

II. VÁLLALKOZÁSKUTATÁSI KONFERENCIA

2021. 11. 18–19.

GINOP-1.1.10-20-2020-00001
EVOLÚCIÓ – MEGÚJULÓ VÁLLALKOZÁSOK PROGRAMJA

MAGYAR KKV-K MŰKÖDÉSI ÉS VEZETÉSI
GYAKORLATÁNAK FEJLESZTÉSE



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

SZÉCHENYI 2020



Európai Unió
Európai Regionális
Fejlesztési Alap



BEFECTETÉS A JÖVŐBE

II. VÁLLALKOZÁSKUTATÁSI KONFERENCIA

2021. 11. 18-19.

BEVEZETŐ

Nagy örömmel osztjuk meg az előadókkal és érdeklődőkkel a II. Vállalkozáskutatási Konferencia absztraktkötetét.

2021-ben a Vállalkozáskutatói és Elemzői Hálózat szervezésében és az IFKA Közhasznú Nonprofit Kft., a Mathias Corvinus Collegium és a Makronóm Intézet támogatásával immár második alkalommal került megrendezésre a Vállalkozáskutatási Konferencia.

A tavalyi sikeren felbátorodva a rendezvényt idén kétnaposra terveztük és további programelemekkel bővítettük. A konferencia hibrid módon került megrendezésre, összesen 50 előadó 42 előadását hallgathatták meg a résztvevők személyesen vagy online. A vállalkozáskutatók és elemzők előadásai mellett pedig idén egy plenáris előadás és egy vállalkozói kerekasztal-beszélgetés is helyet kapott a programban.

A plenáris előadást Ács Zoltán tartotta „*The evolution of the digital platform economy 1971-2021: the case of Hungary*” címmel angol nyelven. Ács J. Zoltán a George Mason Egyetem (USA) és a London School of Economics professzora, valamint a PTE KTK Gazdálkodástani Doktori Iskolája Nemzetközi Ph.D. programjának oktatója. A vállalkozás- és kisvállalati kutatások vezető fórumának, a Small Business Economics című lapnak alapítója és főszerkesztője, a Journal of International Entrepreneurship című lapnak, valamint a Kluwer Könyvkiadó vállalkozáskutatási sorozatának főszerkesztője. 2001-ben a Svéd Kisvállalkozási Alapítványtól a "Nemzetközi vállalkozás- és kisvállalat-kutatási díjat" kapott, mely kitüntetés a tudományos közösség a vállalkozáskutatások Nobel-díjaként tart számon.

A vállalkozói kerekasztal-beszélgetés célja az volt, hogy áttekinthessük, a gazdaság szereplői szerint milyen témák vizsgálata hogyan támogathatja a cégek életét, fejlődését. A beszélgetés résztvevői: Macher Márta (Macher Gépeszeti és Elektronikai Zrt.), Májér Erika (Jardin Cukrászda), Szendrői Gábor (Concorde MB Partners, IMAP) és Szuda János (Fehér Nyúl Söröző) voltak.

Idén is díjaztuk a konferencia legjobb előadásait. A díjazottakat a szekciók hallgatóságának közönségsválasztása és a szekcióvezetők inputjai alapján öt tagú zsűri választotta ki. A zsűri tagjai: Gelei Andrea (Budapesti Corvinus Egyetem), Inzelt Annamária (IKU Innovációs Kutató Központ), Láncki Péter (Mathias Corvinus Collegium), Papanek Gábor (professor emeritus) és Szalavetz Andrea (ELKH KRTK Világgazdasági Intézet) voltak. A versenyben a szervezőbizottság, valamint a rögzítéshez hozzá nem járuló előadók előadásai nem vettek részt. A díjat az alábbi előadások kapták:

- Csákné Filep Judit és Gosztonyi Márton: *A COVID-19 hatásai a magyar vállalkozásokra a GEM 2021-es adatfelvételének tükrében*. Társszerző: Szennay Áron.
- Losonci Dávid: *A folyamatinnováció hatása az üzleti teljesítményre*. Társszerzők: Demeter Krisztina, Keresztély Tibor, Major Klára és Harry Boer.
- Kazainé Ónodi Annamária és Répáczki Rita: *A menedzsment szerepe az innovatív vállalatok sikerében*.
- Sipos Norbert: *A for-profit vállalkozók társadalmi és egyéni vállalkozói értékteremtési motivációk kapcsolatainak empirikus vizsgálata*. Társszerzők: Lukovszki Livia, Rideg András és Vörös Zsófia.

A díjazottaknak ezúton is gratulálunk!

A szervezőbizottság tagjai:

**Becsey Zsolt (MNB) | Czakó Erzsébet (BCE) | Gergely Orsolya (Sapientia) | Katona Klára (PPKE)
Kerekes György (Makronóm) | Kutasi Gábor (NKE) | Radácsi László (BGE) | S. Gubik Andrea (ME)
Sass Magdolna (ELKH KRTK) | Szepesi Balázs (MCC) | Szerb László (PTE) | Virágh Enikő (IFKA)**

A KONFERENCIA PROGRAMJA

NOVEMBER 18. – CSÜTÖRTÖK			
10:00	Az érkezők fogadása, regisztráció.		
11:00	A konferencia megnyitása: György László, Szepesi Balázs, Virágh Enikő	Helyszín: Hunyadi Mátyás terem	
11:30	Ács Zoltán: <i>The evolution of the digital platform economy 1971-2021: the case of Hungary.</i> Helyszín: Hunyadi Mátyás terem		
12:30	Ebédszünet		
	SZEKCIÓ 1. Szekcióvezető: Katona Klára Helyszín: Hunyadi Mátyás terem	SZEKCIÓ 2. Szekcióvezető: Radácsi László Helyszín: Szilágyi Erzsébet terem	SZEKCIÓ 3. Szekcióvezető: Virágh Enikő Helyszín: Kínizsi Pál terem
13:30	Boda György - Láncz Gábor: <i>Mitől jobbak a jobbak? – A magyar vállalatok termelési függvénye.</i> Társszerző: Naárné Tóth Zsuzsa	Kiss János: <i>Termelékenység, export és termékinnováció a magyar feldolgozóiparban.</i>	Szabó Krisztofer: <i>Egyetemi hallgatóból vállalkozó.</i> Társszerzők: Aranyossy Márta, Bárczy Dóra
14:00	Dőry Tibor: <i>Felhasználói innovációk a magyar járműipari kis- és közepes vállalkozásoknál.</i> Társszerző: Venesz Béla	Losonci Dávid: <i>A folyamatinnováció hatása az üzleti teljesítményre</i> Társszerzők: Demeter Krisztina, Keresztély Tibor, Major Klára, Harry Boer	Csillag Sára: <i>Inspirációk és akadályok a magyar vállalkozói ökoszisztéma és a fogyatékkal élő vállalkozók.</i> Társszerzők: Győri Zsuzsanna, Kóródi Edit, Svastics Carmen, Hidegh Anna Laura
14:30	Reszegi László - Kazainé Ónodi Annamária: <i>Perifériális integráció a vállalati szektorban.</i> Társszerző: Répáczi Rita	Horváth Ágnes: <i>Ügyfélcentrikus innováció a kkv-k körében – Egy empirikus kutatás eredményei.</i> Társszerzők: Molnár László, Hajdú Noémi, Tóthné Kiss Anett	S. Gubik Andrea: A családi vállalkozás átvétele mint karriercél a visegrádi országok egyetemistái körében. Társszerző: Farkas Szilveszter
15:00		Radácsi László: <i>A magyar családi és nem családi vállalkozások innovációs teljesítményének összehasonlítása.</i> Társszerző: Csákné Filep Judit, Szennay Áron	Virágh Enikő: <i>Az online média vállalkozóképe Magyarországon.</i>
15:30	Kávészünet		
	SZEKCIÓ 4. Szekcióvezető: Kutasi Gábor Helyszín: Hunyadi Mátyás terem	SZEKCIÓ 5. Szekcióvezető: Czakó Erzsébet Helyszín: Szilágyi Erzsébet terem	SZEKCIÓ 6. Szekcióvezető: S. Gubik Andrea Helyszín: Kínizsi Pál terem
16:00	Dióssy Kitti: <i>Digitalizáció hatása a kkv-k vállalati eredményeire.</i> Társszerzők: Demeter Krisztina, Losonci Dávid	András Krisztina: <i>A sportközvetítési jogok hazai piacának szereplői és a sportági szakszövetségek.</i> Társszerzők: Máté Tünde, Várhegyi Ferenc	Parrag Petra: <i>A vállalkozói kompetenciákat fejlesztő programok vizsgálata.</i>
16:30	Endrődi-Kovács Viktória: <i>Magyar kkv-k digitalizációja és ipar 4.0 adaptációja.</i>	Tóth-Batizán Emese Emőke: <i>A székelyföldi turizmuspiac professzionalizációs lehetőségei. Komparatív elemzés. Székelyföld, Dél-Tirol és a Balaton.</i>	Rideg András: <i>A saját vállalkozói képességekbe vetett túlzott önbizalom empirikus vizsgálata a Globális Versenyképességi Projekt nemzetközi kkv adatállománya alapján.</i> Társszerzők: Balogh Gábor, Sipos Norbert
17:00	Kozma Miklós - Dankó Mátyás: <i>A digitálisnak született vállalatok nemzetközi lehetőségei és kihívásai a nemzetköziesedés elméletei tükrében.</i>	Bíró Zoltán - Budai Eleonóra: <i>Magyar könyvvizsgáló cégek a Big4 árnyékában.</i>	Repisky Máté: <i>Vállalkozói kudarc lehetséges következményeinek rendszerezése.</i>
17:30	Kutasi Gábor: <i>A vállalatok és a gazdasági környezet digitalizációs kauzalitása.</i> Társszerző: Várpalotai Viktor		Csiki Ottó: <i>A dinamikus képességek hatása a termelési rutinokra és a vállalati teljesítményre.</i> Társszerzők: Demeter Krisztina, Losonci Dávid

NOVEMBER 19. – PÉNTEK			
	SZEKCIÓ 7. Szekcióvezető: Sass Magdolna Helyszín: Hunyadi Mátyás terem	SZEKCIÓ 8. Szekcióvezető: Becsey Zsolt Helyszín: Szilágyi Erzsébet terem	SZEKCIÓ 9. Szekcióvezető: Kutasi Gábor Helyszín: Kínizsi Pál terem
9:00	Budai Eleonóra - Denich Ervin: <i>Számviteli beszámolók közzététele a COVID-19 árnyékában.</i>	Bacsák Dániel-Horváth Ágoston: <i>A koronavírus-járvány vállalati érintettségének változásai vállalati válságkezelő eszközökkel összefüggésben.</i>	Dániel Zoltán András: <i>Hazai kkv-k klímatudatos tevékenységének mérését segítő szempontrendszer kidolgozása.</i> Társszerző: Berkesné Rodek Nóra
9:30	Kézai Petra Kinga: <i>A koronavírus-járvány hatása a magyar (női) startup vállalkozásokra.</i>	Csákné Filep Judit -Gosztongyi Márton: <i>A COVID-19 hatásai a magyar vállalkozásokra a GEM 2021-es adatfelvételének tükrében.</i> Társszerző: Szennay Áron	Sipos Norbert: <i>A for-profit vállalkozók társadalmi és egyéni vállalkozói értékteremtési motivációk kapcsolatainak empirikus vizsgálata.</i> Társszerzők: Lukovszki Lívია, Rideg András, Vörös Zsófia
10:00	Sass Magdolna-Túry Gábor: <i>Válságkezelési mintázatok a magyarországi külföldi tulajdonú leányvállalatoknál.</i> Társszerzők: Gál Zoltán, S. Gubik Andrea, Szunomár Ágnes	Becsey Zsolt: <i>Vállalatcsoportok viselkedése a COVID-ban.</i>	Kajos Attila: <i>Munkahelyi mozgásprogramok munkáltatói szervezésének és munkavállalói részvételének motivációi.</i> Társszerző: Szabó Ágnes
10:30	Kávészünet		
	SZEKCIÓ 10. Szekcióvezető: Szerb László Helyszín: Hunyadi Mátyás terem	SZEKCIÓ 11. Szekcióvezető: Sass Magdolna Helyszín: Szilágyi Erzsébet terem	SZEKCIÓ 12. Szekcióvezető: Szepesi Balázs Helyszín: Kínizsi Pál terem
11:00	Juhász Péter: <i>Az állami támogatások szerepe a hazai vállalatok fejlesztésében – a felsővezetői nézőpont.</i> Társszerzők: Kazainé Ónodi Annamária, Havran Zsolt	Klauda Zalán: <i>OTP Bank – a nemzetköziesedés magyar bajnoka?</i>	Pogácsás Péter: <i>A magyar kis- és közép-vállalkozások külső finanszírozásának nehézségei.</i>
11:30	Kövi-Varga Anna Róza: <i>A magyar családi tulajdonú kis- és közép-vállalkozások meghatározó tényezői: Empirikus elemzés a kkv versenyképességi kutatás alapján.</i> Társszerzők: Rideg András, Sipos Norbert, Lukovszki Lívია	Kazainé Ónodi Annamária-Répáczi Rita: <i>A menedzsment szerepe az innovatív vállalatok sikerében.</i>	Tímár Gigi - Zsigmond-Heinczinger Száva: <i>Inkubátorok elméletben és gyakorlatban – vállalkozástámogató intézmények a nemzetközi szakirodalomban és a hazai gyakorlatban.</i> Társszerző: Balázs Tibor
12:00	Stocker Miklós: <i>Az iparági tényezők, az erőforrások és az intézményrendszer tényezőinek hatása a nemzetköziesedett magyar közép és nagyvállalatok versenyképességére.</i> Társszerzők: Czakó Erzsébet, Csíki Ottó, Losonci Dávid	Csizmadia Péter: <i>A tanulási környezet jellemzői a magyar tudásintenzív vállalkozásoknál.</i> Társszerzők: Csillag Sára, Szászvári Karina, Bácsi Katalin	Szepesi Balázs: <i>Első áttekintés a magyar vállalkozások közelmúltbeli történetéről.</i>
12:30	Krabatné Fehér Zsófia: <i>A versenyképesség egyéni és intézményi tényezőinek szerepe az Európai Unió régióiban.</i> Társszerző: Szerb László		
13:00	Ebédszünet		
14:00	Vállalkozói kerekasztal-beszélgetés: Macher Márta, Májer Erika, Szendrői Gábor, Szuda János Helyszín: Hunyadi Mátyás terem		
15:30	Díjátadó, a konferencia lezárása Helyszín: Hunyadi Mátyás terem		

HELYSZÍN: MCC Tas vezér utcai központja (a korábbi Danubius Hotel Flamenco épülete) 1113 Budapest, Tas vezér u. 3-7.

ABSZTRAKTOK

András Krisztina Máté Tünde Várhegyi Ferenc 11 <i>A sportközvetítési jogok hazai piacának változása az M4 Sport piacra lépésének következtében</i>	Csíki Ottó Demeter Krisztina Losonci Dávid 24 <i>Mi a vállalatok fejlődésének kulcsa? A dinamikus képességek hatása a termelési rutinokra és a vállalati teljesítményre</i>	Kazainé Ónodi Annamária Répáczki Rita 42 <i>A menedzsment szerepe az innovatív vállalatok sikerében</i>	Reszegi László Kazainé Ónodi Annamária 55 Répáczki Rita <i>Perifériális integráció a vállalati szektorban</i>
Aranyossy Márta Bárczy Dóra Szabó Krisztofer 12 <i>Egyetemi hallgatóból vállalkozó</i>	Csizmadia Péter Csillag Sára Szászvári Karina, Bácsi Katalin 26 <i>A tanulási környezet jellemzői a magyar tudásintenzív vállalkozásoknál</i>	Kézai Petra Kinga 44 <i>A koronavírusjárvány hatása a magyar (női) startup vállalkozásokra</i>	Sass Magdolna Gál Zoltán S. Gubik Andrea 57 Szunomár Ágnes Túry Gábor <i>Válságkezelési mintázatok a magyarországi külföldi tulajdonú leányvállalatoknál</i>
Bacsák Dániel Horváth Ágoston 13 <i>A koronavírus-járvány vállalati érintettségének változásai vállalati válságkezelő eszközökkel összefüggésben</i>	Dániel Zoltán András Berkesné Rodek Nóra 27 <i>Hazai KKV-k klímatudatos tevékenységének mérését segítő szempontrendszer kidolgozása</i>	Kiss János 45 <i>Termelékenység, export és termékinnováció a magyar feldolgozóiparban</i>	Sipos Norbert Lukovszki Livia Rideg András 58 Vörös Zsófia <i>A for-profit vállalkozók társadalmi és egyéni vállalkozói értékteremtési motivációk kapcsolatainak empirikus vizsgálata</i>
Balogh Gábor Rideg András Sipos Norbert 14 <i>A saját vállalkozói képességekbe vetett túlzott önbizalom empirikus vizsgálata a Globális Versenyképességi Projekt nemzetközi KKV adatállománya alapján</i>	Demeter Krisztina Losonci Dávid Keresztély Tibor Major Klára Harry Boer 28 <i>A folyamatinnováció hatása az üzleti teljesítményre</i>	Klauda Zalán 46 <i>OTP Bank – a nemzetköziesedés magyar bajnoka?</i>	Szabó Ágnes Kajos Attila 60 <i>Munkahelyi mozgásprogramok munkáltatói szervezésének és munkavállalói részvételének motivációi</i>
ifj. Becsey Zsolt 16 <i>Vállalkozóscsoportok viselkedése COVID-ban</i>	Dióssy Kitti Demeter Krisztina Losonci Dávid 30 <i>Digitalizáció hatása a KKV-k vállalati eredményeire</i>	Kozma Miklós Dankó Mátyás 47 <i>A digitálisnak született vállalatok nemzetközi lehetőségei és kihívásai a nemzetköziesedés elméletei tükrében</i>	Szepesi Balázs 62 <i>Első áttekintés a magyar vállalkozások közelmúltbeli történetéről</i>
Bíró Zoltán Budai Eleonóra 18 <i>Magyar könyvvizsgáló cégek a Big4 árnyékában</i>	Dóry Tibor Venesz Béla 32 <i>Felhasználói innovációk a magyar járműipari kis- és közepes vállalkozásoknál</i>	Kövi-Varga Anna Róza Rideg András Sipos Norbert Lukovszki Livia 48 <i>A magyar családi tulajdonú kis- és közép-vállalkozások meghatározó tényezői. Empirikus elemzés a KKV versenyképességi kutatás alapján</i>	Timár Gigi Zsigmond-Heinczinger Száva Balázs Tibor 64 <i>Inkubátorok elméletben és gyakorlatban – vállalkozástámogató intézmények a nemzetközi szakirodalomban és a hazai gyakorlatban</i>
Boda György Lánicz Gábor Naárné Tóth Zsuzsa 19 <i>Mitől jobbak a jobbak? – A magyar vállalatok termelési függvénye</i>	Endrődi-Kovács Viktória 33 <i>Magyar kkv-k digitalizációja és ipar 4.0 adaptációja</i>	Krabatné Fehér Zsófia Szerb László 49 <i>A versenyképesség egyéni és intézményi tényezőinek szerepe az Európai Unió régióiban</i>	Tóth-Batizán Emese Emőke 66 <i>A székellyföldi turizmuspiac professzionalizációs lehetőségei. Komparatív elemzés. Székellyföld, Dél-Tirol és a Balaton</i>
Budai Eleonóra Denich Ervin 20 <i>Számviteli beszámolókat közzététele a Covid-19 árnyékában</i>	S. Gubik Andrea Farkas Szilveszter 35 <i>A családi vállalkozás átvétele mint karriercél a visegrádi országok egyetemistái körében</i>	Kutasi Gábor Várpalotai Viktor 50 <i>A vállalatok és a gazdasági környezet digitalizációs kauzalitása</i>	Virágh Enikő 67 <i>Az online média vállalkozóképe Magyarországon</i>
Czakó Erzsébet Csíki Ottó Losonci Dávid Stocker Miklós 21 <i>Az iparági tényezők, az erőforrások és az intézményrendszer tényezőinek hatása a nemzetköziesedett magyar közép és nagyvállalatok versenyképességére</i>	Győri Zsuzsanna Csillag Sára Kóródi Edit Svastics Carmen Hidegh Anna Laura 36 <i>Inspirációk és akadályok a magyar vállalkozási ökoszisztéma és a fogyatékkal élő vállalkozók</i>	Parrag Petra 52 <i>A vállalkozói kompetenciákat fejlesztő programok vizsgálata</i>	
Csákné Filep Judit Gosztonyi Márton Szennay Áron 22 <i>A Covid-19 hatásai a magyar vállalkozásokra a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021-es adatfelvételének tükrében</i>	Horváth Ágnes Molnár László Hajdú Noémi 38 Tóthné Kiss Anett <i>Ügyfélcentrikus innováció a KKV-k körében – Egy empirikus kutatás eredményei</i>	Pogácsás Péter 53 <i>A magyar kis- és középvállalkozások külső finanszírozásának nehézségei</i>	
Csákné Filep Judit Radácsi László Szennay Áron 23 <i>A magyar családi és nem családi vállalkozások innovációs teljesítményének összehasonlítása – Empirikus adatfelvétel tapasztalatai</i>	Juhász Péter Kazainé Ónodi Annamária Havran Zsolt 40 <i>Az állami támogatások szerepe a hazai vállalatok fejlesztésében – a felsővezetői nézőpont</i>	Repisky Máté 54 <i>Vállalkozói kudarc lehetséges következményeinek rendszerezése</i>	

A SPORTKÖZVETÍTÉSI JOGOK HAZAI PIACÁNAK VÁLTOZÁSA AZ M4 SPORT PIACRA LÉPÉSÉNEK KÖVETKEZTÉBEN

Szerzők: **András Krisztina¹ | Máté Tünde¹ | Várhegyi Ferenc²**
Intézmény: **¹Budapesti Corvinus Egyetem, Sportgazdaságtani Kutatóközpont | ²Eurosport**

Elméleti háttér:

Magyarországon az 1996-os év hozta el mind a sport-, mind a médiatörvény elfogadását, ami jogi és működési értelemben is meghatározó hatással volt az addig kezdetleges módon működő közvetítési jogok piacára. Az 1997-2015 közötti időszakban az új televíziók belépése új piaci környezetet jelentett a sport számára is, azonban ez a piac sem tudta teljes mértékben kielégíteni a szövetségek igényeit. Ebbe a környezetbe lépett be 2015-ben az új közszolgálati sportcsatorna az M4 Sport, amely alapjaiban változtatta meg a piaci viszonyokat. András (2003, 2004) alapján a hivatásos sport üzleti működése a legfőbb bevételek által az öt hivatásos piachoz kapcsolódik. A sportgazdaságtani értékteremtés középpontjában a sportrendezvények, rendezvénysorozatok állnak, amelyek fogyasztói / nézői és ügyfél érdeklődésre építenek. Mindkettő földrajzi értelmű kiterjesztését a média általi közvetítés teszi lehetővé és valósítja meg, hogy a helyi termék regionális, nemzetközi, illetve globálissá válhasson

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Tanulmányunk fókuszában a magyarországi változóban levő közvetítési (jogok) piac kulcsszereplői a televíziók állnak. Kutatásunk célja meghatározni a magyar közvetítési jogok piacának jellegzetességeit, továbbá összehasonlítani azokat a nemzetközi trendekkel. Kutatásunkban vizsgáljuk a televíziós csatornák (médiavállalatok) és látványcsapatsportágak, a kiemelt sportági szakszövetségek kapcsolatát. Fő fókuszunk az M4 Sport piacra lépésének következményeinek azonosítása, a piac átrendezésének vizsgálata.

