

Kis- és középvállalati menedzsmentjellemzők egy észak-magyarországi felmérés tükrében

Characteristics of management in SMEs from the point of view of a survey in the North-Hungarian Region

KATALIN TAKÁCS-GYÖRGY

The economic role of small and medium enterprises is increasing, however their long term survival depends on their ability to react and change. To become stronger it is necessary to adjust within competition and to think in a strategic and innovative way.

One of the aims of the research is the identification of those factors that influence success and competitiveness in the SME sector with special regard to innovation. The additional aims of the research are to reveal relations between strategic thinking and the ability of renewal and to examine whether changes can be revealed in the enterprises' behavior due to the economic crisis.

Economists dealing with the cooperation theory suggest that within the SME sector, cooperation helps continuous innovation and the development of innovational skills. Human capital is interpreted as the condition of long-term success; not merely human capital, as an input, but the contact capital being incarnated in the people. Data were collected through a survey carried out among SMEs from the North-Hungarian Region in 2013. The results of the survey indicate that strategic approach, concentration on competitive environment and the realization of importance of strategic partnership are not characteristic among SMEs nowadays.

Keywords: survey, SMEs, lack of strategy, innovation, partnership.

JEL-codes: D21, M2.

Kis- és középvállalati menedzsmentjellemzők egy észak-magyarországi felmérés tükrében¹

TAKÁCS-GYÖRGY KATALIN²

A kis- és középvállalkozások gazdasági szerepe további erősödésének igénye szükségessé teszi azon kérdések vizsgálatát, amelyek a szereplők helyzetértékelése mellett arra keresik a választ, hogy milyen a reagálási lehetőségük és képességük, mely irányba kell fejlődniük ahhoz, hogy valós gazdasági szereplőkké váljanak. Ehhez elsődleges a vállalatvezetés újra való nyitottsága, a stratégiai gondolkodás mellett a hajlandóság az együttműködésre.

A kis- és középvállalatok esetében elsősorban a kreativitásra építő, laza, részben formalizált jövőkép-orientált stratégiaalkotás alkalmazása a célszerű, valamint fontos a tudatos változtatás jelenléte, a képesség az innovációra.

A kutatás célja azon tényezők azonosítása, amelyek a vállalatvezetés stratégiáról alkotott véleménye, az innováció megjelenése és a vállalkozás sikerességével való elégedettség közötti összefüggéseket adják. A kutatás adatbázisát egy 2013-ban, az Észak-magyarországi régióban kis- és középvállalkozások körében lefolytatott felmérés adja. A régióra jellemző az alacsony gazdasági aktivitás, az ipari tevékenységet végző kkv-k országos átlagnál alacsonyabb aránya, a magas munkanélküliség és egyben alacsony szakképzettség. A vállalati együttműködés elmélettel foglalkozó közgazdászok sugallják, hogy a kis- és középvállalati szektorban az összefogás mentén történő működés segíti a folyamatos innovációt és az innovációs készség kialakulását. A hosszú távú sikeresség feltételeként értelmezik a humán tőkét, azonban nem önmagában a humán tőkét mint vállalati erőforrást, hanem az emberekben megtestesülő kapcsolati tőkét.

A felmérés eredményei rámutatnak arra, hogy a kkv-szektorra továbbra sem jellemző a hosszú távú tervezés mentén a stratégiai szemlélet megjelenése, a versenykörnyezetre való koncentráció, a stratégiai partnerség jelentőségének felismerése.

Szemléletváltásra van szükség a kkv-szférában, az együttműködő versengés sikerességének kulcsa az innovatív gondolkodás kérdése.

Kulcsszavak: felmérés, stratégiaalkotás, innováció, partnerség hiánya.

Jel-kódok: D21, M2.

¹ A tanulmány a K109026 OTKA kutatási téma támogatásával készült.

² PhD, egyetemi tanár, Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, e-mail: tgyk@karolyrobert.hu.

Bevezetés

Mind a nemzetközi, mind a magyar gazdaságban kiemelt szereppel bírnak a kis- és középvállalkozások a foglalkoztatásban és az érték-előállításban. A közép-kelet-európai országok elmúlt negyedszázados gazdasági fejlődése nem ugyanazt az utat járta be a történelmi, gazdasági fejlettségi és kulturális különbözőségek okán, ennek ellenére számos hasonlóságot mutatnak. A vállalkozásokat, a szektor fiatal szereplőit ért hatásokra sokuknak nem mindig sikerült helyes választ adniuk, jellemzően nagy a kkv-k mortalitása. Az okok igen sokrétűek. A gazdasági környezet kedvezőtlen változása, a menedzsmentismeretek és azok alkalmazásának a hiánya, a változtatási helyzet fel nem ismerése tartozik többek között ide. Egy-egy ország gazdaságán belül meghatározhatók a különböző fejlettséggel jellemezhető területek (régiók). Ahhoz, hogy a kkv-k tartós gazdasági szereplőkké váljanak, megerősödjenek, szükséges sajátosságaik feltárása, viselkedésük vizsgálata, továbbá azon kérdések megválaszolása, hogy milyen ismeretekkel rendelkeznek a stratégiai kialakítással kapcsolatban, mennyiben ismerik fel a változtatás szükségességét, milyen a reagálási lehetőségük és képességük. A fentebb említett azonosságok és hasonlóságok adják meg annak az alapját, hogy egy magyarországi régióban lefolytatott felmérés eredményei szélesebb körben kerüljenek bemutatásra.

