeivel kapcsolatos információkat a Román Kereskedelmi Bank (BCR) egyik kirendeltségének vezetőjével készített interjú keretében kaptuk.

3. A kutatás hipotézisei

A kutatási kérdések megfogalmazásában a területi versenyben használt két általános stratégiából – távolságtartó vagy közeledő – indultunk ki.

Az első kutatási hipotézis (H1): az egymáshoz viszonyított távolságot

véve, megfigyelhető a kolozsvári bankfiók hálózatoknál a közeledési és a távolodási stratégiák használata?

A második kutatási hipotézis (H2) azt próbálja vizsgálni, hogy egy bizonyos negyedben levő kirendeltségek száma összefüggésben van-e az adott negyedben megfigyelt területi stratégiával.

A harmadik kutatási hipotézis (H3) azt vizsgálja, hogy az alkalmazott stratégia és a negyedben levő lakosok száma között van-e összefüggés.

4. A kolozsvári bankok és ezek kirendeltségei

Vizsgálatunkban 19 bank kirendeltségeit és fiókjait vettük figyelembe. Ezek között megfigyelhető, hogy néhány bank csak csekély számú kirendeltséget nyitott a város határain belül, míg mások mondhatni lefedik a város eégsz területét. A vizsgálatban szereplő bankok és ezek kirendeltségeinek a száma a következő (a bank neve mellett a térképen szereplő jelmagyarázatot is feltüntettük): Alpha Bank – A – 4, Banc Post – P – 7, Banca Carpatica – C – 5, Banca Comercială Română – B – 10, Banca Românească – F – 5, Banca Transilvania – T –34, BRD - Groupe Société Générale – D– 36, CEC Bank – Z – 8, Citibank – K – 1, Garanti Bank – G – 1, ING – I – 9, Millenium Bank – M – 4, OTP – O – 6, Piraeus Bank România – N – 7, Pro Credit Bank Romania – L – 3, Raiffeisen – R – 12, RBS România – S – 2, Unicredit Ţiriac Bank –U – 6, Volksbank – V – 8.

A bankokról kapott adatokat összesítve azt állapítható meg, hogy ezek Kolozsváron összesen 168 kirendeltséggel rendelkeznek. A kirendeltségek számát tekintve két bank játszik nagyobb szerepet a kolozsvári bankszférában, a BRD és a Banca Transilvania. Ezeknek 30-nál több egységük van a város területén. Azok a bankok, amelyek e kettő mellett még nagyobb szerepet kapnak, a következők: Banc Post, BCR, ING, OTP, Raiffeisen, Unicredit Ţiriac Bank, Volksbank, CEC és Piraeus – kirendeltségeiknek száma meghaladja az 5-öt.

5. A kutatás eredményei

A stratégiák azonosításánál a lakónegyedeket vettük alapul, mint adminisztratív egységeket. Ezeken belül a stratégiák azonosítását úgy próbáltuk megvalósítani, hogy bizonyos csomópontokat kerestünk a lakónegyedekben. Ezen csomópontok meghatározásánál és az alkalmazott

területi stratégia azonosításához felállítottunk két kritériumot: ha több mint két bankfiók létezik az adott körzetben, és ha ezek egymáshoz viszonyított távolsága kisebb, mint 200 méter. A kritériumok felállításában figyelembe vettük más hasonló jellegű kutatást, a kolozsvári terek és negyedek nagyságát és az esetleges időt, amit igénybe vesz az út megtétele a két bankfiók között. Ha ezek a feltételek teljesülnek, akkor véleményünk szerint evidens, hogy a közeledő stratégia kap szerepet. Ha a körzetben maximum két bankfiók van és ezek között a távolság meghaladja a 200 métert, akkor a távolodó stratégiát azonosítottuk.

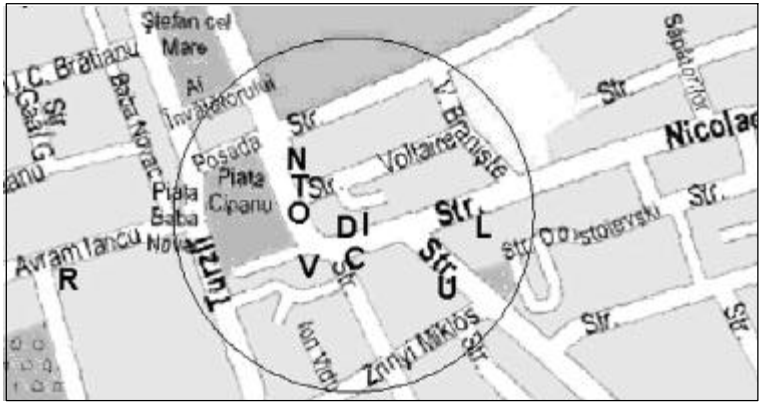
Ezeket a feltételeket alkalmazva azonosítani tudtuk a két stratégia használatát a város földrajzi határain belül. A csomópontok kialakulását és az esetleges távolodást a legfontosabb negyedek szerint csoportosítottam.