Módszertan:

Kutatási módszertanunkban kvantitatív és kvalitatív eszközöket, primer és szekunder adatokat használtunk. Szekunder adatgyűjtés keretében megvizsgáltuk a magyar piacon 2015 és 2021 között a televíziós médiavállalatok fejlődését, csatornák számának növekedését. Kvantitatív, primer adatgyűjtés keretében 16 kiemelt és 6 látványcsapatsportág sportági szakszövetségei körében 2020 nyarán végzett kérdőíves kutatásunk eredményeit mutatjuk be. Ezen megkérdezés a 2016-os „A sportközvetítési jogok piacának alakulása Magyarországon vizsgálat” folytatása, amelyben a vonatkozó sportági szakszövetségek 91 százaléka töltötte ki a kérdőívünket. Kvalitatív módszertanunk keretében interjút készítettünk a piacvezető M4 Sport csatornaigazgatójával, Székely Dáviddal.

Eredmények, következtetések:

A M4 Sport piacra lépése után, a szerepek gyors átrendeződése figyelhető meg a magyar piacon. A közvetítési jogok piacát a magyar szövetségek, ezáltal a magyar sport tartalom szempontjából 2015 óta az M4 Sport uralja. Az M4 Sport közszolgálati televízió révén jelentős erőforrásokkal rendelkezik. Ezek olyan nagyságrendűek, amellyel a piaci alapon működő médiavállalatok kevés sikerrel tudják felvenni a közvetítési jogokért zajló versenyt.

A többi médiavállalatnak ehhez a domináns szerephez kellett alkalmazkodni. Újja alakítani stratégiájukat, új fókuszot adni a portfóliójuknak.

A M4 Sport vezető szerepét mutatja, hogy a szövetségek 95 százaléka jelen van a közszolgálati M4 Sport csatornán és a 85 százaléka számára ez a csatorna biztosítja a legtöbb megjelenést. A szövetségek megjelenési igénye, a gyakran ütköző versenynaptár és az M4 Sport lehetőségei azonban óhatatlanul feszültségeket is generáltak a felek között, hiszen a megjelenések mennyiségét, gyakoriságát és időtartamát tekintve lehetetlen egy adott héten, vagy hétvégén minden szövetségi igényt kielégíteni. Ezt felismerve jött létre 2020-ban az M4+ csatorna, amely mérsékelheti, vagy megoldhatja ezt a problémát.

Az M4 Sport az ingyenes streaming szolgáltatásának bevezetésével alkalmazkodik a figyelemipar trendjeihez, amely szerint egyre többen fogyasztanak médiatartalmakat televízió kívüli eszközökön (számítógép, tablet, okostelefon stb.).

Az M4 Sport innovatív fejlesztése tovább szűkíti a teret azon médiavállalatok számára, akik ezen fejlesztésben még lemaradtak.

Hivatkozásijegyzék

András, K. (2003). Business elements in sport, on the example of football. Doctoral thesis. Budapest: BKÁE. phd.lib.uni-corvinus.hu/150/2/andras_krisztina_en.pdf (access: 25-01-2020)

András, K. (2004): A hivatásos sport piaci (Markets of professional sport), Vezetéstudomány XXXV. p. 40-57.

EGYETEMI HALLGATÓBÓL VÁLLALKOZÓ

Szerzők:	Aranyossy Márta Bárczy Dóra Szabó Krisztofer
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalkozásfejlesztési Intézet

Elméleti háttér:

Magyarország 2006 óta tagja a svájci koordinációjú GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey) kutatásnak, melynek célja megismerni a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és esetleges vállalkozási tevékenységét (S. Gubik – Farkas, 2016). Elsősorban a GUESSS felmérések kínálták tehát az empirikus alapot az elmúlt másfél évtized hallgatói vállalkozásindítási attitűdöt vizsgáló hazai elemzésekhez. Imreh-Tóth et al. (2013) és S. Gubik és Farkas (2016) tanulmányai például egyaránt azt erősítik meg, hogy a hallgatók rövidtávon legnagyobb arányban az alkalmazottként terveznek elhelyezkedni, de a vállalkozói szándékot befolyáshatja – többek között – a tanulmányok fókusza (Szerb – Márkus, 2007) és a vállalkozói kurzusokon való részvétel (Szerb – Lukovszki, 2013) is. Ebbe a kutatási áramba illeszkedve, Ajzen (1991) tervezett magatartás modelljének elméleti alapjain nyugodva, kutatásunk a gazdálkodástudományi mester hallgatók vállalkozási szándékát, és annak befolyásoló tényezőit állítja a középpontba.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Vállalkozásfejlesztés mester szakra sok hallgató érkezik kifejezetten azzal a szándékkal, hogy jövőbeli vállalkozói karrierjére felkészüljön. A mesterszak céljai között is szerepel kapcsolódó célkitűzés – így érdemesnek mutatkozik arra, hogy az itt folyó képzés hallgatóit kiemelten vizsgáljuk.

A kutatás során arra voltunk kíváncsiak, hogy a vizsgált egyetemi hallgatói populáció esetében:

- szerepel-e a diákok terveiben a vállalkozói karrierút, és ha nem, miért nem;
- milyen ismeretek, illetve oktatáson túlmutató egyetemi szolgáltatások segítenék őket a vállalkozásindításban.

Módszertan:

Az adatgyűjtést kérdőíves adatfelvétellel végeztük, elsősorban már korábbi kutatásokban is szereplő kérdésekre építve, ami eredményeink összehasonlíthatóságát is biztosította. A legfontosabb viszonyítási pontokat Szerb-Márkus (2007), S. Gubik (2013), Imreh-Tóth et al. (2013) és S. Gubik-Farkas (2016) jelentették.

Az adatfelvétel idején, 2021. tavaszi félévében BCE vállalkozásfejlesztés mester szakán tanuló hallgatók közül 65-en vettek részt a kutatásunkban, amely összességében 25% feletti mintavételi arányt jelent.

Eredmények, következtetések:

Az eredmények azt mutatták, hogy a vállalkozásfejlesztés szakos hallgatók körében kiemelkedően gyakori a vállalkozási szándék, sőt, több mint a hallgatók felét ez is motiválta a szakra való jelentkezéskor. A hallgatók alapvetően a nemzeti átlagnál kisebb súlyúnak érzik a vállalkozásindítást akadályozó tényezőket, legfontosabb gátként a saját pénzügyi kockázat vállalását és a kevés tőke rendelkezésre állását azonosítják. A minta vállalkozásalapítást tervező tagjai azonban általánosságban és pénzügyi kockázatvállalás terén is szignifikánsan bátrabbnak mutatkoztak, és társaikkal ellentétben az idő vagy az ötletek hiányáról sem panaszkodnak.

A hallgatók az általános vállalkozási ismeretek terén erősnek érzik az egyetemi felkészítést, illetve a pénzügyes kompetenciák terén is hatékonynak tartják az oktatást. Nagy a hallgatói igény az olyan gyakorlatias, kézzelfogható ismeretekre, amelyek a vállalkozásindítás első, praktikus lépéseire fókuszálnak – így például a társasági jog oktatást különösen hasznosnak tartják, de több ilyen ismeretre is vágnának. A vállalkozásindítás további ösztönzésére a hallgatók véleménye megoszlik: egy részük az ismeretátadást és a hiteles oktatókat tartja fontosnak, míg mások inkább a klasszikus egyetemi oktatáson kívül eső szolgáltatásokat – pl. tanácsadás, finanszírozási és kapcsolatépítési támogatás – erősítenék.

Hivatkozásjegyzék
Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, (2) pp. 179–211.
Imreh-Tóth, M. et al. (2013): Vállalkozó hallgatók–Valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás? Vezetéstudomány, 44, (7-8) pp. 51-63.

S. Gubik, A. (2013): A magyar hallgatók vállalkozásindító szándékát befolyásoló tényezők modellje - Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése. Vezetéstudomány, 44, (7-8) pp. 19-29.
S. Gubik, A. – Farkas, Sz. (2016): A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. Vezetéstudomány, 47, (3) pp. 46-55.

Szerb, L. – Lukovszki, L. (2013): Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? Vezetéstudomány, 44, (7-8) pp. 30–40.
Szerb, L. – Márkus, G. (2007): A felsőoktatási kör-nyezet hatása a vállalkozói életpálya választására (Nemzetközi összehasonlító elemzés, 2006). Közgazdasági Szemle, 54, (3) pp. 248-273.

A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY VÁLLALATI ÉRINTETTSÉGÉNEK VÁLTOZÁSAI VÁLLALATI VÁLSÁGKEZELŐ ESZKÖZÖKKEL ÖSSZEFÜGGÉSBEN

Szerzők:	Bacsák Dániel Horváth Ágoston
Intézmény:	MKIK Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet

Elméleti háttér:

Az MKIK GVI a 2008-as gazdasági világválság következményeinek vizsgálatakor több alkalommal is felmérte, hogy a hazai vállalkozások milyen alkalmazkodási lépéseket tettek a válság kezelése érdekében (Bartha et al 2009, Czibik et al 2009a, Czibik et al 2009b), 2010 őszen pedig az ELTE TTK Földrajz- és Földtudományi Intézet Regionális Tudományi Tanszékével közösen rendezett „Válságról válságra – A gazdasági világválság területi következményei” címmel tudományos konferenciát a témában (Czibik 2010). A koronavírus-járvány vállalati érintettségének vizsgálatakor ezen korábbi kutatások tapasztalatait felhasználva végeztük az adatfelvételeket.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Az MKIK GVI vállalati kutatásainak a koronavírus-járvány kitérése óta, 2020 első félévétől kezdve folyamatosan kiemelt témája a cégek koronavírus-járvánnyal kapcsolatos érintettsége, a lehetséges reakciók, következmények feltérképezése. A féléves vállalati konjunktúra adatfelvételek rendre több ezer vállalatvezető megkeresésével zajló adatgyűjtések, ezek alapján részletesen vizsgáljuk a járvány vállalati működésre gyakorolt hatásait. Az adatbázisok alapján nyomon követjük a vállalatok válságkezeléssel kapcsolatos tapasztalatait a koronavírus-járvány következtében kialakuló gazdasági válságra vonatkozó 2020-as és 2021-es megfigyelések összevetésével. Részletesen vizsgáljuk a cégek krízishelyzetre való felkészültségét, illetve kitettségének mértékét a vezetők értékelése, illetve a járvány eddigi tapasztalatai alapján. Vizsgálatunk célja a járvány következtében fellépő gazdasági hatások szegmentálása, a következmények elkülönítése vállalati jellemzők szerint.

Módszertan:

A koronavírus-járvány következtében kialakuló gazdasági válságban való vállalati érintettséget a kapacitáskihasználtság-viszsaesés alapján kategorizáljuk. Három időpontban (2020. április, 2020. október, 2021. április) tudjuk vizsgálni a kapacitáskihasználtság aktuális szintjét, amelyet a 2020-as első negyedévi szinthez viszonyítunk. Mindhárom időpontban logit modellekkel vizsgáljuk a vállalati érintettség hátterét. Eredményeinket összevetjük a szintén mindhárom vizsgálati időpontban rendelkezésre álló, cégvezetés által alkalmazott válságkezelő eszközökre vonatkozó információkkal, ezáltal a vállalati érintettség, illetve az erre adott cégvezetői reakciók időbeni változásait párhuzamosan tudjuk bemutatni.

Eredmények, következtetések:

A logit modell becslései alapján látható, hogy a vállalatméret, illetve az exportaktivitás növekedésével párhuzamosan csökken az esélye annak, hogy egy cég a leginkább érintett kategóriába tartozzon a járványhelyzetben. Ágazatok szerint legkevésbé az építőipari cégek voltak érintettek, míg leginkább az egyéb gazdasági szolgáltatások területén tevékenykedő vállalkozások. Az eredmények alapján arra is következtethetünk, hogy a járvány negatív hatásai nagyobb mértékben érintették a kereskedelmi vállalatokat az ipari cégekhez képest. Tulajdonszerkezet szerint a külföldi (rész)tulajdonban lévő cégek nagyobb arányban kerültek a leginkább érintett kategóriába, mint a tisztán hazai tulajdonban álló vállalkozások. Régiós elhelyezkedés alapján a cégek a legtöbb esetben nem mutattak szignifikáns eltérést a Budapesten és Pest megyében működő vállalatokhoz viszonyítva. Létszámkategóriák, ágazatok, exporttevékenység és tulajdonszerkezet alapján vizsgálva a járvány hazai vállalkozásokra gyakorolt hatásait, megállapítható, hogy a szükséges munkaerő hiánya, a csökkenő export és a megrendelés-állomány külföldi anyavállalat általi csökkentése elsősorban az 50 fő feletti, az ipari, az exporttevékenységet végző és a külföldi (rész) tulajdonban lévő cégeket sújtotta, míg a csökkenő kereslet, az otthoni munkavégzés, a rendezvények betiltása/rövidített nyitva tartás, valamint a teljes leállás – azaz a kapacitáskihasználtság különösen negatívan befolyásoló hatások / intézkedések – az 50 fő alatti, a kereskedelmi és a szolgáltatás területén működő, az exporttevékenységet nem végző, illetve a tisztán hazai tulajdonú vállalkozásokat érintette leginkább hátrányosan. A vállalatvezetők által meglépett, a piaci pozíciók átalakítását célzó válságkezelő intézkedések (beszállítóktól való függőség csökkentése, új termékek és szolgáltatások bevezetése, új értékesítési módszerek, új profil) adatfelvételről adatfelvétellel egyre jelentősebb súlyt kaptak – ez azt jelzi, hogy a vállalkozások már nem csupán a gyors eredményeket ígérő, tűzoltó-jellegű intézkedésekben gondolkodnak (mint a járvány kezdeti időszakában), hanem hosszabb távú stratégia mentén is megpróbálnak alkalmazkodni a megváltozott piaci környezethez.

Hivatkozásjegyzék
Bartha Attila, Czibik Ágnes, Makó Ágnes, Tóth István János (2009): A gazdasági válság vállalati szemmel. https://gvi.hu/kutatas/35/a-gazdasagi-valsag-vallalti-szemmel-2009-marcius
Czibik Ágnes, Makó Ágnes, Tóth István Jáns (2009a): Magyar vállalatok üzleti helyzete és válaszlépései a gazdasági válságra. https://gvi.hu/kutatas/36/a-gazdasagi-valsag-vallalti-szemmel-2009-junius

Czibik Ágnes, Makó Ágnes, Tóth István János (2009b): Vállalati válaszok a gazdasági válságra – a magyar eset. https://gvi.hu/kutatas/37/a-gazdasagi-valsag-vallalti-szemmel-2010-marcius
Czibik Ágnes (2010): A magyar vállalkozások üzleti helyzete területi metszetben és a válságra adott reakciók – Előadás. https://gvi.hu/kutatas/33/valsagrol-val-sagra-a-gazdasagi-vilagvalsag-területi-kovetkezményei

A SAJÁT VÁLLALKOZÓI KÉPESSÉGEKBE VETETT TÚLZOTT ÖNBIZALOM EMPIRIKUS VIZSGÁLATA A GLOBÁLIS VERSENYKÉPESSÉGI PROJEKT NEMZETKÖZI KKV ADATÁLLOMÁNYA ALAPJÁN

Szerzők: **Balogh Gábor | Rideg András | Sipos Norbert**
Intézmény: **Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar**

Elméleti háttér:

Nagy az egyetértés a szakirodalomban abban a tekintetben, hogy a vállalkozók nagyon magabiztosak, nagyon bíznak saját vállalkozói/vezetői tulajdonságaikban. A „túlzott önbizalom” („overconfidence”) fogalma ugyan nem egyértelmű, de talán megragadható úgy, mint „a vállalkozói/vezetői tulajdonságok/képességek túlértékelése, üzleti döntéseik pozitív kimeneteinek túlértékelése”.

A túlzott vezetői önbizalom kialakulásában és hatásmechanizmusában számos egyéni, mikro-, mezo- és makrokörnyezeti sajátosság szerepet játszhat, így egyaránt hangsúlyosabbak között a szocializáció, a végzettség, a szociokulturális/nemzeti hatások, az életkor, a vállalkozói tapasztalat, a vállalat életciklus szakasza, a született vállalkozói tulajdonságok, az ágazat szerepe. A kognitív kutatások eredményei szerint az objektív ítélőképesség torzulásában a túlzott önbizalom az egyik legelterjedtebb. Számos különböző megnyilvánulási formája van a gyakorlatban és rendkívül gyakran eredményez hibás döntéseket.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A kutatás középpontjában a túlzott önbizalom empirikus vizsgálata áll, a Globális Versenyképességi Projekt nemzetközi KKV adatállománya alapján. Az elméleti megalapozást és a fő kutatási kérdések felvázolását követően nagymintás elemzési eredmények bemutatására kerül sor.

Módszertan:

Az n=725 db nemzetközi KKV tulajdonos és/vagy vezető kapcsolódó vállalkozói tulajdonságainak vizsgálata leíró statisztikai eszközökkel és bináris logisztikus regresszió módszertanával történt.

Eredmények, következtetések:

A legfontosabb – a szakirodalomnak ellentmondó – eredmény az, hogy bár a felmérésben résztvevők abszolút értelemben valóban magasra értékelték saját vállalkozói tulajdonságaikat (önbevalláson alapuló válaszadás), de relatív értelemben, azaz a KKV-k vállalati szintű kompetenciáinak teljesítményéhez viszonyítva, ez mégsem igazolta a túlzott magabiztosságot. Az eredmények alapján annál magabiztosabbak a KKV üzletemberek, minél inkább meg is van ennek az alapja.

A bináris logisztikus regresszió elemzés eredményei alapján megállapítható, hogy a magas önbizalom esélyét a KKV-k konkrét tulajdonságai és kompetenciái közül (1) a hazai piac és verseny (pl. célpiacok alakulása, versenyintenzitás), (2) a humán erőforrás tényezői (pl. továbbképzések, nyelvi kompetenciák) és a (3) döntéshozatali és adminisztratív rutinok növelik. A modell létezését és „jószágát” vizsgáló tesztek megfelelőek, a magyarázóerő Nagelkerke $R^2=0,256$ és az előrejelzési pontosság 69,1% (az 51,0%-os kiinduló állapothoz képest).

Hivatkozásjegyzék

Cain, D. M., Moore, D. A., & Haran, U. (2015). Making sense of overconfidence in market entry. *Strategic Management Journal*, 36(1), 1-18.

Camerer, C., & Lovo, D. (1999). Overconfidence and excess entry: An experimental approach. *American Economic Review*, 89(1), 306-318.

Costa, D. F., de Melo Carvalho, F., de Melo Moreira, B. C., & do Prado, J. W. (2017). Bibliometric analysis on the association between behavioral finance and decision making with cognitive biases such as overconfidence, anchoring effect and confirmation bias. *Scientometrics*, 111(3), 1775-1799.

Everett, C. R., & Fairchild, R. J. (2015). A theory of entrepreneurial overconfidence, effort, and firm outcomes. *Journal of Entrepreneurial Finance*, 17(1), 1-27.

Gutierrez, C., & Astebro, T. (2016). The impact of overconfidence on excess entry. In: *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2016, No. 1, p. 14138). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

Invernizzi, A. C., Menozzi, A., Passarini, D. A., Patton, D., & Viglia, G. (2017). Entrepreneurial overconfidence and its impact upon performance. *International Small Business Journal*, 35(6), 709-728.

Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 502-527.

Malmendier, U., & Tate, G. (2015). Behavioral CEOs: The role of managerial overconfidence. *Journal of Economic Perspectives*, 29(4), 37-60.

Moore, D. A., & Cain, D. M. (2007). Overconfidence and underconfidence: When and why people underestimate (and overestimate) the competition. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(2), 197-213.

Moore, D. A., & Healy, P. J. (2008). The trouble with overconfidence. *Psychological Review*, 115(2), 502.

Moore, D. A., & Schatz, D. (2017). The three faces of overconfidence. *Social and Personality Psychology Compass*, 11(8), e12331.

Navis, C., & Ozbek, O. V. (2017). Why context matters: Overconfidence, narcissism, and the role of objective uncertainty in entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 42(1), 148-153.

Simon, M., & Houghton, S. M. (2003). The relationship between overconfidence and the introduction of risky products: Evidence from a field study. *Academy of Management Journal*, 46(2), 139-149.

Simon, M., & Shrader, R. C. (2012). Entrepreneurial actions and optimistic overconfidence: The role of motivated reasoning in new product introductions. *Journal of Business Venturing*, 27(3), 291-309.

Szerb, L., & Vörös, Z. (2021). The changing form of overconfidence and its effect on growth expectations at the early stages of startups. *Small Business Economics*, 57(1), 151-165.

VÁLLALKOZÁSCSOPORTOK VISELKEDÉSE COVID-BAN

Szerző: **ifj. Becsey Zsolt**
Intézmény: **Magyar Nemzeti Bank**

Elméleti háttér:

A gazdaságot alapjaiban forgatta fel a COVID járvány és az azt követő korlátozások. Az alkalmazkodási kényszer ágazatról ágazatra más-más stratégiákat követett függően a járványban való érintettségétől, valamint a járványt megelőző tapasztalatokról. Elemzésemben arra keresem a választ, hogy mitől függött egyes vállalatcsoportok (ágazatok) alkalmazkodása a koronavírus-járvány alatt.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Az előadás mezo szintű elemzést mutat be két kiemelt alkalmazkodási csatornát szem előtt tartva:

1. A koronavírus-járvány eredményezett-e részmunkaidősítési folyamatot a munkaerőpiacon?
2. Az ágazatok növekedését befolyásolják az állam által biztosított vállalati válságkezelő eszközök?

Módszertan:

Leíró statisztikai módszerek, illetve az ágazati növekedési tényezőket tekintetében kvantilis OLS regresszió. Az adatbázisok használhatához adattisztítást is szükséges volt végezni.

Megjegyzés: az alkalmazkodási csatornák csak egy része számszerűsíthető ágazati szintre aggregálva, így az elérhető adatok függvényében szelekciós torzítás áll fent. Az elemzés eme nyilvánvaló fogyatékoságával együtt is érvényes következtetések vonhatók le, ugyanakkor a kutatás folytatása szükséges mikro szintű adatok felhasználásával.

Felhasznált adattáblák és adatbázisok listája (zárójelben az adatgazda):

1. Intézményi munkaerőpiaci statisztika (KSH)
2. Munkaerőfelmérés (KSH)
3. Társasági adóbevallási adatok 2018 (NAV)
4. Áfa bevallásokon feltüntetett létszám adatok (NAV)
5. Egyedi kormánydöntés adattábla (HIPA)
6. EU támogatások 2014-2020-as programozási időszak (ME)
7. Versenyképességnövelő támogatás (HIPA)
8. Hitelregiszter (MNB)
9. Eurostat táblák.

Az elemzés STATA programmal készül.