Szakirodalmi áttekintés

Számos nemzetközi és magyar tanulmány foglalkozik a kis- és középvállalatok gazdasági szerepének értékelésével, kiemelve, hogy megerősödésük, versenyképességük nagymértékben függ attól, hogy milyen gyorsan képesek reagálni azokra a változásokra, amelyekkel nap mint nap szembe kell nézniük. A szerzők között egyetértés van abból a szempontból, hogy ehhez elsősorban a kreativitásra építő, laza, részben formalizált, jövőkép-orientált stratégiaalkotás alkalmazása a célszerű, valamint fontos a tudatos változtatás jelenléte, a képesség az innovációra. A stratégiaalkotás és annak megvalósítási képessége a versenyképes vállalatok alapvető jellemzőjévé vált, mint a dinamikusan változó környezethez való alkalmazkodás alapvető feltétele és eszköze (Gibson-Cassar 2002; Hitt et al. 2002; Némethné 2010; Awino 2013). Más

szerzők a stratégiai tervezéssel kapcsolatban kiemelik, hogy a vállalatok hosszabb távú terveinek kialakítása során a versenytársakra történő fókuszálás és a folyamatos változtatások együttese adhatja azt a többletet, ami sikeressé teheti a vállalkozásokat (Hitt et al. 2002; Fairholm–Card 2009; Csath 2011). Kraus (2009) kiemeli, hogy az egyéni, a szervezeti, a stratégiai és a környezeti tényezők fontosak a kkv-k számára ahhoz, hogy megfogalmazható legyen a vállalati stratégia.

A magyarországi kkv-szektor vizsgálatát helyezte középpontba Salamonné (1998), aki már az ezredfordulót megelőzően felhívta a figyelmet arra, hogy a vállalati stratégia – mint vezetési eszköz – lehetőség a változásokra történő reagálásra, külön kiemelve, hogy a tudatos stratégia az elemzéseken alapulva az új értékek létrehozására szolgáló megoldások megvalósításának az eszköze. Későbbi tanulmányaiban – vállalati felmérések alapján – megfogalmazta, hogy a magyarországi kis- és középvállalati szektorra nem jellemző a tudatos stratégiaalkotás, a stratégiák különböző erők összjátékaként inkább kialakulnak, mintsem kialakítják azokat. Az általa vizsgált kkv-mintában a legalább 10 éve működő vállalkozói körben volt elkülöníthető azon csoport, amelyre már jellemző a tudatos jövőépítés (Salamonné 2006). A válság kezdete (2009-ben) megismételt felmérés során azt tapasztalta, hogy a megkérdezett vállalkozások a válságra adott válaszaik során először rövid távú intézkedéseket foganatosítottak és a likviditás megőrzését tekintették elsődleges feladatnak. Ugyanakkor kiemelte, hogy a rövid távú intézkedések mellett több helyen megjelentek jövőépítést szolgáló elképzelések is. Véleménye szerint a válság pozitív hatásának tekinthető, hogy a szektor vezetésében a jövőre szóló elképzelések kialakítása, a stratégia megfogalmazása legalább a szándékok szintjén fontos feladattá lépett elő (Salamonné 2011).

Egy, a Corvinus Egyetem keretében több mint egy évtizede folyó kutatás – a „Versenyben a világgal” kutatási program – keretében vizsgálják magyarországi vállalatok helyzetét, viselkedését, több szempont szerint. A válságot követő felmérés során, a 2004-ben történt megkérdezés eredményeihez hasonlóan, a szerzők arról számoltak be, hogy a változások még mindig jellemzően késve, felkészületlenül érik a megkérdezetteket. (Czakó–Chikán 2007; Chikán et al. 2010). A változásokhoz való rugal-

mas hozzáállás és a vállalati teljesítmény közötti összefüggést vizsgálva gyenge kapcsolatot sikerült kimutatniuk, a vállalat méretét és a változásokra való felkészültséget tekintve a nagyobb vállalatok között találták a felkészültebbeket, míg a kisvállalatok utólag és jellemzően megkésve reagálnak a változásokra (Csesznák–Wimmer 2010). A megkérdezettek válaszai azt mutatják, hogy a stratégiaalkotásra továbbra is a kevésbé formalizáltság a jellemző, ugyanakkor szélesedett az ennek során alkalmazott elemző, értékelő tervezési módszerek köre, illetve megnőtt a válaszadók erre vonatkozó ismerete. A jellemző stratégia konszolidációs és túlélési stratégia. A szerzők kiemelték, hogy a magukat stratégiai szövetségi tagként megnevezők száma növekedett a 2004-es felmérésben tapasztaltakhoz képest. A megkérdezett vállalatok 87%-a számolt be stratégiai együttműködésről, ami elsődlegesen a marketingértékesítési funkciókra irányult. A korábbi (2004-es) felméréshez képest növekedett a kutatás-fejlesztési célú együttműködés, ami az innovációs láncok rövidülését eredményezheti. Egyidejűleg csökkenést azonosítottak az új termékeket, technológiákat bevezető vállalatok számában. Ennek legfontosabb akadályai között a megkérdezettek az állami szerepvállalás hiányát látják a belső és külső finanszírozási korlátok mellett. A vállalatvezetők innovációhoz való nem túl kedvező hozzáállását jellemzi, hogy a válaszadók a vezetői funkciók közül a kutatás-fejlesztést tekintették legkevésbé fontosnak. A tanulmány szerzői aggályukat fejezték ki azzal kapcsolatban, hogy mindez a jövőbeli fejlődés gátló tényezőjeként jellemzi a válság időszakában dominánssá vált túlélési stratégiákat (Chikán et al. 2010).

