

# Marketing Ács kataszter

2007. September 06.

A kataszteri szervezetek az ÁjllamigazgatÁjs rÁcszei EurÁpÁjban Ács szerte a vilÁjgon. A piacgazdasÁjban az adatok Ács szolgÁjltatÁjsok irÁjnti igÁony rendkÁ-vÁ½l megnÁ¶vekedett, kÁ½lÁ¶nÁ¶sen az olyan adatok Ács szolgÁjltatÁjsok irÁjnt, melyek ingatlanokkal kapcsolatos. A szolgÁjltatÁjst is nyÁjtÁs intÁcizmÁnyek esetÁben az is elvÁrandÁs kÁ¶vetelmÁny, hogy a szolgÁjltatÁjsokbÁl szÁjrmazÁs bevÁcotelek lehetÁuleg teljesen fedezzÁok az intÁcizmÁny teljes kÁ¶lltsÁcgvetÁcsÁc.

Marketing a kataszter terÁ½letÁcn

NemzetkÁ¶zi Ács hazai kÁordÁcsek OsskÁs AndrÁjs

FIG 7. BizottsÁjg (Kataszter Ács FÁ¶ldÁ½gyi IgazgatÁjs) elnÁ¶keBevezetÁcs

A kataszteri szervezetek az ÁjllamigazgatÁjs rÁcszei EurÁpÁjban Ács szerte a vilÁjgon. Az, hogy milyen irÁjnyÁ-tÁs fÁ¶hatÁsÁjg, milyen minisztÁrium alá tartoznak, kÁ½lÁ¶nÁ¶sen az olyan adatok Ács szolgÁjltatÁjsok irÁjnt, melyek ingatlanokkal kapcsolatos. Amiben gyakorlatilag egyformÁj, hogy az ingatlan, fÁ¶ld tulajdonnal kapcsolatos jogi Ács tÁorkÁcpi adatokat tartanak nyilvÁjn, ezeknek a vÁjltozÁjsait vezetik, regisztrÁjliÁj, Ács egyidejÁleg hatÁsÁjgi Ács adatszolgÁjltatÁjs tevékenysÁcget folytatnak.

Marketing az ÁjllamigazgatÁjsban ? A marketing kÁordÁcse sokÁjig ismeretlen volt ebben a szfÁcraÁjban mácog a gazdasÁjgi fejlett országokban is, nem is beszÁcve a politikailag Ács gazdasÁjgilag kevésbé fejlett rÁcgiÁsokban.

Ez MagyarorsÁjgon sem volt májskÁcppen Ács mácog ma is sokan vitatÁj, ennek jogosultÁjgÁjt az ÁjllamigazgatÁjsban, illetve a hatÁsÁjgi munkÁjt is vÁcogzÁ Ájllami intÁcizmÁnyekben.

A fenti nÁcetek vÁjltozÁjsa Ács gyakorlatban tÁ¶rtÁcnÁ¶ megvalÁsÁ-tÁjsa elÁjuszÁ¶r az USA-ban kapott teret a 70-es Ácvt de hamarosan a fejlett eurÁpai Ács Ájzsiai országok is kÁ¶vetetÁcok az Áj gyakorlatot.

Mi okozta ezt a vÁjltozÁjst ? A piacgazdasÁjgi fejlődÁcse megkÁ¶vetelte az ÁjllamigazgatÁjs reformjÁjt is, mácogpedig az Ác hogy az ÁjllamigazgatÁjs Ács intÁcizmÁnyei is megfeleljenek a vÁjltozÁjsoknak Ács az ezzel jájrá Áj kihÁ-vÁjsoknak. Mily kÁ¶vetelmÁnyeket jelent az ÁjllamigazgatÁjs reformja? A reform folyamatban meg kell kÁ½lÁ¶nÁ¶ztetni magÁjt az

ÁjllamigazgatÁjst Ács azokat az Ájllami intÁcizmÁnyeket, melyek hatÁsÁjgi feladataik ellÁjtÁjsa mellett szolgÁjltatÁjsokat is nyÁjtanak dÁjlesztÁcs ellenÁben a felhasználÁjÁknak, Ács az ÁjllampolgÁjroknak.

