

MISKOLCI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

GUBIK ANDREA

**A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK
EGYÜTTMŰKÖDÉSÉNEK ELVI KÉRDÉSEI ÉS
GYAKORLATI TAPASZTALATAI BORSOD-
ABAÚJ-ZEMPLÉN MEGYÉBEN**

PH.D. ÉRTEKEZÉS TÉZISEI

MISKOLC

2008

**MISKOLCI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

GUBIK ANDREA

**A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK
EGYÜTTMŰKÖDÉSÉNEK ELVI KÉRDÉSEI ÉS
GYAKORLATI TAPASZTALATAI BORSOD-
ABAÚJ-ZEMPLÉN MEGYÉBEN**

PH.D. ÉRTEKEZÉS TÉZISEI

A DOKTORI ISKOLA NEVE:

**VÁLLALKOZÁSELMÉLET- ÉS GYAKORLAT
DOKTORI ISKOLA**

A DOKTORI ISKOLA VEZETŐJE:

DR. NAGY ALADÁR
egyetemi tanár
a közgazdaságtudományok doktora

TUDOMÁNYOS VEZETŐ:

DR. NAGY ALADÁR
egyetemi tanár
a közgazdaságtudományok doktora

MISKOLC

2008

TARTALOM

1. A kutatási témaválasztás indoklása	5
2. Kutatási háttér és módszertan	6
3. Az értekezés célja és felépítése	7
4. A kutatás új és újszerű megállapításai.....	9
5. A kutatás eredményeinek felhasználási területei.....	19
Irodalomjegyzék	20
A szerző disszertációhoz kapcsolódó publikációi	21

1. A KUTATÁSI TÉMAVÁLASZTÁS INDOKLÁSA

Napjainkban a kis- és középvállalatok mindenütt egyre nagyobb figyelmet kapnak gazdasági, és főként társadalmi jelentőségük miatt. A gazdasági életben zajló változások és egyéb folyamatok következtében megnőtt a bizonytalanság és felértékelődött a rugalmasság a vállalati gazdálkodás minden területén. Az egyre erőteljesebb verseny és az állandó változás folyamatos megújulásra, új utak és megoldások keresésére kényszeríti a gazdasági élet szereplőit. Ezek egyikének tekintjük a hálózatosodást, a vállalkozói kapcsolatok széles skálájának kialakulását.

A kis- és középvállalati szektor nagy része számára a partneri kapcsolatok eddig is jelentősek voltak főként erőforrásaik korlátozottsága miatt. A változásokat kísérő bizonytalanság és a fokozott rugalmasság követelménye viszont a vállalati együttműködések minőségében és a részt vevők körében is lényeges változást hozott.

A magyarországi kis- és középvállalatok kialakulása és fejlődése azonban több szempontból is sajátos. Sem a Nyugat-Európára jellemző, alapvetően közgazdasági logikán alapuló szerves fejlődési folyamattal, sem pedig az ázsiai országok társadalmi tradíciókon nyugvó kis- és középvállalati szektorával nem mutat érdemi hasonlóságot. Kialakulása és fejlődése nem tekinthető organikusnak, mert a rendszerváltás után nagyrészt kényszerből jött létre. Másrészt kialakulásában és fejlődésében a társadalmi hagyományok nem játszottak és játszanak markáns szerepet. Kialakulásuk sajátosságait a szerzők több tényezővel magyarázzák¹ (például a történelmi hagyományokkal, a laza üzleti erkölcsre vonatkozó szocializációs örökséggel, az átörökítési hatás hiányosságával, a politikai kapcsolatokból eredő társadalmi tőke értékességével stb.). Ugyan a rendszerváltás óta eltelt időszakban eltűnni látszanak ezek a különbségek, mégis éreztetik hatásukat a vállalatok működése, attitűdje és gyakorlata szempontjából egyaránt.

Ezek a sajátosságok akkor is szembetűnők, ha a hazai kis- és középvállalati szektor számos statisztikai mutató tekintetében nem különbözik jelentősen más európai országoktól. Éppen ezért a rendelkezésünkre álló nemzetközi kutatások eredményeit (lásd például: Observatory of European SMEs, 2003) csak óvatosan hasznosíthattuk kutatásunkban. Ez különösen igaz az Észak-Magyarországi régióra.

Vizsgálataink ezt a hiányt szeretnék pótolni, egyrészt arra keresve a választ, hogy általában véve milyen munkamegosztási sajátosságok tapasztalhatók a kiválasztott kis- és középvállalati körben, másrészt milyen jellegzetes eltéréseket tapasztaltunk a nemzetközi felmérésekhez képest. Ennek alapján kívántuk megválaszolni azt a fontos kérdést, vajon a vizsgált hazai vállalkozói kör eljutott-e már az igazi együttműködő vállalkozásig.

¹ A tézisfüzet irodalomjegyzéke tartalmazza az ide vonatkozó referenciákat.

2. KUTATÁSI HÁTTÉR ÉS MÓDSZERTAN

Szakdolgozatomat a hazai kis- és középvállalatok fejlesztési politikája témakörben írtam. Azóta érdeklődésem konkrétan a vállalati együttműködés, a vállalati hálózatok és ezek környezetének vizsgálata felé fordult. Kutatásaimat 2001-ben kezdtem el a Vállalkozáselmélet- és gyakorlat Doktori Iskolában. Munkám során nagy segítséget jelentett, hogy két OTKA kutatásban is részt vehettem. Az 1999-2002 között futó „*A globalizáció-elméletek újabb vonulatai - globalitás és fenntartható fejlődés*” című, OTKA 029862 projektben, néhai Dr. Tóth László professzor témavezetésével, valamint a 2004-2006 között folyó OTKA 043149, „*Globalizáció – EU integráció. Magyarország felzárkózási stratégiái*” című projektben Dr. Tóthné dr. Szita Klára tanárnő vezetésével. További segítséget nyújtott „*A globális vállalatok és a hazai KKV-k mikrointegrációja az észak-magyarországi crossborder kapcsolatokban, összefüggésben az EU keleti bővülésével*” című FKFP 0015/2002. oktatási és kutatási program, melyben jelenlegi tudományos vezetőm irányításával veszek részt.

Kutatásaim során a téma kutatói által *relevánsnak tekintett szakirodalom feldolgozására* törekedtem, minden általam hivatkozott szakirodalmat gondosan áttanulmányoztam.

Ezt követően *kérdőíves megkérdezést* és az így nyert adatok statisztikai kiértékelését végeztem el. A kérdőív összeállítása során az Observatory of European SMEs (2003/5) útmutatásait alkalmaztam, annak érdekében, hogy az összehasonlítás lehetővé váljon az EU 19-ekben elvégzett felméréssel. Egyes kérdéseket más mérvado kutatásokból (Observatory of European SMEs 2003/5, Györffy, Pogácsa, Török, 2003) emeltem át, illetve azokat saját kutatásaim alapján egészítettem ki.

Az empirikus vizsgálatban a Doktori Iskolánk FKFP 0015/2002. oktatási és kutatási programja keretében készült kérdőívet használtam fel. A kérdőív adataiból létrehozott adatbázis 217 Borsod-Abaúj-Zemplén megyei kis- és középvállalat (10-249 fő foglalkoztatott) létszám-kategória és tevékenységi kör szerinti reprezentatív adatait tartalmazza. Továbbá 16 mikrovállalat (1-9 fő) válaszait is felhasználtam, de csak a vállalkozók szubjektív véleményét felmérő kérdéseknél az esetleges tendenciák szemléltetéséhez. Ez utóbbi vizsgálatoknál a kapott eredmények fenntartásokkal történő kezelésére minden esetben külön felhívtam a figyelmet. A megye vállalatainak méret szerinti összetétele sem az országos, sem az európai statisztikáktól nem tér el jelentősen. A csak 10 fő feletti vállalatokat vizsgálva a kis- és a középvállalatok megoszlása megközelítőleg 80-20 százalék.