A stratégiai szemlélet hiányáról számol be Horváth (2011) egy romániai kkv-szereplők körében folytatott felmérés eredményében. A megkérdezett kkv-menedzserek 54%-ára volt jellemző a stratégiaalkotó képesség, és egyben ezen vállalkozások rendelkeztek legalább 1–3 évre szóló stratégiai (sic!) tervvel. Más szerzők a romániai kkv-k tervezési gyakorlatával kapcsolatosan kiemelik, hogy a vállalati erőforrás-menedzsment rendszerek (Enterprise Resource Management) alkalmazása az operatív tervezés gyakorlatba ültetésével első lépés lehet a stratégiai szemlélet erősödéséhez (Kovács–Avornicului 2010). Csata (2013) kiemeli, hogy míg a romániai vállalkozási aktivitás az európai uniós átlag

alatt található, az erdélyi területeken a vállalkozások ezer lakosra vetített száma meghaladja a román átlagot és jellemzően turisztikai centrumok és városok környékén található, valamint jellemző a magasabb iskolai végzettség is. Vélelmezhető, hogy esetükben magasabb a menedzseri ismeretekkel rendelkezők aránya, ami mélyebb tervezési ismeretekkel párosulhat (amit korábban említett tanulmányok is igazoltak).

A stratégiai gondolkodás implicite magában hordozza a változásokra történő reagálást, továbbá azt a képességet, miszerint a vállalatoknak folyamatosan meg kell újulniuk; a sikeresség szempontjából meghatározó az innovativitás.

Egy 2007-ben a magyar kkv-szektor körében lefolytatott kutatásban 500 megkérdezett vállalat válaszainak segítségével tett kísérletet Szerb és Dezsériné (2007) a vállalati növekedés kulcsfontosságú tényezőinek azonosítására. A válaszadók klaszterelemzéssel történő csoportosítása után megállapították, hogy a legsikeresebbek azok a vállalatok (26%), amelyek nem csupán a hazai piacra, hanem a külpiacra is termelnek, több tevékenységű termelési szerkezettel, magas beruházással és innovációs aktivitással jellemezhetőek. Esetükben a növekedést mind az alkalmazottak számának, mind a reál árbevételnek a jelentős növekedése jelentette a 2003–2006-os időszak vonatkozásában.

A kérdést a változás és válságkezelés aspektusából közelíti meg Noszkay (2011), kiemelve: a jövőre nézve meghatározó, hogy az egyébként életképes, megfelelő piaccal is rendelkező mikrovállalkozásoknak sikerül-e szerves fejlődés révén működésüket stabilizálni, tekintve, hogy szerepük nem elhanyagolható a foglalkoztatásban és a GDP-előállításban. Varga (2012) felmérése is alátámasztja, hogy a kkv-szektor szereplői többsége bizonytalan a jövővel kapcsolatban, nem rendelkezik határozott jövőképpel és nem jellemző rájuk a stratégiai gondolkodás.

A korábban említett felmérésekhez részben hasonló kérdéskört vizsgált Márton (2004) több mint 10 évvel ezelőtt Magyarország egyik legelmaradottabb térségében. Eredményei között egyebek mellett arról számolt be, hogy a vállalatok sikerességének egyik meghatározója az innovatív hajlam és az új termékek és technológiák bevezetésének képessége. Vizsgálta a nyereségességi és hatékonysági mutatókat és megállapította, hogy jelentős az innovatív vállalkozások előnye, az in-

novációs tevékenységek jelenlétével az exportképesség is korrelációt mutatott. A versenyképesség egyik elemének tekinthető eredményesség innovációs megnyilvánulásokkal kapcsolatos szoros összefüggéséről számolt be több magyarországi felmérés is (Chikán et al. 2010; Némethné 2010; Csath 2011).

Bánfi és munkatársai (2012) egy országos lefedettségű felmérést végeztek Magyarországon a vállalati vezetők innovációs érzékenysége, szemlélete és szándékai témakörben. Megállapították, hogy az északmagyarországi vállalatok voltak a legkevésbé innovatívnak tekinthetők, a felmérésben szereplő vállalatok fele számolt be újdonságról. A régióban a vezetők kisebb hányada tartotta innovatívnak tevékenységét a többi régióhoz képest. Egy 2011-ben a kkv-k körében lefolytatott felmérés során 163, a létszám adatok és az árbevétel alapján mikrovállalkozásnak minősülő vállalkozást kérdeztünk meg – többek között – a stratégiai ismereteikről, a stratégiaalkotás gyakorlatáról, valamint az innovációhoz való viszonyukról. Az öt évnél fiatalabb vállalkozások (22,7%) mindegyike kitörési esélyt látott magában az innovációban, amit igazolt, hogy egy megkérdezett kivételével a megelőző három évben megvalósítottak termék/szolgáltatás-, technológia- vagy szervezeti fejlesztést, vagy piaci innovációt. A válaszadók többsége (59%) csak részben leírt tervként határozza meg a vállalati stratégiát, amely a működés során folyamatosan alakul, formálódik a kitűzött célok elérése érdekében. 86%-uk nem rendelkezett formális stratégiai tervvel. A megkérdezett vállalatvezetők többsége rövid távra tervez, és annak ellenére, hogy tisztában vannak az átgondolt stratégia (ezen belül is a jövőkép) fontosságával, a vállalkozás vezetése és a napi operatív teendők mellett nem tudja ezt megvalósítani. A válaszadók stratégiai gondolkodásmódja és a saját vállalkozásában alkalmazott stratégiakészítési mentalitása között közepesen erős kapcsolat volt kimutatható (Takácsné-Takács 2011; Takács-György-Takács 2012).

