Kis- és középvállalati menedzsmentjellemzők egy észak-magyarországi felmérés tükrében[1]

TAKÁCS-GYÖRGY KATALIN[2]

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 koncentrálás, 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 kezdetekor (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 találhatók, 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 jellemezhetők. 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 létszámadatok 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 gyakorlatukról, 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)
- Versenytárssal (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 egyetértek/egyetértek/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 (kereszttábla-elemzések, leíró statisztikák, korrelációelemzés, főkomponens-analízis), valamint lineáris regresszió felhasználásával került elvégzésére.

Jelen tanulmányban a korábbi vizsgálatok[3] 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 beszállítóikkal, a vevőikkel, 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 figyeléstől (*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	főiskola	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)

	Négyzetösszeg	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. *Vezetéstudomány* 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=5gHr9ko5CO8I7nYfekfqn lct, 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.

Noszkay 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*. NewYork: 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.