Eredmények, következtetések:

1. A koronavírus-járvány egy részmunkaidősítési folyamatot eredményezett a munkaerőpiacon
 - A feldolgozóipari ágazatoknál visszaigazolható, míg a hagyományosan magyar ágazatoknál már korábban megkezdődött a folyamat, amin nem változtatott érdemben a járvány.
 - Az egyszerűsített foglalkoztatás, illetve a táppénzre küldés ugyan csak fontos alkalmazkodási csatornák lehettek, de további vizsgálatok szükségesek.
2. Az ágazatok növekedését befolyásolják az állam által biztosított vállalati válságkezelő eszközök
 - Nem egyértelműen magyarázható a növekedés a korábbi-, vagy COVID specifikus vállalati támogatások felhasználásával.
 - A legtöbb esetben a korábban kapott állami támogatások negatívan befolyásolták a növekedést.
 - A COVID specifikus versenyképesség növelő támogatás a foglalkoztatásra pozitív, a hozzáadott értékre a teljes körben pozitív, a szűkített körben negatív hatást gyakorolt.

- A növekedést a tudásintenzív foglalkoztatottak aránya és a hitelfelvétel is jól magyarázza, ami egyrészt megerősíti a versenyképesség növelésének szükségességét, másrésztől igazolja a hitelcsatornák nyitva maradásának pozitív hatását a kilábalásra.

Hivatkozásjegyzék

A felsorolt adatbázisok módszertani útmutatói, adóbevallási űrlapok, pályázati kiírások.

MAGYAR KÖNYVVIZSGÁLÓ CÉGEK A BIG4 ÁRNYÉKÁBAN

Szerző:	Bíró Zoltán Budai Eleonóra
Intézmény:	Bíró Bűró Tanácsadó Kft. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Elméleti háttér:

A számviteli szolgáltatások piacának egy jól körülhatárolható szegmensét jelenti a könyvvizsgálati szolgáltatások piaca. A könyvvizsgáló cégek által a megrendelő cég részére biztosított könyvvizsgálati szolgáltatás valójában B2B, professzionális szolgáltatás. A piacon tevékenykedő vállalkozások vagy a jogszabályi előírások miatt, vagy a cégek közvetlen – jogi, előírási kényszertől mentes – megrendelése alapján veszik igénybe ezt a szolgáltatást.

Világszerte kemény belépési korlátok, illetve jogi és szakmai előírások biztosítják, hogy a könyvvizsgálói piacra jól képzett, minőségi munkavégzésre képes könyvvizsgálók és általuk irányított cégek léphessenek csak be. Nem csak a könyvvizsgálati piacra való belépés, hanem maga a tevékenység végzése is szigorúan körülhatárolt, szabályozott és ellenőrzött a minőség megőrzése érdekében. Ezek alapján egyértelmű, hogy az ellenőrzések és a kutatások is miért fókuszálnak főleg az előírások betartásának, a minőségi tevékenységvégzésnek a vizsgálatára.

E piac meghatározó szereplőiként a legismertebbek világszerte a „Big4”, illetve „Big” cégek. A piaci dominancia, az árbevétel meghatározó nagyságrendje miatt főleg rájuk irányul az elemzésekben a figyelem. Világszerte e cégek mellett, illetve e cégek árnyékában mikro, kis és közép vállalkozások tömege, valamint egyéni könyvvizsgálók végzik fő tevékenységként a számviteli szolgáltatást és ezen belül az auditálást.

Magyarországon a Magyar Könyvvizsgálói Kamara 2019. évi beszámolója alapján 2019. december 31-én 1 507 társaság, 2020. december 31-én pedig 1 461 társaság volt jogosult e tevékenység végzésére. (1) 2020-ban indított közös kutatásunkban az adott vállalkozások jellemzőinek, az audit szolgáltatások háttérének feltárására, vizsgálatára fókuszáltunk.

Kutatási kérdések, célkitűzések:
Kutatásunk kezdetekor öt fő célkitűzést fogalmaztunk meg: <ul style="list-style-type: none"> • Képet alkotni a számviteli szolgáltatások piacáról és a könyvvizsgálati piacról. • Feltárni a magyar piacon tevékenykedő, jellemzően mikro, kis és közép-vállalati szektorba tartozó könyvvizsgáló cégek jellemzőit – profilírozás. • Vizsgálni e cégek életútját. • A könyvvizsgáló társaságok szakmai, gazdasági, morális, társadalmi, szabályozó és kulturális környezetének áttekintése, a hatótényezők és a hatások azonosítása. (Intervallum : 10-15 év) • Megvizsgálni a könyvvizsgáló cégek „mögött álló” személyek jellemzőit – profilírozás

A prezentációban a kutatás jelenlegi állása alapján az 1., 2., 3. és 5. célkitűzések eddig feltárt eredményeibe adunk betekintést a Covid-19 járvány könyvvizsgáló társaságokat érintő hatásaira is kitérve.

Módszertan:
E kutatáshoz szükséges kiinduló információkat – amelyek a tevékenységet végző cégek behatárolásához szükségesek – megkeresésünkre a Magyar Könyvvizsgálói Kamara bocsátotta rendelkezésünkre. A primer adatgyűjtés forrásai az Országos Céginylvántartó és Céginformációs Rendszer, az Elektronikus Beszámoló Portál nyilvános adatai, a Céginformáció.hu Kft. adatbázisa, valamint az érintett vállalkozások honlapja és hírportálok voltak. A kutatás adatbázisának részben elektronikus lekérdezés, részben kézi adat-kigyűjtés képezte az alapját.

Az összeállított adatbázis adatait a leíró statisztikai elemzés módszertanát alkalmazva dolgoztuk fel a Microsoft Excel és az IBM SPSS programok segítségével. A mélyebb összefüggések, valamint azok háttérének feltárására a matematikai statisztikai módszerek közül a klaszteranalízist alkalmaztuk.

Eredmények, következtetések:

A kutatásunk eddigi eredményei alapján a számviteli szolgáltatások piacán belül behatárolásra került a könyvvizsgálói szolgáltatások magyarországi piaca és a tevékenységet végző vállalkozások főbb jellemzői. E jellemzők segítségével meghatároztuk a könyvvizsgálói tevékenységet végző – nem „Big4” és nem „Big” – könyvvizsgáló vállalkozások 2019-es és 2020-as cég-profilját, vizsgáltuk, hogy e profilban bekövetkezett változást mi váltotta ki és mennyiben köthető a változás a Covid-19 járványhoz.

Hivatkozásjegyzék
(1) Magyar Könyvvizsgáló Kamara Közérdekű adatok https://mkvk.hu/kamarai/kozerdeku_adatok

MITŐL JOBBAK A JOBBAK? – A MAGYAR VÁLLALATOK TERMELÉSI FÜGGVÉNYE

Szerzők:	Boda György Láncz Gábor Naárné Tóth Zsuzsa
Intézmény:	Boda & Partners Kft. Láncz & Partners Kft. Szent István Egyetem Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar

Elméleti háttér:
A számvitel által mért profitkategóriák a bruttó árrés (hozzáadott érték), a bruttó profit és a nettó profit. A gazdálkodás vég-eredménye azonban a gazdasági profit, ami minden termelési tényező költségének, így a munka, a tangible tőke és a tudástőke költségének kifizetése után marad meg. A számvitel a tudástőkét nem méri. Így a költségeit sem tudja mérni. Emiatt a gazdasági profit, mint végső fedezet csak a vállalkozók belső számításaiban jelentkezik. Ennek megbecslésére tettünk kísérletet a vállalati termelési függvények alapján. Közben elemezni tudtuk, hogy milyen tényező kombinációkkal és tényező költségekkel termelnek a jobbak.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Hogy nő a gazdasági profit a termelékenység függvényében, illetve a magasabb termelékenységet a vállalatok milyen termelési tényező kombinációkkal érik el?

Módszertan:

A 2010-2016 évi vállalati mérlegbeszámolók alapján számszerűsítettük az $\Psi = \Lambda^\alpha T^\beta K^\gamma$ termelési függvényt, melynek segítségével meghatározhattuk a munka, a tangible tőke és a tudástőke felhasználásának költségeit. Ezt levonva a hozzáadott értékből becslést kaptunk a gazdasági profitra. Eközben a paraméterek alapján képet kaptunk az egyes vállalatok termelési függvényeiről a termelékenységük függvényében. A jobb vállalatok termelési függvénye jelentősen eltér a kevésbé jobbaktól. Ezen tapasztalatok alapján most készítjük elő a 2010-2020-as vállalati mérlegbeszámolók elemzését.

Eredmények, következtetések:

A termelékenyebb magyar vállalatok arányaiban kevesebb, de értékesebb munkaerővel és több tőkével dolgoznak. A tőkefelhasználásukon belül arányaiban nagyobb a tudástőke felhasználás. Hogy ezt a nagyobb tudástőkét a munkaerő hordozhassa és működtethesse, egyre magasabb minőségű munkaerőt alkalmaznak egyre magasabb bérért. A termelési tényezők ezen eltolódása, a munka fokozatos helyettesítése tőkével azonban nem egyenletesen teremt eredményt. A nem veszteséges vállalatok zöménél gyakorlatilag nincs gazdasági profit. Jelentősebb gazdasági profit csak egy szűk elit vállalatcsoportban képződik a termelékenység ugrásszerű növekedése mellett.

Hivatkozásjegyzék
Munkánk az előző IFKA konferencián bemutatott Boda-Juhász-Matyusz féle kutatások folytatása. Szervesen épül a termelési függvény irodalomra, a Damodaran-Fernandez féle befektetési tanulmányokra, valamit Steve Preda vállalatértékelési munkájára.

SZÁMVITELI BESZÁMOLÓK KÖZZÉTÉTELE A COVID-19 ÁRNYÉKÁBAN

Szerző:	Budai Eleonóra Denich Ervin
Intézmény:	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar

Elméleti háttér:

A vállalkozásoknak a világ minden országában az országspecifikus számviteli előírások szerint az üzleti évről beszámolót kell készíteniük. Ez a rendezett adathalmaz képezi az alapját nemzetgazdasági összesítéseknek, statisztikáknak, különböző szempontú elemzéseknek, kutatásoknak. A Covid-19 járvány a gazdasági élet szereplőire és az üzleti környezetre is hatást gyakorolt. Jellemzően a vállalkozásoknak a központilag bevezetett korlátozó intézkedések miatt előállt helyzethez kellett alkalmazkodniuk. A járványhelyzet azonban nem csak korlátozásokat, hanem bizonyos tekintetben központilag biztosított engedményeket, választási lehetőségeket is hozott magával. A 2000. évi C. törvény – Számviteli törvény – a hatálya alá tartozó vállalkozások számára előírja és rögzíti a beszámolási es közzétételi kötelezettség határidejét. Ezen határidő a törvény – illetve elődje az 1991. évi XVIII. törvény – regnálása alatt még soha nem került elhalasztásra egészen 2020-ig. A Covid-19 járvány első hullámának időszakában választási, halasztási lehetőséget biztosítottak a vállalkozások 2019-es üzleti évről készített számviteli beszámolójának nyilvánosságra hozatala kapcsán, majd a járványhelyzet folytatódása miatt a 2020-as üzleti évről készített beszámolóra vonatkozóan is, igaz az előzőtől eltérő feltételekkel.

A Covid-19 járványhelyzet olyan ritka pillanatokat teremtett, amikor számviteli adathalmazt érintő döntések média nyilvánosságot kaptak. A teljes sokaságot jellemző fő adatok ismertté váltak. Ugyanakkor a döntések háttér motivációja nem vált ismertté. A jogszabályalkotók előzetes feltételezések és a szakmai szervezetek javaslatai alapján alakították ki a döntést lehetővé tevő jogi környezetet. Kutatásunk a 2020-ban elkezdett munka folytatásának tekinthető, amelynek során a magyar számviteli törvény hatálya alá tartozó – kiemelten Baranya megyében székhellyel rendelkező, ipari tevékenységet végző, egyszerűsített éves, illetve éves beszámolót készítő – vállalkozások 2019. évi számviteli beszámoló közzétételével kapcsolatos döntéseit és annak hátterét vizsgáltuk. Ennek a kutatásnak az első eredményeit ismertettük az I. Vállalkozáskutatási Konferencián. Jelen kutatás során a vizsgalatot kiterjesztettük a 2020. évi beszámoló közzétételével kapcsolatos döntésre, valamint az ipari tevékenységet végző cégek mellett a Baranya megyében székhellyel rendelkező szálláshely szolgáltató és könyvvizsgáló cégek reakcióit is górcső alá vontuk és összevetettük az ipari tevékenységet végző vállalkozások döntéseivel.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

- Q1. A számviteli beszámoló közzétételére biztosított halasztási lehetőséggel, engedménnyel a vizsgált vállalkozások mekkora hányada élt 2019-ben és 2020-ban?
- Q2. A nyilvánosan megismerhető adatok alapján azonosítható-e a számviteli beszámoló közzétételére vonatkozó halasztás/ engedmény igénybevételének oka, indoka?
- Q3. Azonosítható-e jellemző döntéshozatali minta a vizsgált vállalkozások számviteli beszámoló közzétételére vonatkozóan a Covid-19 járvány eddigi időszakában?
- Q4. Azonosítható-e eltérés a Q1-Q3. kérdések esetében az eltérő tevékenységet végző vállalkozásoknál?

Módszertan:

E kutatáshoz szükséges primer adatgyűjtés forrásai az Országos Cégnyilvántartó és Céginformációs Rendszer , az Elektronikus Beszámoló Portál nyilvános adatai, a Céginformáció.hu Kft. adatbázisa, valamint az érintett vállalkozások honlapja és hírportálok voltak. Az adatbázis részben elektronikus lekérdezésből, részben kézi kigyűjtésből származó adatokból került összeállításra. A vizsgált mintánkba olyan cégek kerültek be a mintavétel során, amelyek 2016. üzleti évről már nyilvánosságra hoztak, közzé tettek beszámolót, a 2016-2020-ig tartó időszakban tevékenységet végeztek, egyszerűsített éves beszámolót, vagy éves beszámolót készítettek az adott időszakban és 2020. december 31-én nem álltak végelszámolás, vagy felszámolás alatt. A kialakított adatbázis adatait a leíró statisztikai elemzés módszertanát alkalmazva dolgoztuk fel a Microsoft Excel és az IBM SPSS programok segítségével. A mélyebb összefüggések, valamint azok hátterének feltárására a matematikai statisztikai módszerek közül a klaszteranalízist alkalmaztuk.

Eredmények, következtetések:

A kutatásunk eredményei alapján a 2019. évi számviteli beszámoló közzétételével kapcsolatosan nem igazolódott az a jogszabályalkotói feltételezés, hogy a társasági adó és kapcsolódó adók tekintetében fizetési kötelezettséggel rendelkező vállalkozások a halasztás mellett döntenek. Olyan, egyetlen hatótényezőt, amely a halasztásra vonatkozó döntést determinálta volna nem sikerült behatárolni. A beszámoló közzétételére vonatkozó döntés folyamatosan változó környezetben, kaotikus kontextusban meghozott döntés. Vizsgalatunk eredményei alapján többféle döntési minta rajzolódik ki és a különböző alaptevékenységet végző vállalkozások reakcióinál is azonosítottunk eltéréseket.

AZ IPARÁGI TÉNYEZŐK, AZ ERŐFORRÁSOK ÉS AZ INTÉZMÉNYRENDSZER TÉNYEZŐINEK HATÁSA A NEMZETKÖZIESEDETT MAGYAR KÖZÉP ÉS NAGYVÁLLALATOK VERSENYKÉPESSÉGÉRE

Szerzők:	Czakó Erzsébet Csiki Ottó Losonci Dávid Stocker Miklós
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Elméleti háttér:

A stratégia irodalom a stratégia kialakítását különböző iskolák alapján közelíti meg (Mintzberg és mtsai, 2005), amelyek esetében azonban számos hiátus határozható meg. Peng (2006, 2022) és Peng és szerzőtársai (2008, 2009) a stratégiaalkotással és kifejezetten a nemzetközi üzleti környezetben történő stratégiaalkotással kapcsolatban összekötötték az iparággal kapcsolatos, az erőforrásokkal kapcsolatos és az intézményrendszerrel kapcsolatos elméleteket és módszereket (IRI), amelyek segítségével a stratégiaalkotás komplex módon értelmezhető és mind a környezet-stratégia mind a vállalat-stratégia megfeleltetés egy keretrendszerben alkalmazható. A vállalatok versenyképessége Chikán (2006) alapján a Vállalati Versenyképességi Index (VVI) alapján mérhető, így a stratégiával kapcsolatos tényezők hatása a VVI-n keresztül vizsgálható.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy hogyan hatnak az iparági tényezők, az erőforrások és a makrokörnyezet intézményrendszerének tényezői a magyarországi nemzetköziesedett közepes és nagy vállalatok versenyképességére.

Módszertan:

Kutatásunkban a 2018-19-es versenyképességi felmérés alapján többváltozós statisztikai módszerekkel vizsgáljuk a magyarországi nemzetköziesedett közepes és nagy vállalatokat. Az IRI modell dimenzióit az adott dimenziókra vonatkozó kérdéseket tömörítő faktorok alapján vizsgáljuk, míg regressziószámítással határozzuk meg azok kapcsolatát az adott vállalatok versenyképességi indexével és annak közvetlen tényezőivel (működőképesség, változóképesség és teljesítmény).

Eredmények, következtetések:

A kutatás jelen fázisában az előzetes számításoknál tartunk, így a pontos eredményeket a konferencián tudjuk megjeleníteni. A menedzsereknek – a különböző diszjunkt stratégia iskolák gondolatmenete helyett – az IRI modell komplex megközelítése alapján szükséges a vállalatuk stratégiáját kialakítaniuk, amelyben a hangsúlyok a konkrét külső környezeti tényezők és belső erőforrások alapján változhatnak.

Hivatkozásjegyzék
Chikán, A. (2006): A vállalati versenyképesség mérése. Pénzügyi Szemle, Vol. 51, No. 1, pp. 42-56
Mintzberg, H. – Ahlstrand, B. – Joseph, L. (2005): Stratégiai szafari. HVG Könyvek. Budapest.
Peng, W.M. (2006): Global Strategy. Cincinnati: South-Western Thomson.
Peng, W.M. (2022): Global Strategy 5th Edition. Cengage Learning.
Peng, W.M. – Wang, D.Y.L. – Jiang, Y. (2008): An Institution-Based View of International Business Strategy: A Focus on Emerging Economies. Journal of International Business Studies , Jul. - Aug., 2008, Vol. 39, No. 5 (Jul.- Aug., 2008), pp. 920-936
Peng, W.M. – Sun, L.S. – Pinkham, B. – Chen, H. (2009): The Institution-Based View as a Third Leg for a Strategy Tripod. Academy of Management Perspectives. 23 (3) pp 63-81

A COVID-19 HATÁSI A MAGYAR VÁLLALKOZÁSOKRA A GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) 2021-ES ADATFELVÉTELÉNEK TÜKRÉBEN

Szerző:	Csákné Filep Judit Gosztonyi Márton Szennay Áron
Intézmény:	Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda

Elméleti háttér:

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a világ legátfogóbb vállalkozáskutatásaként 1999 óta gyűjt éves rendszerességgel, szisztematikusan módon adatokat a programban részt vevő országok vállalkozói ökoszisztémájáról, az egyes gazdaságokat jellemző vállalkozói hajlandóságról, vállalkozói szellemről. Az adatfelvétel nyomán számos hazai és nemzetközi publikáció született, amelyek fontos mérföldkövei a vállalkozásokkal kapcsolatos tudás bővülésének (Márkus-Szerb, 2019; Márkus-Szerb, 2020; Szerb, 2017)

A napjainkat is meghatározó koronavírus világjárvány a vállalkozó ökoszisztémákra is hatással van (Szepesi–Pogácsás, 2021). A GEM 2020-as és 2021-es adatfelvételében is jelentős fókuszot kapott a pandémia vállalkozói ökoszisztémákra gyakorolt hatásának vizsgálata.

A COVID-19 pandémia során a vakcinák tömeges rendelkezésre állását, azaz 2021 második negyedévét megelőzően az embe-reletek megóvásának elsődleges módját a fertőzöttek számának csökkentése jelentette, amelynek leghatékonyabb eszköze a kontaktusszámok csökkentése volt. A világjárvány globális méretű egészségügyi, szociális és gazdasági problémákat okozott. Ennek megfelelően az emberi életek megmentése mellett az emberi egzisztenciák fenntartása érdekében a világ legtöbb országában a vállalkozások, mint a munkahelyek megőrzésének és a gazdasági fejlődés fenntartásának kulcsszereplői is fókuszba kerültek. A 2020/21-es GEM Global Report szerint a pandémia megnehezíti a vállalkozás alapítást és késleltetően hat az új vállalkozások indítására (Bosma et al., 2021).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Elemzésük során célunk, hogy a GEM 2021-es adatfelvétele alapján választ kapjunk a következő kérdésekre:

- A magyar vállalkozók azonosítottak-e a pandémia hatására megnyíló üzleti lehetőségeket?
- Milyen hatással volt a koronavírus világjárvány a digitális technológiák alkalmazására a magyar vállalkozások körében?
- Kimutatható-e a pandémia hatása a vállalkozások megszűnésére Magyarországon?
- A megkérdezettek hogyan értékelik a pandémia kezelésére irányuló kormányzati intézkedéseket?
- Vállalkozási szakértők hogyan értékelik a világjárvány hatását a magyar vállalkozói környezetre?

Módszertan:

Az elemzés alapjául a Global Entrepreneurship Monitor APS (Adult Population Survey) magyar lakossági 2.000 fős reprezentatív lekérdezés és a Global Entrepreneurship Monitor NES (National Expert Survey) keretei között végrehajtott 36 szakértői interjú adatai szolgálnak. Az elemzés végrehajtását kvantitatív módszerekkel, leíró statisztikák alkalmazásával tervezzük.

Eredmények, következtetések:

Az elemzés kiegészíti, árnyalja a koronavírus világjárvány magyar vállalkozáskora gyakorolt hatásáról szóló eddigi ismereteinket egy nagy mintás lakossági kérdőíves felmérés adatai alapján. Összegezi a hazai vállalkozásszakértők véleményét a pandémia negatív gazdasági hatásainak kezelésére irányuló kormányzati programok tekintetében és kitekintést ad világjárvány hazai vállalkozói környezetre tett hatásaira. Az eredmények a téma kutatói és a szakpolitikai döntéshozók számára egyaránt relevanciával bírnak.

Hivatkozásjegyzék
Bosma, N. - Hill, S. - Ionescu-Somers, A. - Kelley, D. - Guerrero, M. - Schott, T. (2021): Global Entrepreneurship Minotor Global Report 2020/2021. ISBN: 978-1-9160178-7-0, Elérhető: https://www.gemconsortium.org/report , Letöltés dátuma: 2021.08.21.
Márkus G. - Szerb L. (2019): GEM 2017 Magyarország: A kezdő vállalkozások mennyiségi és minőségi jellemzői 2017-ben pp. 1-35. Paper: RIERC working paper series # 2019-02 , 35 p. Elérhető: http://rierc.ktk.pte.hu/sites/default/files/pdf/RIERC%20WP%20final%202020-11%20Ma%CC%81rkus%20-Szerb%20GEM%202018-2019_0.pdf , Letöltés dátuma: 2021. 08. 21.
Márkus, G. – Szerb, L. (2020): GEM 2018-2019 Magyarország: Vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma helyzete 2018-2019-ben Pécs, Magyarország : Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK) (2020) , 23 p. Elérhető: http://rierc.ktk.pte.hu/sites/default/files/pdf/RIERC%20WP%20final%202020-11%20Ma%CC%81rkus%20-Szerb%20GEM%202018-2019_0.pdf , Letöltés dátuma: 2021. 08. 21.
Szepesi, B. – Pogácsás P. (2021): A koronavírus járvány hatása a magyar vállalkozásokra. Evolúció – Megújuló Vállalkozások Programja. IFKA Közhasznú Nonprofit Kft. Mathias Corvinus Collegium – Vállalkozáskutatói Műhely
Szerb L. (2017): A vállalkozói ökoszisztéma Magyarországon a 2010-es években - Helyzetértékelés és szakpolitikai javaslatok VEZETÉSTUDOMÁNY 48 : 6-7 pp. 2-14. , 13 p.