Az elÁjbbi esetben elsÁj sorban az ÁjllamigazgatÁjs karcsÁcs-tÁjsÁjra, olcsÁbbÁj tÁctelÁcraÁj, valamint a kÁ¶ztisztviselÁ teljesÁ-tmÁcny fÁggÁj anyagi elismertsÁcraÁj van szÁs.

A szolgÁjltatÁjst is nyÁjtÁs intÁcizmÁnyek esetÁben a fenti reformok mellett mácog az is elvÁrandÁs kÁ¶vetelmÁny, hogy szolgÁjltatÁjsokbÁl szÁjrmazÁs bevÁcotelek rÁcszben, de lehetÁuleg teljesen fedezzÁok az intÁcizmÁny teljes kÁ¶lltsÁcgvetÁcsÁc.

A kÁordÁcs az, mi teheti lehetÁjvÁc ennek a kÁ¶vetelmÁnynek teljesÁ-tÁcsÁc. ElsÁj sorban az, hogy a piacgazdasÁjban Ács a szolgÁjltatÁjsok irÁjnti igÁony rendkÁ-vÁ½l megnÁ¶vekedett, kÁ½lÁ¶nÁ¶sen az olyan adatok Ács szolgÁjltatÁjsok irÁjnt, melyek ingatlanokkal kapcsolatos.

Az ingatlanok jogi Ács tÁorkÁcpi adatainak szolgÁjltatÁjsÁjt, EurÁpÁjban Ács Á-gy MagyarorsÁjgon is, hosszÁc Ácvtizedek jogszabÁjlyok Ájltal meghatÁrozott Ájllami intÁcizmÁnyek vÁcgeztÁcok Ács vÁcogzik ma is Ács tulajdonkÁcppen monopol h voltak Ács vannak.

Hagyományosan az ingatlanokat ÁcrintÁ¶ tÁorkÁcpi adatszolgÁjltatÁjst a kataszteri szervezetek, a tulajdon Ács egyÁc jogi kapcsolatos adatszolgÁjltatÁjst a telekkÁ¶nyvek vÁcgeztÁcok, de az elmÁcvt Ácvekben mind tÁ¶bb országban megvalÁsult az egysÁcges ingatlan-nyilvÁjntartÁjs, a kataszter Ács telekkÁ¶nyv egyesÁ-tÁcse, Ács egy intÁcizmÁnyrendszer lájtja el a fenti feladatokat.

A piacgazdasÁjg vÁjltozÁjsai Ács Áj kihÁ-vÁjsok

Az aktÁ-v fÁ¶ldpiacok kialakulÁjsÁjt kÁ¶vetÁjmen, az ingatlanok adatai irÁjnt megnÁ¶vekedett igÁonyok kÁ¶vetkezÁcben, a monopol helyzetben lácva Ájllami intÁcizmÁnyek mellett megjelentek a versenytÁjrsak a magÁjnszfÁcraÁjban Ács elsÁj sorban szÁjmÁ-tÁjstechnika, informatika gyors fejlődÁcse kÁ¶vetkezÁcben igazi konkurenské vÁjltak. TÁ¶rtÁcraÁjt ez annak ellen

hogy a jogszabÁjlyok az Ájllami intÁcizmÁnyek monopol helyzetÁcraÁjt továbbra is biztosÁ-tottÁjk. Nyugat- EurÁpÁjban az adatszolgÁjltatÁjst vÁcogzÁ Ájllami intÁcizmÁnyek felismertÁcok, hogyha nem alkalmazkodnak az Áj kÁ¶vetelmÁnyekhez,