5.1. Kolozsvári bankfiókok feltérképezése

A belváros és a hozzá tartozó körzet

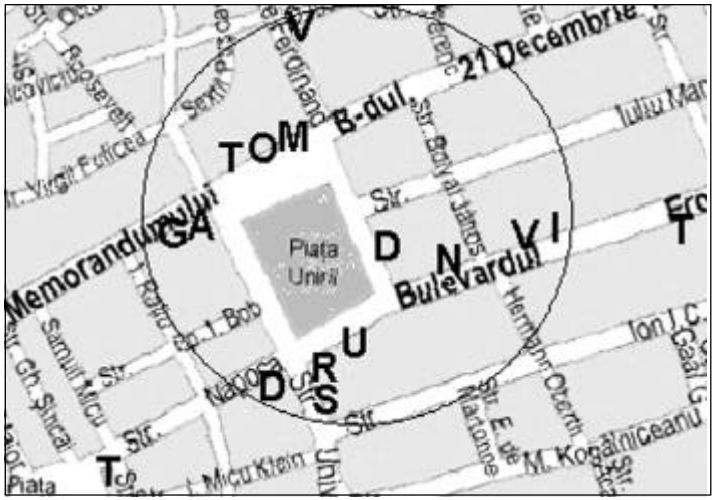
Talán a legzsúfoltabb része a városnak ilyen szempontból a belváros és ennek környéke. Itt három csomópontot határoztunk meg, ahol a legnagyobb a kirendeltségek száma és legintenzívebb a sűrűsödésük:

- a Kispiac tér (Piaţa Cipariu) és környéke;
- a Főtér (Piaţa Unirii);
- Széchenyi tér (Piaţa Mihai Viteazul).

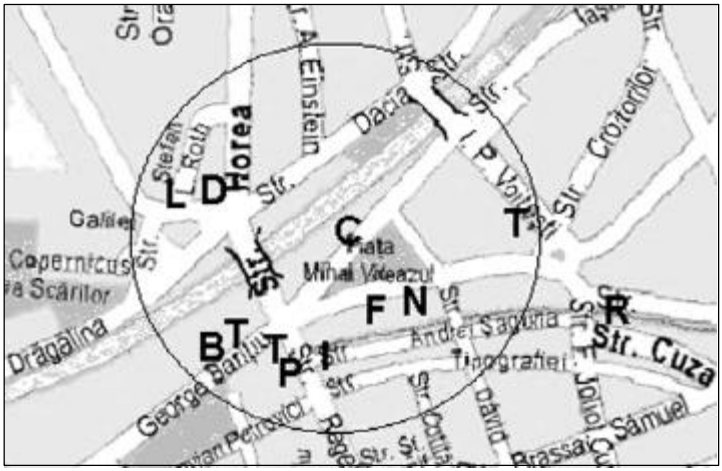


1. ábra. A Kispiac tér és környéke

A 400 méteres átmérőjű körben összesen 9 bankfiók található. A városban ez a csomópont a második legsűrűbb a kirendeltségek koncentrálódását tekintve.



2. ábra. A Főtér



3. ábra. A Széchenyi tér

A Főtéren és a hozzá közvetlenül kapcsolódó utcákon ugyancsak jelentős számú bankfiók kap helyet. Itt olyan bankok kirendeltségei is

megtalálhatók, amelyek csak kis számban képviseltetik magukat a város területén, például az RBS vagy a Garanti bank egyetlen egységei tt kaptak helyet. Ebben a körzetben 13 különböző bank tart fent képviseletet.

A Széchenyi téren található a megyei, nagyobb szintű központja két banknak is a többi más kisebb egység mellett.