A MAGYAR CSALÁDI ÉS NEM CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK INNOVÁCIÓS TELJESÍTMÉNYÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA – EMPIRIKUS ADATFELVÉTEL TAPASZTALATAI

Szerzők:	Csákné Filep Judit Radácsi László Szennay Áron
Intézmény:	Budapesti Gazdasági Egyetem

Elméleti háttér:

A nemzetközi szakirodalomban fellelhető eredmények alapján, a családi vállalkozások innovációs tevékenysége eltér a nem családi cégekétől, amelyre hatást gyakorol az új generációk és nem családtag vezetők vállalkozásba történő bekapcsolódása. A családtagok bevonódása és az innovativitás kapcsolatát vizsgáló kutatások eredményei ugyanakkor vegyesek (De Massis et al., 2013) – egyes szerzők szerint a családi vállalkozások innovatívabbak, mások szerint pedig kevésbé innovatívak. Li és Daspit (2016) szerint a SEW (socio emotional wealth) két értelmezése, valamint a család a vállalkozást irányító domináns koalícióban betöltött szerepe együttesen befolyásolhatja a családi vállalkozás innovációs tevékenységét. A szerzők eredményei szerint a nem-családtagok domináns koalícióban való megjelenése – a kompetenciáik, hálózataik következtében – a SEW szűk értelmezése, vagyis a jelenlegi család érdekeinek előtérbe helyezése mellett is elősegítik az innovációs tevékenységet, ahogy az erős családi kontroll hosszútávú orientáció mellett szintén növeli a vállalkozás kockázatvállalási hajlandóságát, így innovációs aktivitását. A kutatások alapján a családi vállalkozások innovációs inputja alacsonyabb, mint a nem családi vállalkozásoké, míg az innovációs output magasabb, vagyis a családi vállalkozások hatékonyabbak (Duran et al., 2015). Ez az eredmény rávilágít az innovációs teljesítmény mérési problémáira is. A családi vállalkozások innovativitását vizsgáló kutatások (De Massis et al., 2013) irodalomkutatása alapján rendszerint háromféleképp operacionalizálják:

- innovációs input (pl. K+F ráfordítások);
- innovációs tevékenység (pl. innovációs projektek vezetése);
- innovációs output (pl. új termékek/szolgáltatások száma, szabadalmak száma).

Szignifikáns pozitív a kapcsolat a családi vállalkozás generációja, valamint a szabadalmak és a termékinnovációk között, továbbá a vegyes, azaz családtagokat és nem-családtagokat is magában foglaló menedzsment és a termékinnováció között is szignifikáns pozitív kapcsolat tárható fel (Hillebrand et al., 2020). A családi vállalkozások innovációs tevékenységének vizsgálata számos, hazai viszonylatban is fontos kérdést vet fel. Magyar kontextusban különösen érdekes, hogy a tömegesen, lökészerűen jelentkező generációváltás hatásai megmutatkoznak-e a többgenerációs és az első generációs családi cégek innovációs tevékenységének különbözőségében.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunkban az első generációs, illetve többgenerációs családi, valamint a nem családi vállalkozások innovációs teljesítményére vonatkozó fő nemzetközi kutatási eredmények hasonló magyarországi vállalkozások esetében való fennállását vizsgáljuk. A vizsgálatok során különféle ismérvek (pl. export tevékenység, kínált termékek, illetve szolgáltatások jövőbiztossága, új piaci lehetőségek elérhetősége, innovációs tevékenység megléte, illetve annak jellege stb.) alapján jellemezzük a magyarországi vállalkozások innovativitását. Eredményeink alapján meghatározható az innovatív és a kevésbé innovatív vállalkozások jellemző karakterisztikája.

Módszertan:

Munkánk során feltérképezzük a téma nemzetközi szakirodalmát, továbbá kvantitatív, statisztikai módszerekkel elemzésre kerülnek a BGE Budapest LAB Családi Vállalkozások Kutatási Program keretei között lezajlott feltáró kérdőíves adatfelvétel adatai. A felmérés végrehajtására kkv-k körében 2020. május 13 és május 26 között került sor. A felvett minta 501 elemű, amely egyszerre reprezentálja a sokaságot székhely (régio), árbevétel és foglalkoztatotti létszám tekintetében.

Eredmények, következtetések:

Vizsgálatunk fókuszában a mikro- kis és középvállalkozások állnak. Az elemzésből – a hazai vállalkozói szerkezetre való tekintettel – kimaradnak a nagy multinacionális vállalatok, ahol az innováció értelmezése, vállalkozáson belüli megjelenése, a vizsgálat módja eltérő lehet. Kutatómunkánk eredményeképpen tisztább képet kapunk a magyar családi vállalkozások innovációs tevékenységéről, a többgenerációs és első generációs családi vállalkozások és a nem családi vállalkozások között tapasztalható különbségekről. Következtetéseink hasznosak lehetnek a témával foglalkozó szakemberek, kutatók és szakpolitikai döntéshozók számára.

Hivatkozásjegyzék
De Massis, A, Frattini, F., & Lichtenthaler, U. (2013). Research on Technological Innovation in Family Firms: Present Debates and Future Directions. <i>Family Business Review</i> , 26(1), 10–31. https://doi.org/10.1177/0894486512466258
Li, Z., & Daspit, J. J. (2016). Understanding family firm innovation heterogeneity: A typology of family governance and socioemotional wealth intentions. <i>Journal of Family Business Management</i> , 6(2), 103–121. https://doi.org/10.1108/JFBM-02-2015-0010
Duran, P., Kammerlander, N., van Essen, M., & Zellweger, T. (2015). Doing More with Less: Innovation Input and Output in Family Firms. <i>Academy of Management Journal</i> , 59(4), 1224–1264. https://doi.org/10.5465/amj.2014.0424
Hillebrand, S. (2019). Innovation in family firms – a generational perspective. <i>Journal of Family Business Management</i> , 9(2), 126–148. https://doi.org/10.1108/JFBM-04-2018-0011

MI A VÁLLALATOK FEJLŐDÉSÉNEK KULCSA? A DINAMIKUS KÉPESSÉGEK HATÁSA A TERMELÉSI RUTINOKRA ÉS A VÁLLALATI TELJESÍTMÉNYRE

Szerző:	Csíki Ottó¹ Demeter Krisztina² Losonci Dávid²
Intézmény:	¹Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola ²Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Logisztika és Ellátási Lánc Menedzsment Tanszék

Elméleti háttér:

A vállalatok versenyelőnyhöz jutásának módját több stratégiai menedzsment elmélet is tárgyalja (Peng et al., 2009). Jelen kutatás a vállalaton belüli megközelítést alkalmazza és az erőforrásalapú elméletre épít (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984), ezen belül a dinamikus képességek (DK) elméletet veszi alapul (Teece et al., 1997), amely a stratégiai menedzsment egyik legmeghatározóbb fogalma. A DK a vállalat erőforrásainak, gyakorlatainak és képességeinek – környezeti változásokhoz alkalmazkodó – megújítására utaló képesség, amelynek célja a versenyelőnyszerzés (Winter, 2003; Helfat & Peteraf, 2009). A dinamikus képességek elmélete a fő vállalati funkciókhoz is kapcsolható, így a termelésmenedzsmenthez is. Olyannyira, hogy Teece et al. (1997) és Pisano (2017) egyaránt utal a leanre vagy a minőségmenedzsmentre, kiemelve, hogy ezek a termelésmenedzsment koncepciók a DK elmélet megszületésében is fontos szerepet játszottak, viszont aktuálisan is megjelenik a termelési dinamikus képesség (Danneels, 2015). Azonban a kapcsolódó specifikus termelési rutinok már nincsenek részletezve a stratégiai menedzsmentben. A specifikus termelési rutinok alatt jelen tanulmány a termelési dinamikus képességeknek a termelési erőforrásokban megjelenő manifesztációját érti: olyan egymással összefüggő gyakorlatok rendszere, amelyek irányítják a termelés szervezését és lehetővé teszik a termelési erőforrások kiaknázását. Az ebben való elmélyülést a termelésmenedzsment segíti, lévén a legtöbb esetben a folyamatmenedzsment legjobb gyakorlatairól van szó: lean menedzsment, minőségmenedzsment vagy a napjainkban az Ipar 4.0. A feldolgozóiparban ma az Ipar 4.0 egyébként tekinthető egy olyan környezeti jelenségnek, amely a termelő vállalatoktól stratégiai alkalmazkodást kíván meg, és azoknak mind a belső működését, mind eredményességét befolyásolja.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A tanulmány a stratégiai menedzsmentet és a termelésmenedzsmentet kombinálva járja körül az Ipar 4.0 szervezeti beágyazottságának két kiemelt dimenzióját:

- hogyan befolyásolják a termelési dinamikus képességek az egyes termelési rutinok (lean és ipar 4.0) fejlesztését;
- hogyan közvetítik a termelési rutinok a termelési dinamikus képességek hatását a vállalati (pénzügyi és működési) teljesítményre?

Módszertan:

A kutatás a Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézetének keretén belül működő Versenyképesség Kutató Központ (VKK) kérdőíves felmérésének feldolgozóipari adatait használja (N=86). A kiválasztott módszertan a strukturális egyenletek modellje (SEM) volt. Választásunk azért esett a módszerre, mert három olyan tulajdonsággal rendelkezik, ami a komplex kapcsolatok kimutatására alkalmassá teszi:

- képes arra, hogy többszörös és kölcsönös hatásokat vizsgáljon;
- képes nem is feltételezett kapcsolatokat is kimutatni és
- képes elkészíteni egy minden kapcsolatokat kimutató teljes modellt

Eredmények, következtetések:

Az empirikusan tesztelt modell alapján a legjobb termelési gyakorlatok, azaz a lean és az Ipar 4.0 akkor fognak megjelenni egy vállalatnál, ha az rendelkezik dinamikus képességekkel. A gyakorlat világra lefordítva, eredményeink szerint a dinamikus képességek létrehozására célszerű összpontosítani egy vállalatnak (nem pedig a versenytársak gyakorlatainak imitálására, valamint technológiák önmagukért történő bevezetésére), hiszen a dinamikus képességek fogják maguk után vonni a legjobb gyakorlatokat, azaz lean és Ipar 4.0 bevezetését. Ugyan a szakirodalomban kiemelik, hogy a dinamikus képességek létrehozása bonyolult feladat, mégis szükséges lesz a vállalatok elkezdjék ezek felépítését annak érdekében, hogy hosszú távú versenyelőnyt tudjanak kialakítani. A dinamikus képességek továbbá a jobb pénzügyi teljesítmény elérésében is képesek segíteni, viszont a termelési teljesítményre gyakorolt hatásukat nem sikerült kimutatni. Meglepő módon a legjobb gyakorlatok alkalmazása nem jelent előnyt sem a termelési, sem pedig a pénzügyi teljesítményben. Ennek egyik magyarázata egyszerűen az lehet, hogy az Ipar 4.0 megoldásokat még csak kísérleti szinten alkalmazzák, kis volumenben, így a teljesítményre gyakorolt hatásuk még elenyésző. A lean gyakorlatok alkalmazása nagy eséllyel már olyan elterjedt, hogy ezzel már nem lehet teljesítményt növelni, a lean gyártásszervezési elv mostanra lényegében már minden vállalat részévé vált és elérte a csúcspot.

Hivatkozásjegyzék

Danneels, E. (2015). Survey measures of first-and second-order competences. *Strategic Management Journal*, 37(10), 2174-2188. DOI: 10.1002/smj.2428.

Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2009). Understanding dynamic capabilities: progress along a developmental path. *Strategic Organization*, 7(1), 91-102. DOI: https://doi.org/10.1177/1476127008100133.

Peng, D., Roger, G., & Shah, R. (2008). Linking routines to operations capabilities: A new perspective. *Journal of Operations Management*, 26(6), 730-748. DOI: 10.1016/j.jom.2007.11.001.

Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: Wiley.

Pisano, G. P. (2017). Toward a prescriptive theory of dynamic capabilities: connecting strategic choice, learning, and competition. *Industrial and Corporate Change*, 26(5), 747-762. DOI: doi:10.1093/icc/dtx026.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. DOI: 10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. DOI: 10.1002/smj.4250050207.

Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10), 991-995. DOI: 10.1002/smj.318.

A TANULÁSI KÖRNYEZET JELLEMZŐI A MAGYAR TUDÁSINTENZÍV VÁLLALKOZÁSOKNÁL

Szerző:	Csizmadia Péter Csillag Sára Szászvári Karina Bácsi Katalin
Intézmény:	Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar

Elméleti háttér:

A tudásintenzív kis- és középvállalatok (KKV-k) számára kritikus erőforrást jelentenek a tudásmunkások, akiknek képzése és fejlesztése meghatározó a vállalati versenyképesség szempontjából (Nolan és Garavan, 2019). A képzés-fejlesztési irodalomon belül ugyanakkor egyre nagyobb figyelem irányul a munkahelyi környezetben megjelenő tanulási folyamatokra és a munkahelyi tanulást befolyásoló szervezeti tényezőkre (Csizmadia 2016, Coetzer, Wallo és Kock, 2019). A szervezetek jól jellemezhetők az általuk kialakított és fenntartott tanulási környezettel, amely a vezetésben, az alkalmazott emberi erőforrás gyakorlatokban, illetve összességében a szervezet kultúrájában jelenik meg. Fuller és Unwin (2003) értelmezése alapján a munkavállalóknak kínált tanulási lehetőségek minősége és mennyisége szerint beszélhetünk „expanzív” vagy „korlátozó” tanulási környezetet nyújtó munkahelyekről. Expanzívnak az a tanulási környezet tekinthető, ahol a munkavállalók nagyobb autonómiával és felelőséggel rendelkeznek, bevonják őket a döntéshozatalba és problémamegoldó folyamatokba, lehetőséget biztosítanak számukra a tudás egymással törtéző megosztására és ösztönzik őket a fejlődésre (Manuti és mts. 2015). A korlátozó tanulási környezetet kevésbé változatos munkafeladatok jellemzik, a munkavállalókat nem vonják be a döntéshozatalba, a tudások és szakmaspecifikus készségek pedig dominánsan individuális jellegűek, azaz egymástól függetlenül tevékenykedő, egyes személyek birtokolják őket (Csillag et al 2020). A különböző típusú tanulási környezetek kialakításában a KKV-k emberi erőforrás-menedzsment (HR) gyakorlatai döntő szerepet játszanak, elsősorban a kollektív és egyéni tudások integrálásában (Kuo et al, 2011).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunk fókuszában a tudásintenzív középvállalatokban megjelenő tanulási környezet áll. Elsősorban arra a kérdésre keressük a választ, hogy a tudásintenzív cégek evidens módon expanzív tanulási környezeteket, és ezzel konzisztens HR-gyakorlatokat alakítanak-e ki vagy sem?

Módszertan:

Két, vezetői és munkavállalói interjúkon alapuló vállalati esettanulmányt készítettünk hazai alapítású és tulajdonosi háttérű informatikai szolgáltatásokat nyújtó középvállalkozásnál. A két esettanulmány elméleti alapú tipikus eset, azaz egy-egy elméleti konstrukció példájának tekinthetők, így különbözőségük segít megérteni a tanulási környezet és HR gyakorlatok összefüggéseit. (Yin, 2004).

Eredmények, következtetések:

Eredményeink arra utalnak, hogy a tanulási környezet minősége nem feltétlenül következik a cégek tevékenységéből, azaz, ha egy szervezet tudásintenzív, abból még nem következik automatikusan, hogy expanzív tanulási környezetet alakít ki. Az egyik eset éppen arra mutat rá, hogy az összetett, tudásintenzív tevékenységek koordinációja korlátozó tanulási környezetben is lehet hatékony. Ez utóbbihoz azonban néhány speciális feltétel is szükséges; csak bizonyos tudástípusok esetében tud hatékonyan működni. Eseteink alapján elmondhatjuk, hogy a vállalkozások által kialakított tanulási környezetek nem csak a nemcsak a Fuller és Unwin (2004) által javasolt korlátozó–expanzív kontinuumon helyezhetők el, hanem a két típus kombinációi is megjelennek. A hatékony tanulási folyamatok menedzselésében alapvető jelentőségű, hogy a szervezet ösztönzi-e és milyen eszközökkel ösztönzi a tudásmegosztást és tudástadást. Összességében bemutatott két eset is alátámasztja, hogy a KKV-k esetében a tulajdonosoknak és vezetőknek jelentős szerepe van a formális munkahelyi struktúrák és folyamatok, így a tanulási környezet alakításában is (Csillag et al 2019).

Hivatkozásjegyzék

Coetzer, A. – Wallo, A. & Kock, H. (2019). The owner-manager’s role as a facilitator of informal learning in small businesses. *Human Resource Development International*, 22(5), 420–452. <https://doi.org/10.1080/13678868.2019.1585695>

Csillag, S. – Csizmadia, P. – Hidegh A. L. & Szászvári K. (2019) What makes small beautiful? Learning and development in small firms. *Human Resource Development International*, 22(5), 453–476. <https://doi.org/10.1080/13678868.2019.1641351>

Csizmadia, P. (2016). Munkahelyi tanulás és társas integráció. socio. hu: *Társadalomtudományi Szemle* 6(1), 27–51. <https://doi.org/10.18030/socio.hu.2016.1.27>

Fuller, A. & Unwin, L. (2003). Learning as apprentices in the contemporary UK workplace: creating and managing expansive and restrictive participation. *Journal of Education and Work*, 16(4), 407–426. <https://doi.org/10.1080/13678868.2003.105093012>

Huws, U. & Dahlmann, S. (2007). *Quality standards for case studies in the European Foundation*. Analytica Social and Economic Research. Dublin: Eurofound.

Kuo, T. (2011). How to improve organizational performance through learning and knowledge? *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 581–603. <https://doi.org/10.1108/01437721111158215>

Manuti, A. – Pastore, S. – Scardigno, A. F. – Giancaspro, M. L. & Morciano, D. (2015). Formal and Informal Learning in the Workplace: A Research Review. *International Journal of Training and Development*, 19(1), 1–17. <https://doi.org/10.1111/ijtd.12044>

Nolan, C. T. & Garavan, T. N. (2019). External and internal networks and access to HRD resources in small professional service firms. *Human Resource Development International*, 22(5), 477–503. <https://doi.org/10.1080/13678868.2019.1625853>

Yin, R. K. (2004). *The case study anthology*. London: Sage

HAZAI KKV-K KLÍMATUDATOS TEVÉKENYSÉGÉNEK MÉRÉSÉT SEGÍTŐ SZEMPONTRENDSZER KIDOLGOZÁSA

Szerzők:	Dániel Zoltán András Berkesné Rodek Nóra
Intézmény:	Pannon Egyetem

Elméleti háttér:

A klímaváltozás mérséklésében és hatásainak csökkentésében a teljes társadalomnak fontos szerepe van. A nagyvállalatok mellett a mikro-, kis- és középvállalkozások szerepe sem elhanyagolható, hiszen a szektor, a vállalkozások számát és összesített gazdasági potenciálját tekintve komoly hatással lehet a szennyező anyagok kibocsátására, de ugyanakkor jellegéből adódóan aktív klímatudatos tevékenységük lehetősége adhat közvetlen környezetük tevékenységének.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunk fő célkitűzése annak a szempontrendszernek a kialakítása, amely segítségével mérhető a mikro-, kis- és közepes vállalkozások klímatudatos tevékenysége. A szempontrendszer későbbi célja egy olyan későbbi lekérdezés megalapozása, amely a megalapozhatja egy – a hazai kkv szektornak szóló – jó gyakorlatokat bemutató anyag elkészítését.

Módszertan:

Kiindulási pontunk a CSR EMAT modell társadalmi és környezeti alkotóeleme, ezt egészítjük ki jelenleg folyó kutatásunkban. Kutatásunk elsősorban kvalitatív, de figyelembe vesszünk – elsősorban a kibocsátással kapcsolatos – számszerű adatokat is. Kvalitatív kutatásunk során személyes megkérdezést, illetve dokumentumvizsgálatot végeztünk. A személyes megkérdezés során vállalkozások vezetőit és munkavállalóit kérdeztük. Ennek során elsősorban személyes tapasztalataikat, motivációjukat kívántuk felmérni. Olyan vállalkozásokat igyekeztünk bevonni a megkérdezettek körébe, akik már kitűntek klímatudatos tevékenységükkel. Kutatásunk második részében dokumentumvizsgálatot végeztünk. Itt a vállalkozások honlapjára, a folytatott kommunikációra, a sajtómegjelenésekre fókuszáltunk, illetve megvizsgáltuk azt is, hogy a klímatudatosság, környezeti fókusz megjelenik-e a vállalkozások beszámolójában. Utóbbi esetben a vállalkozások nyilvánosan hozzáférhető kiegészítő mellékleteit és – amennyiben rendelkezésre állt – üzleti jelentéseit vizsgáltuk meg.

Eredmények, következtetések:

Eredményeink megalapozták azt a szempontrendszert, ami későbbi kutatásunk alapja lesz. A vizsgálat során arra a következtetésre jutottunk, hogy egyaránt fontosak a jelenlegi kibocsátással kapcsolatos relatív adatok, a szervezet tulajdonosainak és vezetőinek motivációja és habitusa, a szervezeti kultúra egyes elemei. Így a későbbiekben ezekre a szempontokra fókuszálunk a kutatásunkban.

Hivatkozásjegyzék
Dániel Zoltán András: A környezettel és helyi gazdasággal kapcsolatos értékek megjelenése technológia fejlesztési projektet megvalósító KKV-k kiegészítő mellékleteiben (2015), In: Ferencz, Árpád (szerk.) II. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Kecskemét, 2015. augusztus 27. : „A vidék él és élni akar”, Kecskemét, Magyarország : Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar (2015) 916 p. pp. 553–557. , 5 p.
Berkesné Rodek Nóra, CSR EMAT- A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kiválósági menedzsment és értékelési eszköze = CSR EMAT- CSR excellence management and assessment tool - disszertáció
Marileide Barbosa , Juan Arturo Castaneda -Ayarza , Denise Helena Lombardo Ferreira: Sustainable Strategic Management (GES) (2020): Sustainability in small business, Journal of Cleaner Production Volume 258, 10 June 2020, 120880
Claudia Patricia Maldonado-Erazo, José Álvarez-García, María de la Cruz del Río-Rama and Ronny Correa-Quezada (2020): Corporate Social Responsibility and Performance in SMEs: Scientific Coverage, Sustainability 2020, 12, 2332;
Grimstad, S.M.F., Glavee-Geo, R. and Fjørtoft, B.E. (2020), „SMEs motivations for CSR: an exploratory study”, European Business Review, Vol. 32 No. 4, pp. 553–572.

Köszönetnyilvánítás

A cikkben bemutatott kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból NKFIH-872 számú „Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása” című projekt támogatásával valósult meg.