elvezÁ-tik monopol helyzetÁcraÁjt adÁcs elÁjnyÁ½ket Ács máj sodlagos szereplÁjvÁcok vÁjllhatnak a szolgÁjltatÁcs piacra, USA-ban meg is tÁ¶rtÁcraÁjt. Ehhez elsÁj sorban javÁ-tani kellett az adatok Ács a szolgÁjltatÁjsok minÁjsgÁcgvetÁcs, piackÁcpes

kellet kialakÁ-tani Ács elÁjrtÁcraÁjt kerÁ½lt az Ájllami szfÁcraÁjban korÁjbban nem alkalmazott erÁjteljes marketing tevékenysÁc. A felismerÁcok Ács erÁjvesztÁcok eredményekÁcraÁjt Nyugat- EurÁpÁjban a kataszteri Ács ingatlan-nyilvÁjntartÁjsi intÁcizmÁny

zÁ¶me sikerrel vÁjlaszolt a kihÁ-vÁjsokra.

A teljessÁc felsorolÁjsa nÁcikÁ½l az alÁjbbiak voltak azok a lácokÁcok, melyeket megtettek Ács sikerhez vezettek.

- A jogszabÁjlyok Ájltal biztosÁ-tott monopÁcrium, mely gyakorlatilag kÁ¶teli a felhasználÁjÁt az Ájllami adatok felhasználÁjÁjra / ez korÁjbban is láctezett /

- Marketing stratÁcgia kialakÁ-tÁjsa, szÁcleskÁ¶rÁ¶ piackutatÁjs

- FelhasználÁjÁs orientÁjt szolgÁjltatÁjsok kialakÁ-tÁjsa, az adatok Ács szolgÁjltatÁjsok minÁjsgÁcgvetÁcs javÁ-tÁjsa

- Technikai fejlesztÁcs, informatika alkalmazÁjsa

- ReklÁj, marketing tevékenysÁcgvetÁcs fokozÁjsa

- Az intÁcizmÁnyi imÁjzs kialakÁ-tÁjsa, szÁcles kÁ¶rben tÁ¶rtÁcnÁ¶ publikÁjÁjsa.

- A szolgÁjltatott adatokon alapulÁs ÁcraÁcraÁjt termÁcok harmadik fÁc rÁcszÁcraÁjt tÁ¶rtÁcnÁ¶ szolgÁjltatÁjsÁjnak szÁj

- Az Áj igÁonyok, kÁ¶vetelmÁnyek megvalÁsÁ-tÁjsÁjra alkalmas munkÁjrsak alkalmazÁjsa a kataszteri szervezetekben tovÁjbbiakban bemutatok nÁc hÁjny eurÁpai pÁldÁjt, ahol a kataszteri szervezetek sikeresen alkalmaztÁjk a marketinget, hajtottÁjk vÁcgre azokat a vÁjltoztatÁjsokat, melyek megfelelték az Áj kÁ¶vetelmÁnyeknek, talÁjkoztak a felhasználÁjÁk igÁonyeivel.

A pÁldákÁcraÁjt felhozott intÁcizmÁnyek kÁ½lÁ¶nÁ¶sen jogi Ács intÁcizmÁnyi keretek kÁ¶zÁ¶tt máj kÁ¶dnek, de a fejlett

piacgazdaságig ájltal tájmasztott igényeket teljesíteni tudják, azonos alapelveket felhasználva a marketing területén. Ez szemlére az ártányos momentum, mert bizonyítja azt, hogy a kataszter, ingatlan-nyilvántartás vonatkozásában az EU-n belül nem az az elsődleges, hogy milyen jogi, ill. intézményi keretek vannak, hanem az hogy a jogállamiság, a másként a földpiac és a felhasználók által tájmasztott igényeket kielégés.