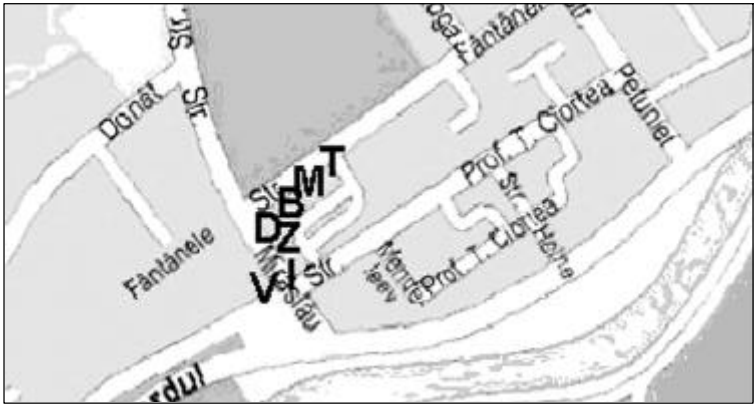
A vasútállomás és a Ferencz József (Horea) út környékén 6 kirendeltség található. Ezek többsége az Állomás (Gării) téren csoportosul. Itt a közöttük levő átlagos távolság 62 méter. A három fontosabb központi csomópontot feltérképezve megállapíthatjuk, hogy megfigyelhető egy olyan elrendezkedése a banki egységeknek, miszerint a konkurens bankegységhez közel telepednek. Egyértelmű egy közeledési stratégia jelenléte a konkurensekkel szemben.

A Kővári (Gruia) negyed

Mindössze egy, a Banca Transilvania által nyitott kirendeltség működik ebben a negyedben. Itt nem tevődik fel annak a kérdése, hogy közeledő stratégiát alkalmaznának. A bankfiókot a konkurensektől távolabb, egy olyan negyedben nyitották, ahol még nem volt egyetlen bankfiók sem.

A Dónát (Grigorescu) negyed

A vizsgált bankok közül hét nyitott kirendeltséget a negyedben, többségük közvetlenül egymás mellett: azonos a címük. A bankfiókok klasztere a negyed legforgalmasabb pontján található, a Fântânele és a Mirslău utcák kereszteződésénél.



4. ábra. A Dónát negyed (részlet)

Megfigyelhető a kirendeltségek erőteljes csoportosulása: négy is közvetlenül egymás mellett helyezkedik el. Ezen egységek telepítésénél közeledő stratégiát alkalmaztak, mivel az átlagos távolság közöttük nem haladja meg a 40 métert sem.

Kerekdomb (Dâmbul Rotund) negyed

A város észak-keleti kijáratánál elhelyezkedő negyed nem rendelkezik annyi lakossal, mint a város legtöbb negyede. A két legnagyobb számú kirendeltséggel rendelkező bank nyitott fiókot itt.



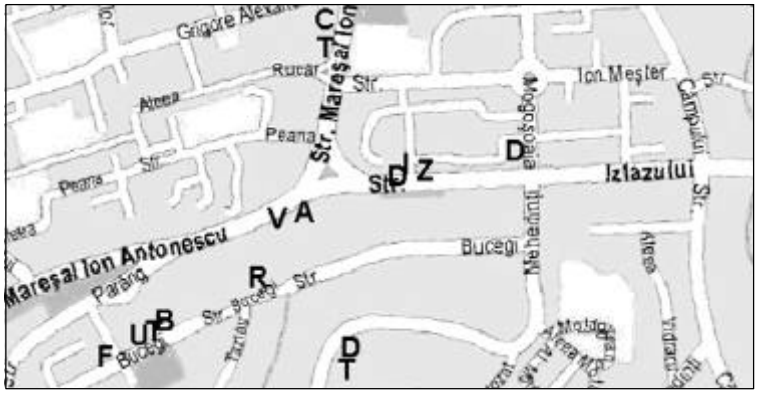
5. ábra. A Kerekdomb negyed (részlet)

A Banca Transilvania és a BRD kirendeltsége között a távolság 380 méter. Nem tekinthetők közvetlen területi versenytársaknak ebben a körzetben. Egy elkerülő stratégiára lehet következtetni, mivel nem törekedtek egymáshoz közelebb elhelyezkedni.

A Monostor negyed

A legsűrűbben lakott negyedben több olyan fő utca létezik, amelyek mentén kialakultak bankfiók-csoportosulások. Ilyenek például: a Szászfenesi (Floreşti) út, Kalányos (Primăverii) utca, Izlazului utca és a Bucegi utca, ezek egyben a negyed legfontosabb közlekedési artériái, legforgalmasabb utcái is. A negyedben 35 kirendeltsége létezik a figyelembe vett bankoknak, ezek 80%-a az említett legforgalmasabb utcákban kap helyet.