A FOLYAMATINNOVÁCIÓ HATÁSA AZ ÜZLETI TELJESÍTMÉNYRE

Szerző: **Demeter Krisztina¹ | Losonci Dávid¹ | Keresztély Tibor¹ | Major Klára¹ | Harry Boer²**
 Intézmény: **¹Budapesti Corvinus Egyetem | ²Aalborg University (Dánia)**

Elméleti háttér:

Az innovációval foglalkozó szakirodalomban számos, az innovációt eltérően megközelítő, jellemzően annak különféle dimenzióját kiemelő koncepcionális keretrendszerrel találkozhatunk. Többnyire az innováció mértékét (pl. radikális, inkrementális, folyamatos) (pl. Oke, 2007), az innováció fókuszát (pl. generálás, adoptálás) (pl. Perez-Luno et al., 2011), az innováció típusát (pl. termék, folyamat, szervezet) (OECD, 2005), az innovációba bevont érintetteket (pl. open innovation) (pl. Greco et al., 2019), az innovációhoz kapcsolódó tanulási utakat (pl. STI vagy DUI) (pl. Parrilli et al., 2020) vagy éppen az innováció dimenzióit (pl. márka, hálózat) különíthetjük el (Vasconcelos & Oliveria, 2018).

Kutatásunk az innováció típusa szerinti megközelítést követi. A termék és folyamatinnováció kutatása kiemelten fontosnak tűnik a közép-európai régióban. Hiszen miközben a régió országai magukon hordozzák a függő piacgazdaság jegyeit (Nölke & Vliegenthart, 2009), addig a gazdaságpolitikában fontos célként jelenik meg a felzárkózás, amelynek alapja egy innováció-orientált gazdasági modell kiépítése.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunk célja kettős: Magyarországon működő vállalati adatokon vizsgáljuk 1) a gazdaság egészében és 2) iparágak szintjén a folyamatinnovációnak az üzleti teljesítményre gyakorolt hatását. Várakozásunk szerint a függő piacgazdasági kontextusból adódóan a folyamatinnováció fontos tevékenység, amely magasabb üzleti teljesítményhez vezethet (EBIT/érbevétel). A folyamatinnovációs fókusz oka, hogy a függő piacgazdasági modellben a vállalatok versenyelőnye elsősorban a jobb (olcsóbb, gyorsabb, jobb minőségű) termelésből fakad. A két kutatási célhoz kapcsolódó hipotézisekben a folyamatinnováció és termékinnováció interakciós hatásait is elemezzük.

Módszertan:

Két magyarországi vállalatokat lefedő adatbázist használtunk. A közösségi innovációs felmérés (Community Innovation Survey, CIS) 2016-os magyar kiadása a 2014-2016 közötti időszak innovációs tevékenységeit, erőfeszítéseit és innovációs teljesítményeit tartalmazza vállalati szinten. Ez a felmérés összesen 6830 céget ölel fel. Ebből a felmérésből három változót használtunk:

- az áruinnovációt (goods innovation) (új vagy jelentősen javított áru: tangible javak, például okostelefon, bútor vagy szoftvercsomag, és a letölthető szoftver, a zene és a film is)
- a szolgáltatási innovációt (új vagy jelentősen javított szolgáltatások: általában immateriális jellegűek, például kiskereskedelem, biztosítás, oktatási tanfolyamok, légi utazás, tanácsadás stb.) és
- a folyamatinnovációt (új vagy jelentősen javított módszerek az áruk vagy szolgáltatások előállításához).

A CIS vállalati adatokat összekapcsoltuk a Nemzeti Adó- és Vámhivatalnál elérhető mérleg és eredménykimutatás adatokkal (NAV adatok). Ez utóbbi adatbázisból öt év adatait vizsgáljuk (2014-2018). A két adatbázis összekapcsolása után a hipotéziseket 5002 magyarországi vállalat adatain teszteltük.

Eredmények, következtetések:

Idehaza az innovációt egy szűk vállalati körben menedzselik tudatosan. Több mint 4000 vállalatnál nem látunk semmilyen innováció típust (áru, szolgáltatás, termék), és összesen 396 cégnél van legalább két innováció típus jelen. Az innováló vállalatok körében a termék és a folyamatinnováció szorosan együtt mozog. A tudásintenzív szolgáltatási és a legalább közepes technológiai színvonallal bíró feldolgozóipari ágazatokban sokkal jellemzőbb az innováló vállalatok jelenléte.

Eredményeink szerint mind a gazdaság egészében, mind a legtöbb vizsgált iparágban jobb az üzleti teljesítménye az innováló vállalatoknak. Ugyanakkor az innováció típusok üzleti teljesítményre gyakorolt hatásának vizsgálata összetett képet tár elénk. Az innováció típusok közül a folyamatinnováció – gyenge magyarázó erővel bíró modellben – hathat az üzleti teljesítményre (EBIT/árbevétel). Ugyanakkor a különböző innováció típusok kombinálása nem vezet jobb üzleti teljesítményhez.

Az innováció üzleti hatásainak jobb megértéséhez további vizsgálatokat tervezünk. A közeljövőben a CIS és a NAV adatok idősorán fogjuk vizsgálni e kutatási kérdéseket. Kutatásunkat szorosabban szeretnénk kötni az elmúlt években meghatározóvá vált gazdasági trendhez, a digitalizációhoz. Erre lehetőséget az európai szinten koordinált vállalati ICT felmérés.

Hivatkozásjegyzék

Greco, M; Grimaldi, M; Cricelli, L (2019): Benefits and costs of open innovation: the BeCO framework, TECHNOLOGY ANALYSIS & STRATEGIC MANAGEMENT, 31(1), 53-66, DOI:10.1080/09537325.2018.1484442

Nölke, A, Vliegenthart, A. (2009): Enlarging the Varieties of Capitalism: The Emergence of Dependent Market Economies in East Central Europe. World Politics, 61(4), 670-702. doi:10.1017/S0043887109990098

OECD (2005): "The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data: Oslo Manual, Third Edition" prepared by the Working Party of National Experts on Scientific and Technology Indicators, OECD, Paris

Oke, A (2007): Innovation types and innovation management practices in service companies, INTERNATIONAL JOURNAL OF OPERATIONS & PRODUCTION MANAGEMENT, 27(6), 564-587, DOI:10.1108/01443570710750268

Parrilli, MD; Balavac, M; Radicic, D (2020): Business innovation modes and their impact on innovation outputs: Regional variations and the nature of innovation across EU regions, RESEARCH POLICY, 49(8), 104047-, DOI:10.1016/j.respol.2020.104047

Perez-Luno, A; Wiklund, J; Cabrera, RV (2011): The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption, JOURNAL OF BUSINESS VENTURING, 26(5), 555-571, DOI:10.1016/j.jbusvent.2010.03.001

Vasconcelos, R; Oliveria, M (2018): Does innovation make a difference? An analysis of the performance of micro and small enterprises in the foodservice industry, INNOVATION & MANAGEMENT REVIEW, 15(2), 137-154, DOI:10.1108/INMR-04-2018-011

DIÓSSY KITTI

DIGITALIZÁCIÓ HATÁSA A KKV-K VÁLLALATI EREDMÉNYEIRE

Szerző:	Dióssy Kitti Demeter Krisztina Losonci Dávid
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Elméleti háttér:

A legújabb ipari forradalom - Ipar 4.0 - fő eszméje az üzemi folyamatok teljes digitalizációja. Melynek hatására már majdnem minden szektorban érzékelhető a kis- és középvállalkozások (KKV-k) körében. Ez teljesen felforgathatja a vállalatok világát. A digitális megoldások adaptációja elengedhetetlen lesz hamarosan, azonban egyelőre a nagyvállalatokkal ellentétben, a kisebb létszámú vállalkozásoknál ez jelenleg nem élvez prioritást. Vállalati szinten a digitális megoldások sikeres bevezetéséhez és hatásainak maximalizálásához nélkülözhetetlen a vállalati digitális stratégia megalkotása, amellyel nem mindenki rendelkezik. Így hosszútávú profitabilitása is kérdéses lehet. Ezen eredményeket pedig minden ebben a szektorban működő KKV-nak meg kellene fontolnia a versenyképességük fenntartása érdekében. A vizsgálathoz a vállalatok digitalizációs folyamataként 4 pillért azonosítottam: digitalizációs stratégia, a vállalati kultúra és - struktúra, valamint a technológiai háttér. Ezeknek a hatását vizsgálom a KKV-k pénzügyi és operatív eredményeire. Annak érdekében, hogy a szektorban tevékenykedő cégek alkalmazkodni tudjanak a jövő kihívásaihoz.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A kutatásomban arra keresem a választ, hogy a KKV-k digitalizációs folyamatának van-e hatása a vállalati eredményekre, előnyösen befolyásolja-e a KKV-k működését és versenyképességüket. A digitalizációs folyamatot az 5 pillér segítségével vizsgálom. A vállalati eredményeket pedig operatív- és pénzügyi mutatókkal mérem. Hipotézisem szerint a KKV-knál lezajló digitalizációs folyamatoknak van hatása a vállalati eredményekre. A célom az, hogy felfedjem a kapcsolat milyenségét a függő és független változók között, így operacionalizálva a cégek erőforrását és tevékenységét rövid- és hosszútávon.

Módszertan:

A Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképességi Kutató Központja (VKK) által végzett kérdőíves kutatás adatait használom a vizsgálatomhoz. A mintavételezés 2018 és 2019 között zajlott, melyben közel 250 cég vett részt. A 209 elemű tisztított mintából az adatbázis összesen 113 feldolgozóipari céget tartalmaz, melyből további tisztítás után egy 95 elemű sokaságot elemeztem SPSS és Smart PLS statisztikai programok alkalmazásával. Ezek segítségével kapcsolatokat, és azok milyenségét lehet elemezni a változók között.

Eredmények, következtetések:

A modellben megfogalmazott digitalizációs pillérek (digitalizációs stratégia, vállalati kultúra és - struktúra, valamint a technológia) és a magyarázni kívánt változók között van szignifikáns kapcsolat. A vállalat pénzügyi eredményei tekintetében mutatott szignifikáns kapcsolatot, az operatív mutató tekintetében is egyértelmű volt az összefüggés. Így a hipotézisemet elfogadom. Véleményem szerint ennek oka lehet, hogy igaz, a mintavételezés idején még nem volt minden KKV esetén jelentős digitalizációs tevékenység, de annak eredménye már kimutatható a versenyképességükön és az operatív tevékenységen. A közeljövőben mindenképpen folytatni szeretném a kutatást.

Hivatkozásjegyzék
Amaral, A., & Peças, P. (2021). SMEs and Industry 4.0: Two case studies of digitalization for a smoother integration. <i>Computers in Industry</i> , 125. https://doi.org/10.1016/j.compind.2020.103333
Boda, G., Kordás, L., Fodor, É., Dojcsák, D., & Major, G. (2017). <i>Jönnek a robotok és nem lesz munkánk?</i> Új egyenlőség magazin, Friedrich-Ebert-Stiftung alapítvány.
Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & de Reuver, M. (2018). The impact of digitalization on business models. <i>Digital Policy, Regulation and Governance</i> , 20(2), 105–124. https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2017-0039
Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. de. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? <i>Telecommunications Policy</i> , 43(9). https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828
Chikán, A., Czakó, E., Losonci, D. & Kiss-Dobronyi, B. (2019). A 4. ipari forradalom küszöbén. Gyorsjelentés a 2019. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. <i>Versenyképesség Kutató Központ</i> , Budapest http://unipubl.lib.uni-corvinus.hu/4328/
Danneels, E. (2016). Survey measures of first- and second-order competences. <i>Strategic Management Journal</i> , 37(10), 2174–2188. https://doi.org/10.1002/smj.2428
Dióssy, K. (2021). Are the Robots going to take our Jobs? This is how American and Hungarian Economists of Generations Y and Z conceive the Impact of Artificial Intelligence, <i>New Horizons in Business and Management Studies, Conference of the Doctoral School of Business and Management at the Corvinus University of Budapest</i> , 14–24, 10.14267/978-963-503-867-1
Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. <i>Journal of Business Research</i> , 112, 119–127. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004
Fragnière, E., Grèzes, V., Hofstädter, M., Juon, D., Seppey, S., & Ramseyer R. (2020). Assessing a Digitalised Citizen Consultation Platform based on a Qualitative Survey the case of the Valais Canton's new Constitution, <i>18th International Conference e-Society 2020</i> , Switzerland
Gill, M., & VanBoskirk, S. (2016). <i>The Digital Maturity Model 4.0 Benchmarks: Digital Business Transformation Playbook</i> . Forrester. https://forrester.nitro-digital.com/pdf/Forrester-s%20Digital%20Maturity%20Model%204.0.pdf

Heini M. T. & Heikki K. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651, 10.1108/JSBED-05-2013-0073

Isensee, C., Teuteberg, F., Griese, K.-M., & Topi, C. (2020). The relationship between organizational culture, sustainability, and digitalization in SMEs: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 275. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122944>

Kilimis, P., Zou, W., Lehmann, M., & Berger, U. (2019). A Survey on Digitalization for SMEs in Brandenburg, Germany. *IFAC-PapersOnLine*, 52(13), 2140–2145. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.11.522>

Leinwand, P., & Mani, M. M. (2021). Digitizing Isn't the Same as Digital Transformation. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2021/03/digitizing-isnt-the-same-as-digital-transformation>

Li, J., Pearce, P. L. & Low, D. (2018). Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis, *Tourism Management*, 69, 317-329, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.027>

Móricz P. & Drótos G. (2019). Az információmenedzsmenttől a digitalizációig, Budapest

Obermayer, N., Csizmadia, T., Hargitai, D. M., & Kigyós, T. A. (2021). Az Ipar 4.0 implementációval kapcsolatos vezetői motivációk és akadályozó tényezők elemzése hazai vállalatvezetők véleménye alapján. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 52(2), 60–72. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.02.06>

Orben, A. (2020) Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55, 407–414.

Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen J. & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice, *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63-77.

Rossato, C. & Castellani, P. (2020) The contribution of digitalisation to business longevity from a competitiveness perspective, *The TQM Journal*, 34(4), 617-645, DOI 10.1108/TQM-02-2020-0032

Stich, V., Zeller, V., Hicking, J., & Kraut, A. (2020). Measures for a successful digital transformation of SMEs. *Procedia CIRP*, 93, 286–291. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.03.023>

Tavoletti, E., Kazemargi, N., Cerruti, C., Grieco, C., & Appolloni, A. (2021). Business model innovation and digital transformation in global management consulting firms. *European Journal of Innovation Management*, ahead-of-print, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2020-0443>

Westerlund, M. (2020). Digitalization, Internationalization and Scaling of Online SMEs. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 48–57. <https://doi.org/10.22215/timreview/1346>

Zhong, R. Y., Xu, X., Klotz, E. & Newman, S. T. (2017). Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0: A Review, *Engineering*, 3(5), 616-630. <https://doi.org/10.1016/J.ENG.2017.05.015>

DÓRY TIBOR

FELHASZNÁLÓI INNOVÁCIÓK A MAGYAR JÁRMŰIPARI KIS- ÉS KÖZEPES VÁLLALKOZÁSOKNÁL

Szerző:	Dóry Tibor Venesz Béla
Intézmény:	Széchenyi István Egyetem

Dóry Tibor

Elméleti háttér:

A nemzetközi szakirodalom áttekintése alapján fontos kiemelni, hogy a vállalatok általában alulértékelik, és az innováció statisztikákban (pl. Community Innovation Survey) sem jelennek meg az olyan folyamatinnovációk, amelyek során a felhasználók / vevők adaptálják, továbbfejlesztik a megvásárolt technológiákat, termékeket annak érdekében, hogy azok jobban illeszkedjenek igényeikhez, megoldandó problémáikhoz (Lettl et. al, 2006; Bradonjic et. al. 2019). Másrészt a hagyományos innovációs technikákkal több év a termékek, technológiák fejlesztési ideje, amit a felhasználói innováció („user innovation”) jelentősen felgyorsíthat. Az új technológiát és/vagy terméket megvásárló vállalat ugyanis azt sok esetben testre szabja és/vagy továbbfejleszti saját költségére, jellemzően agilis módszerek alkalmazásával. Az így létrejövő új technológia, termék azonban sokszor csak az adott vállalkozás érdekét szolgálja és nem jut el más vállalkozáshoz, de az is előfordul, hogy értékesítésre kerül vagy önálló üzletága, esetleg spin-off vállalkozást hoznak létre a hasznosítás érdekében (de Jong-von Hippel, 2009).

Dóry Tibor

A felhasználói innovációval foglalkozó tanulmányok speciális szektorokban és kis mintán végzett vizsgálatok miatt nem tudták még igazán validálni a koncepciót, a felhasználói innováció hatását, amely becslésektől és ágazatoktól függően az összes vállalati innovációnak akár 10-50%-át is kitehetik (Lüthje, 2004; de Jong-von Hippel, 2009), ezért jelentős mértékűnek tekinthető a nemzetgazdasági szerepük. A kutatásunk egyediségét és újdonságát az jelenti, hogy kísérletet teszünk egy európai és globális szinten is jelentős hazai ágazat, nevezetesen a járműipar mintáján bemutatni, hogy a különböző típusú felhasználók, azaz a különböző szintű beszállítók, milyen típusú innovációkat hoznak létre, hogyan stimulálják, ösztönzik a felhasználói innovációkat a vállalkozások.

Dóry Tibor

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A kutatásunk legfontosabb célja, hogy feltárja a hazai járműipari KKV-k innovációs tevékenységének részleteit, körülményeit, és különösen az általuk megvalósított felhasználói (user innovation és a user-driven innovation) innovációkat. Emellett felmérésre került, hogy milyen szerepet játszik a beszállító cégek innovációs teljesítményében a munkahelyi környezet légköre/ klímája, ill. milyen tényezők okoznak számukra idő- és motivációs veszteséget a fejlesztési folyamatban.

Dóry Tibor

Az Opten vállalati adatbázis segítségével azonosított 10-249 fő közötti hazai járműipari vállalkozások vezetőinek és fejlesztésben résztvevő munkatársai megkérdezését céloztuk egy dedikált kérdőív segítségével felhasználói innovációs gyakorlatok feltárása érdekében. A 2021. tavaszán lezajlott online kérdőíves felmérést telefonos interjúkkal támogattuk.

Módszertan:

A Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképességi Kutató Központja (VKK) által végzett kérdőíves kutatás adatait használok a vizsgálatomhoz. A mintavételezés 2018 és 2019 között zajlott, melyben közel 250 cég vett részt. A 209 elemű tisztított mintából az adatbázis összesen 113 feldolgozóipari céget tartalmaz, melyből további tisztítás után egy 95 elemű sokaságot elemeztem SPSS és Smart PLS statisztikai programok alkalmazásával. Ezek segítségével kapcsolatokat, és azok milyenségét lehet elemezni a változók között.

Eredmények, következtetések:

A kérdőíves felmérés keretében 62 vállalkozás adott választ, amelyek részletes kiértékelése folyamatban van. Az előzetes eredmények alapján megállítható, hogy a visszajelzést adó vállalatok elsősorban a vevőket és beszállítókat tekintik elsődleges partnernek a fejlesztéseik során. Ez lehetőséget ad arra, hogy a felhasználói innováció ne korlátozódjon a vállalati keretek közé. A nyílt innováció további lehetőséget jelenthet a kifelé nyitott cégek számára. A vállalatok nagy része nem rendelkezik formális kutatási részleggel és a vállalatok nagy részénél hiányoznak a felhasználói innovátorok számára biztosított ösztönzők. A legkisebb arányban a pénzügyi erőforrásokat biztosítják a cégek, majd ennél nagyobb arányban alkalmaznak munkaidő jóváírást, illetve a legnagyobb mértékben jutalmat adnak a dolgozóknak. Előzetes következtetéseink szerint az innováció sikertényezőit tudjuk kiegészíteni elemzésünkkel az alábbi három tényező hangsúlyozásával: i) pénztőke (amortizáció), ii) tudás tőke (avulás vagy multiplikátor hatás), iii) megfelelő idő biztosítása a fejlesztőknek.

Dóry Tibor

Hivatkozásjegyzék
Bradonjic, P., Franke, N., Lüthje, C. (2019) Decision-makers’ underestimation of user innovation. <i>Research Policy</i> , 48.6, pp. 1354-1361.
de Jong, Jeroen P.J., and Eric von Hippel. Transfers of user process innovations to process equipment producers: A study of Dutch high- tech firms. <i>Research Policy</i> 38.7, pp. 1181-1191.
Lettl, C., Herstatt, C. and Gemuenden, H. (2006) Users’ contributions to radical innovation: evidence from four cases in the field of medical equipment technology, <i>R&D Management</i> , 36, pp.251–72.
Lüthje, C. (2004) Characteristics of innovating users in a consumer goods field, An empirical study of sport-related product consumers, <i>Technovation</i> , 24.9, pp.683–695.

Dóry Tibor

ENDRŐDI-KOVÁCS VIKTÓRIA

MAGYAR KKV-K DIGITALIZÁCIÓJA ÉS IPAR 4.0 ADAPTÁCIÓJA

Szerzők:	Endródi-Kovács Viktória
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Endródi-Kovács Viktória

Elméleti háttér:

A mindennapi szóhasználatban rendszeresen használjuk az „Ipar 4.0” kifejezést. Ennek ellenére nem találunk rá egyetlen egységes definíciót, a kifejezésnek különböző elméleti osztályozásai vannak (lásd Culot et al. 2020 vagy Saucedo-Martínez et al. 2018). A hannoveri vásáron 2011-ben bevezetett német kezdeményezés, miszerint nagymértékben támogatni kell az ipari szektor fejlődését és ennek érdekében kormányzati high-tech stratégiát kidolgozni (Rojko 2017; Roblek et al. 2016), mára már a kis- és középvállalkozások (kkv-k) életében is egyre hangsúlyosabb versenyképességi követelményként jelenik meg, kiváltképpen a digitalizáció tekintetében. Habár a digitalizáció elsősorban a harmadik ipari forradalom kelléke (Demeter, 2020), a negyedik ipari forradalmat jellemző technológiák digitálisak, így a digitalizáció is része annak és egyre jelentősebb igényként jelenik meg a magyar vállalatok életében, amit a jelenlegi pandémia is megerősít (Éltető, 2021). Az Európai Unió és a magyar gazdaságpolitika is több intézkedéssel és pénzügyi forrásokkal igyekszik a kkv-k digitalizációját és ipar 4.0 adaptációját elősegíteni, azonban abban egyetértés mutatkozik a hazai és nemzetközi szakirodalomban, hogy az eredmények jelenleg még csak mérsékeltek (lásd Éltető, 2021, Losonczi et al, 2019, Európai Bizottság 2021a; Digiméter 2020). Losonczi et al (2019) rámutatott arra, hogy az Ipar 4.0 transzformáció esetében hazánk még csak gyerekcipőben jár és ebben elsősorban a hazai feldolgozóipar jeleskedik. Demeter et al (2020) kiemelte, hogy még a nagyvállalatok is küzdenek az Ipar 4.0 átvételével, habár előrébb járnak ebben, mint a hazai kis-és középvállalatok. Nagy (2021) eredményei alapján kelet-közép-európai viszonylatban a digitális eszközökkel való ellátottság területén Magyarország kedvező helyzetben van, azonban a digitális tudás területén, valamint a vállalkozások üzleti agilitása vonatkozásában lemaradás tapasztalható. Szabó et al. (2019) azzal érvel, hogy a digitális átalakulás és az Ipar 4.0 terjedésének legfontosabb gátja az emberi tényező; a vezetők szintén nem állnak készen a lényegesen hatékonyabb, de jelentősen eltérő működési modellre való áttérésre, sőt a középvezetés kifejezetten ellenáll a változásoknak, féltve saját szerepét. Hortoványi et al. (2020) eredményei is ezt erősítik. Habár a szakirodalom aktívan foglalkozik a magyar vállalatok digitalizációjával és ipar 4.0 adaptációjával, kifejezetten a magyar kkv-k digitalizációjával és ipar 4.0 adaptációjával kevesen foglalkoznak. Az előadás ezt a kutatási rést szeretné betölteni.