Mindegyik azonban kéri, hogy bizonyos monopol helyzetben vannak az ingatlan, földtulajdonnal kapcsolatos törvényi, és adott esetben tulajdoni és egyéb adatok szolgáltatásait illetően. Európai példák 1. Holland KADASTER A holland KADASTER marketing stratégiáját mutatom be először és legrészletesebben. Ennek elsődleges oka, hogy nagyon hasonló a magyar Egységes Ingatlan-nyilvántartási jogi és intézményi rendszeréhez. Feladata az ingatlanok földdel kapcsolatos törvényi jogi adatok véltetésének vezetése és adatok szolgáltatása.

A holland KADASTER 1812 óta működik, mint állami szervezet. 1994 óta a földtulajdon, nem tartozik kizétlenül egyik minisztérium irányítása alá, a kormány csak limitált felügyeletet lát el. 1994 óta egy másként mintegy nagy, magántulajdonban lévő intézmény.

Mint általában az állami intézményeknél, a marketingnek itt sem volt tradíciója. Marketing tevékenységét a 90-es évek elején kezdte. Látványosra haladtak és májra tevékenységüknek ugyanolyan fontos része, magántulajdonban lévő szolgáltatás intézményeknél.

Elsőként a stratégiai döntéshozás szinten kellett megtenni. Meghatározták, hogy földügyi információk szolgáltatásának területén az intézmény milyen piaci és felhasználói területet fed le, figyelembe véve monopol helyzetét. Piackutatást végeztek az adatok iránti kereslet vonatkozásában, valamint információkat szereztek, hogy milyen egyéb adatokra van szükség, melyet ártányos szolgáltatással tudnak teljesíteni.

Ennek alapján egy hosszú távú tervet készítettek és mint a földdel, ingatlanl kapcsolatos törvényi jogi adatok tulajdonosa döntöttek, hogy a földügyi információknak el kell járniuk és szolgáltatásuk lesznek.

Természetesen ahhoz, hogy ezt elérhessék tudni kellett a felhasználói igényeket és teljesíteni az alábbi kéréseket.

- minőségi adatok szolgáltatása ( pontos, aktuális, megbízható, teljes körű )
- az adatok ártányosnak megfelelő árak kialakítása
- az adtok szolgáltatása flexibilis, digitális és a felhasználói igényeknek megfelelő legyen
- állandó kapcsolat a felhasználókkal A fentiek elrendel meg kellett tenni a szükséges beruházásokat. Ez vonatkozott mind a humán mind a technológiai beruházásokra.

Először a menedzsment körében kellett kialakítani a marketing orientált megközelítést, majd a központi és regionális hivatalokban kialakították a marketinghez ártányos szemlélyi állományt.

A legnagyobb beruházás az informatikai rendszerek teljes körű fejlesztése volt. 1995-99 között 150 millió Guildert költöttek számítástechnikai beruházásokra. Ez kb. 17 millió magyar forintnak felel meg. Ezt meg kellett tenni, mert manapság csak a digitális adatszolgáltatás felel meg a felhasználói igényeknek. Fontos az adatok minősége, aktualitása, a hozzáférhetőség gyorsasága. Az elektronikus szerződés, tranzakciók iránti igény is mind nagyobb lett és a bankok és közjegyzők részéről. Ezen kéréseket csak a teljes körű informatikai rendszerrel lehetett megvalósítani. Fontos volt az adatok és szolgáltatások iránti kialakítása, hogy a felhasználók megvegyék azt, de egyidejűleg teljesíteni kellett a költés fedezése bevétel is, hiszen az intézmény a földtulajdon, kizétlenül a földtulajdonosoktól nem kap. A holland KADASTER és a földtulajdon, és a technológiai fejlesztésnek köszönhetően, az elmúlt évek szolgáltatások és adatoknak iránti 45 %-al csökkentés, fenntartva azok minőségét, aktualitását, hiszen a marketingnek alapvető feladata, hogy a szolgáltatások alapvetően a felhasználói igényeknek megfelelőek legyenek. Svéd Nemzeti Kataszter

Svédországban a Kataszter és a Teleknyv jelenleg még a földtulajdonosoktól, de 2006-ban döntöttek a földtulajdonosoktól, az egységes ingatlan-nyilvántartás létrehozására. A Kataszternek szintén monopóliuma van a földdel, ingatlanl kapcsolatos adatok szolgáltatásában.