Az adatok elemzéséhez SPSS 14.0 programcsomagot használtam. Leíró statisztikákkal, többváltozós elemzésekkel, klaszter-, faktorelemzéssel, több változó között meglévő sztochasztikus kapcsolat erősségét jelző mutatókkal vizsgáltam a rendelkezésre álló mintát.

A kis- és középvállalatok teljes sokaságára vonatkozó statisztikus következtetések alkalmazása miatt külön figyelmet fordítottam a mintavételre. Ennek során a véletlen mintavételi technikák közé tartozó rétegzett mintavételi technikát alkalmaztam. A mintavétel megbízhatósági szintje 95 százalék, a mintavételi hiba véges sokasági korrekcióval számolva $\pm 6,16$ százalék. Az elemzés során a hiányzó értékek kezelésénél pár szerinti kizárást alkalmaztam, azaz minden egyes vizsgálatnál csak a teljes és érvényes válaszokat vettem figyelembe. A vizsgálat során 0,05-ös szignifikancia szintet tekintettem kielégítőnek és az egyes elemzések után jeleztem az ettől eltérő valószínűségeket.

3. AZ ÉRTEKEZÉS CÉLJA ÉS FELÉPÍTÉSE

A értekezés célja a kis- és középvállalatok közötti hazai együttműködés jelenlegi sajátosságainak feltárása. Ennek érdekében elsősorban az alábbi kérdésekre kíséreltünk meg megbízható választ adni:

Milyen arányú a megyei kis- és középvállalatok körében a vállalati együttműködésben való részvétel a vizsgálat idején? Milyen típusú (vállalatméret, tevékenységi kör) vállalatokra, mely együttműködési területeken jellemző?

Milyen motivációi és akadályai vannak az együttműködésnek? Milyen különbségek vannak vállalatméretenként és tevékenységi körönként?

Kimutatható-e pozitív kapcsolat a vállalati együttműködés ténye és a vállalat gazdasági helyzete, teljesítménye között? Van-e különbség a versenyképes és stabil vállalat és a gyengébben teljesítő vállalat együttműködési képessége és szándéka között?

Gyakorol-e befolyást a helyi közösségben, az úgynevezett társadalmi hálókban való részvétel az együttműködés jellemzőire?

A kérdések megválaszolásához abból indultunk ki, hogy az együttműködésre ható tényezők három csoportja határolható el egy zárt koncepcionális kereten belül:

1. Az első tényező az *együttműködési hajlandóság*, mely a vállalkozó kooperációra irányuló szándékát testesíti meg. Ezt szerintünk az alábbiak befolyásolják:
 - A vállalati együttműködés irányába ható olyan folyamatok, mint például a globalizáció, a gazdasági-, technológiai fejlődés. Ezek egyfajta húzóerőként szolgálnak, megadva az együttműködés *keresleti oldalát*.
 - A vállalat bizonyos jellemzői (tevékenységi kör, méret stb.) és a vállalkozó/vezető/alkalmazottak viszonyulása a kooperációhoz, amelyeket az együttműködés tolóerőinek tekinthetjük. Ezek együttesen a *kínálati oldalt* határozzák meg.
2. A második tényezőt azok a vélt, vagy valós *akadályok* képezik, amelyek a vállalat adottságaiból, vagy éppen azok hiányából fakadnak, vagy vállalaton kívüli okokból erednek.
3. Végül a harmadik tényezőt az a *gazdasági-, társadalmi-, kulturális közeg* alkotja, amelyben az első két tényező ténylegesen érvényesül. Ilyen a jogszabályi környezet minősége, a kialakult intézményrendszer, az oktatási rendszer vagy az informális szabályok, normák, értékek és az ízlések rendszere.

Az értekezés öt fejezetre tagolódik:

1. Először bemutatjuk a kis- és középvállalatok szerepének általános növekedését, és a téma aktualitását indokoljuk. A kis- és középvállalati szektor jelentőségét, társadalmi és gazdasági súlyát nemzetközi (EU, USA, Japán) és hazai statisztikai adatokkal, szerepük növekedését pedig a legutóbbi társadalmi és gazdasági tendenciák bemutatásával érzékeltetjük.
2. A dolgozat második fejezetében a vállalati együttműködés elméleti megközelítéseit ismertetjük, különös tekintettel a szerződéses elméletekre (ezeken belül is a tranzakciós költség elméletére), valamint az evolúciós-kompetencia alapú elméletekre. Kiemeljük a társadalmi kapcsolatok szerepét a gazdasági kapcsolatok alakulásában, valamint kitérünk a bizalom szerepére a gazdasági kapcsolatok megszervezésében.
3. A harmadik fejezetben osztályozzuk a kis- és középvállalatok környezeti alkalmazkodásának lehetséges formáit, és bemutatjuk a vállalati kapcsolatrendszer (hálózatok) típusait, azok iránya és földrajzi kiterjedése szerint. Középpontban a kis- és középvállalatok által betöltött lehetséges szerepek állnak.
4. A negyedik fejezetben statisztikai módszerek alkalmazásával vizsgáljuk a rendelkezésre álló, a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei kis- és középvállalatokat méret és tevékenységi kör szerint reprezentáló vállalati mintát, kutatási kérdéseink megválaszolása érdekében.
5. Végül a dolgozat ötödik, záró fejezetében a kutatás során megfogalmazott új és újszerű megállapításokat összegezzük.

4. A KUTATÁS ÚJ ÉS ÚJSZERŰ MEGÁLLAPÍTÁSAI

A kutatás főbb megállapításait - tézisek formájában - négy pont köré gyűjtve mutatjuk be:

1. A vevő-szállító kapcsolatok tapasztalatai;
2. A vevő szállító kapcsolatokon túlmutató együttműködés tapasztalatai;
3. A vállalati teljesítmény és a vállalati együttműködés összefüggései;
4. A kis- és középvállalatok környezeti beágyazottságának jellemzői.

4.1. A VEVŐ-SZÁLLÍTÓ KAPCSOLATOKRA VONATKOZÓ TÉZISEK

A vizsgálat során külön kezeltük a vállalatok által *megjelölt együttműködést* (amikor a kérdőívet kitöltő számolt be az együttműködésről), valamint a vállalatok közötti *látens kooperációt*. Ez utóbbit a vevő-szállító kapcsolatok elemzésével, a vevő, illetve a szállító részesedése, földrajzi távolsága, valamint a kapcsolat időtartama alapján vizsgáltuk.

A szakirodalom a hosszú távú kapcsolatok előnyeit hangsúlyozza többek között a rutinok, a partnerek közötti bizalom kialakulásának lehetősége miatt, melyekkel a vállalatok gazdasági előnyökre tehetnek szert. Ilyen előny például a folyamatok olcsóbbá válása.

Kiinduló hipotézisünk szerint a racionálisan viselkedő vállalatok stratégiai döntéssel alakítanak ki tartós partnerkapcsolatokat viszonylag szűk földrajzi térségben.