Ezek az eredmények explicite alátámasztják a korábban említett felmérés azon eredményét, miszerint a túlélési és a stabilizációs stratégiák jelennek meg a vállalati gyakorlatban. Hasonló következtetésekre jutott Karda (2009), aki egy, a kkv-k körében végzett kutatás során megállapította, hogy a rövid távú, operatív feladatok folyamatos elvégzése (napi

„tűzoltás”) kerül előtérbe, míg a stratégiai feladatok és a stratégiai dimenziók háttérbe szorulnak (Karda 2009).

A GfK Hungária 2013-ban a CIB Stafétabot Kutatás keretében vizsgált 800 magyar kkv-t, többek között a tervezési gyakorlatokról, stratégiaalkotásukról. A megkérdezett vállalatok árbevétele 100 millió és 10 milliárd forint között mozgott, tehát inkább a közép- és kisvállalatokat képviselték. A megkérdezettek közel 20%-a – az árbevétel nagysága alapján nem várt módon – egyáltalán nem rendelkezik stratégiával, míg a saját bevallás alapján stratégiával rendelkező vállalatok között lényeges eltérés volt kimutatható annak időtávjára vonatkozóan. Valójában a tervezés és a formalizált tervek meglétét igazolták vissza a válaszadók. 35% említette a meglévő üzleti tervet, ami csak adott gazdasági évre szólt, 1–2 évre előre csak 24% tervez, 3–5 évre 18%, és mindössze 3% említette, hogy öt évnél hosszabb időtávra tervez előre. Minél nagyobb egy cég árbevétele, annál valószínűbb, hogy rendelkezik 5 évnél hosszabb távú tervvel. A kkv-k 80%-a rendelkezik üzleti tervvel, a válság hatására azonban mindössze 37%-uk módosította azt. Gyakorlatilag a vállalkozások harmada nem alkalmaz gördülő tervezést, nem vagy késve reagál a változásokra. A sikeresség kulcsát a megkérdezettek a visszatérő vevőkben/fogyasztókban, a termékek/szolgáltatások megbízhatóságában, valamint a pénzügyi stabilitásban látják. A válaszok ezen része visszaigazolja a menedzsmentismeretek oktatásában, tananyagában kiemelkedő helyen szereplő értéklánc mentén történő gondolkodás fontosságát, míg az, hogy a válaszokból hiányzik a jó stratégia, a fejlesztés (innováció) gondolata, nem tükrözi a várakozásokat (Anonim 2013; CIB 2013).

A vállalati stratégia tehát a támogató légkör kialakításával, a megfelelő módszerek sorozatával nagymértékben elősegítheti a vállalatok megújulását. Ennek alkalmazásáról nem mondhat le egyetlen vállalat sem, ha nem akar lemaradni a versenytársai mögött.

Adatok és módszertan

A kutatás az Észak-magyarországi régióban 2013-ban, a kis- és középvállalkozások kategóriájába tartozó vállalkozások tulajdonos-menedzsereinek megkérdezésével lefolytatott kérdőíves felmérés adataira támaszkodik. A felmérés személyes megkérdezéssel történt. A felmérés-

ben N=113 véletlen módon kiválasztott, a vizsgált régióban tevékenykedő vállalkozó nyilatkozott zárt és nyitott kérdésekre, többek között a stratégiai gondolkodásról, az innovációs képességről, a vállalkozás tőkeellátottságáról, fizetőképességéről. A kérdőív összesen 28 kérdéscsoportban 126 kérdést tartalmazott. Jelen tanulmányhoz a következők kerültek felhasználásra:

- Jelölje, hogy hajlandó lenne stratégiai partnerség kialakítására innovációs tevékenység esetén? (Igen/Nem) (VAR00001=I_COOP_SP)

- Versenytársal (Igen/Nem) (VAR00002=I_COOP_SP_COMP)

- Pénzintézettel (Igen/Nem) (VAR00003=I_COOP_SP_BANK)

- Más ágazatban működő vállalkozással (Igen/Nem) (VAR00004=I_COOP_SP_OTH)

- Beszállítóval (Igen/Nem) (VAR00005=I_COOP_SP_SUPPL)

- Vevővel (VAR00006=I_COOP_SP_CONS)

- Folytat (folyik-e) a vállalkozásában innovációs tevékenységet? (Igen/Nem) (VAR00007=INNOV)

- Mennyiben ért egyet azzal az állítással, hogy a kkv-szektor kitörési esélye az innováció? (teljesen egyetérttek/egyetérttek/nem értek egyet) (VAR00008=INNOV_CHANCE)

- Ha folyik a vállalkozásban innovációs tevékenység, mely területen nyilvánul meg? (Igen/Nem) (VAR00009=INNOV_AREAS)

- termékfejlesztés (új technológia kitalálása) (Igen/Nem) (VAR00010=INNOV_AREAS_PRODUCT)

- új termék, technológia vállalaton belüli bevezetése (Igen/Nem) (VAR00011=INNOV_AREAS_TECHN)

- szervezeti innováció (Igen/Nem) (VAR00012=INNOV_AREAS_ORG)