A marketing tevékenységét a 90-es évek elején kezdte. Ugyanazokat a lépéseket tették meg mint a holland KADASTER. Teljes körű informatikai rendszer kialakítása, országos intézményi hálózat, felhasználói igény szerinti adat- és egyéb szolgáltatás megvalósítása, az adatok minőségének aktualitásának biztosítása.

A másként intézményes szempont, hogy állandóan figyelik a felhasználók, a piac igényeit, midt ártányos un. ártányos kéréseket. Nagy hangsúlyt fektetnek a jobb és jobb szoftverek fejlesztésére és az informatikai rendszer korszerűsítésére, mert monopol helyzetük ellenére csak így tudják tartani pozíciójukat a népszerű versenyben.

### 3. Nagy- Britanniái példák

Nagy-Britanniában nincs kataszter, mint hatóság. Az ingatlanokkal, földdel kapcsolatos nagyméretű törvények készítését, karbantartását és az ezzel kapcsolatos adatszolgáltatást az állami tulajdonban lévő Ordnance Survey Ezt a tevékenységet mintegy 15 évvel ezelőtt kezdte gyakorlatilag a semmiből. Jelenleg monopol helyzete van a nagyméretű törvényi törvények készítését és adatszolgáltatásában. Bár állami tulajdonban van, ártányos alapon működik és költés fedezése bevételből. Üzleti alapelve, a felhasználói igényeknek megfelelő termékek szolgáltatás kialakítása. Ezt elrendel meg kellett tenni a földtulajdonosoktól. A szemlélyi állomány ártányos mint 10 %-a foglalkozik marketing tevékenységgel.

Az Ordnance Survey járt példák, hogy a marketing módszerekkel, felhasználói orientált adatok, szolgáltatások megteremtésével viszonylag rövid idő alatt ki lehet alakítani versenyképes intézményi rendszert, ha az megfelel a felhasználói és a piacgazdaság igényeinek. A MAGYAR INGATLAN-NYILVÁNTARTÁS ÉS MARKETING A rendszerváltás elött

A magyar egységes ingatlan-nyilvántartás rendszere, a teleknyv és a kataszter egyesítésére 1971-ben alakult ki. Ezt megvalósítva az állami földtulajdonosi és törvényi hivatal /kataszter / felügyeleti és a teleknyv és a tulajdonjoggal kapcsolatos adatszolgáltatást. Az utóbbi földtulajdonosok nem volt szemlélyes, elsősorban

az állami tulajdon dominanciája az ebből eredő kis ingatlanforgalom miatt. A földmészárosi adatok szolgáltatása is elággó visszafogott volt, hiszen a törkőpi adatok, koordináták egy részét titkosan kezelték az adatokhoz való hozzáférés jogosultsága is szabályozott volt. Ez a helyzet nem változott gyakorlatilag az egységes ingatlan-nyilvántartás létrehozása után sem. A 80-as évek végén, de elsősorban a rendszerváltást követően piacgazdaság létrejöttével, rendkívül megnőtt az ingatlanforgalom és ezzel összefüggésben az ingatlanokkal kapcsolatos adatok iránti igény. A nagyfokú privatizáció, társasági átalakítások sokszorosára növelték a tranzakcióját és ez elággó az ingatlan-nyilvántartási jogi és törkőpi adatszolgáltatások gyors növekedését. Az nyilvántartás, mint szolgáltatás, a rendszerváltást követően

A rendszerváltás idején a magyar ingatlan-nyilvántartás felemás helyzetben volt mint szolgáltatás, hiszen rendelkezett számos elággó, de jó néhány hátrányos adottsággal is.