Ennek tesztelése érdekében első lépésben elemeztük a megkérdezett vállalatok vevő és szállító kapcsolatainak időbeli hosszát, majd a vállalatok korának kiszűrése érdekében a *kapcsolatok tartósságát*, melyhez a kapcsolatok hosszát a vállalat korának százalékában fejeztük ki. Megerősítést nyert, hogy a megkérdezett vállalatok legfontosabb partnerkapcsolatainak tartóssága között összefüggés van: amennyiben egy vállalat tartós partnerkapcsolat kialakítása mellett dönt, úgy valamennyi partnerkapcsolatában hasonlóan igyekszik eljárni. A vállalatok tehát stratégiai döntéssel aknázzák ki az együttműködés pótlólagos hozamát.

Ezt követően a vevő és szállító kapcsolatokat *földrajzi koncentrációjuk* szerint is megvizsgáltuk. Feltételezésünk szerint a vállalat mérete és a partnerkapcsolatok földrajzi koncentrációja, valamint a földrajzi koncentráció és a kapcsolatok tartóssága között szignifikáns összefüggés van.

A megkérdezett kis- és középvállalatok számára a helyi piac általában véve meghatározó. Minél kisebb egy vállalat annál inkább kötődik a helyi piachoz, a vállalat korlátozott erőforrásai, tevékenységének jellege és a vevő jellemzői miatt. Kiderült, hogy a személyes kontaktus és általában az emberi tényezők meghatározóak az együttműködés sikere szempontjából, ezért nagy szerepük van a partnerkapcsolat tartósságának alakulásában.

Külön megvizsgáltuk a megkérdezett vállalatok vevő és szállító kapcsolatainak időbeli hosszát és a partner vállalatok egymás közötti földrajzi távolságát. Elemeztük a tartósság (a partnerkapcsolat időbeli hossza a vevő korának százalékában) és a vevő/szállító földrajzi elhelyezkedése közötti sztochasztikus kapcsolatot. A kapcsolatokat a térbeliség szempontjából vizsgálva megállapítottuk, hogy a vállalat mérete és a partner vállalatok földrajzi távolsága között szignifikáns kapcsolat létezik, minél kisebb egy vállalat, annál

koncentráltabbak partnerkapcsolatai. Az is kiderült, hogy a koncentráció fokozódása a kapcsolatok tartósságának növekedésével jár együtt.

A gazdasági kapcsolatok erős térbeli koncentrációja egyrészt előnyös a vállalatok számára, mert hozzájárul a partnerkapcsolatok tartósságának fokozódásához, pótlólagos gazdasági előnyhöz juttatva a vállalatokat, másrészt viszont a túlzott koncentráció ellentmond a gazdasági racionalitás követelményének, mivel annak következtében a vállalat túlzott mértékben válik kiszolgáltatottá szűk környezete gazdasági helyzetének alakulásától.

A partnerkapcsolatokra vonatkozó fenti megállapítások a térbeli és időbeli sajátosságok ellentmondását világítják meg.

T1a A megkérdezett vállalatok legfontosabb partner-kapcsolatainak tartóssága között összefüggés fedezhető fel: Amennyiben egy vállalat tartós partnerkapcsolatot alakít ki valamely területen, úgy igyekszik valamennyi kapcsolatában így eljárni. A vállalat stratégiai döntéssel aknázza ki az együttműködés pótlólagos hozamát. A tartós partnerkapcsolatok viszonylag szűk földrajzi térségben jönnek létre, és a földrajzi koncentráció fokozódásával a kapcsolatok tartóssága növekszik.

T1b A kis- és középvállalatok szűk földrajzi térségre koncentrált tartós partnerkapcsolatai egyrészt hozzájárulnak a tartós partnerkapcsolatokban rejlő gazdasági előnyök kiaknázásához, másrészt viszont kiszolgáltatottá teszik őket a gazdasági környezetüknek. Itt a gazdasági racionalitás paradox módon jelenik meg.

A racionálisan viselkedő vállalatnak ezért meg kell találnia az egyensúlyt a gazdasági előnyökkel kecsegtető tartós kapcsolatok kialakítása és a pótlólagos kockázatot hordozó földrajzi koncentráció között.

4.2. A VEVŐ- SZÁLLÍTÓ KAPCSOLATON TÚLMUTATÓ EGYÜTTMŰKÖDÉSRE VONATKOZÓ TÉZISEK

A vevő-szállító kapcsolaton túlmutató együttműködések azok iránya szerint csoportosítottuk. Megkülönböztettük a kis- és középvállalatok közötti együttműködést, valamint a kis- és középvállalatok és nagyvállalatok közötti beszállítói kapcsolatokat. Majd megvizsgáltuk jellegzetességeiket.

4.2.1. A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK KÖZÖTTI EGYÜTTMŰKÖDÉS JELLEMZŐI

Itt abból a hipotézisből indultunk ki, hogy a sikeres környezeti alkalmazkodás olyan tevékenységek (kutatás-fejlesztés, marketing, készletgazdálkodás stb.) ellátását is szükségessé teszi, melyek önálló ellátása nem gazdaságos, ezért a vállalatok együttműködésre törekzenek a gazdasági racionalitás jegyében.

Ismeretes, hogy újabban a vállalatok tevékenységei körében egyre nő a termelési és szokványos tevékenységek mellett a kutatás-fejlesztés, a marketing, a pénzügyi szolgáltatások stb. aránya. Ezek a tevékenységek egyre nagyobb jelentőségre tesznek szert a vállalat hatékonysága, versenyképessége és így sikeressége szempontjából, másrészt

azonban egyre nagyobb arányú ráfordításokat igényelnek. Ezek a költségek a vállalat szempontjából nagyrészt fix költségek. A vállalati együttműködés azonban lehetővé teszi ezek jelentős csökkentését.

Hipotézisünk tesztelése érdekében Borsod-Abaúj-Zemplén megyében működő kis- és középvállalatokból álló mintát kérdeztünk meg együttműködési területeikről. Kiderült, hogy a nagyobb vállalatok nagyobb arányban rendelkeznek együttműködési kapcsolatokkal. Az együttműködő vállalatok leggyakrabban a beszerzés, az értékesítés és a marketing területén kooperálnak, a vállalat méretének növekedésével az ezeken túlmutató együttműködés (iparági értéklánc mentén történő együttműködés, készletgazdálkodás) is jelentősebb.

A kis- és középvállalatok piaci környezethez való alkalmazkodása olyan tevékenységeket (kutatás-fejlesztés, marketing stb.) követel meg, melyek ellátása önállóan nem gazdaságos, ezért ezeken a területeken az együttműködést a gazdasági racionalitás követeli meg.

T2 A kooperáló kis- és középvállalatok együttműködési területeire jellemző, hogy minél nagyobb egy vállalat, annál nagyobb valószínűséggel fordul elő beszerzésen, értékesítésen túlmutató együttműködési forma (például iparági értéklánc mentén történő együttműködés, készletgazdálkodás stb.). Kiinduló hipotézisünk feltétel nélkül érvényes a közepes vállalatokra, a kisvállalatokra azonban csak részben, mert azok sok esetben ki sem alakítják a hosszú távú, jelentős megtakarításokat lehetővé tévő együttműködési formákat.

A kis- és középvállalati szektor hazai formálódásának sajátosságai miatt nagy hangsúlyt helyeztünk a vállalati együttműködés motivációs és akadályozó tényezőinek a megismerésére, másrészt tapasztalataink összehasonlítására az Observatory of European SMEs által végzett felmérés eredményeivel.