Legtöbb kirendeltsége a negyedben a BRD-nek van, összesen 8, ezt követi a Banca Transilvania 6 egységgel.

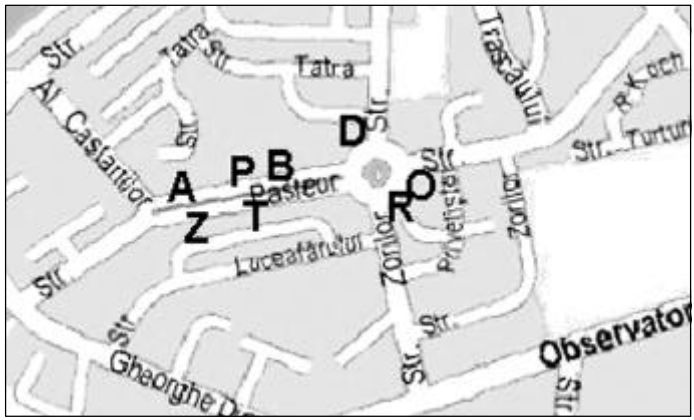


6. ábra. A Monostor negyed (részlet)

Ezek mellett még ehhez a negyedhez csatoltam azokat a bankfiókokat, amelyek a városból Nagyvárad felé kivezető út mentén található hipermarketekben és bevásárlóközpontokban működnek. Négy ilyen kirendeltség létezik.

A Hajnal (Zorilor) negyed

A körzet legforgalmasabb útjától kissé félreeső negyedközpontban 7 kirendeltség tömörül. Ezek mind a Kert (Pasteur) utcában helyezkednek el. Megfigyelhető még, hogy egy kisebb bevásárló és üzleti központ megnyitásával újabb 3 kirendeltség létesült a negyeden belül.



7. ábra. A Hajnal negyed (részlet)

Mivel nagyon közel egymáshoz, 100 méteren belül helyezkedik el több kirendeltség a negyednek ebben a részében, a területi versenyt alapul véve megállapítható a közeledés.

A Tisztviselő telep (Andrei Mureşanu) negyed

Egy BRD bankfiók kivételével nem található kirendeltség a negyed legnagyobb területén. A negyedet kétoldalról határoló út mentén helyezkednek el a bankfiókok, amelyek azonban más körzethez tartoznak már. E mellett ezt a körzetet határolja több fontosabb csomópont is, ahol jelentős számú kirendeltség csoportosul.

A Györgyfalvi (Gheorgheni) negyed

Fő útvonalán, a Györgyfalvi (Constantin Brâncuşi) utcán és az ezek mentén levő más fontosabb utcákon helyezkedik el a legtöbb kirendeltség. A bankfiókok között az átlagos távolság 250 méter. Ezek mellett a közel fekvő Pata (Nicolae Titulescu) úton megfigyelhető a különböző kirendeltségek csoportosulása.


Str. Constantin
D
D
Z
R
T
Str.
Str.
Str.

A Hóstát (Mărăşti) negyed

A város központi része után ez mondható a legzsúfoltabb negyednek banki kirendeltségek szempontjából. A vizsgált bankok kirendeltségeinek száma ebben a negyedben 34. A legforgalmasabb útvonalak mentén, amilyen a Magyar (21 Decembrie 1989) vagy a Szamosfalvi (Aurel Vlaicu) utak és az ezek között elhelyezkedő Mărăşti térnél koncentrálódnak legjobban a kirendeltségek. A 350 méteres utcaszakasz mentén összesen 11 bankfiók nyílt meg és működik.



9. ábra. A Mărăşti negyed

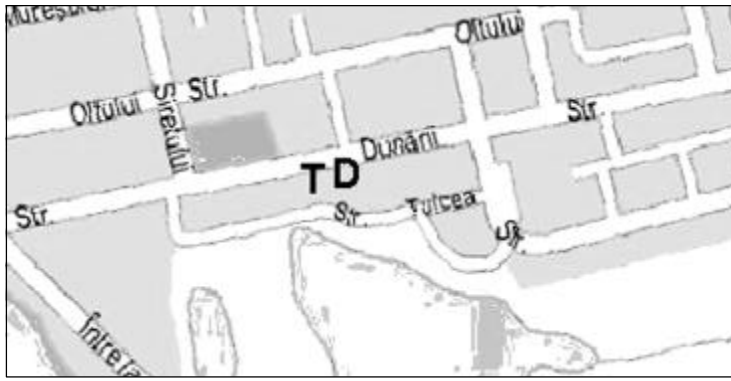
Ebben a negyedben is gyakori jelenség, hogy ugyan azon házszám alatt helyezkednek el különböző bankfiókok. Kolozsváron itt koncentrálódik a bankszektor a legjobban, majd a rangsorban a Kispiac tér következik.