## ELŐNYÖK

- A jogszabályok által biztosított monopolhelyzet az ingatlanokkal kapcsolatos törkőpi és jogi adatok szolgáltatására
- A magyar egységes ingatlan-nyilvántartási rendszer elággó. Egy szervezet tulajdonosa az ingatlanok jogi, törkőpi és egyéb adatainak. A rendszer rendkívül sok adatot tartalmaz, igazi többcélú ingatlan-nyilvántartási rendszer. Nemzetközi összehasonlításban is csaknem egyedülálló. Az adattartalom tovább bővíthető.
- Az ország teljes területét lefedő intézményi hálózat, a megyei- körzeti földhivatali rendszer, mely potenciálisan alkalmas az adatszolgáltatásra az ország teljes területén.

## HÁTRÁNYOK

- 1990-ben a földhivatalok nem voltak felkészülve a változások követésében megnövekedett igények kielégésére.
- A számítástechnika és hiánya. A rendszerváltáskor a földhivatalok rendkívül alacsony technikai szinten voltak, pedig az informatika viharos gyorsasággal fejlődött és ennek követésében elsősorban az ingatlanokkal kapcsolatos digitális törkőpeket igényeltek mind többben. Ezt az igényt a földhivatalok, de még a FÖMI sem tudta teljesíteni a korlátnövelő informatikai cégek próbálják, és sokszor sikerrel, ezt a részt kitölti.
- A marketing tevékenység hiánya, hiszen a szakterületen bízott a jogszabályok által kialakított monopol helyzetben. A megélvő hátrányok csökkentése érdekében, a 90-es évek elején nagyfokú számítástechnika indul a földügyi igazgatásban és elsősorban az Európai Unió PHARE, valamint a svájci kormány pénzügyi támogatásával számítástechnikai projekt indult és fejeződött be többnyire sikerrel. Az igazgatói vezetés ugyancsak felismerte hogy a technikai fejlesztés nem elég, intézményi korszerűsítés is szükséges lenne a földhivatalok sikeres szolgáltatási tevékenységéhez. Ezt támogatandó, PHARE pénzügyi segítségével, a brit Ordnance Survey irányításával és a Geometria Rendszerház közreműködésével elkészült egy tanulmány mely a magyar ingatlan-nyilvántartási jogi és intézményi rendszerrel alkalmasnak tartotta a költését fedező bevétel elérésére, természetesen felhívta a figyelmet azokra a hiányosságokra, mint a marketing hiánya, adatok minőség, informatika fejlesztése, melyek nélkül a költés nem érhető el.
- Az Informatikai rendszerek folyamatos fejlesztését, korszerűsítését mely a fejlett országokban alapvető követelmény költés nem megfelelően támogatja. Hollandiában, ahol az ingatlan-nyilvántartás hasonló a magyar rendszerhez nagyságrendileg közel azonos feladatot lát el (ingatlan szám, tranzakciók száma, stb.), 1995-99 között 17 milliárd forintnak megfelelő költséget költöttek informatikai fejlesztésre. Tessék összehasonlítani a magyar ingatlan-nyilvántartásban befektetett informatikai fejlesztések összegével, holott a költés kiindulási pont sem volt azonos. Az eddig elmondottak körében szeretném elmondani véleményem a szakterület jelenlegi lehetőségeiről, korláts hiányosságairól, ami az adat és egyébként szolgáltatással, ill. az ezzel összefüggő marketing, tevékenység kapcsolatos.

Mondanivaló a költésben látott példák, ill. a fővárosi földhivatalnál az elmúlt 1-2 évben tapasztalt alapjainak próbálom alátámasztani. Lehetőségek, korlátok LEHETŐSÉGEK mint már korábban említettem, a magyar Egységes Ingatlan- Nyilvántartás ténylegesen és potenciálisan is rendelkezik mindazon lehetőségekkel, mely képes teheti ingatlanokkal kapcsolatos adat és egyébként szolgáltatásokra. Miután a rendszer a hagyományos kataszter és telekfelnyertesé- tésével részben a jogszabályok által meghatározott egyébkénti szolgáltatásja.