A vállalati együttműködés motivációjával összefüggésben két elméletet kell kiemelnünk. A *tranzakciós költségek elmélete* (Coase, 1937, Williamson, 1985, 1991, 1998) a tranzakciókhoz kapcsolódó, a termék árán felüli költséggel magyarázza az egyes intézményi formák (önálló, piaci, vegyes) közötti választást. A *kompetencia alapú elméletek* (Hodgson 1998) viszont a készségek, a hallgatólagos tudás és a hozzáértés kulcsszerepét hangsúlyozzák az ilyen döntésekben. Az együttműködés motivációja e szerint valamely kompetencia elem megszerzése.

A vonatkozó szakirodalom alapján az együttműködés egyik fontos motivációja az *erőforrások megszerzésének igénye*. Eszerint minél kisebb a vállalat mérete, annál intenzívebb együttműködési szándékkal kellene találkozoznunk, a kisebb vállalatok fokozott erőforráskorlátai miatt. A vállalati mintán végzett vizsgálataink ezt a következtetést nem igazolták. Azt tapasztaltuk, hogy az együttműködés ténye a vállalatmérettel nő. Ennek oka pedig az együttműködés költségeiben (még ha az alacsonyabb is más lehetséges alternatívák költségénél), a pótlólagos időráfordításban és a szükséges ismeretek hiányában keresendő.

Az erőforrások megszerzési motivációjának kisebb módosításával közelebb kerülhetünk az ellentmondás feloldásához. Mi az *erőforrások viszonylag jobb feltételekkel* történő megszerzését tekintettük az együttműködés egyik jelentős motivációjának. A szokványos erőforrásokhoz való hozzáférés általában nem ütközik különösebb akadályokba. A szokásos piaci tranzakcióval történő megszerzésük azonban ahhoz vezetne, hogy egy

vállalat éppen úgy juthat hozzá az erőforráshoz, mint bármely versenytársa. Az együttműködés új motivációja éppen az lehet, hogy segítségével a vállalat a versenytársaktól megkülönböztetett módon szerezheti meg a neki szükséges erőforrásokat, így versenyelőnyhöz juthat. Ez a motiváció összekapcsolódhat a költségcsökkentés és a minőségjavítás motivációjával is.

Az együttműködés további motívumaival kapcsolatban megvizsgáltuk a felmerülő pótlólagos *költségeket* is. Azt feltételeztük, hogy Borsod-Abaúj-Zemplén megye kedvezőtlen gazdasági helyzete miatt ennek nagy szerepe lesz mint motivációs, és akadályozó tényező. Kiderült, hogy a vállalatok által érzékelt akadályok között és a vállalatok motivációiban is előkelő helyet foglalt el. Ezt követően a piacbővítési, tudás-, és tapasztalatszerzési motivációkat is teszteltük.

Az együttműködés különböző motivációit 1-5-ig terjedő Likert skálán mértük, majd a kapott eredményeket rangsoroltuk, illetve bizonyos szempontok szerint elemeztük. Ezek alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a megkérdezett vállalatok leginkább a költségcsökkentésben, a nagyobb piachoz való hozzáférésben látják az együttműködés előnyét. Közepesen erős hajtóerőnek ítélik a tudáshoz való hozzáférést, a pótlólagos kapacitás megszerzésének és a kihasználatlan kapacitás lekötésének, valamint a méretgazdaságos termelés megvalósításának lehetőségét.

Az előzőekben ismertetett két iskola érvelésével szemben vizsgálatunk azt mutatta, hogy az együttműködés tényleges motivációit a vállalat több objektív tényezője határozza meg egyidejűleg.

T3 A vállalati együttműködés tényleges motivációit több objektív tényező (például a vállalat mérete, tevékenységi köre stb.) határozza meg egyidejűleg, ezért bármely monokauzális megközelítés csak részben képes empirikusan megalapozott magyarázatot adni az együttműködés tényére.

Az együttműködésnek objektív és szubjektív tényezői egyaránt ismeretesek. Lehetőségeink azonban csak az objektív tényezők vizsgálatára terjedtek ki. A vállalati mintán végzett elemzésünk eredménye szerint a kisebb vállalatok inkább olyan többlet kompetenciák megszerzéséért döntenek az együttműködés mellett, mint a tudás, a technológia, és a know-how megszerzése, míg a több alkalmazottal dolgozó vállalatoknál a gazdaságos termelés felesleges kapacitások lekötésével való megvalósítása az elsődleges cél. Ebből arra következtettünk, hogy a nagyobb vállalatok számára meghatározóbbak a gazdaságossági, hatékonysági tényezők, más jellegű a verseny, mellyel szembesülniük kell.

Azt is megfigyeltük, hogy a vállalatok mérete mellett a fő tevékenységi körök (ipar, kereskedelem, szolgáltatás) szerint is eltérő az egyes ösztönzők fontossága. Mindezek alapján az alábbi következtetéseket vontuk le:

T4a Minél kisebb egy vállalat, annál inkább a hiányzó kompetenciák, fizikai erőforrások megszerzése lesz az együttműködés motívuma. A vállalati méret növekedésével egyre inkább a pénzügyi erőforrások megszerzése, a költségek csökkentése és a hatékonyság növelése válik az együttműködés domináns motivációjává.

T4b A vállalatok fő tevékenységi köre szerint pedig az együttműködés fő motivációja a szolgáltatók esetében főleg a pótlólagos tudás és munkaerő megszerzése, az ipari vállalatoknál kapacitásaik minél teljesebb kihasználása, a kereskedelmi vállalatoknál pedig a piacbővítés.

Azt feltételeztük, hogy kis- és középvállalatok sajátosságaik miatt (erőforráskorlát stb.) jelentős külső és belső akadályokkal szembesülnek. A külső és belső akadályok arányát és jelentőségét tekintve eltéréseket valószínűsítettünk a vállalatméret és a tevékenységi kör szerint.

A kis- és középvállalatok által érzékelt akadályok egy csoportja *külső akadály*, mint például a technológiai előírások, a bürokrácia, a kockázat, a magas szállítási-, kommunikációs- vagy egyéb költségek, valamint a jogi szabályozás. Egy másik része pedig belső akadály, amely a vállalat, a vállalkozó és az alkalmazottak saját jellemzőiből, adottságaiból fakad. Ilyen akadály például a saját termék vagy szolgáltatás nem megfelelő minősége, a nem megfelelően képzett munkaerő. A belső akadályoknak objektív és szubjektív típusát határoltuk el. Az *objektív belső akadályok* a vállalat olyan adottságaiból fakadnak, mint például a szükséges erőforrások megléte, vagy hiánya, míg a *szubjektív belső akadályok* a vállalkozók és alkalmazottak eltérő képességeiből és erőfeszítéseiből származnak.

Egyrészt indokoltan azt feltételeztük, hogy Borsod-Abaúj-Zemplén megye kedvezőtlen gazdasági helyzete a megjelölt akadályokban is tükröződni fog, azaz a vállalatok általában véve sok és jelentős akadályozó tényezőről számolnak be az együttműködés vonatkozásában. Másrészt abból a közismert tényből indultunk ki, hogy a vállalkozókat gyakran jellemzi individualista szemlélet, nem szeretik a beavatkozást, az irányításról való akár részleges lemondást, sokan éppen ezért lesznek vállalkozók, és nem szeretik belátni saját korlátaikat sem. Ennek megfelelően azt vártuk, hogy az együttműködés akadályaként főként külső gátló tényezőket jelölnek meg.

Az együttműködés akadályainak mérésére Likert skálát alkalmaztunk, majd a kapott pontszámok alapján rangsort állítottunk fel. Kiderült, hogy a vállalatok által az együttműködéssel kapcsolatban észlelt akadályok nagyobb része úgynevezett külső akadály. A vállalatok természetesen saját teljesítményükkel (hatékonyság, minőség, termékválaszték stb.) általában elégedettek, és külső tényezőkben látják a kevésbé sikeres üzleti szereplés okát.