A két fontosabb útszakasz mentén levő csoportosulások mellett még több csomópont is kialakult a negyedben. Ilyen például a Gyár (Fabricii) utca és a Móricz Zsigmond (Bucureşti) utca kereszteződésében található hipermarket környéke. Itt 4 banki egység helyezkedik el egymás közelében.

A Tóköz (Între Lacuri) negyed

Hasonlóan más kisebb negyedekhez, itt is a két legtöbb kirendeltséggel rendelkező bank nyitott csak képviseletet. A Banca Transilvania és a

BRD bankfiókjai közvetlenül egymás mellett helyezkednek el a negyed fő utcája mentén.



10. ábra. A Tóköz negyed (részlet)

Bár csak két kirendeltség van jelen a negyedben, ezek területi verseny szempontjából közvetlen versenytársak, és a közelítő magatartás figyelhető meg részükről.

A Szamosfalvi (Someşeni) negyed

Ennél a városrésznél csak egy hipermarketen belül, a repülőtérnél és a közelébe eső területen van kirendeltsége három banknak. A köztük levő távolság jelentős, területi verseny szempontjából nem törekednek egy közeledő stratégia alkalmazására.

A Bulgária telep

A város ipari zónáját magába foglaló körzet kevés lakossal rendelkezik. Többnyire ipari vállalatok gyárai és székhelyei találhatók meg itt. A negyed legfontosabb útvonala mentén, a Munka (Muncii) úton elhelyezkedő két bankfiók közül az egyik egy hipermarketben nyílt. Köztük a távolság több mint 400 méter. A területi verseny szempontjából az elkerülés stratégiája figyelhető meg.

Az Irisz telep

A határos Kerekdomb negyedhez hasonlóan a BRD és a Banca Transilvania kirendeltségei fedik le a körzetet. Mivel a távolság közöttük jelentős, 400 méter, megállapítható, hogy nem mutatnak közeledő magatartást a területi verseny szempontjából.

5.2. A hipotézisek elemzése

Az első kutatási hipotézis (H1): az egymáshoz viszonyított távolságot véve, megfigyelhető a kolozsvári bankfiók hálózatoknál a közeledési és a távolodási stratégiák használata?

Az adatok összesítése után (1. táblázat) megfigyelhető, hogy a kolozsvári bankok a bankfiók-hálózatuknál a közeledési és a távolodási stratégiákat egyforma arányban alkalmazzák.

1. táblázat. A bankfiókok száma és az alkalmazott stratégia a negyedekben

Lakónegyed	Bankfiókok száma	Lakosok száma	Alkalmazott területi stratégia
Belváros	48	33960	közeledés
Kővári negyed	1	5311	elkerülés
Dónát negyed	8	25003	közeledés
Kerekdomb	2	10730	elkerülés
Monostor negyed	35	80362	közeledés
Hajnal negyed	12	22691	közeledés
Tisztviselő telep	1	5854	elkerülés
Györgyfalvi negyed	12	38080	közeledés
Mărăşti negyed	34	39758	közeledés
Tóköz	2	12946	elkerülés
Szamosfalvi negyed	3	5879	elkerülés
Bulgária negyed	2	5683	elkerülés
Irisz negyed	2	8328	elkerülés
Horea út	6	8158	közeledés

Forrás: saját szerkesztés

A második kutatási hipotézis (H2) azt próbálja vizsgálni, hogy egy bizonyos negyedben levő kirendeltségek száma összefüggésben van-e az adott negyedben megfigyelt területi stratégiával.

A különböző negyedekben levő bankfiókok számát és az adott negyedben megfigyelt magatartást az 1. táblázatban összefoglalva mutattuk be.

Az elemzésbe bevett bankok legtöbb kirendeltsége a város központjá-

ban és a két nagyobb negyedben található. A két változó közötti kapcsolat az ANOVA teszt segítségével mutatható ki.