Ezzel párhuzamosan ugyancsak feladata a tulajdonjog átruházásával és egyébként, az ingatlanokkal kapcsolatos beadvények ingatlan- nyilvántartási átvétele és az ingatlan-nyilvántartási törkőpi változásokkal kapcsolatos változások vizsgálata, átvétele.

Mindkét tevékenység, a határségi munka egy része és az adatszolgáltatás díj-fizetés ellenében történik. Ilyen komplex, ingatlanokat érintő adat és egyébként szolgáltatási lehetőségekkel, talán a holland Kataszter eltekintve, egyetlen költés nélküli kataszteri szervezet, ill. ingatlan-nyilvántartást végző szervezet sem rendelkezik.

A jogszabályi háttér a törkőpi és jogi adatok szolgáltatásában ugyancsak segítséget nyújt, gyakorlatilag monopol helyzetet teremt. Például a földmészárosi törvény elággó, hogy a földhivatalon kövűli törkőpi nyilvántartási rendszer létrehozásakor az állami alapadatok használatát kötelezzük.

Mindezek a lehetőségek, adottságok reális alapot nyújtottak ahhoz, hogy a földügyi igazgatás a költését fedező bevételre tegyen szert. Nyugat Európában de más részben a legfejlettebb államokban, a hasonló szolgáltatások nyújtásáig állami igazgatói intézmények részben a korábban megköltés-tette, de inkább teljes-tette a költését fedező bevételt, amit a korábbi példákban ismerttettem, holott esetleg rosszabbak a potenciális lehetőségeik, de költés a változókat, megfelelve a piacgazdaság kívánásainak. Ezekben az országokban alkalmazták a marketing módszereit, és ez az ami Magyarországon hiányzik.

Ma földügyi igazgatás (földhivatali intézményrendszer) állásfoglalásában 2006 január 1-étől gyakorlatilag a fenntartás, bevétel fedezik költséget. Szóval a költségvetés, hogy a költségvetési fejezeteket a központi költségvetés határozza meg és beruházásra nem sok marad.

Az is igaz, hogy az állami fenntartás bevétel részben az ingatlan-nyilvántartási eljárásokról és a földhasználati eljárásokról nem a szolgáltatások bevételeivel, marketing tevékenység eredményeként. Ezen a téren tovább kell haladni.

A földügyi igazgatás tevékenységét tanulmányozva, megállapítható, hogy a sikeres marketing tevékenységnek több fontos eleme van. Ebből kiemelendő a kommunikáció, melyek részben, vagy teljesen hiányoznak a földügyi igazgatásban.

- Ki kell alakítani az intézmény arculatát, tevékenységét szöveges formában ismertetni kell. Mi a feladata az intézmény milyen szolgáltatásokat nyújt? Ezeket évente megfelelő kiadványokon keresztül kell publikálni. Magyarországon ebben gyakorlatilag semmi sem valósul meg. A szöveges közvélemény nem tudja, hogy mi a lényege a magyar ingatlan-nyilvántartási rendszernek, milyen ariái eljárással jár az egyesített egységes rendszer, milyen szolgáltatásokkal rendelkezik. (sokszor még a saját munkatársak sem tudják, a közreműködő ügyvédek is tekké nyírvárul beszélnék, stb.)

Ez egyedülálló hiányosság a földügyi szervezetekkel állásfoglalás-tva. Alig vannak magyar, ill. idegen nyelvű ismertető, amelyeket a felhasználók, a gyűlések, hazai, ill. földügyi partnerek adhatnak.

Bármelyik állami intézményt látogatunk meg Nyugat Európában, számtalan ismertető anyaggal rendelkeznek, nemcsak papírral, hanem már digitális formában is.