Kutatási kérdések, célkitűzések:
<ul style="list-style-type: none">Hogyan állnak a magyar kkv-k a digitalizáció és az ipar 4.0 technológiák alkalmazásában?Milyen tényezők segíthetik elő a magyar kkv-k digitalizációját és ipar 4.0 technológiák alkalmazását?

Az előadás célja, hogy bemutassa a magyar kkv-k teljesítményét és annak alakulását a digitalizáció és ipar 4.0 technológiák adaptálásában, valamint feltárja azokat a tényezőket, amelyek segíthetik fejlődésüket ezeken a területeken.

Endródi-Kovács Viktória

Módszertan:

Az előadás elsősorban kvantitatív (adatelemzés) módszertanra épül, kiegészítve azon jelentések, tanulmányok és felmérések eredményeinek bemutatásával, amelyek eddig a témában születtek. Az előadás a rendelkezésre álló adatok alapján a következő mutatókat elemzi részletesebben: 1. Digitális Gazdaság és Társadalom Index (DESI) 2015 és 2020 között a magyar kkv-k digitalizációs helyzetének ismertetése céljából. A DESI indexnek öt dimenziója különböztethető meg: szélessávú szolgáltatások és azok árai; humán tőke; állampolgárok internethasználata; vállalatok digitális technológiába való integráltsága valamint digitális közszolgáltatások (Európai Bizottság, 2020a). A vállalatok digitalizáltságára elsősorban a vállalatok digitális technológiával való integráltsága kapcsán kaphatunk teljesebb képet, ami közvetlenül az e-kereskedelemben való részvételüket is méri. Így elsősorban e mutatószámot elemezzük. Viszont több dimenzió közvetve köthető a vállalatok digitalizáltságához, mint például a szélessávú szolgáltatások megléte, humán tőke vagy digitális közszolgáltatások, így ezek elemzése is fontos, de kisebb szereppel bír az előadás során. Mivel ezen mutatószámok nem csupán a magyar kkv-k digitalizációs teljesítményét mérik, ezért az eredményeket kiegészítve bemutatásra kerül a Digimeter magyar kkv-k körében végzett digitalizációs felmérése. 2. Az Európai Unió Kisvállalkozói Intézkedéscsomagjának készségek és innováció pillér mutatóinak bemutatása következik ezután, amelyek elengedhetetlenek az I4.0 technológiák átvételéhez és a digitalizáláshoz. Az Európai Bizottság 2010 óra készíti el Magyarország kkv-jelentését és pilléren keresztül méri a hazai kkv-k innovációs és képzési tevékenységeit. E téren elsősorban az Európai Bizottság által publikált adatokat illetve jelentéseit vesszük alapul, azokat elemezzük. 3. Végül, de nem utolsó sorban az Eurostat Strukturális Üzleti Statisztika szerinti kétjegyű gazdasági tevékenység besorolásának elemzése következik annak érdekében, hogy bemutatásra kerüljön az, hogyan változott a csúcstechnológiai gyártás és a magas tudásintenzív szolgáltatások aránya a magyar kkv-k számát, foglalkoztatottak számát és a hozzáadott értéket tekintve az elmúlt években (2008-2021). Az Ipar 4.0 adaptálása feltételezi, hogy a kkv-k statisztikái javulnak a csúcstechnológiájú és közepesen magas technológiájú ipari tevékenységek tekintetében, és növekednek a tudásintenzív szolgáltatások, mivel ezek azok a gazdasági tevékenységek, amelyek leginkább a technológiákra és a digitalizációra támaszkodnak. Ezen adatok elemzése információkat nyújt a technológia-/tudásintenzív kkv-k különböző osztályainak fejlődéséről.

Eredmények, következtetések:

A magyar kkv szektor uniós átlag alatt teljesít az Ipar 4.0 technológiák alkalmazásában és a digitalizáció tekintetében. Ez csak részben tudható be annak, hogy nincs elegendő (pénzügyi) kormányzati támogatás, a másik ok a kkv-k innovációs és képzési tevékenységében keresendő. A magyar kkv -k mérsékelt újítónak tekinthetők, csak korlátozottan vesznek részt innovációs tevékenységekben és keveset fektetnek be alkalmazottjaik képzésébe és IKT-készségeik fejlesztésébe.

Hivatkozásjegyzék

Agostini, L. – Nosella, A. (2020): The Adoption of Industry 4.0 Technologies in SMEs: Results of an International Study. *Management Decision* 58(4): 625-643.

Bleicher, J. – Stanley, H. (2018): Digitization as a Catalyst for Business Model Innovation A Three-Step Approach to Facilitating Economic Success. *Journal of Business Management* 4(2): 62–71.

Culot, G. – Nassimbeni, G. – Orzes, G. – Sartor, M. (2020): Behind the Definition of Industry 4.0: Analysis and Open Questions. *International Journal of Production Economics* 226(C): 107617.

Cserháti, I. – Pirisi, K. (2020): Industry 4.0 and Some Social Consequences: Impact Assessment by Microstimulation for Hungary. *Society and Economy* 42(2): 105-123.

Demeter K. (2020): A negyedik ipari forradalom gazdasági és menedzsmenthatásai. *Vezetéstudomány* 51(6): 2-4.

Demeter, K. – Losonci, D. – Szász, L. – Rácz, B.-G. (2020): Magyarországi gyártóegységek Ipar 4.0 gyakorlatának elemzése – technológia, stratégia, szervezet. *Vezetéstudomány* 51(4): 2-14.

Digiméter (2020): Hazai digitalizáció: nagy lendület, kis határfok. https://digimeter.hu/wp-content/uploads/2020/11/Digimeter_2020.1_osszefoglalo.pdf, letöltés ideje 2021/06/05.

Éltető A. (2021): Digitalizáció és lokációs előnyök Magyarországon. *Külgazdaság* 65(5-6): 91-105.

Európai Bizottság (2019): 2019 SBA Fact Sheet – Hungary.

Európai Bizottság (2020): Digital Economy and Society Index Database. <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi/indicators#desi-overall-index>, letöltés ideje 2021/06/05.

Európai Bizottság (2021a): 2020-2021 SBA Fact Sheet – Hungary.

Európai Bizottság (2021b): Eurostat Indicators on High-tech Industry and Knowledge – Intensive Services. https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec_esms_an3.pdf, letöltés ideje 2021/06/05.

Európai Parlament (2016): Industry 4.0. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPDL_STU\(2016\)570007_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPDL_STU(2016)570007_EN.pdf), letöltés ideje 2021/0605.

Hortoványi, L. – Szabó, Zs. R. – Nagy, S. Gy – Stukovszky, T. (2020): A digitális transzformáció munkahelyekre gyakorolt hatásai – Felkészültek-e a hazai vállalatok a benne rejlő nagy lehetőségre (vagy a veszélyekre)? *Külgazdaság* 64(3-4): 73-96.

Ingaldi, M. – Ulewicz, R. (2019): Problems with the Implementation of Industry 4.0 in Enterprises from the SME Sector. *Sustainability* 12(1): 217.

KSH (2021): Gazdasági és nonprofit szervezetek adatbázis. <https://www.ksh.hu/stadat?theme=gsz>, letöltés ideje 2021/06/05.

Losonci, D. – Takács, O. – Demeter, K. (2019): Az ipar 4.0 hatásainak nyomában – a magyarországi járműipar elemzése. *Közgazdasági Szemle* 66(2): 185-218.

Masood, T. – Sonntag, P. (2020): Industry 4.0: Adoption Challenges and Benefits for SMEs. *Computers in Industry* 121.

Nagy, B. (2021): Helyzetjelentés a vállalkozások digitális átalakulásáról kelet-középeurópai környezetben. *Köz-gazdaság* 16(2): 91-101.

Posada, J. – Toro, C. – Barandiaran, I. – Oyarzun, D. – Stricker, D. – de Amicis R, V. I. (2015): Visual Computing as a Key Enabling Technology for Industry 4.0 and Industrial Internet. *IEEE Computer Graphics and Applications* 35(2): 26–40.

Roblek, V. – Mesko, M. – Krapez, A. (2016): A Complex View of Industry 4.0. *SAGE Open*, 6(2).

Saucedo-Martínez, J.A. – Pérez-Lara, M. – Marmolejo-Saucedo, J.A. (2018): Industry 4.0 Framework for Management and Operations: A Review. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing* 9: 789–801.

Sommer, L. (2015): Industrial Revolution – Industry 4.0: Are German Manufacturing SMEs the First Victims of This Revolution? *Journal of Industrial Engineering and Management* 8(5): 1512-1532.

Structural Business Statistics (2021): Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/small-and-medium-sized-enterprises>, letöltés ideje 2021/06/05.

Szabó, Z. R. – Horváth, D. – Hortoványi, L. (2019): Hálózati tanulás az ipar 4.0. *Közgazdasági Szemle* 66(1): 72-94.

Török, L. (2020): Industry 4.0 from a Few Aspects, in Particular in Respect of the Decision Making of the Management /Will the New Industrial Revolution Change the Traditional Management Functions?/ *International Review of Applied Sciences and Engineering* 11(2): 140-146.

Wang, S. – Wan, J. – Li, D. – Zhang, C. (2016): Implementing Smart Factory of Industrie 4.0: An Outlook. *International Journal of Distributed Sensor Networks* 2016: 1–10.

Yang, Fengwei – Gu, Sai (2021). Industry 4.0, a Revolution that Requires Technology and National Strategies. *Complex and Intelligent Systems* SpringerLink.

Zezulka, F. – Marcon, P. – Vesely, I. v Sajdl, O. (2016): Industry 4.0 – An Introduction in the Phenomenon. *IFAC-PapersOnLine* 49(25): 8–12.

Zhong, R.Y. – Xu, X. – Klotz, E. – Newman, S.T. (2017): Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0: A Review. *Engineering* 3(5): 616–630.

S. GUBIK ANDREA

A CSALÁDI VÁLLALKOZÁS ÁTVÉTELE MINT KARRIERCÉL A VISEGRÁDI ORSZÁGOK EGYETEMISTÁI KÖRÉBEN

Szerzők:	S. Gubik Andrea Farkas Szilveszter
Intézmény:	Miskolci Egyetem Budapesti Gazdasági Egyetem

Elméleti háttér:

A vállalkozások társadalmi és gazdasági szerepének felismerése előtérbe hozta azt a kérdést, hogy mi befolyásolja a vállalkozói elképzeléseket és hogyan ösztönözhető az aktivitás. A vállalkozásokkal összefüggő kutatások rávilágítanak számos olyan tényező szerepére, amelyeket nem lehet gyorsan és hatékonyan változtatni, mint például az én-hatékonyság, az attitűdök és a kontrollhit, vagy olyan adottságokra, mint a családi mintázatok szerepe a döntésben. Az előadás ez utóbbival foglalkozik.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A kutatás célja a családi vállalkozás átvételére vonatkozó hallgatói elképzeléseket befolyásoló tényezők áttekintése, rendszerezése és együttes magyarázó erejük vizsgálata.

Módszertan:

A cikkben az egyetemi hallgatók vállalkozói hajlandóságát és aktivitását mérő GUESSS kérdőív 2018-as adatbázisára támaszkodunk, amelyben 4 426 családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgató válaszainak értékelésére nyílik lehetőség.

Eredmények:

A családi vállalkozás átvételére vonatkozó döntést befolyásoló tényezők egy része vállalatspecifikus (vállalat teljesítménye), más része a hallgató elkötelezettségétől (tulajdon, részvétel a munkában) és a hallgató egyéni jellemzőitől (készségek, kontrollhit) függ, meghatározó továbbá az, hogy az egyén környezete hogyan vélekedik az átvételről.

Hivatkozásjegyzék:

Braun, I. & Sieger, P. (2020). Under Pressure: Family Financial Support and the Ambidextrous Use of Causation and Effectuation. *Strategic Entrepreneurship Journal*

Campopiano, G., Minola, T. & Sainaghi, R. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 28, Iss: 6, ISSN: 0959-6119.

Carolin Palmer, Ulrike Fasbender, Sascha Kraus, Stephanie Birkner & Norbert Kailer (2019). A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science* <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00342-7>

Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S.B. and Dormann, C. (2012), "Parental role models and the decision to become self-employed: the moderating effect of personality", *Small Business Economics*, Vol. 38 No. 1, pp. 121-138.

Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F. and Minola, T. (2017), "Parents' performance in entrepreneurship as a 'double-edged sword' for the intergenerational transmission of entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol. 49 No. 4, pp. 841-864.

Edelman L., Manolova T., Shirokova G., Tsukanova T. (2016). The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-up Activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448.

Gimenez-Jimenez, D., Edelman, L., Minola, T., Calabro, A. & Cassia, L. (2020). An Intergeneration Solidarity Perspective on Succession Intentions in Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, forthcoming. – <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1042258720956384?icid=int.sj-abstract.citing-articles.3>

Giuseppe Criaco & Philipp Sieger & Karl Wennberg & Francesco Chirico & Tommaso Minola (2017): Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Bus Econ*, DOI 10.1007/s11187-017-9854-x

Hahn, D. (2020). The psychological well-being of student entrepreneurs: a social identity perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 467-499.

Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55, 257–282.

Jorge Moreno-Gómez, Eduardo Gómez-Araujo, Rafael Castillo-De Andreis (2020): Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 12 No. 3, 2020 pp. 413-429

Lasпита, S., Breugst, N., Heblich, S. and Patzelt, H. (2012), "Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, Vol. 27 No. 4, pp. 414-435.

Pierluigi Rippa, Gabriella Ferruzzi, Marian Holienka, Guido Capaldo & Alicia Coduras (2020) What drives university engineering students to become entrepreneurs? Finding different recipes using a configuration approach, *Journal of Small Business Management*, DOI: 10.1080/00472778.2020.1790291

Sieger P., Minola T. (2016). The Family's Financial Support as a »Poisoned Gift«: A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, forthcoming. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12273/full>

Zellweger, T., Sieger, P. and Halter, F. (2011), "Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background", *Journal of Business Venturing*, Vol. 26 No. 5, pp. 521-536.

Zellweger, T.; Richards, M.; Sieger, P.; Patel, P. (2016). How much am I expected to pay for my parents' firm? An institutional logics perspective on family discounts. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 40(5):1041–1069

INSPIRÁCIÓK ÉS AKADÁLYOK: A MAGYAR VÁLLALKOZÁSI ÖKOSZISZTÉMA ÉS A FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐ VÁLLALKOZÓK

Szerző:	Győri Zsuzsanna Csillag Sára Kóródi Edit Svastics Carmen Hidegh Anna Laura
Intézmény:	Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar

Elméleti háttér:

Csakúgy, mint minden vállalkozóét, a fogyatékossgal élő vállalkozók helyzetét is nagyban meghatározzák az őket körülvevő piaci és egyéb szereplők: a vállalkozási tevékenységhez, innovációhoz, fejlődéshez elengedhetetlen az ezt támogató környezet, a vállalkozási ökoszisztéma (Cowell és mtsai., 2018; Csákné Filep & Radácsi, 2019; Maroufkhani és mtsai., 2018; Mazzarol, 2014; Szerb, 2017).

Az ökoszisztéma szereplői által biztosított, működtetett sokszínű és egymást kiegészítő támogató kezdeményezések és politikák, amelyeket Yamamoto és munkatársai (2012) az „erőforrások patchwork”-jének neveznek, rendkívül fontosak a fogyatékossgal élő vállalkozók számára is mind a vállalkozás indításakor, mind pedig a működtetés közben. Szerepük, hogy egyrészt lehetővé tegyék, másrészt ösztönözzék a vállalkozásokat, illetve, hogy kompenzálják a személyes, társadalmi vagy üzleti környezet kihívást jelentő, akadályozó tényezőit. A fogyatékossgal élő emberek esetében a vállalkozási ökoszisztéma fontos szereplői a fogyatékosüggyel foglalkozó illetve a fogyatékossgal élő embereket képviselő szervezetek, a rehabilitációs szervezetek és ügynökségek is, de igazi támogatást ők akkor nyújthatnak, ha rendelkeznek megfelelő vállalkozási ismeretekkel és nyitottsággal is a téma iránt (Ashley & Graf, 2018). Rizzo (2002) arra hívja fel a figyelmet, hogy ha megfelelően tervezzük és használjuk ezt a komplex, sokszereplős rendszert, megtalálhatjuk a munkaerőpiaci részvételhez vezető kevés életképes út egyikét.

Módszertan, kutatási kérdések, célkitűzések:

A fogyatékossgal élő emberek vállalkozóvá válásáról és vállalkozási tevékenységükhöz kapcsolódóan nem zajlott még Magyarországon kutatás (Csillag és mtsai., 2019, 2020), kutatásunkkal ezt a hiány szerettük volna orvosolni. Feltáró kvalitatív vizsgálatunkban 2019-2020-ban 29 fogyatékossgal élő vállalkozóval és 4 szakértővel készítettünk interjút, amelyben vállalkozóvá válásuk történetéről, motivációjukról, önképükről, identitásukról, a vállalkozóvá válást és a vállalkozást támogató és hátráltató tényezőkről, a vállalkozói ökoszisztémáról kérdeztük őket.

Ebben az előadásban a kutatási kérdéseink a következők: (1) Az egyes dimenziókban tapasztalható kihívások, fejlesztési pontok közül melyek azok, amelyek általánosan jellemzőek, és melyek azok, amelyek kifejezetten a fogyatékos állapothoz kötődnek? (2) Mely ökoszisztéma dimenziók szorulnak leginkább fejlesztésre, és mely ökoszisztéma szereplőknek lehet ebben kiemelt szerepe? A különböző ökoszisztéma modellek közül Isenberg (2011) modelljét választottuk ki mint elemzési keretet, amely hat területre, dimenzióra osztja fel a fenntartható, sőt önfenntartó vállalkozási ökoszisztémát: politika, finanszírozási környezet, kultúra, emberi erőforrások, piacok és támogató környezet.

Eredmények, következtetések:

Kutatásunk alapján szépen kirajzolódik, hogy a fogyatékossgal miatt akár új szereplőkkel kibővült ökoszisztémában is mennyire erősek az egymásrahatások, a területek közötti összefüggések. Eredményeink nagyrészt összecsengenek a nemzetközi szakirodalommal (Adams és mtsai., 2019; Dhar & Farzana, 2017; Kitching, 2014; Parker Harris és mtsai., 2014), többek között abban, hogy hazánkban is hiányos a mentális és fizikai akadálymentesítés. Ez minden ökoszisztéma területre kihatással van, és alapvetően határozza meg a fogyatékossgal élő vállalkozók helyzetét a gyerekkortól, oktatástól kezdve a finanszírozáson át a piacokra jutásig. Fontos, részben új megállapításunk, hogy a megkérdezettek egyrészt más fogyatékossgal élő emberektől, másrészt a még mindig jellemző, nem etikus vállalkozói kultúra szabályait elfogadó vállalkozóktól is megkülönböztetik magukat, illetve felelősségüknek érzik, hogy tevékenységük, vállalkozásuk útján csökkentsék az előítéleteket és jó példaként másokat is inspiráljanak a szabályok betartására, a magas minőségű és tisztességes munkavégzésre, szolgáltatásra.

Hivatkozásjegyzék

Adams, L., Cartmell, B., Foster, R., Foxwell, M., Holker, L., Pearson, A., & Kitching, J. (2019). *Understanding self-employment for people with disabilities and health conditions*. Government Social Research (Gov.UK). <https://www.gov.uk/government/publications/self-employment-for-people-with-disabilities-and-health-conditions/summary-understanding-self-employment-for-people-with-disabilities-and-health-conditions>

Ashley, D., & Graf, N. M. (2018). The Process and Experiences of Self-Employment Among People With Disabilities: A Qualitative Study. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 61(2), 90–100. <https://doi.org/10.1177/0034355216687712>

Cowell, M., Lyon-Hill, S., & Tate, S. (2018). It takes all kinds: Understanding diverse entrepreneurial ecosystems. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(2), 178–198.

Csákné Filep, J., & Radácsi, L. (2019). Magyar start-up közösség iránytű. In *Készegi, Irén Rita (szerk.) III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció* (o. 945–950). Neumann János Egyetem.

Csillag, S., Győri, Z., Kóródi, E., Svastics, C., & Balázs, T. (2020). *Kutatási jelentés—Fogyatékossgal élő vállalkozók helyzete és motivációi Magyarországon*. Budapest LAB Working Paper Series.

Csillag, S., Győri, Z., & Svastics, C. (2019). Long and winding road? Barriers and supporting factors as perceived by entrepreneurs with disabilities. *Journal of enterprising communities: People and places in the global economy*, 13(1–2), 42–63. <https://doi.org/10.1108/jec-11-2018-0097>

Dhar, S., & Farzana, T. (2017). Entrepreneurs with disabilities in Bangladesh: An exploratory study on their entrepreneurial motivation and challenges. *European Journal of Business and Management*, 9(36), 103–114.

Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>

Kitching, J. (2014). *Entrepreneurship and self-employment by people with disabilities* (Background Paper for the OECD Project on Inclusive Entrepreneurship, o. 25 p.) [Working Paper]. OECD. <http://www.oecd.org/cfe/leed/background-report-people-disabilities.pdf>

Maroufkhani, P., Wagner, R., & Wan Ismail, W. K. (2018). Entrepreneurial ecosystems: A systematic review. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(4), 545–564. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2017-0025>

Mazzarol, T. (2014). *Growing and sustaining entrepreneurial ecosystems: What they are and the role of government policy*, White Paper WP01-2014. Small Enterprise Association of Australia and New Zealand (SEAAANZ), www.seaanz.org.

Parker Harris, S., Renko, M., & Caldwell, K. (2014). Social entrepreneurship as an employment pathway for people with disabilities: Exploring political-economic and socio-cultural factors. *Disability & Society*, 29(8), 1275–1290. <https://doi.org/10.1080/09687599.2014.924904>

Rizzo, D. C. (2002). With a little help from my friends: Supported self-employment for people with severe disabilities. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 17, 97–105.