A kapott adatokból látható, hogy hét negyedben a bankok inkább az elkerülő stratégiára, a másik hétben a közeledő stratégiára fókuszálnak. A közeledő stratégiát használó negyedekben átlagosan 22,14 bankfiók található. Ezzel szemben az olyan negyedekben, ahol az elkerülő stratégia a domináns, átlagosan 1,85 bankfiók kap helyet.

Az elvégzett ANOVA teszt alapján megállapítható, hogy szoros kapcsolat létezik az alkalmazott stratégia és a bankfiókok száma között. Tehát a bankfiókok száma egy adott negyedben befolyásolhatja egy adott bank viszonyulását a konkurensek felé. A két stratégia alkalmazását felfoghatjuk mind defenzív, mind pedig offenzív stratégiaként is.

A közeledő stratégia defenzív stratégiának tekinthető, mivel egy adott bank azért, hogy megtartsa a klienseit vagy piaci versenyhelyzetét, követi a konkurenseit egy bizonyos kereskedelmi övezetbe. Így alakulhatnak ki bizonyos körzetekben több bankfiók általi csoportosulások.

Az elkerülő vagy távolságtartó stratégia ezzel szemben leírható úgy, mint egy offenzív stratégia: egy bizonyos bank olyan céllal nyit fiókot az adott körzetben, hogy kiaknázza a kiszolgálatlan piacokban rejlő lehetőségeket, ezáltal is differenciálja magát a versenytársaitól.

Ezek megfigyelhetők a cikk 5.1-es fejezetében, ahol több olyan negyed is van, ahol a BRD bank agresszív terjeszkedési politikájából kifolyólag olyan körzetekben nyitott kirendeltséget, ahol a konkurencia nem mondható jelentősnek. Ez jellemző a Banca Transilvania néhány kirendeltségére is, mint például a Kővári negyedben, ahol kizárólag neki van egysége.

Tehát a kutatási kérdés vizsgálatával kimutatható, hogy azokban a negyedekben, ahol jelentős számú kirendeltség létezik, inkább a közeledő stratégia valósul meg, mivel a kirendeltségek csoportokat alkotva a negyed legforgalmasabb pontjaiban foglalnak helyet. Ezzel szemben azokban a körzetekben, ahol a konkurencia nem mondható jelentősnek, a bankok nem törekednek egymáshoz minél közelebb elhelyezkedni.

A harmadik kutatási hipotézis (H3) azt vizsgálja, hogy az alkalmazott stratégia és a negyedben levő lakosok száma között van-e összefüggés.

A két általános területi stratégia választását befolyásolhatják továbbá

olyan tényezők, amelyek jellemzik az adott földrajzi piacot is, mint például a lakosok száma. Jelen esetben a földrajzi piaci egységeket a város különböző negyedei képviselik.

Az Országos Statisztikai Hivatal által rendelkezésünkre bocsátott, a kolozsvári negyedek lakosságának számát tartalmazó statisztikai adatok és az azonosított területi stratégiák szerint az 1-es táblázatban összefoglaltuk a kapott eredményeket.

Mivel a táblázatban megjelenő adatok a lakosság szempontjából is csak a vizsgált negyedekre vonatkoznak, így kimondható, hogy ezekben a negyedekben az átlagos lakosság 21 624,5 fő. Azokban a negyedekben, ahol a közeledő stratégia érvényesül, 35 430,2 fő az átlagos lakosság száma. Ahol az elkerülő stratégia figyelhető meg, ez a mutató 7818,7.

A lakosság számát és a bankfiókok számát tekintve, megfigyelhetjük, hogy szignifikáns kapcsolat áll fent a két mennyiségi változó között (Pearson korreláció 0,768, 0,001 szignifikancia szint – 2 tailed).

Ebből a pozitív irányú korrelációból már következtethetünk arra, hogy a kapcsolat szignifikáns lehet a lakosság száma és az alkalmazott területi stratégia között is. Az ANOVA teszt adataiból megtudható, hogy a két változó közötti kapcsolat szignifikáns ($F = 10,28$; 0,008 szignifikancia szint). Egy bizonyos negyedben a megjelenő területi stratégiát befolyásolja az adott negyedben levő lakosok száma.

Levonható következtetés tehát az a tény, hogy a bankok előnyben részesítik a közeledő stratégiákat azokban a körzetekben, ahol a lakosság száma nagyobb. Ez összefüggésben áll a bankfiókok számával is. Azok a körzetek, ahol a lakosság száma alacsonyabb, nem élveznek elsődleges prioritást a terjeszkedési stratégiában sem. Viszont egy offenzív terjeszkedési politika arra ösztönözheti a bankot, hogy belépjen olyan körzetekbe is, ahol aránylag alacsony számú potenciális ügyfél van, de akik nem jelentenek célpiacot más bankok számára.