- piaci innováció (Igen/Nem) (VAR00013=INNOV_AREAS_MARKET)

- beszállítói oldal (Igen/Nem) (VAR00014=INNOV_AREAS_MARKET_SUPPL)

- értékesítési oldal (Igen/Nem) (VAR00015=INNOV_AREAS_MARKET_CONS)

- Jelölje meg, mennyire ismeri versenytársait, és figyelemmel

kíséri-e innovációs tevékenységüket? (igen, figyelemmel kísérem lépéseiket/igen ismerem őket, de csak általánosságban/nem kísérem figyelemmel innovációs tevékenységüket) (VAR00016=OBSERV_INNOV_COMP)

- A dolgozók létszáma (VAR00020=NUM_EMPL)
- A vállalkozás jogi formája (VAR00021=LEGAL_STATUS)
- A válaszadó neme (VAR00025=MANAG_GENDER)
- A válaszadó legmagasabb iskolai végzettsége (VAR00027=EDUC)
- A vállalkozás kora (generált változó, a kategóriák: 1–5; 6–10; 11–15; 16–20; 20 felett, az alapítás évéből számítva) (VAR00028=FIRM_AGE)
- A válaszadó kora korcsoportonként (20–40; 41–60; 60 felett) (VAR00030=MANAG_AGE)

Az értékelés az elterjedten használt egyszerű statisztikai módszerek (keresztábra-elemzések, leíró statisztikák, korrelációelemzés, főkomponens-analízis), valamint lineáris regresszió felhasználásával került elvégzésére.

Jelen tanulmányban a korábbi vizsgálatok³ eredményeire alapozva folytattam a kutatást. Megállapításra került, hogy a vizsgált mintában

- a stratégiai partnerség kialakítására való hajlandóság pozitív szignifikáns kapcsolatot mutat az innovációs tevékenységgel,
- az innováció kitörési esélyként értékelése pozitív szignifikáns kapcsolatot mutat a menedzsment képzettségével, a versenytársak innovációs tevékenységének figyelésével, és fordított irányban a foglalkoztatottak számával (azaz a vállalat méretének növekedésével csökken az együttműködési hajlandóság).

A fentiek ismeretében a következő hipotéziseket állítottam fel:

- Azon vállalkozások, amelyek az innovációra mint kitörési esélyre

³ A kutatás jellegét tekintve több területet érintett, a kapott eredmények egy részéről a Partiumi Keresztény Egyetem által szervezett nemzetközi konferencián számoltunk be 2013 novemberében (International Conference on Human Capital Based Economics and Human-Scale Values).

tekintenek, maguk is folytatnak innovációs tevékenységet (az OECD értelmezés szerint). (H1)

- Azon vállalkozások, ahol folytatnak termék- és/vagy technológiai innovációt, figyelemmel kísérik versenytársaik ezirányú tevékenységét, és hajlandóságot mutatnak a beszállítókkal és a vevőkkel kötendő partnerségre. (H2)

Eredmények

A kérdőív kérdéseire adott válaszok megoszlását az 1. táblázat foglalja össze. A kutatás tekintetében leglényegesebb kérdésre, hogy hajlandó-e stratégiai partnerségre, a válaszadók 71%-a felelt igennel, ugyanakkor többségük a beszállítókkal, a vevőkkel, illetve a finanszírozásukban kulcsszerepet betöltő bankokkal mutatnak hajlandóságot az együttműködésre, s a versenytársakkal a legkevésbé kívánnak együttműködni. Az innovációs tevékenység mint kitörési pontra vonatkozóan a megkérdezettek 20,4%-a teljesen egyetértett és 55,8%-a értett egyet, ami jelzi, hogy a kkv-szektor szereplőinek többsége elismeri a folyamatos megújulás szükségességét. Ennek ellenére a megkérdezetteknek csak a 43,4%-a folytat innovációs tevékenységet. (A kérdőív összeállításakor, a kérdések megfogalmazásakor szempont volt, hogy az innováció mind az öt – schumpeteri (1939) – megnyilvánulási formára vonatkozzék, külön megjelenítve a piaci kapcsolatok vonatkozásában az input és output oldalt is.) A válaszadók fele (50,4%) számolt be arról, hogy a versenytársak innovációs tevékenységét ismerik és folyamatosan figyelemmel kísérik, míg 13,3% semmilyen módon nem kíséri figyelemmel a versenytársak innovációs ténykedését. A válaszadók 68,1%-a férfi, 31,9%-a nő. A mintában szereplő megkérdezettek között a női válaszadók aránya megegyezik a magyarországi társas vállalkozások teljes sokaságával (32% női cégvezető) (Bisnode 2013).

A továbbiakban a lineáris regressziós modellben arra a kérdésre kerestem választ, hogy a megkérdezett vállalkozások innovációs attitűdje (*INNOV*) milyen módon függ a stratégiai partnerségre való hajlandóságtól (*I_COOP_SP*), az innovációra mint kitörési esélyre tekintéstől (*INNOV_CHANCE*), az innovációs területektől (*INNOV_AREAS*), vala-

mint a versenytársak innovációs tevékenységére való figyeltől (*OBSERV_INNOV_COMP*).