Mivel a vállalkozás lényegi elemei éppen a verseny, a költségek viselése és az anyagi felelősség vállalása, a kapott eredményekből, a külső akadályok szerepének túlhangsúlyozásából a vállalkozás kényszerű jellegére következtethetünk (főleg a versenytől, támogatásokra utaltság és pénzügyi akadályok).

T5a A vállalatok elfogultan ítélik meg a külső és a belső akadályok szerepét: irreálisan túlértékelik a külső tényezőket és alulértékelik saját képességeik, kompetenciáik hiányosságait. Az együttműködés legjelentősebb akadályait olyan külső tényezőkben látják, mint az erős verseny, a megfelelő támogatási rendszer hiánya és a kooperáció várható költségei. Ez az álláspont a vállalkozás kényszerű jellegének kifejeződése.

A vállalatméret kategóriái szerinti minta alapján hasonló következtetés levonására nyílik lehetőség, mint a motivációk vizsgálata során, a kisebb vállalatok kapacitásai, erőforrásaik korlátozottságát, bürokratikus akadályokat is érzékelnek, míg a nagyobb vállalatok az erős versenyt és a magas költséget jelölték magas pontszámmal. Tevékenységi körönként nem találtunk szignifikáns összefüggést.

T5b A kisebb vállalatoknál a legjelentősebbnek tartott akadályok a kompetenciákkal illetve fizikai erőforrásokkal is kapcsolatosak, a vállalatméret növekedésével viszont egyre inkább csak az erős versennyel és költségekkel.

A kapott eredmények azt sugallják, hogy a kis- és középvállalatok együttműködésének ösztönzése és általában vett fejlesztése során eltérő típusú támogatást szükséges nyújtani a vállalatoknak azok mérete és tevékenységi köre szerint, valamint, hogy oktatási, fejlesztési igényeik megfogalmazásakor nem elégséges a vállalati visszajelzésekre támaszkodni, szakértők bevonása szükséges.

4.2.2. A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK ÉS A NAGYVÁLLALATOK KÖZÖTTI BESZÁLLÍTÓI KAPCSOLATOK JELLEMZŐI

A kis- és középvállalatok vertikális és horizontális együttműködési formákban vehetnek részt. Az előbbi kis- és középvállalatok és egy vagy több nagyvállalat, az utóbbi pedig kis- és középvállalatok között megvalósuló kooperáció. A beszállítás a vertikális vállalati kapcsolatok egy speciális típusa, melyben a kis- és középvállalatok nagyvállalatokhoz kapcsolódnak, és termékük vagy szolgáltatásuk értéknövelő tevékenység révén más vállalat termékébe épül be.

Az általános vélekedéssel szemben (miszerint a beszállítói pozíció a kis- és középvállalatok számára általában előnyös) *hipotézisünk* szerint a kis- és középvállalatoknak csak egy szűk csoportja tekinthető a beszállítói együttműködés nyertesének.

Ismeretes, hogy a kis- és középvállalatokat érintő vertikális és horizontális kapcsolattípus eltérő többek között a felek alkuerejét és a közöttük megvalósuló reciprocitást tekintve. A vertikális kapcsolat hierarchikus elemeket is magában foglal, így a kis- és középvállalatok nagyobb fokú függésével járhat együtt. Ez a függőség horizontális kapcsolatok esetén is jelen van, és szükségszerű is a kijelölt közös célok miatt. A kapcsolat szimmetrikus vagy aszimmetrikus jellege viszont eltér a vertikális és horizontális együttműködés esetén. Minél nagyobb egy vállalat, általában annál kisebb mértékű a függősége a vállalati környezetétől, egyúttal annál nagyobb valószínűséggel fogja kontrollálni az együttműködési kapcsolatait.

A tényleges megyei helyzet jellemzésére faktor és klaszterelemzést végeztünk, mely segítségével a vállalatok három csoportját határoltuk el. Megállapítottuk, hogy a megkérdezett beszállító vállalatok csak mintegy 15 százaléka értékeli beszállítói pozícióját egyértelműen előnyösnek. Ezen klaszter vállalatai élen járnak a fejlesztésre, a beruházásra fordított összegek tekintetében, az átlagosnál motiváltabbak, illetve kisebb együttműködésből fakadó akadályokat érzékelnek. A vállalatok mintegy 47 százalékát

tömörítő klaszter vállalatai a partnertől való erős függőség elfogadása ellenére sem képesek profitálni a beszállítói kapcsolatból, míg a beszállító vállalatok 37 százaléka megőrizte ugyan önállóságát, ám a beszállítás adta lehetőségeket nem sikerült kiaknázniuk.

T6 Egyrészt nincs általánosan és egyértelműen kimutatható korreláció a beszállítói pozíció és az együttműködésből nyerhető előnyök között. Másrészt a beszállítói pozíció csak azon kevés vállalat számára előnyös, amely stabil, átlagot meghaladó gazdasági teljesítményt nyújt, és viszonylagos függetlenségét megőrzi.

Megvizsgáltuk a beszállítói kapcsolatok motivációit és akadályait is a kis- és középvállalatok közötti együttműködés motivációival és akadályaital foglalkozó kérdések felhasználásával.

Hipotézisünk szerint a beszállítás valamint a kis- és középvállalatok közötti együttműködés motivációi és akadályai jelentősen különböznek egymástól.

A beszállítással kapcsolatban leggyakrabban hangoztatott érv szerint, bár nehéz bekerülni a beszállítók közé, ha az adott vállalat megfelel a vele szemben támasztott viszonylag magas követelményeknek (árak, minőség stb. terén), stabil üzleti pozíciókra tehet szert.

Az általunk megkérdezett vállalatok szerint a beszállítást, mint a vállalati hatékonyságnövelés lehetséges eszközét főleg a piacszerzés, a kapacitáskihasználás és a költségsökkenés motiválja.

A motivációs tényezők vizsgálata során eltéréseket tapasztaltunk vállalatméret szerint. A vállalatméret növekedésével éppúgy mint a horizontális kapcsolatok esetén, felértékelődnek a versenyképességi, hatékonysági szempontok. A kisebb vállalatok pótlólagos tudásra, technológiára és munkaerőre szeretnének szert tenni. A vállalatméret növekedésével viszont egyre fontosabbá válnak az említett hatékonysági tényezők: a piacszerzés, a kihasználatlan kapacitások lekötése, vagy a méretgazdaságos termelés megvalósítása.

A beszállítás kapcsán is a külső akadályokat értékelték magas osztályzattal a megkérdezett vállalatok, éppúgy, mint a horizontális kapcsolatok esetén. A legjelentősebbnek tekintett akadályok a támogatási rendszer hiányosságával, a bürokráciával, valamint az erős versennyel kapcsolatosak. A beszállítás akadályainál nem sikerült vállalatméret szerint jelentős különbségeket kimutatni.

A horizontális kapcsolatokban (kis- és középvállalatok közötti együttműködés) érvényes motivációk és akadályok csaknem teljesen leképezik a vertikális kapcsolatokban (beszállítás) jelentkező motivációkat és akadályokat. Ebből következően a kiinduló hipotézisünket megcáfolták a kutatási eredmények, ezért azt vissza kell vonnunk.