5.3. A telephelyválasztás gyakorlata egy bank szemszögéből

A Kereskedelmi Bank egyik kirendeltségének a vezetőjétől kaptunk választ néhány olyan kérdésre, amely kapcsolatban van a bankok terjeszkedési politikájában használatos szempontokkal.

Arra a kérdésre, hogy milyen általános szempontokat vesznek figye-

lembe a bankfiók létrehozásakor, azt a választ kaptuk, hogy a legfontosabb paraméter egy ilyen döntésnél az ipari tevékenység megléte a környéken. Ez alatt az érthető, hogy a körzetnek rendelkeznie kell megfelelő számú potenciális klienssel a vállalatok, cégek köréből is. Egy másik szempont az aktív lakosság megléte, amely biztosítja a magánszemélyek köréből származó ügyfelek meglétét. A fizikai feltételek megléte is fontos, mivel rendelkezésre kell állnia egy olyan helységnek, amely biztosítja a hatékony működést és egyben biztonságos is. Elhelyezkedésben pedig prioritást élveznek a főbb útvonalak, utcák. Ezek mellett még más gazdasági mutatók is szerepet játszanak a döntéshozatalban.

Minden kirendeltség nyitása megalapozott kell, hogy legyen. Ezért minden ilyen döntés előkészítése során egy tanulmányt végeznek, amely kitér a fentebb felsorolt szempontokra.

Arra a kérdésre, hogy hogyan viszonyulnak a konkurenciához egy ilyen jellegű döntésnél, azt a választ kaptuk, hogy a konkurensek létezése egy körzeten belül pozitívan is hathat a saját tevékenységre. Ez abból adódik, hogy a legtöbb versenytárs az országos szinten kevesebb kirendeltséggel rendelkező bankok közül kerül ki. Ezeknek a magatartása inkább arra alapszik, hogy a más, nagyobb bankok ügyfeleit hódítsa el. Ezzel szemben viszont a szolgáltatás minősége különbségeket mutathat a két konkurens között. Így pozitív megítélés alakulhat ki az ügyfélben az adott bankkal szemben, ami vonatkozhat például a megbízhatóságra, alacsonyabb költségekre a szolgáltatás igénybevételekor, jobb minőségre. A gyengébb hálózattal rendelkező bank a költségek fedezése miatt drágább szolgáltatást kénytelen nyújtani.

A telepítés előkészítésénél még figyelembe veszik a potenciális körzet lefedettségét is más, konkurens bankok által. Meghatározzák, hogy érdemes-e belépni az adott piacra, kifizetődő lehet-e a működés a meglévő konkurensek mellett.

A nagyobb lakossággal rendelkező negyedekben, területeken vagy forgalmasabb körzetekben a közeledési stratégia használatos. Itt megvalósítható a nyereséges működés is. A gyengébben lakott és nem annyira forgalmas területeken, ha az előrejelzések azt mutatják, hogy a kirendeltség kifizetődően működhet, nem törekednek a minél közelebbi elhelyezkedésre.

Az optimális kirendeltség-számmal kapcsolatban megtudtuk: egy olyan városban, mint például Kolozsvár, a konkurencia és a piaci lehetőségek mellett ez függ az adott bank erőforrásaitól is. Ez abban áll, hogy minél kiterjedtebb a hálózat, annál költségesebb és nehezebb a fenntartása. Ez a probléma például a pénzellátás területét érinti.

Az egységek telepítésénél a döntések meghozatalában olyan személyek vesznek részt, mint a helyi igazgatók, a megyei igazgatók és az igazgató tanács. Feladatuk, hogy eldöntsék az adott felmérések alapján, hogy érdemes-e az adott körzetben megnyitni a kirendeltséget.

Következtetések

A legtöbb kiskereskedelmi egység, nagyobb bevásárlóközpont, hipermarket vagy éppen banki egység telepítésénél olyan szempontokat is figyelembe vesznek a befektetők, amelyek összefüggésben vannak a konkurensek térbeli elhelyezkedésével, a piac különböző tulajdonságaival és a vállalat belső potenciáljával, képességével.