1. táblázat. A válaszok megoszlása kérdésenként (%)

Változó		Nem	Igen	Nem	Igen			
I COOP_SP		29,2	70,8					
Ha I COOP_SP „IGEN”								
I COOP_SP_COMP				85,8	14,2			
I COOP_SP_BANK				80,5	19,5			
I COOP_SP_OTH				85,8	14,2			
I COOP_SP_SUPPL				74,3	25,7			
I COOP_SP_CONS				77,9	22,1			
INNOV		56,6	43,4					
Ha INNOV „IGEN”								
INNOV AREAS_PRODUCT				84,1	15,9			
INNOV AREAS_TECHN				80,5	19,5			
INNOV AREAS_ORG				86,7	13,3			
INNOV AREAS_MARKET				91,2	8,8			
INNOV AREAS_MARKET_SUPPL				84,1	15,9			
INNOV AREAS_MARKET_CONS				79,6	20,4			
Változó*		Teljesen egyetértek		Egyetértek		Nem értek egyet		
INNOV_CHANCE		20,4		55,8		23,9		
Változó	Nem folytat	Termék-fejlesztés	Új termék, technológia vállalaton belüli bevezetése	Szervezeti innováció	Piaci innováció	Beszállítói oldal	Értékesítési oldal	Több területen is
INNOV AREAS	31,9	10,6	14,2	8,8	1,8	7,1	9,7	15,9
Változó*		igen, figyelemmel kísérem lépéseiket		igen ismerem őket, de csak általánosságban		nem kísérem figyelemmel innovációs tevékenységüket		
OBSERV_INNOV_COMP		50,4		34,5		13,3		
Változó*		10 főnél kevesebb		10–30 fő között		30–50 fő között		50 fő felett
NUM_EMPL		51,3		12,4		32,7		3,5
Változó		Kft.		Bt.		egyéni vállalkozó		egyéb
LEGAL_STATUS		47,8		16,8		6,2		29,2
Változó				Nő		Férfi		
MANAG_GENDER				31,9		68,1		
Változó*		általános iskola		szakmunkásképző		érettségi		foiskola egyetem
EDUC		0,9		16,8		32,7		37,2 10,6
Változó		1–5 év		6–10 év		11–15 év		16–20 év 20 év felett
FIRM_AGE		12,4		28,3		19,5		15,9 23,9
Változó*				20–40 év		41–60 év		60 év felett
MANAG_AGE				26,5		60,2		11,5

*= Kerekítés miatti eltérések

Forrás: saját szerkesztés.

A lineáris regressziós modell kapcsán elvégeztem a lineáris regresszió használhatóságának ellenőrzésére (Sajtos–Mitev 2007) a szükséges ellenőrzéseket. A Kolmogorov–Smirnov-teszt igazolta, hogy a hibatag normál eloszlású (átlag 0E-7; szórás 0,9816, szignifikanciaszint 0,223). A kollinearitási diagnosztika szerint a függő változó és a modellbe vont független változók között a korreláció (a minta elemszámát figyelembe véve) közepesen erős, de szignifikáns, a független változók között a kapcsolat gyenge és nem szignifikáns ($p > 0,05$). A reziduumok grafikus elemzése alapján a hibatag homoszkedasztikus.

A regressziós modell a következő:

$$INNOV = CONST + \beta_1 \cdot I_COOP_SP + \beta_2 \cdot INNOV_CHANCE + \beta_3 \cdot INNOV_AREAS + \beta_4 \cdot OBSERV_INNOV_COMP + RES,$$

ahol:

$CONST$ = konstans

RES = a regressziós modell hibatagja

β_i = regressziós változó együtthatója

A vizsgált vállalkozásokra a modell a variancia 26%-át magyarázza (2. táblázat), ugyanakkor a modell szignifikáns eredményt ad (3. táblázat), ami a viszonylag alacsony megmagyarázási arány ellenére is értékelhető eredménynek tekinthető.

2. táblázat. A lineáris regressziós modell összegző leírása

R	R ²	Módosított R ²	Becslés standard hibája
0,512756	0,263	0,235	0,436
változók: Konstans, I_COOP_SP, INNOV_CHANCE, INNOV_AREAS, OBSERV_INNOV_COMP			

Forrás: saját szerkesztés.

3. táblázat. A lineáris modell egyutas varianciaanalízise (ANOVA)

	Négyszetösszeg	df	Átlag négyzete	F	Sig.
Regresszió	7,196	4	1,799	9,453	0,000
Residuális	20,173	106	0,190		
Összesen	27,369	110			
Leíró változók: Konstans, I_COOP_SP, INNOV_CHANCE, INNOV_AREAS, OBSERV_INNOV_COMP					
Független változó: INNOV					

Forrás: saját szerkesztés.

A regressziós együtthatók (4. táblázat) közül az innováció mint kitörési esély és az innovációs tevékenység 99%-os megbízhatósággal ad szignifikáns kapcsolatot. Igazolást nyert, hogy azon vállalkozások, amelyek az innovációra mint kitörési esélyre tekintenek, maguk is folytatnak innovációs tevékenységet (az OECD-értelmezés szerint) – (H1).

A stratégiai partnerségre való hajlandóság és a versenytársak innovációs tevékenységére valós figyelés 92%-os megbízhatósággal ad szignifikáns kapcsolatot. Ez utóbbi értékeket is még elfogadhatónak ítélem. Az innovációs attitűddel a legerősebb kapcsolatban az innovációs területek és az innovációban kitörési esélyt látás vannak.