Szerb, L. (2017). A vállalkozói ökoszisztéma Magyarországon a 2010-es években. *Vezetéstudomány*, XLVI(6–7), 2–14. <https://doi.org/10.14267/VEZ-TUD.2017.06.01>

Yamamoto, S., Unruh, D., & Bullis, M. (2012). The viability of self-employment for individuals with disabilities in the United States: A synthesis of the empirical-research literature. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 35(2), 117–127. <https://doi.org/10.3233/JVR-2011-0559>

ÜGYFÉLCENTRIKUS INNOVÁCIÓ A KKV-K KÖRÉBEN – EGY EMPIRIKUS KUTATÁS EREDMÉNYEI

Szerző: **Horváth Ágnes | Molnár László | Hajdú Noémi | Tóthné Kiss Anett**
Intézmény: **Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar**

Elméleti háttér:

Az ügyfélcentrikus innovációk során a vállalatok és az ügyfelek közösen hoznak létre innovációkat. Ebben a folyamatban az ügyfelek aktív szerepet játszanak és elsődleges forrásként jelennek meg az innovációs aktivitás különböző formáiban. Az ügyfélközpontú innovációs filozófia integrálásával a vállalatok megnyitják kutatási és fejlesztési tevékenységeiket és az ügyfelek az innovációs folyamat minden szakaszában részt vehetnek. (Desouza et al. 2008; Steinhoff & Breuer, 2014; Zajkowska, 2017)

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A kutatás során a KKV-k ügyfélcentrikus innovációs tevékenységét állítottuk a vizsgálatunk fókuszpontjába. A nemzetközi kutatás keretei között foglalkoztunk a KKV-k ügyfélcentrikus innovációs tevékenységének jellemzőivel, különös tekintettel azokkal a digitális eszközökkel, amelyeket ezen aktivitások során felhasználnak. Megvizsgáltuk az innovációs tevékenység útjában álló akadályokat és azokat az előnyöket, amelyek az ügyfelek innovációs folyamatokba történő bevonásával realizálhatóak. A kutatás során kitértünk olyan „best practice”-ek gyűjtésére is, amelyek példaként szolgálhatnak valamennyi kis- és közepes vállalkozás számára. A kutatásunk legfőbb kérdései az alábbiak voltak:

- A KKV-k milyen szinten vonják be az ügyfeleiket az innovációs folyamataikba?
- A termékinnováció mely szakaszaiba vonják be az ügyfeleiket?
- Hogyan történik az ügyfelek bevonása?
- Milyen digitális eszközöket, infokommunikációs technológiákat alkalmaznak az ügyfélcentrikus innováció során?
- Milyen előnyeit élvezik a KKV-k a digitális eszközökkel megvalósult ügyfélcentrikus innovációnak?
- Milyen akadályokba ütköznek az ilyen típusú innovációs tevékenység során?

Módszertan:

A kutatási kérdések megválaszolása érdekében online kérdőíves megkérdezést végeztünk 11 európai országban. A 2021. április-június között zajlott adatgyűjtés során 95 értékelhető kitöltés érkezett elsősorban Németországból, Magyarországból, Lengyelországból és Dániából. A kutatás célcsoportja egyértelműen a KKV-k voltak, de kitöltők között kis számban találhatunk nagyvállalatokat is. Mivel a minta nem tekinthető reprezentatívnak, ezért a kutatási eredményekből csak korlátozott általánosításra van lehetőség.

Eredmények, következtetések:

A kutatás során elért eredményeinket és levont következtetéseket az alábbi pontokban foglalhatjuk össze:

- A megkérdezett vállalatok több mint fele végez ügyfélcentrikus innovációs tevékenységet, és ez a vállalat méret növekedésével egyre jellemzőbb.
- A legfontosabb indok, ami miatt egy adott vállalat nem végez ilyen jellegű tevékenységet, hogy nem is igazán hallott erről a koncepcióról, vagy ha hallott is róla, több információra/támogatásra van szüksége ahhoz, hogy alkalmazni tudja.
- A legjellemzőbb innováció fajta, amelyben az ügyfeleket is bevonják, a termék és szolgáltatás innováció, ugyanakkor a többi típusban is bőven találunk jó példákat az ügyfélcentrikus innovációra, kutatás-fejlesztési aktivitásra.
- Az ügyfelek bevonásának legjellemzőbb szakaszai az innovációs tevékenység során: a legmegelőbb ötlet kiválasztása; az ötletek gyűjtése, és az innováció piaci bevezetése, disszeminációja.
- A legjellemzőbb módszerek az ügyfelek bevonására az interjúk, a kérdőíves kutatások és az ügyfelek közvetlen megfigyelés. Ezt a három módszert közel minden második vállalat alkalmazza, amely innovációs tevékenységére jellemző az ügyfélcentrikusság.
- A legjelentősebb kihívást az idő és az anyagi források jelentik akkor amikor a vállalatok bevonják az ügyfeleiket az innovációs folyamataikba.
- A legfontosabb előnynek az ügyfélcentrikus innováció során az ügyfélelégedettség növekedése; a szervezetről kialakult kép, a vállalat reputációjának javulása; valamint a piaci előnyök számítanak.

Hivatkozásjegyzék

Accenture (2015) A Guide to Self-Disruption: Driving growth through Enterprise Innovation Strategies in the Digital Age.

Allwood, A. (2016) Customer-Centric Innovation is the new black.

Desouza, K. C. et al. (2008) Customer-driven innovation.

Edvardsson, B. et al (2010) Customer integration in service development and innovation – methods and new framework. Karlstad University Studies, 2010, vol. 35.

Edgeman, R. L. & Eskildsen, J.K. (2012) The C4 Model of People-Centred Innovation: Culture, Consciousness, and Customer-Centric Co-Creation.

Griffin, A. (2004) The PDMA Handbook of New Product Development. second edi. John Wiley & Sons: New York.

Leavy, B. (2017) Customer-centered innovation: improving the odds for success. In: Strategy and Leadership, Vol. 45, no. 2, pp. 3-11.

Liang, T. P. & Tannirua, M. (2007) Customer – centric information systems.

Martinelli, E. M. (2019) ‘Customer centric innovation: adoption of 3D printing in the Italian jewellery sector’, Piccola Impresa/Small Business, pp. 59–85.

Romero, D. and Molina, A. (2016) ‘A multidisciplinary framework and toolkit to innovate customer-centric new product development’, 2015 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation/ International Technology Management Conference, ICE/ITMC 2015, (February 2017).

Schaubmair, S. (2017) Customer-centric product innovation strategy for SMEs.

Steinhoff, F., Breuer, H. (2014) Customer-Centric open R&D and innovation in the telecommunication industry.

Ulwick, A. W. (2010) Turn Customer Input into Innovation. Harvard Business Review.

Zajkowska, M. (2017) ‘Open models of innovation processes as a future management challenge for small and medium-sized enterprises in Poland’, Journal of Management and Business Administration.

AZ ÁLLAMI TÁMOGATÁSOK SZEREPE A HAZAI VÁLLALATOK FEJLESZTÉSÉBEN – A FELSŐVEZETŐI NÉZŐPONT

Szerző: **Juhász Péter | Kazainé Ónodi Annamária | Havran Zsolt**
 Intézmény: **Budapesti Corvinus Egyetem**

Elméleti háttér:

A kutatás a hazai állami támogatások, a kimutatott vállalati pénzügyi teljesítmény és a felsővezetők által észlelt versenyképességi hatások kapcsolatát vizsgálja.

Kutatásunk nem előzmények nélküli. Marzinotti (2012) metaelemzésében rámutat, hogy az uniós kohéziós alapok felhasználása komoly kívánnivalót hagy maga után. A tagországok sokszor nem a megfelelő beruházásokat támogatják, nem igazán járul hozzá a felzárkózáshoz, csak ha az intézményi háttér is támogató. Rövid távon az infrastruktúra javításával, hosszabb távon pedig az emberi erőforrás és a kutatás-fejlesztés fejlesztésével lehet eredményeket elérni.

Az uniós támogatások hatásáról számos országszintű vizsgálat is készült. Ezek eredményei szerint a támogatások hatása néhol a várttal (és szándékolttal) éppen ellentétes, máshol legalábbis ellentmondásos. Ugyanakkor ezek a vizsgálatok egy adott időszak pénzügyi mutatóira építenek, miközben a támogatások hatása időben elhúzódhat és a beszámolóikban számos más hatás is megjelenhet. Ezért a támogatások hatásának pontosabb megértéséhez jelentősen hozzájárulhat, ha megismerjük a felsővezetők támogatások hatásával kapcsolatos személyes benyomásait is. A különféle hatásokra koncentráló V4 országokban végzett egyedi vizsgálatok eredményeit az 1. tábla mutatja.

1. Tábla A kapott uniós támogatások és a versenyképesség egyes elemei közt talált kapcsolat a V4 országokban

Változó	Uniós támogatások hatása	Ország	Forrás
GDP	pozitív hatás	Cseho.	Kolaříková et al. (2018)
	nincs szignifikáns hatás	Magyaro.	KPMG (2017)
Foglalkoztatás	pozitív hatás	Cseho.	Kolaříková et al. (2018)
	pozitív hatás	Magyaro.	Csoma (2017), Béres (2008)
	negatív hatás	Magyaro.	KPMG (2017)
Innovatív beruházások szintje	pozitív hatás	Lengyelo.	Piątekowski (2020b)
	nincs szignifikáns hatás	Lengyelo.	Norek (2018)
	pozitív hatás	Magyaro.	KPMG (2017), Béres (2008)
Termelékenység	negatív hatás	Magyaro.	Csoma (2017)
	nincs szignifikáns hatás	Magyaro.	KPMG (2017)
Export/Külső kereskedelmi egyensúly	nincs szignifikáns hatás	Magyaro.	Csoma (2017), Béres (2008)
	pozitív hatás	Magyaro.	KPMG (2017)

Forrás: szerzők szerkesztése

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A vizsgálat célja annak felmérése, hogy a felsővezetők az állami támogatásoknak milyen versenyképességi hatásait tapasztalták és ezt mennyire igazolják vissza a pénzügyi beszámolók adatai.

Kutatásai kérdéseink a következők. 1. Milyen hatással voltak a kapott támogatások a kedvezményezettek versenyképességére és működésére? 2. A támogatott vállalkozások versenyképesebbek voltak vagy lettek a nem támogatottaknál? 3. A támogatott vállalatok pénzügyi beszámolóik alapján hatékonyabbak voltak vagy lettek a nem támogatottaknál?

Módszertan:

A kutatás a 2019-es Versenyképességi felmérés kérdőíveire épít, amelyet a válaszadó cégek pénzügyi kimutatásainak főbb adatai is kiegészítenek. Az adatbázis tisztítása után végül 209 vállalkozás adatait tudtuk használni, amelyek 74 százaléka közepes méretű cég volt. A vizsgálat egyedisége abban áll, hogy lehetőség van a kimutatott pénzügyi teljesítmény és a felsővezetők által észlelt változások összevetésére és azok egyidejű figyelembevételére a támogatások hatékonyságának megítélésénél. Ezzel kiküszöbölhetőek azok a klasszikus nehézségek, amelyek abból adódnak, hogy a támogatások hatásai rendszerint csak időben elnyújtva, egyébként változásokkal összemosódva mérhetőek.

Eredmények, következtetések:

A jelenlegi támogatási rendszer olyan projekteket is segít, amelyeket tisztán üzleti alapon is megvalósítottak volna a kedvezményezettek. Pénzügyi mutatók alapján a nem támogatott cégek minden vizsgált esztendőben jobban teljesítettek, mint a támogatottak: többet beruháztak, nyereségesebbek voltak és hatékonyabban használták a rendelkezésükre álló munkaerőt is. A támogatott cégek felsővezetői sem tapasztaltak a nem támogatottaknál azonosítottat meghaladó javulást a hatékonyság egyetlen dimenziójában sem. Eredményeink szerint a hazai állami támogatási rendszernek nem sikerült elérnie a politikai döntéshozók által kommunikált célokat sem a hatékonyság, sem a hozzáadott érték, sem a foglalkoztatás, sem az export intenzitás tekintetében. Még a támogatást elnyerő cégek vezetői sem ítélik kifejezetten jónak a magyar támogatási rendszert. Úgy tűnik, különösen a támogatásra érdemes cégek kiválasztásán lehetne sokat javítani.

Hivatkozásjegyzék:

Béres (2008). A Nemzeti Fejlesztési Terv keretében a KKV-k számára megítélt technológiafejlesztési támogatásoknak a vállalkozások beruházásaira és növekedésére gyakorolt hatásának elemzése (GVOP 2.1.1). NFÜ, Budapest.

Borbás, L. (2015). A hazai kkv politika az európai célok tükrében. Vállalkozásfejlesztés a XXI. században. V. Budapest. Óbudai Egyetem KGK. Retrieved from http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/19_BorbasLaszlo.pdf on March 30, 2021.

Bourdin, S. (2019). Does the cohesion policy have the same influence on growth everywhere? A geographically weighted regression approach in Central and Eastern Europe. *Economic Geography*, 95(3), 256-287. <https://doi.org/10.1080/00130095.2018.1526074>

Breznitz, D., & Ormston, D. (2017). EU financing and innovation in Poland. EBRD Working Paper No. 198. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3119663> on April 10, 2021. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3119663>

Chikán A., Czakó E. & Zoltayné Paprika Z. (2009). A vállalati versenyképesség válsághelyzetben. Gyorsjelentés a 2009. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. Versenyképesség Kutató Központ. Retrieved from <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2340/> on April 10, 2021.

Chikán, A., Czakó, E., Losonci, D. & Kiss-Dobronyi, B. ed. (2019): A 4. ipari forradalom küszöbén. Gyorsjelentés a 2019. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. Versenyképesség Kutató Központ. Retrieved from http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4328/1/Gyorsjelentés_2019_Versenykepesseg.pdf on April 10, 2021.

Ciszewska-Mlinaric, M. (2018). Export intensity, geographic diversification and the role of public support: The evidence from old and new Europe SMEs. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(2), 45-69. <https://doi.org/10.15678/eber.2018.060203>

Csoma, R. (2017). Vállalati beruházások, uniós támogatások és a versenyképesség összefüggései. *Pénzügyi Szemle*, 62(1), 37.

Dvouletý, O., & Blažková, I. (2019). Assessing the microeconomic effects of public subsidies on the performance of firms in the czech food processing industry: A counterfactual impact evaluation. *Agribusiness*, 35(3), 394-422. <https://doi.org/10.1002/agr.21582>

EU Cohesion Policy (2014). EU COHESION POLICY 2014-2020 Targeting Investments on Key Growth Priorities. Retrieved from https://ec.europa.eu/regional-policy/sources/docgener/informat/2014/fiche_ict_en.pdf on April 15, 2021.

Fazekas, M., & King, L. P. (2019). Perils of development funding? The tale of EU Funds and grand corruption in Central and Eastern Europe. *Regulation & Governance*, 13(3), 405-430. <https://doi.org/10.1111/rego.12184>

Ferry, M. (2017). The role of EU funds in enhancing the development potential of CEE economies. In Galgóczi, B. & Drahokoupil, J. (Eds.), *Condemned to Be Left Behind? Can Central and Eastern Europe Emerge from its Low-wage Model?* European Trade Union Institute, Brussels, pp. 153-170. ISBN 9782874524622

Gwizdala, J. P. (2017). The financing of small and medium-sized enterprises with the EU structural funds in Poland between 2014 and 2020. *International Journal of Synergy and Research*, 6. <https://doi.org/10.17951/ijsr.2017.0.6.43>

Kállay, L. (2014). Állami támogatások és gazdasági teljesítmény| Támogatás-túladagolás a magyar gazdaságfejlesztésben?. *Közgazdasági Szemle*, 61(3), 279-298.

Ključnikov, A., & Popesko, B. (2017). Export and its financing in the SME segment. Case study from Slovakia. *Journal of Competitiveness*, 9(1). <https://doi.org/10.7441/joc.2017.01.02>

Klonowski, D. (2010). The effectiveness of government-sponsored programmes in supporting the SME sector in Poland. *Post-Communist Economies*, 22(2), 229-245. <https://doi.org/10.1080/14631371003740738>

Kolaříková, J., Dvouletý, O., & Kolařík, P. (2018). Economic performance of the NUTS III Regions in the Czech Republic in the context of entrepreneurship subsidies from the EU Structural Funds. *Zbornik Radova Ekonomski Fakultet u Rijeka*, 36(1), 127-151. <https://doi.org/10.18045/zbefri.2018.1.129>

Kornai, J. (1986). The soft budget constraint. *Kyklos*, 39(1), 3-30.

KPMG (2017). A magyarországi európai uniós források felhasználásának és hatásainak elemzése. Retrieved from https://www.palyazat.gov.hu/magyarorszagj_europai_unios_forrasok_elemzese on 20 April, 2021.

Labudová, L., & Jánošová, D. (2019). Analysis of support and identification of barriers to SMEs in Slovakia and in the Czech Republic. *Serbian Journal of Management*, 14(2), 437. <https://doi.org/10.5937/sjm14-23494>

Lisowska, R. (2016). The potential of business environment institutions and the support for the development of small and medium-sized enterprises. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(3), 85-101. <https://doi.org/10.15678/eber.2016.040307>

Marzinotto, B. (2012). The growth effects of EU cohesion policy: a meta-analysis (No. 2012/14). Bruegel working paper. <http://hdl.handle.net/10419/78011>

Medve-Bálint, G., & Ščepanović, V. (2019). EU funds, state capacity and the development of transnational industrial policies in Europe's Eastern periphery. *Review of International Political Economy*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09692290.2019.1646669>

Norek, T. (2018). Impact of EU Funds on the Effectiveness of Innovations Implemented in the SME Sector in Poland. *European Journal of Service Management*, 25(1/2018), 199-206. <https://doi.org/10.18276/ejsm.2018.25-24>

Novosák, J., Hájek, O., Novosáková, J., & Lindner, M. (2017). Enterprise Support Policy and Territorial Cohesion: The Czech Republic (2007-2013). *Journal of Urban & Regional Analysis*, 9(2). <https://doi.org/10.37043/jura.2017.9.2.3>

Piątkowski, M. J. (2020a). Results of SME Investment Activities: A Comparative Analysis among Enterprises Using and Not Using EU Subsidies in Poland. *Administrative Sciences*, 10(1), 4. <https://doi.org/10.3390/admsci10010004>

Piątkowski, M. J. (2020b). Implementation of innovations in enterprises using the EU funds: A comparative analysis. *Journal of International Studies*, 13(2), 109-126. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2020/13-2/8>

Szijaártó, N. (2012). Hogyan lett az iparpolitikából vállalkozáspolitiká? Magyar alkalmazkodás az Európai Unió strukturáspolitikájához (ipar-és vállalkozáspolitikájához)-tanulások. *Köz-gazdaság*, 7(4), 33-49.

A MENEDZSMENT SZEREPE AZ INNOVATÍV VÁLLALATOK SIKERÉBEN

Szerző:	Kazainé Ónodi Annamária Répá czki Rita
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet Budapesti Műszaki Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Elméleti háttér:

A szervezetek adaptációra, megújulásra való képessége létfontosságú az értékteremtő működéshez, a szervezet életben maradásához. A KPMG 2017-es felmérése szerint az innováció az egyik legfontosabb stratégiai prioritássá vált a dinamikusan változó globális gazdasági környezetben. Magyarországon az innovatív vállalatok aránya 2018-ban 28,7% volt a CIS felmérés alapján, amely messze elmarad az európai átlagtól (50,3%). Európában a harmadik leggyengébb teljesítményt nyújtottuk ezen a téren. Há móri és Szabó (2010) a gyenge hazai innovációs teljesítmény okait intézményi megközelítésből vizsgálták. Az egyik legfontosabb megállapításuk, hogy a járadékszerző magatartásra ösztönző gazdasági környezet lefojtja az innovációt. Több kutatás irányult a vezetés és az innováció kapcsolatának vizsgálatára, pl. Waldman – Bass 1991, Leavy 2005, Ahmad et al. 2019. Kutatásunk ez utóbbi irányhoz kapcsolódik, amely a transzformáló vezetési stílus szerepét hangsúlyozza a sikeres termék és folyamat innovációban.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunk fő hipotézise, hogy a gyenge magyarországi innovációs teljesítmény hátterében vezetői attitűd is állhat. Kutatásunkban egyrészt rávilágítunk a menedzseri attitűd innovációt korlátozó vagy támogató szerepére, másrészt feltáró elemzést végzünk az innovációt sikertényezőnek tekintő vállalatok jellemzőiről; partnerkapcsolatairól, az innovációt ösztönző tényezőkről, az emberi erőforrásgazdálkodás jellemzőiről.

Módszertan:

Kérdőíves felmérést végeztünk a magyarországi feldolgozóipari vállalatok körében. Juhász-Reszegi-Hajdú (2020) kutatási eredményeire alapozva állítottuk össze a vállalati mintát. 3.970 vezetőhöz küldtük ki az online kérdőívet. Adattisztítása után 197 értékelhető kérdőívünk maradt. A kérdőíves felmérésben többek között a vezetői kompetenciákat is vizsgáltuk egy 36 íte mből álló kérdőívmodullal, amelyet a korábbi kutatási eredmények alapján állítottunk össze. Első lépésben feltáró faktoralizist alkalmaztunk, a főkomponens-analízis módszerét. Öt nagy faktort azonosítottunk: innováció, hatalom, teljesítmény, problémamegoldás, humán faktor. Az innovációs faktort alkalmaztuk hipotézisünk tesztelésére, azok a vezetők, akik magas értéket kaptak ezen a skálán, nyitottak az új lehetőségek kipróbálására és alkalmazására, valamint környezetüket is arra ösztönzik, hogy erre nyitottá váljanak.

Eredmények, következtetések:

Innovációs tevékenység szempontjából a vállalati mintánk nem tekinthető reprezentatívnak, sokkal kedvezőbb helyzetet tükröz, mint a CIS felmérés, vagy a 2019-es Vállalati versenyképességi kutatás felmérése (Chikán et. al). A megkérdezett vállalatok 38%-a tekintette sikertényezőnek, hogy az elmúlt három évben olyan egyedi terméket vezettek be a piacra, aminek részaránya az értékesítésben több mint 5 százalék. Ezt a vállalatcsoportot kiegészítettük azokkal a kiemelkedő technológiai színvonalú vállalatokkal, akik az elmúlt három évben technikai beruházást hajtottak végre. A vállalatok 61,4%-a került ebbe a vállalatcsoportba, amely kiemelkedően magas a magyarországi vállalatok eddig kimutatott innovációs teljesítményéhez képest. Ezzel az aránnyal Európa élvonalába tartoznánk.

A független mintás t próba alátámasztotta, hogy azoknál a vállalatoknál, ahol az innováció nem jelent meg mint sikertényező az elmúlt három évben, a vállalatvezetőkre kevésbé volt jellemző az innovációra való nyitottság (innovációs faktor -0,1677), mint a sikeres termékinnovációval rendelkező vállalatok vezetőire (innovációs faktor 0,085), illetve a magas technológiai színvonalú vállalatok vezetőire (innovációs faktor 0,2069).

Az innovációt sikertényezőnek tekintő vállalati körben jellemző volt a vevők és a szállítók meglátogatása (80% feletti arány). A vevőkkel való együttműködés, a közös termék vagy technológiai fejlesztés jellemzőbb volt, mint a beszállítókkal való együttműködés. Az újításokat elsősorban a vevői igények, javaslatok ösztönözték. A nyilvánvalóvá váló vállalati probléma kezelésén túl fontosak voltak a belső kezdeményezések, a munkatársi javaslatok is, azaz érvényesült egyfajta proaktivitás a vállalati helyzetek, az ügyfelekkel való együttműködésben potenicálisan kikristályosodó helyzetek kezelése tekintetében. Az innovatív szemlélettel jellemezhető vállalati körben fontosnak értékelték a munkavállalók képességeinek, készségeinek értékteremtésben betöltött szerepét, nagy hangsúlyt fordítottak a dolgozók bevonására, a készségek fejlesztésére és olyan vállalati kultúrát alakítottak ki, amely ösztönzi az új ötletek megjelenését, a folyamatos innovációt, azaz a megoldásorientált gondolkodásmódot.