A kis- és középvállalatok olyan jellemzői miatt, mint a tevékenységi kör és a vállalatméret csak egy részük számára reális lehetőség a beszállításban való részvétel. A beszállítói kapcsolatok elemzésének eredményei pedig arra utalnak, hogy ezeknek a vállalatoknak is csak egy csekély hányada képes sikeresen kihasználni az ilyen típusú kapcsolatrendszer. A követelményrendszer összetettségének fokozódása és a tevékenységek egyre nemzetközibbé válása ugyanezen irányba hat. Figyelembe véve a kis- és középvállalatok helyi környezettel kialakult sajátos viszonyát, arra következtetünk, hogy számukra egy klaszter a megfelelő kapocs lehetne a nagyvállalatokkal történő együttműködésre.

4.3. AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSben VALÓ RÉSZVÉTEL ÉS A VÁLLALAT GAZDASÁGI HELYZETÉNEK, TELJESÍTMÉNYÉNEK ÖSSZEFÜGGÉSE

A vizsgálat során abból a hipotézisből indultunk ki, hogy pozitív kapcsolat van az együttműködésben való részvétel és a vállalat gazdasági helyzete és teljesítménye között.

A vállalatok kapcsolatrendszere a vállalatokat információhoz, erőforráshoz, piachoz és technológiához képes hozzájuttatni, azaz kedvező hatással lehet a vállalatok teljesítményére. Az együttműködés nemzetközi empirikus felmérések szerint is fokozza a versenyképességet (Observatory of European SMEs, 2003/5). Mindebből arra következtettünk, hogy a vállalati együttműködés az általa elérhető előnyök révén (költségcsökkentés, méretgazdaságos termelés stb.) várhatóan hozzájárul a vállalatok teljesítményének (jövedelmezőségének) javulásához.

A vállalat teljesítménye és a kooperáció közötti pozitív irányú kapcsolat másképpen is értelmezhető. Minél kiegyensúlyozottabb egy vállalat működése, annál nagyobb valószínűséggel kooperál más vállalatokkal. Ezért azt feltételeztük, hogy az együttműködés csak az egyébként is jövedelmezőbb és versenyképesebb vállalatok számára reális lehetőség.

Hipotézisünk tesztelése érdekében megvizsgáltuk egyrészt a vállalat objektív adottságai (árbevétel, fejlesztésre, beruházásra fordított összegek, informatikai eszközellátottság, stb.) és az együttműködés, valamint a gazdasági helyzet szubjektív megítélése („Hogyan jellemezné vállalatuk gazdasági helyzetét...”, „Milyennek tartja vállalatuk helyzetét a versenytárhokhoz képest...”) és az együttműködés közötti kapcsolatot.

Ahogy a korábbi empirikus elemzéseknek, úgy saját vizsgálatunknak sem sikerült közvetlen kapcsolatot találni az együttműködésben való részvétel és a vállalat teljesítménye között. Ezt egyrészt a vállalatok közötti együttműködés kialakulásának sajátosságaival, másrészt a kis- és középvállalatok tényleges gazdasági helyzete meghatározásának problémájával magyarázhatjuk. Mindezek alapján a kiinduló hipotézisünk nem megalapozott, ezért azt vissza kell vonnunk.

4.4. A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK KÖRNYEZETI BEÁGYAZOTTSÁGÁRA VONATKOZÓ TÉZISEK

Az újabban elfogadott szakmai megközelítések szerint a kis- és középvállalatok együttműködésének magyarázatokor egyrészt nagyobb hangsúlyt kell helyezni a technológiai és a gazdasági tényezők mellett a szociális és kulturális tényezőkre, másrészt fokozottan figyelembe kell venni a helyi környezet meghatározó szerepét. Erre vonatkozóan a szakirodalom igen bőséges (Polányi, 1976, Barabási, 2003, Gulati et al., 2000). Mi kutatásaink során a *beágyazottság elméletre* támaszkodtunk (Granovetter, 1990), amely a gazdasági kapcsolatok társadalmi hálókba való mély integráltságát hangsúlyozza.

A kis- és középvállalatok együttműködésének tulajdonítható *kooperációs külső gazdaságosság* kompetitív előnyt biztosít az együttműködésben részt vevő vállalatok számára. Összefüggésben azzal, hogy a kis- és középvállalatok működtetésében a nagyvállalatokénál hangsúlyosabb szerepet kapnak bizonyos szubjektív tényezők, mint

például a szereplők közötti szociális kapcsolatok, és a közöttük formálódó bizalom, az ilyen előnyök eltérően alakulhatnak. Vizsgálatainkban a beágyazottság egy vetületét, a környezeti beágyazottságot vizsgáltuk. A helyi környezet alatt a kutatás célszerűsége érdekében a gazdasági tevékenységben a közigazgatásilag lehatárolt területen lekötött munkát, tőkét és infrastruktúrát értjük, a tulajdoni viszonyoktól függetlenül.

Abból a köztudott tényből indultunk ki, hogy a kis- és középvállalatok számára meghatározó a helyi környezetük. Viszont azt feltételeztük, hogy egyrészt a helyi környezet jelentősége nem független az üzleti partnerek földrajzi elhelyezkedésétől, valamint, hogy a vállalatok számára környezetük ismerete általában véve előnyös és meghatározó együttműködési tevékenységük szempontjából is.

Ennek alátámasztása érdekében első lépésben megvizsgáltuk a helyi környezet jelentőségét a vállalatok életében. A környezeti beágyazottság kvantitatív elemzésére csak korlátozott lehetőség nyílt: mértékére a vállalat helyi intézményekkel fenntartott kapcsolatai, az üzleti partnerek földrajzi közelsége és az érzékelt telephelyi előnyök alapján következtettünk. Azt tapasztaltuk, hogy a vállalatméret és a helyi környezet jelentőségének megítélése között összefüggés van. A partnerek földrajzi távolsága és a megkérdezett vállalat mérete között lineáris kapcsolat van: minél nagyobb egy vállalat, annál távolabbi üzleti partnerekről számolt be. Ezt követően megkérdeztük a vállalatokat az általuk érzékelt előnyökről, melyet telephelyük biztosít számukra. Kiderült, hogy azok a vállalatok érzékelnek nagyobb előnyöket, amelyek koncentráltabb partnerkapcsolatokkal rendelkeznek. Ezek az összefüggések vezettek a 7. tétel megfogalmazásához:

T7 A kis- és középvállalatok tartós fennmaradása szempontjából általában, a vállalatok méretének csökkenésével pedig különösen meghatározó szerepe van a helyi gazdasági környezetnek.

Ahogy nő a vállalat egyre inkább változik a környezettel való kapcsolat jellege. A kisebb vállalatok működésében nagyobb szerepet töltenek be a családi, baráti kapcsolatok, melyeket a vállalkozók az üzleti életben is kamatoztatnak. A vállalati kapcsolatok egzakt mérésének éppen az az egyik korlátja, hogy a kapcsolatok „tényleges” hossza helyett csak az üzleti kapcsolat hosszát tudjuk statisztikailag mérni.

A vállalat mérete hatással van a vállalat támogató intézményekkel folytatott kapcsolataira is. Kiderült, hogy a *támogató intézményekkel* fenntartott kapcsolatok száma a vállalatmérettel növekvő, ez szintén arra utal, hogy a kisebb vállalatok más alternatívákat választanak támogatásuk terén. Ez a sajátosság az *információhoz jutást* is befolyásolja, melynek eltérő formáit fedeztük fel vállalatméret szerint. A vállalatméret növekedésével az informális csatornákat egyre inkább formálisak váltják fel, az intézmények szerepét az információk közvetítésében a közepes vállalatok tartották a legjelentősebbnek.