A versenytársak innovációs tevékenysége figyelésének negatív előjele ebben az esetben azt jelenti, hogy a versenytársakra jobban figyelő vállalkozások innovációs attitűdje erősebb (mert a válaszok sorrendszáma szerint a versenytársakra kevésbé figyelők kapták a magasabb értéket, míg az innovációs attitűd tekintetében fordított volt a skálairány), azaz másként fogalmazva: a versenytársak innovációs tevékenységével szembeni érdeklődés hiánya egyben csökkenő saját innovációs aktivitást eredményez (jelez). Mindez felhívja a figyelmet arra, hogy a vállalatvezetés nyitottsága, a piaci versenyfolyamatok nyomon követése és ezzel egyidejűleg a tudományos-technológiai környezet változásaira történő reagálás meghatározó a vállalatok jövője szempontjából.

Tehát a stratégiai partnerségre való hajlandóság és az innovációs készség közötti kapcsolat – a kiinduló hipotézisnek (H2) megfelelően – igazolást nyert.

4. táblázat. A lineáris regressziós modell együtthatói

Változók	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együtthatók	t	Sig.
	B	Standard hiba	Béta		
Konstans	0.1567	0,1551		1,0109	0,314
I COOP SP	0,1708	0,0963	0,1558	1,7729	0,079
INNOV CHANCE	0,1709	0,0641	0,2289	2,6645	0,009
INNOV AREAS	0,0582	0,0162	0,3101	3,5836	0,001
OBSERV INNOV COMP	-0,1087	0,0609	-0,1556	-1,7842	0,077
Független változó: INNOV					

Forrás: saját szerkesztés.

Következtetések

A jelen tanulmány tárgyát képező, az Észak-magyarországi régióban elvégzett kérdőíves felmérés eredményei sem az elemszám nagysága, sem a mintavétel módszere miatt nem tekinthetők statisztikai értelemben reprezentatívnak. A kutatás inkább tekinthető feltáró jellegűnek, azonban a statisztikai és ökonometriai módszerekkel elvégzett elemzések eredményei a térségben működő vállalkozásokra jellemzőek. A kutatás a régióban működő mikro- és kisvállalkozásokat célozta, amelyek általában alacsony tőkeerővel rendelkeznek, illetve piaci kiszolgáltatottságuk nagy, ami különösen fontossá teszi számukra a jövőorientált, innovációra fókuszáló stratégiaalkotás mellett az együttműködésre való hajlandóságot (mint kényszerítő erő).

A kutatás korábbi eredményei már igazolták, hogy az együttműködési hajlandóság és az adott vállalkozás innovációs nyitottsága között létezik együttjáró összefüggés, és a menedzsment képzettsége pozitív szignifikáns kapcsolatot mutat az innovációs tevékenységgel. A jelen tanulmányban bemutatott eredmények alapján a legfontosabb megállapítások a következők:

– Azon vállalkozások, amelyek az innovációra mint kitörési esélyre tekintenek, maguk is folytatnak innovációs tevékenységet (az OECD-értelmezés szerint).

– A válaszadók kétharmada (71%) hajlandó stratégiai partnerségre, többségük a beszállítóikkal, a vevőikkel, illetve a finanszírozásukban kulcsszerepet betöltő bankokkal. Legkevésbé versenytársaikkal kívánnak együttműködni. Mindez gátló tényezője az innovációs hálózatok kialakulásának.

– A versenytársakra jobban figyelő vállalkozások innovációs attitűdje erősebb, ugyanakkor a vállalkozások jellemezhetők úgy is, hogy a versenytársak innovációs tevékenységével szembeni érdeklődés hiánya egyben csökkenő saját innovációs aktivitást jelez. A lineáris regressziós modell kimutatta, hogy a piaci versenytársakra kevésbé figyelő vállalkozások kevésbé innovatívak, ami csak akkor nem eredményez versenyhátrányt, ha a vállalkozás lokális monopólium szerepét tudja betölteni, egyébként fennáll a veszélye, hogy nem tud a piac kihívásaira időben megfelelő választ adni.

Jelen, az Észak-magyarországi régió kis- és középvállalkozásainak körében lefolytatott kutatás eredményei hasonlóak a korábban a kkv-szektorban mások által is tapasztaltakhoz, a szakirodalmi részben kifejtettekhez, miszerint a szektor szereplőire kevésbé jellemző a tudatos innovációs tevékenység, eltekintve a beszállítói és vevői oldal irányában megnyilvánuló innovációtól. A mintában szereplő vállalkozások tulajdonosai, vezetői szükségét érzik az innovációnak, a megújulást fontosnak tartják, ugyanakkor a beszállítókkal és a vevőkkel történő együttműködés mellett nem ismerik el annak jelentőségét, hogy a partnerség mentén történő működés előreviheti vállalkozásaikat mind a stabilizáció, mind a versenyképesség terén.

A kutatás eredményei felhívják a figyelmet arra, hogy a jövőorientált, stratégiai gondolkodás egyik jellemzője a versenytársak innovációs tevékenységének figyelése. Amennyiben a versenytársak innovációs tevékenységével szembeni érdeklődés hiánya jellemzi a vállalkozást, jellemző a csökkenő saját innovációs aktivitás, ami rontja az adott vállalkozás piaci esélyeit.

Irodalomjegyzék

Anonim 2013. Tíz középvállalat vezetőjéből kettő nem készít stratégiát. *Világgazdaság*. 2013. október 3. <http://www.vg.hu/kkv/tiz-kozepvallalat-vezetojebol-ketto-nem-keszit-strategiat-413039>, letöltve: 2013.10.27.

Awino, Z. B. 2013. Strategic Planning and Competitive Advantage of ICT Small and Medium Enterprises in Kenya. *Business and Management Horizons* 1(1), 191–204.