Ki kell használni a technikát, Internet, honlap, stb.

- A marketing munka egyik eleme a piacutatás, az adatok szolgáltatások minőségének javítása a tényleges felhasználók igényeinek megfelelően. A fejlett országok hasonló intézményei nem elgédnek meg a jogszabályok nyújtotta monopol helyzettel, mert tudják, hogy a piactudásban csak a minőség adatok szolgáltatások adhatók el és ha ezt nem tudják teljesíteni, a piac szereplői megtalálják az egyéb csatornákat és más szereplőket a szolgáltatásokat.

Magyarországon még a régi bevezető alapjain sok földhivatali kollega is- tőlzöttan bázisnak a jogszabályok a monopol helyzetükben, mondván, úgysem lehet máshonnan beszerezni az adatokat, stb. A hatóságok munkája (részben szolgáltatás), az adatok, elsősorban a törökös, földmárkosi adatok minőség sok esetben nem megfelelő. Ugyancsak problémát jelent, bár nem kifejezetten marketing, hogy a jogszabályok alapján a földhivatalok ingyenes tulajdoni lap szolgáltatásaitra kifizettek az állami költségvetés felől, akik ezzel még sokszor vissza is kaphatnak. Ez az ingyenes adatszolgáltatás több milliárd forinttal rólvidéti meg a földügyi igazgatást. Az elmúlt két évben csak a földügyi Földhivatal évente több mint 500 millió forint árértékben szolgáltatott ingyenes tulajdoni lapot.

- Állandó és folyamatos beruházás a humán erőforrás és az informatika területén. Hiányoznak a menedzser szemléletű munkatársak mind a döntéshozói, mind a végrehajtói szinten. A földügyi Földhivatal tapasztalatai a földügyi Földhivatal bizonyos fokig szerencsés helyzetben volt a technikai fejlesztéseket illetően, melynek eredményeként a tulajdoni lap kezelő informatikai rendszer, a BIIR és a digitális törököskezelő INFOCAM és Topo rendszerrel megkötötték. Ez lehetett az az oka, hogy megkötötték azokat a feltételeket, melyek az adatok szolgáltatások minőségét javítják és kápeksek vagyunk digitális törökös tulajdoni lap adatokat szolgáltatni eredményeként névelkedett az adatszolgáltatás mennyisége és ezen belül a digitális adatszolgáltatás aránya.

Ezen kívül is számtalan lehetőségek van több szolgáltatásra a földügyi hatóságokkal. Természetesen az új technikai, programozási munka és a felhasználók felől a földhivatal marketing tevékenység is szükséges eredmények eléréséhez.

A lényeg az, hogy gyakorlatban tapasztaltuk, hogy a marketing igenis aványesül a nálunk is nemcsak a nyugat európai ingatlan-nyilvántartási intézmények esetében.

A további eljöléshez elengedhetetlen az informatikai rendszer korszerűsítése, ill. kapacitásának növelése. Következők

A földügyi állami hazai tapasztalatok azt mutatják, igenis szükség van marketingre az állami igazgatásban is elsősorban szolgáltatást végző intézményekben.

Ehhez szükség van

- Piacutatás, a felhasználói igények megismerésére

- Minőségi adatokra, szolgáltatásokra, a felhasználói igényeknek megfelelően

- Korszerű informatikai rendszerek és törökös, korszerűsítése, melyek biztosítják a digitális adatok szolgáltatását és a felhasználók gyors hozzáférése lehetőséget a földügyi igazgatás szolgáltatásaihoz

- Az intézmény tevékenységét bemutató publikációkra, lobbyzásra

- Folyamatos marketing tevékenységre

- Az adatok rendelkezésre, hogy a földügyi felhasználók csak további díj-fizetés ellenében forgalmazhassák az általunk szolgáltatott adatokra érkező árértékű árértékű termékeket.