A vállalatméretnek a partnerkapcsolatok jellegének alakulása során is hatást tulajdonítunk. Feltételezésünk szerint minél kisebb egy vállalat, annál jellemzőbb az *informális kapcsolat* a partnerek között. Az informális kapcsolatok esetén a felek közötti együttműködés szóbeli megállapodás alapján szerveződik.

Véleményünk szerint a vállalat környezeti beágyazottsága meghatározó a vállalatok közötti bizalmi kapcsolatok formálódásában. Korábban megállapítottuk, hogy minél kisebb egy vállalat, annál beágyazottabbnak tekinthető helyi környezetébe, illetve annál koncentráltabbak partnerkapcsolatai. A partnerek földrajzi közelsége azáltal, hogy lehetővé

teszi a személyes kapcsolatok kialakulását, egyúttal hozzájárul a felek közötti bizalom kiépülésével a kapcsolatok informális jellegének fokozódásához.

Az informális kapcsolatok szerepét a rugalmasság követelményének felértékelődése emelte a kutatások középpontjába. Segítségükkel a kapcsolatok formálása, az éppen aktuális feltételekhez igazítása gyorsabban és olcsóbban elvégezhető, így előnyt biztosítanak az érintett vállalatoknak. Az együttműködés, főként annak informális megvalósulása feltételezi a felek közötti bizalmat, melynek kialakulása időigényes folyamat (többek között a kapcsolatok hosszából következtettünk rá), és amelynek nem kedvezett sem a kilencvenes évekre jellemző gyorsan cserélődő vállalkozói kör, sem az intézményrendszerből jórészt hiányzó (formalizált és a társadalmi rendszeren belüli) hatékony szankcionálási mechanizmus. Emiatt a mintánkban a formális kapcsolatok nagyobb arányú előfordulását vártuk az informális kapcsolatokkal szemben.

Vizsgálataink során megállapítottuk, hogy a megjelölt kapcsolatok mintegy 24 százaléka informális. A kapcsolat jellege, valamint a minta vállalatainak adatai közötti összefüggések vizsgálata után arra a következtetésre jutottunk, hogy a kapcsolat jellege a vállalatméret, illetve a vállalat teljesítményének függvénye. Egyrészt a vállalatméret, másrészt a vállalati teljesítmény növekedésével a formális kapcsolatok kerülnek előtérbe. A tendenciát a vállalatok teljesítményének szubjektív megítélése esetén is megfigyelhetjük az informálissal szemben. Így bár a szakirodalom az informális kapcsolatok jelentőségét hangsúlyozza, többek között annak a vállalat rugalmasságára gyakorolt hatására hivatkozva, egyértelmű előnyeit nem tudtuk megállapítani.

T8a A partnerkapcsolat jellege (formális/informális) és a vállalat mérete között összefüggés van, a vállalatméret növekedésével a formális kapcsolatok kerülnek előtérbe az informálissal szemben.

T8b A vállalatok teljesítményének növekedése a formális kapcsolatok növekvő arányával jár együtt.

Noha tudjuk, hogy a nagyobb vállalatok kapcsolatai sem formalizáltak teljes mértékben, esetükben is fellelhetők informális úton hozott döntések a formalizált kapcsolatok mögött, de a rendelkezésünkre álló vizsgálati keretek között erre a szintre hatolni nem állt módunkban. A formális, informális kapcsolatokra vonatkozó megállapításaink így csak a kutató számára nyomon követhető szinten érvényesek.

Miután a vállalatok közötti együttműködés meglehetősen nagy figyelmet kapott az utóbbi években, így annak körülményei (motivációi, akadályai, feltételrendszere) is a gazdasági vizsgálódások középpontjába kerültek. Bár az együttműködésnek a vállalat teljesítményére gyakorolt közvetlen hatását meglehetősen nehéz számszerűsíteni (mint ahogy arra több empirikus munka is felhívja a figyelmet, melyek sorát mi is bővíteni kényszerültünk), mégis közvetett módon el kell fogadnunk a kooperáció szerepének felértékelődését a vállalatok életében. A támogató intézmények számára pedig az egyik legfontosabb következtetés, hogy a kis- és középvállalatok fejlesztésének kulcskérdése az együttműködésre való motiváltság megteremtése és az érzékelt (vélt vagy valós) akadályok csökkentése.

5. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK FELHASZNÁLÁSI TERÜLETEI

A megyei felmérés egyszeri keresztmetszeti kutatás volt, de lehetőséget látunk az Észak-Magyarországi Régióra történő kiterjesztésére a kérdőív szükséges kiegészítésével. Mindez lehetővé tenné a *regionális összehasonlítást*, sőt, tapasztalataink összehasonlíthatóak az Observatory of European SMEs kis- és középvállalati felméréseinek eredményeivel is. A kutatás folytatásaként pedig *nemzetközi összehasonlításra* is lehetőség nyílik („Impact of global and local interorganizational relations on the development and growth of competitiveness of enterprises in a region” 7th FP).

Lehetőségét látjuk a primer és a szekunder kutatás eredményeinek *oktatásban való hasznosításra*, új oktatási anyagok részeként, így a 2006 őszétől karunkon indított akkreditált BSc képzésben a Gazdálkodás és menedzsment és a Nemzetközi gazdálkodási szakokon, valamint a karunkon indítani tervezett, már akkreditált Vállalkozásfejlesztés MSc szakon. E mellett a kutatási eredmények rendszeres publikálását tervezzük hazai és külföldi konferenciákon.

A vállalkozók véleményének megismerése, az általuk érzékelt akadályok, valamint motivációk ismerete hasznos lehet a kis- és középvállalatok működésének szabályozásával foglalkozó intézmények döntéseiben, a kis- és középvállalatok támogatását szolgáló különböző pályázati programokban, valamint a kis- és középvállalatok képviselői és érdekvédelmi szerveinek állásfoglalásaiban.

A Laky Teréz alapítvány kutatói ösztöndíjának támogatásával pedig *szakértői megkérdezésre* kerül sor, melyben szeretnénk a másik fél (támogató intézmények, hatóságok) álláspontját is meghallgatni. Az empirikus vizsgálatok eredményeinek újabb kontrolljaként szakértői megkérdezést, mélyinterjút kívánunk elvégezni a kis- és középvállalatok helyzetére közvetlenül, vagy közvetve hatást gyakorló intézmények vezetőivel, munkatársaival.

További *kvalitatív vizsgálatokat* (esettanulmányok, interjúk) indokolnak felmérésünk megismert korlátai is, melyek abból adódtak, hogy a vállalatok közötti együttműködés kialakulásának körülményei igen összetettek. A kapcsolatrendszerek komplexitása, a beágyazottság vizsgálata mélyinterjúk, vagy esettanulmány módszerrel tárható fel. A rendelkezésre álló adatok nem tették lehetővé az összefüggések, különösen az oksági kapcsolatok teljes felderítését sem, ami indokolja a további kutatásokat.