A közeledési és az elkerülő stratégia típusok egyaránt megfigyelhetők Kolozsvár negyedeiben. Az elkerülő stratégia, amely azt feltételezi, hogy a konkurensek nem helyezkednek egymáshoz közel az adott körzetben, az olyan negyedekben jelenik meg, ahol a lakosság száma kisebb és a bankfiókok száma is kevesebb. A közeledő stratégia a város olyan negyedeiben jelenik meg, ahol a népsűrűség nagyobb, és emellett más bankok is egységet nyitottak.

A kutatás korlátjai és további kutatási irányok

A kutatás nem tartalmaz minden banki egységet a város területéről. Mivel próbáltunk összpontosítani a legfontosabb bankokra, így 19 bank egységeit vettük figyelembe az elemzés során. Ezek között viszont megtalálhatóak a legversenyképesebbek és a legtöbb kirendeltséggel rendelkezők is. A másik korlátja a kutatásnak, hogy a távolságra fókuszáltunk, mint elhelyezkedést befolyásoló tényezőre, viszont valójában más tényezők is közrejátszhatnak a telephely kiválasztásánál. Például befolyásolható tényező lehet egy hatósági szabályozás bizonyos épület használatára, vagy építésére. Tehát a bankok nem telepíthetnek egységet bárhová egy adott körzeten belül, ezt szabályozások korlátozhatják.

Az egységek minősítése egyforma volt függetlenül attól, hogy az a bank központi épülete, helyi kirendeltsége vagy csupán bankfiókja.

A téma jövőbeli kutatása szempontjából az itt felsorolt szempontok figyelembevétele mellett hasznosnak tartanánk más piaci jellemzők kapcsolatát is vizsgálni a használt stratégiával kapcsolatosan, mint például az egy főre eső jövedelem, kiadások mutatószámai vagy az átlag életkor stb.

Az egységek megnyitási időpontjának ismeretével megmondható az is, hogy bizonyos esetekben a bankok milyen kezdő stratégiához folyamodtak, és ezek miként változtak a konkurensek megjelenésével egy adott körzetben. Ez az adat újabb információkat szolgáltathat a kérdés jobb megértése érdekében.

Irodalomjegyzék

Berman B., Evans R. J.: Retail Management, a strategic approach, Macmillian Publishing Company, New York, 1989

Graham C. : Changing methods of location planning for retail companies, *GeoJournal*, vol. 45, nr. 4, p. 289-298, 1998

Illés I. : Regionális gazdaságtan – Területfejlesztés, Typotex Kiadó, Budapest, 2008

Karande K., Lombard J. R.: Location Strategies of broad-line retailers: an empirical investigation, *Journal of Business Research*, vol. 58, nr. 5, p. 687-695, 2005

Kotler Ph., Keller K. L.: Marketingmenedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006

Lengyel I., Rechnitzer J.: Regionális gazdaságtan, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 2004

McGoldrick, Peter J., Retail Marketing, McGraw – Hill, New York, 1990

Nagyváradi Lotus Center alaprajz, http://www.lotusmarket.ro, 2009

Nemzeti Statisztikai Hivatal kolozsvári kirendeltsége

Nistor C., Marketing financiar bancar, suport de curs, 2006

Pace R. K., Lee M. L. : Spatial Distribution of Retail Sales, *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, vol. 31, no. 1, 2005

Pop C. M.: Implicaţiile pieţei asupra planificării strategice de marketing, Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2005

Pop D. M.: Conducerea şi promovarea vânzărilor, Ed. Alma Mater, Cluj Napoca, 2006

Vorzsák Á.,Kánya H., Juhász M. A., Pál Zs., Szegő J., A marketing alapjai, 4. kiadás, Alma Mater Kiadó, Kolozsvár, 2007

Zsellér O. V., A Reilly-féle gravitációs modell alkalmazása a telephelyválasztási döntéseknél,http://old.selyeuni.sk/component/option, com_docman/task,doc_download/gid,288 , Széchenyi István Egyetem, Győr, 2009

Honlapok (2009 májusában letöltött adatok):
www.alphabank.ro
www.bancpost.ro
www.carpatica.ro
www.bcr.ro
www.banca-romaneasca.ro
www.bancatransilvania.ro
www.brd.ro
www.cec.ro
www.citibank.ro
www.garantibank.ro
www.ingromania.ro
www.millenniumbank.ro
www.otpbank.ro
www.piraeusbank.ro
www.procreditbank.ro
www.raiffeisen.ro
www.rbsbank.ro
www.unicredit-tiriac.ro
www.volksbank.ro