Bánfi T.–Boros Á.–Lovas A. 2012. Vállalati vezetők innovációs érzékenysége, szemlélete és szándékaik – egy felmérés tapasztalatai. *Velesztudomány* 43(3), 2–18.

Bisnode Üzleti Információ Szolgáltató. *Piac és Profit*. 2013. szeptember. 10. <http://www.bisnode.hu/#!>, letöltve: 2013.10.27.

CIB 2013. *CIB Stafétabot Kutatás*. http://www.cib.hu/cib_csoport/sajtoszoba/2013/stafetabot_131003?session_id=5gHr9ko5CO8I7nYfekfqnlct, letöltve: 2013.10.27.

Csata Zs. 2013. A vállalkozói aktivitás egyes sajátosságai és tényezői Erdélyben. *Területi Statisztika* 53(1), 21–37.

Csath M. 2011. *INNOSTARS Kutatás: Az innovációt befolyásoló és kísérő tényezők vizsgálata a hazai kis- és közepes vállalkozásokban. Kodolányi János Főiskola (2009–2011)*. http://www.kodolanyi.hu/tudomany/innotars_kutatas, letöltve: 2012.02.09.

Chikán A.–Czakó E.–Zoltayné Paprika Z. (szerk.) 2010. *Vállalati versenyképesség válsághelyzetben. Gyorsjelentés a 2009. évi kérdőíves felmérés eredményeiről*. Budapest: BCE Versenyképesség Kutató Központ.

Czakó E.–Chikán A. 2007. *Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból. 2004–2006*. *Vezetéstudomány* 38(5), 2–8.

Fairholm, M. R.–Card M. 2009. Perspectives of strategic thinking: From controlling chaos to embracing it. *Journal of Management & Organization* 15(1) 17–30.

Gibson, B.–Cassar, G. 2002. Planning Behaviour Variables in Small Firms. *Journal of Small Business Management* 40(3), 171–86.

Hitt, M. A.–Ireland, R.–Camp, M.–Sexton, D. 2002. Strategic entrepreneurship: Integrating entrepreneurial and strategic management perspectives. In: Hitt, M. A.–Ireland, R.–Camp, M.–Sexton, D. (eds.): *Strategic Entrepreneurship: Creating a new mindset*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1–13.

Horváth R. 2011. A romániai kis- és középvállalatok (kkv) és a strukturális alapok. *Közgazdász Fórum* 14(2), 17–32.

Karda L. 2009. *A kis- és középvállalatok stratégiai vezetése*. Doktori értekezés. Sopron: NYME KTK.

Kovács Gy.–Avornicului, M. 2010. Implementing Enterprise Resource Planning, the Case of Small and Medium-Sized Enterprises in Romania. *Közgazdász Fórum* 13(6), 77–89.

Kraus, S. 2009. Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes? *International Journal of Business Science and Applied Management* 4(1), 37–50.

Márton Gy. 2004. Innovációs potenciál felmérés tanulságai egy elmaradott régióban. *Tér és Társadalom* 18(3), 127–149.

Némethné, G. A. 2010. A kis- és középvállalatok versenyképessége – egy lehetséges elemzési keretrendszer. *Közgazdasági Szemle* LVII. (február), 181–193.

Noszky E 2011. Kkv-k speciális változás- és válságkezelési problémái és lehetséges megoldása. *CEO Magazin*. 2011 (4), 4–9.

Sajtos L.–Mitev A. 2007. *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Budapest: Alinea Kiadó.

Salamonné Huszty A. 1998. Az innováció és a vállalati stratégia. In: Inzelt A.: *Bevezetés az innovációmenedzsmentbe*. Budapest, Műszaki Könyvkiadó–Magyar Minőség Társaság, 162–183.

Salamonné Huszty A. 2006. Magyarországi kis- és középvállalkozások életútjának modellezése. *Competitio* V(1), 59–76.

Salamonné Huszty A. 2009. Stratégiák és üzleti modellek a magyarországi kis- és középvállalkozások gyakorlatában. *CEO Magazin* X(1), 9–15.

Salamonné Huszty A. 2011. A pénzügyi-gazdasági válság hatása a magyarországi kis- és középvállalkozások életpályájára, rövid távú és stratégiai döntéseire. *Competitio* 2011(1), 29–43.

Schumpeter, J. A. 1939. *Business Cycles*. New York: McGraw-Hill.

Szerb L.–Dezsériné Major M. 2007. *A növekedés meghatározó tényezői a magyar kis- és középvállalati szektorban*. Magyar Közgazdasági Egyesület Konferenciája. <http://www.mktudegy.hu/?q=system/files/Szerb.pdf>, letöltve: 2013.10.27.

Takács-György K.–Takács I. 2011. Global challenges and local answers by the SMEs in the North Hungarian Region – Role of strategic thinking. *Studia Universitas Babeş-Bolyai NEGOTIA* 2011(4), 53–67.

Takácsné György K.–Takács I. 2012. Az innováció és a stratégiai gondolkodás szerepe – a kkv-szektor válaszai a gazdasági válságra az Észak-magyarországi régióban. In: Balázs J.–Székely C. (szerk.): *Változó környezet – Innovatív stratégiák*. Nemzetközi tudományos konferencia. Tanulmányok. Sopron: NymE KTK, 1310–1321.

Varga J. 2012.: A kis- és közepes vállalkozói szektor helyzete Magyarországon. *XXI. Század – Tudományos Közlemények* 2012(27), 239–256.