IRODALOMJEGYZÉK

- Barabási A.L. 2003: Behálózva. A hálózatok új tudománya. Magyar Könyvklub
- Coase, R.H. 1937: The Nature of the Firm. *Economica* N.S.
- Czakó Ágnes – Kuczi Tibor – Lengyel György – Vajda Ágnes (1995: A kisvállalkozások néhány jellemzője a 90-es évek elején. *Közgazdasági Szemle*, XLII. évf. 1995. 4. sz.
- Gábor R. István 1997: Belső versus foglalkozási munkaerőpiac – a posztszocialista átalakulás elhanyagolt dimenziója. *Közgazdasági Szemle* XLIV. évf. 457-473. oldal
- Granovetter, M. 1990: A gazdasági intézmények társadalmi megformálása: a beágyazottság problémája. Megjelent: Lengyel György, Szántó Zoltán (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. Aula, Budapest, 1994.
- Gulati, R., Nohria, N., Zaheer, A. 2000: Strategic networks. *Strategic Management Journal*, Vol. 21, No. 3. 203-215.
- Györffy, Á., Pogácsa, Z., Török, Á. 2003: Vállalati hálózatok és versenyképességi tényezők a magyar gazdaságfejlődésben (a Nyugat-Dunántúl példája) <http://www.ises.hu/ises2002/hu/pub/vallhalozatok.doc>
- Kuczi Tibor 1998: Vállalkozói kultúra – az életutak finalitása. *Replika* 29. szám 1998.
- Observatory of European SMEs 2003/5: SMEs and Cooperation. KPMG Special Services and EIM Business & Policy Research in the Netherlands, European Network for SME Research, Intomart Luxembourg.
- Penrose, E.T. 1959: *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford Basil Blackwell.
- Polányi, K. 1976: *Az Archaikus Társadalom és a Gazdasági Szemlélet*. Gondolat, Budapest
- Richardson, G.B. 1972: The organisation of industry. *The Economic Journal* 82. 327. 883-896.
- Róbert Péter 1999: Kikből lettek vállalkozók? A vállalkozóvá válás meghatározó tényezői Magyarországon a kommunizmus előtt, alatt és után. *Közgazdasági Szemle* XLVI. évf. 403-427. oldal
- Román Zoltán 2007: a vállalkozás a magyar gazdaságban – nemzetközi tükröben. *Köz-Gazdaság* 2007. II. évf. 2. pp. 67-84.
- Williamson, O.E. 1985: *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press, New York
- Williamson, O.E. 1991: Comparative economic organization: The Analysis of Discrete structural Alternatives. *Administrative Science Quarterly*, 36. 269-296.
- Williamson, O.E. 1998: Transaction cost economics: How it works; where it is headed? *The Economist*, 146, No. 1. 23-58.

A SZERZŐ DISSZERTÁCIÓHOZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI

IDEGEN NYELVŰ PUBLIKÁCIÓK

Why do Hungarian Small and Medium Sized Enterprises Cooperate? Competitiveness and European Integration International Conference, October 26-27, 2007 Cluj-Napoca, Romania (to be published)

Chances and Opportunities of Hungary in the European Union. Competitiveness and European Integration International Conference (Co-author: Klára Szita Tóth), October 26-27, 2007 Cluj-Napoca, Romania (to be published)

Small and Medium Sized Enterprises Going International: The Case of Borsod-Abaúj-Zemplén County. In: Enterprises in the Face of 21st Century Challenges. Development – Management – Entrepreneurship. (Scientific editors: Borowiecki, R., Jaki, A.), Cracow, 2008 (ISBN 978-83-924656-4-5)

SMEs in the Global Transition. In: Managing the Process of Globalisation in New and Upcoming EU Members. (Co-author: Klára Szita Tóth) 6th International Conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska 24–26 November 2005 Portorož, Slovenia pp. 205–214. (ISBN 961-6573-03-9)

New opportunities for SMEs founded by Cooperation. In: European Integration Studies, Miskolc University Press, Volume 4, Number 1 2005. pp. 25-36. (HU ISSN 1588-6735)

Future Challenges of Small and Medium Sized Enterprises. Futures Generation for Future Generations, WFSF 19th World Conference Budapest, 21-24 August, 2005
<http://www.budapestfutures.org/downloads/abstracts/Andrea%20Gubik%20Abstract.pdf#search=%22Gubik%20Andrea%20Future%20Challenges%20of%20Small%20and%20Medium%20Sized%20Enterprises%22>

The Situation of the Supplier Chain formed around Multinational Companies in Hungary. 4th International Conference of PHD Students, University of Miskolc, 11-17 August, 2003. pp. 339-344. (ISBN 963 661 585 3Ö)

MAGYAR NYELVŰ PUBLIKÁCIÓK

- A kis- és középvállalatok nemzetközi megjelenése: Borsod-Abaúj-Zemplén megye esete. In: VI. Nemzetközi Konferencia a közgazdász képzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából. Miskolc, 2007. október 10-11. pp. 312-321. (ISBN 978-963-661-788-2)
- A kis- és középvállalati együttműködés sajátosságai: egy megyei felmérés tapasztalatai. Erdei Ferenc IV. Tudományos Konferencia, Kecskemét 2007. augusztus 27-28. (megjelenés alatt)
- A kis- és középvállalatok környezeti beágyazottságának vizsgálata az együttműködés során. In: XVIII. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció, Doktorandusz Konferencia, Kiemelt minősítést elnyert dolgozatok 2007. április 26. (ISBN 978-963-661-774-5)
- A globalizáció hatása a vállalati együttműködésre. In: „Globális és hazai problémák tegnapról holnapig” VI. Magyar (Jubileumi) Jövőkutató Konferencia, Győr, 2006. október 6-7. Arisztotelész Stúdium Bt., Budapest 2006. pp. 38-44. (ISBN 963 86670 6 0)
- A vállalati együttműködés mikroszintű megközelítése. In: Regionális hálózatok fejlesztésének elmélete és gyakorlata Miskolc, 2006. pp. 23-39. (ISBN 978-963-661-740-0)
- A kis- és középvállalkozások lehetséges válaszai a globális kihívásokra. „Fiatal regionalisták IV. országos konferenciája” Győr 2004. november 13-14. <http://rs1.szif.hu/~pmark/publikacio/Netware/gubika.doc>
- Kis- és középvállalkozások nemzetközi jelenléte. In: Doktoranduszok Fóruma Miskolci Egyetem, 2004. november 9. pp. 62-68.
- Kísérlet az önfoglalkoztatás gazdasági szerepének meghatározására. In: Gazdaságtudományi Közlemények Miskolci Egyetem 2004, 3. kötet, 1. pp. 67-88. (HU ISSN 1586-0655)
- Kis- és középvállalkozások változó gazdaságban. In: A Magyar Tudományos Akadémia IX. Osztály Jövőkutató Bizottsága III. Konferenciája Miskolc, 2003. október 2-3. pp. 295-300. (ISBN 963 661 606 X)
- A multinacionális vállalatok köré szerveződött beszállítói kör helyzete Magyarországon. In: II. Országos Közgazdaságtudományi Doktorandusz Konferencia, Lillafüred 2003.május 26-28. pp. 142-148.

- A kis- és középvállalkozások munkamegosztási szerepe. In: Romániai Magyar Doktoranduszok és Fiatal Kutatók Szövetsége (RODOSZ) IV. Tudományos Konferenciája, Kolozsvár, 2003. április 11-12. pp. 9-18. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár
- A kis- és középvállalkozások topológiája a magyar vállalkozások empirikus vizsgálatának megalapozásához. In: MicroCAD 2003 Nemzetközi Számítástechnikai Tudományos Konferencia, 2003. március 6-7. Vállalati versenyképesség a XXI. Században pp. 23-29. (ISBN 963 661 564 5)

KONFERENCIA ELŐADÁSOK

- Partnership for Sustainability: A Case Study of BAZ County. (Co-author: Klára Szita Tóth) 13th International Conference of the Greening of Industry Network, July 2-5 2006 Cardiff, Wales UK
- Innováció, versenyképesség, kis- és középvállalkozások. Doktoranduszok Fóruma, Miskolc, 2003. november 6.