Hivatkozásjegyzék:

Ahmad S. A, Easa N. F , Mostapha N. (2019): The Effect of Transformational Leadership on Innovation: Evidence from Lebanese Banks European Research Studies Journal Volume XXII, Issue 4, 2019 pp. 215-240

Chikán, A., et. al. (szerk.) (2019). A 4. ipari forradalom küszöbén. Gyorsjelentés az 2019. évi kérdőíves felmérés eredményeiről. Versenyképesség Kutató Központ, Budapest

CIS (Community Innovation Survey): Database - Science, technology and innovation - Eurostat (europa.eu)

Há móri Balázs – Szabó Katalin. (2010): A gyenge hazai innovációs teljesítmény intézményi magyarázatához. Közgazdasági Szemle 2010. október pp. 876-897.

Juhász Péter – Reszegi László – Hajdú Miklós (2020): Drivers of Productivity Differences in the Hungarian Manufacturing Sector 2014-2017 Megjelent: Udvari Beáta (szerk.): Proceedings of the European Union's Contention in the Reshaping Global Economy pp. 136- 156. Szegedi Tudományegyetem | Scientific publications (u-szeged.hu) ISBN: 978-963-306-772-7 DOI: https://doi.org/10.14232/eucрге.2020.proc

KPMG (2017): Disrupt and growth 2017 Global CEO outlook KPMG International Disrupt and grow (assets.kpmg)

Leavy B. (2005): A leader's guide to creating an innovation culture STRATEGY & LEADERSHIP VOL. 33 NO. 4 2005, pp. 38-45

Waldman D. A. – Bass B. M. (1991): Transzformational Leadership at different phases of the innovation process. The Journal of High Technology Management Research, Volume 2, Number 2, pages 169-180.

A KORONAVÍRUSJÁRVÁNY HATÁSA A MAGYAR (NŐI) STARTUP VÁLLALKOZÁSOKRA

Szerző:	Kézai Petra Kinga
Intézmény:	Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola

Elméleti háttér:

A startup olyan fiatal, innovatív, jellemzően mikro- vagy kisvállalkozás, amely nagy növekedési potenciállal rendelkezik, modellje a globális piacon is értelmezhető és jellemzően külső befektetésre szorul, mivel bizonytalan körülmények között jön létre. Magyarországon 2007 óta vannak jelen.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Jelen kutatás a koronavírusjárvány (női) startupokra gyakorolt hatását vizsgálja. Arra keresi a választ, hogy milyen hatással volt a koronavírusjárvány a magyar (női) startup vállalkozásokra? Célja feltárni a járvány következtében bekövetkezett változásokat az innovatív startup vállalkozások esetében, továbbá irányt mutatni a pandémia utáni időszakban a gazdaság újraindítása során, mely támogatásokra van szüksége az innovatív startup vállalkozásoknak, hogy pozitív eredményeikkel ismét hozzájárulnak a térség gazdaságához.

Módszertan:

A tanulmány összegzi az empirikus kutatásokkal alátámasztott nemzetközi szakirodalomban fellelhető, a koronavírusjárvány startupokra gyakorolt hatásait. A kutatás első részében szakértői mélyinterjúk készültek (2021. május), majd pedig az interjúk alapján egy a startup vállalkozások körében elvégzett kérdőíves felmérés készült 2021. június-október között.

Eredmények, következtetések:

A koronavírusjárvány nem hatott egységesen negatívan minden startup vállalkozásra. A járvány okozta gazdasági válság nyertesei az IT-szektorban, az egészségügyben (medtech és healthtech), az e-kereskedelem és a digitális oktatásban, ugyanakkor a nagy vesztesek pedig a turizmus és a vendéglátásban tevékeny startupok. A megkérdezettek pozitív hatásnak értékelték, hogy a járvány egyfajta megtisztulást hozott az induló startupok között. Az életképes startupok túléltek és a kockázati tőkebefektetők pedig mindvégig támogatták őket. A kutatás eredménye hasonlóan a világ trendjével, miszerint a nőket jobban érinti a járvány, egyrészt a „láthatatlan munka” révén, másrészt pedig a nők nagyobb valószínűséggel indítanak vállalkozásokat a járvány által jobban súlytott iparágakban.

Hivatkozásjegyzék
Csákné Filep, J. Radácsi, L. & Timár, G. (2020) A magyar startup-vállalkozások túlélését és növekedését befolyásoló tényezők – szakértői interjúk tapasztalatai. <i>Vezetéstudomány</i> , 51 (1), pp. 16-31. DOI https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.01.02
Kézai, P. K., & Konczosné Szombathelyi, M. (2020). Nők a startup-vállalkozások világában Magyarországon. <i>Vezetéstudomány / Budapest Management Review</i> , 51(10), 51-62. https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.10.05
MKIK GVI(2020). A koronavírus-járvány gazdasági hatásai a magyarországi vállalkozások körében – érintettség és válságkezelő intézkedések. https://gvi.hu/kutatas/628/a-koronavirus-jarvany-gazdasagi-hatasai-a-magyarorszag-i-vallalkozasok-koreben-2020-oktoberig-kapacitaskihasznaltsag-valsagkezelo-eszkozok-bervaltozasok-es-ertekesitesi-arak
Szepesi, B. & Pogácsás, P. (2021). A koronavírusjárvány hatása a magyar vállalkozásra. https://ifka.hu/medias/970/akoronavirus-jarvanyhatasaamagyarvallalkozasokra.pdf

TERMELÉKENYSÉG, EXPORT ÉS TERMÉKINNOVÁCIÓ A MAGYAR FELDOLGOZÓIPARBAN

Szerző:	Kiss János
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Elméleti háttér:

Számos kutatás hívta fel a figyelmet arra, hogy a vállalatok hatékonyságjavulásának, termelékenységnövekedésének egyik kulcsa az innováció. A kapcsolat fordítva is igaz, a termelékenyebb és exportáló vállalatok nagyobb valószínűséggel vezetnek be új termékeket, mivel gazdasági erejük erre jobb lehetőségeket biztosít, és így tudják megőrizni előnyüket. Kutatásunk ez utóbbi összefüggést vizsgálja. Például Damijan et al (2010) megállapítja a Közösségi Innovációs Felmérés (KIF) szlovén mintája alapján, hogy a múltbéli innovációnak nincs hatása a későbbi innovációra, ugyanakkor a korábban exportálók nagyobb valószínűséggel innoválnak. Ugyancsak feldolgozóipari mintán, spanyol adatok alapján, ugyanerre az eredményre jutott Solomon és Shaver (2005). Az innováció és a termelékenység közötti szoros korrelációt is sok tanulmány támasztja alá, különösen a KIF adatbázis elérhetősége óta (pl. Halpern és Muraközy, 2010; Ramadani et al., 2019).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatási kérdésünk arra vonatkozik, hogy a termelékenység és az export milyen hatással van a vállalatok innovációs teljesítményére. Emellett vizsgáljuk a vállalatméret, a kor, a külföldi tulajdon, az iparági technológiai színvonalnak és a földrajzi régióinak hatását is.

Módszertan:

Elemzésünk a Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképességi Kutató Központjának legújabb felmérésén alapul. A 209 vállalatot tartalmazó teljes mintából mi a feldolgozóipari vállalatok részmintájával dolgozunk. A113 vállalat a magyarországi közép-és nagyméretű feldolgozóipari vállalatok 5%-át teszi ki, ezen belül a nagyvállalatok 35%-át, a közepesek 5%-át. E vállalati kör 2018-as értékesítési árbevételének kb. negyedét mintánk vállalatai adták.

Regressziós elemzésekkel próbáljuk meg feltárni a termelékenység és az export hatását termékinnovációra. Az innovációs teljesítményt az új termékek bevezetésével és az egy főre eső új termékből származó árbevétellel mérjük. Az előbbi binomiális változó, ezért logisztikus; az utóbbi cenzorált változó, ezért Tobit regressziót alkalmazunk. Az innovációs teljesítmény és a termelékenység és export között fennálló szimultaneitás kezelésére ez utóbbiak késleltetett értékeit használjuk.

Eredmények, következtetések:

Eredményeink szerint a korábbi exportnak pozitív hatása van az új termékek bevezetésére és gazdasági sikerére, ugyanakkor a termelékenyebb vállalatok nem bizonyultak innovatívabbnak. A piacon újnak számító termékek bevezetésének valószínűsége nő a vállalatmérettel, és a budapesti vállalatok a vidéikeikhez képest nagyobb valószínűséggel vezetnek be ilyen termékeket. Még éppen nem szignifikáns eredmény, de erős tendencia látszik arra nézve, hogy a külföldi cégek kevésbé innovatívak.

Hivatkozásjegyzék
Damijan, J. P., Kostevc, Č., & Polanec, S. (2010). From innovation to exporting or vice versa?. <i>World Economy</i> , 33(3), 374-398.
Halpern, László & Muraközy Balázs (2010). Innováció és vállalati teljesítmény Magyarországon. <i>Közgazdasági Szemle/Economic Review</i> , (57) 293-317.
Salomon, R. M., & Shaver, J. M. (2005). Learning by exporting: new insights from examining firm innovation. <i>Journal of Economics & Management Strategy</i> , 14(2), 431-460.
Ramadani, V., Hisrich, R. D., Abazi-Alili, H., Dana, L. P., Panthi, L., & Abazi-Bexheti, L. (2019). Product innovation and firm performance in transition economies: A multi-stage estimation approach. <i>Technological Forecasting and Social Change</i> , 140, 271-280.

OTP BANK – A NEMZETKÖZIESEDÉS MAGYAR BAJNOKA?

Szerző:	Klauda Zalán
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Elméleti háttér:

A közép- és kelet-európai országok közvetlen külföldi működőtőke-befektetésével foglalkozó empirikus kutatásokat elemezve az alkalmazott elméletek két fő klaszterre tagolódnak. A leggyakoribb elméleti megközelítések a Dunning-féle eklektikus paradigma (OLI) és a hozzá kötődő investment development path (IDP) modellek (Dunning, 1980; 1980; Dunning és Lundan, 2008), valamint a behaviorista Uppsala-model és a kapcsolódó hálózatalapú megközelítés (network-based approach) (Johanson és Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson és Vahlne, 1977; 1990).

A kétfajta elméleti rendszer eltérő kérdésekre keresi a választ. A Dunning-féle modellek azt vizsgálják, hogy az egyes nemzetgazdaságokhoz kötődő vállalatok miért képesek az adott piacokon a helyi vállalkozásoknál jobb eredményt elérni, ezek a külföldi piacok milyen lokációs előnyökkel rendelkeznek, továbbá, hogy a cégek miért internalizálják a nemzeti határukon kívüli hozzáadott-érték teremtő tevékenységeket. Az Uppsala-modell keretében Johanson és Vahlne viszont az egyes vállalatok nemzetköziesedésének, a multinacionális vállalatok kialakulásának folyamatát vizsgálja. Mivel a jelen kutatás a „miért?” és a „hogyan?” kérdésre is választ kíván adni, ezért mindkét fogalmi keret aspektusából megvizsgálja az OTP Bank nemzetköziesedését.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

- K1: Melyek az OTP Bank nemzetköziesedésének fő motivációi és milyen lehetőségekkel, kihívásokkal és dilemmákkal szembesült a vállalat a külföldi befektetései során?
- K2: Melyek az OTP Bank külföldi piaci terjeszkedésének fő jellegzetességei?

Módszertan:

A kutatás módszertanilag két szakaszra tagolódik. Az első szakaszban az egyes nemzetgazdaságok adatai kerültek összehasonlításra az UNCTAD, OECD, WIIW stb. adatbázisok felhasználásával. Ezt az OTP Bank vállalati adatainak elemzése követte vállalati jelentések, szakmai folyóiratcikkek és online hozzáférhető interjúk segítségével. A második szakaszban a korábban fellelt adatokat az OTP Bank egykori és jelenlegi vezetőivel és operatív szintű tisztségviselőivel készült félig strukturált mély-interjúja egészítette ki. Az interjúk során feloldásra kerültek a kutatás korábbi szakaszában talált ellentmondások, valamint feltárultak a döntési folyamatok hátterében meghúzódó, korábban nem publikus magyarázatok.

Eredmények, következtetések:

Az OTP Bank nemzetköziesedésének szinte kizárólagos motivációja a piacszerzés volt. Az OLI-modell klasszikus értelmezése alapján mind a tulajdonosi, mind az internalizációs előnyök háttérbe szorultak az egyes országok lokációs előnyeihez képest. Az Uppsala-féle szakaszos piacrálépés az egyes országok szintjén nem értelmezhető, viszont a regionális terjeszkedés folyamatát tekintve a földrajzi-kulturális közelség jelentős magyarázó erővel bír.

A kutatás a magyar kis-és középvállalatok (kkv-k) szempontjából is jelentős tanulságokkal szolgál. Egyrészt bemutatja, hogy mennyiben tekinthető példaértékűnek egy, az OTP-hez hasonló nagyvállalat nemzetköziesedése a magyar kkv-k számára, valamint, hogy melyek azok a kompetenciák és sajátos vonások, amelyek hiánya megnehezíti a kisebb méretű vállalkozások külföldi működőtőke-befektetésének megvalósítását. Ezen felül egy másfajta megközelítésben azt is vizsgálja, hogy az OTP, mint a magyar kkv szektor jelentős pénzügyi partnere, külföldi leánybankjain keresztül hogyan és milyen mértékben segíti elő a hazai vállalatok külföldi szerepvállalását.

Hivatkozásjegyzék
Dunning, J.H. (1980). Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. <i>Journal of International Business Studies</i> , Vol. 11(1): 9-31
Dunning, J.H. (1981) 'Explaining the International Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach'. <i>Review of World Economics</i> , Vol. 177, No. 1, pp. 30–64
Dunning, J.H., and S. Lundan. 2008a. Institutions and the OLI paradigm of the multinational enterprise. <i>Asia Pacific Journal of Management</i> 25: 573-593.
Johanson, J. and Wiedersheim-Paul, F. (1975) The Internationalization of the Firm—Four Swedish Cases. <i>The Journal of Management Studies</i> , 12, 305-323.
Johanson, J. and Vahlne, J.E. (1977) The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. <i>Journal of International Business</i> , 8, 23-32.
Johanson, J., & Vahlne, J.-E. 1990. The mechanism of internationalization. <i>International Marketing Review</i> , 7(4): 11–24.

A DIGITÁLISNAK SZÜLETETT VÁLLALATOK NEMZETKÖZI LEHETŐSÉGEI ÉS KIHÍVÁSAI A NEMZETKÖZIESEDÉS ELMÉLETEI TÜKRÉBEN

Szerző:	Kozma Miklós Dankó Mátyás
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem

Elméleti háttér:

A klasszikus nemzetköziesedési elméletek adják a kutatás kérdésfeltevésének és adatgyűjtésének alapját, különös tekintettel a fokozatos nemzetköziedés (Uppsala-modell változatai) és a globálisnak született (gyorsan nemzetköziesedő vállalatok) megközelítések. A közelmúlt új kutatási irányzata a digitálisnak született (born digital) vállalatok nemzetközi működésének vizsgálatával kapcsolatosan olyan sajátosságokat vetett fel, amelyek nem feltétlenül vannak összhangban a klasszikus elméletekkel.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A digitálisnak született cégek egy magyar mintáján megvizsgáljuk, megfelelő keretet adnak-e a klasszikus nemzetköziesedési elméletek e cégek nemzetközi működésének, fejlődési kihívásainak és lehetőségeinek, vagy ezek sajátos újragondolása lehet szükséges. A vizsgált cégek nemzetközi működése milyen olyan sajátosságokat mutat, amelyek nincsenek vagy nem feltétlenül vannak összhangban a klasszikus nemzetköziesedési elméletekkel? Mennyiben vezethetőek vissza ez így azonosított eltérő mintázatok a digitálisnak született vállalatok

Módszertan:

Tíz céges magyar mintát célzunk meg, az orvostechológiai szektorból válogatva a digitálisnak született cégeket, és cégenként 1-3 vezetői, illetve érintetti interjút tervezünk készíteni. Az interjúk kérdései a klasszikus nemzetközi elméletek mentén vizsgálják a cégek nemzetközi működését, külön kitérve a digitálisnak született cégek ismert sajátosságaira. Az interjúk leiratát tartalomelemzésnek vetjük alá, NVivo szoftver használatával. A kapott eredményeket összevetjük a klasszikus elméletek empirikus eredményeivel, és azonosítjuk az esetlegesen eltérő mintázatokat.

Eredmények, következtetések:

Várakozásaink szerint a digitálisnak született cégek esetében nincs feltétlenül szükség a nemzetköziesedés klasszikus elméletek szerint bemutatott kihívásaival való szembenézésre, ellenben a cégek nemzetközi piacon elért sikere más nehézségeket rejt. Nem feltétlenül az idegenség terhe vagy a kívülállóság terhe, és nem is feltétlenül a nagy globális piacokra való belépés kihívásai határozzák meg nemzetközi sikerüket, hanem eltérő, még azonosítandó tényezők.

Hivatkozásjegyzék
Baier-Fuentes, H., Hormiga, E., Miravittles, P., & Blanco-Mesa, F. (2019). International entrepreneurship: a critical review of the research field. <i>European Journal of International Management</i> , 13(3), 381-412.
Monaghan, S., Tippmann, E., & Coviello, N. (2020). Born digitals: Thoughts on their internationalization and a research agenda. <i>Journal of International Business Studies</i> , 51(1), 11-22.
Romanello, R., & Chiarvesio, M. (2019). Early internationalizing firms: 2004–2018. <i>Journal of International Entrepreneurship</i> , 17(2), 172-219.

A MAGYAR CSALÁDI TULAJDONÚ KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐI: EMPIRIKUS ELEMZÉS A KKV VERSENYKÉPESSÉGI KUTATÁS ALAPJÁN

Szerző:	Kövi-Varga Anna Róza Rideg András Sipos Norbert Lukovszki Livia
Intézmény:	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Elméleti háttér:

A családi vállalkozásokra fordított figyelem tendenciájában egyre növekszik mind a kormányzati-gazdasági, mind pedig a kutatói oldalról. Az elmúlt években kiemelt figyelmet kaptak a családi vállalkozások utódlási kérdései, sajátos pénzügyei, illetve, hogy mitől igazán sikeresek ezek a szervezetek. Számos kutató megkísérelte már különböző pénzügyi mutatók segítségével a családi és nem családi vállalkozások teljesítményének összehasonlítását. Nem lehet egyértelműen állítani, hogy a családi vezetés pozitív hatással lenne a vállalati teljesítményre. Viszont Posa 2014-es tanulmányában egyértelműen bizonyítja, hogy a családi vállalkozások mérhetően jobban teljesítenek, mint más nem családi vállalkozások. Ezek a kutatások többnyire tőzsdén jegyzett cégeket vizsgáltak. Jelen tanulmány pedig a tőzsdén nem-jegyzett családi kis-és középvállalkozások (KKV) sajátosságaira fókuszál, egy nem-reprezentatív magyar minta elemzésével.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A családi és nem családi vállalkozások között tetten érhető alapvető különbségeket igyekeztünk feltárni, a PTE-KTK kis- és középvállalatai versenyképességi kutatócsoport által lefolytatott KKV versenyképességi kutatás eredményeinek feldolgozásával. Kutatásunk során olyan a kérdésekre kerestük a választ, hogy: egy családi vállalkozás milyen adminisztratív rutinokat követ, más fajta adminisztratív rutinokat követ-e, mint egy nem családi vállalkozás; használnak-e professzionális teljesítményértékelési rendszert; innovációs aktivitás szempontjából különbözik-e a két csoport; pénzügyi teljesítményük szempontjából tudunk-e mérhető különbséget tenni családi és nemcsaládi vállalkozás között; mi jellemzi a családi vállalkozásokat működési terület szempontjából

Módszertan:

A koncepcionális modell vizsgálatának empirikus elemzése a PTE-KTK kis- és középvállalatai versenyképességi kutatócsoport kutatási eredményeire épül. A kutatáshoz 738, tőzsdén nem jegyzett magyar kkv adatait elemeztük. Leíró statisztikát és bináris logisztikus regressziót alkalmaztunk az adathalmaz sajátosságainak bemutatására. A logisztikus regresszió a KKV-k jellemzőit 12 független változóval és három, az erőforrásokat és képességeket leíró kontrolltényezővel becsülte meg.

Eredmények, következtetések:

Az eredmények azt mutatják, hogy a családi tulajdonban lévő vállalkozások jelentősen erősebb hosszú távú pénzügyi orientációval, alacsonyabb szintű innovációs tevékenységgel és informatívabb adminisztratív eljárásokkal rendelkeznek, mint a nem családi tulajdonban lévő vállalkozások. a tanulmány átfogó megközelítést alkalmaz a tőzsdén nem jegyzett családi tulajdonban lévő kkv-k jellemzőinek azonosítására, ami jobb megértést nyújt arról, hogy a különböző befolyásoló változók hogyan hatnak rájuk, mint azok a kutatások, amelyek a vonatkozó, többnyire külön-külön figyelembe vett elemekre összpontosítanak. A tanulmány bővíti a meglévő, empirikus, KKV-kra és családi vállalkozásokra összpontosító szakirodalom körét. Ez az első olyan tanulmány, amely a KKV versenyképességi kutatás módszertan alkalmasságát vizsgálja (Lafuente et al., 2019; Lafuente et al., 2020) a családi vállalkozások sajátosságainak vizsgálatára.

Hivatkozásjegyzék
Lafuente, E., Leiva, J. C., Moreno-Gómez, J., & Szerb, L. (2019). A non-parametric analysis of competitiveness efficiency: The relevance of firm size and the configuration of competitive pillars. <i>BRQ Business Research Quarterly</i> . https://doi.org/10.1016/j.brq.2019.02.002
Lafuente, E., Szerb, L., & Rideg, A. (2020). A system dynamics approach for assessing SMEs' competitiveness. <i>Journal of Small Business and Enterprise Development</i> , 27(4), 555-578. https://doi.org/10.1108/jsbed-06-2019-0204
Poza, E. J. (2013). <i>Family business</i> . Cengage Learning.

A VERSENYKÉPESSÉG EGYÉNI ÉS INTÉZMÉNYI TÉNYEZŐINEK SZEREPE AZ EURÓPAI UNIÓ RÉGIÓIBAN

Szerző:	Krabatné Fehér Zsófia Szerb László
Intézmény:	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Elméleti háttér:

Ameddig a versenyképesség két emblemikus alakja, Krugman és Porter is úgy vélik, hogy a területi versenyképesség alapja a vállalati (egyéni) szintű versenyképesség, a meglévő empirikus kutatások jórészt az intézményi kontextusra összpontosítanak. Az egyéni és az intézményi versenyképesség elméletei pedig külön utakon járnak és nem kapcsolódnak egymáshoz. Ez a tanulmány az intézményi versenyképességi felfogás és a Barney-féle erőforráselmélet kombinált felfogásán alapulva mutatja be a Komplex Regionális Versenyképességi Indexet és annak alkalmazási lehetőségét a regionális növekedésre.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Az intézményi és az egyéni megközelítések ellentmondására reflektálva létrehoztunk egy új koncepcionális modellt, amelyet IKEM-nek (Input-Kompetencia-Eredmény-Modell) neveztünk el. A modell rávilágít a két megközelítés közötti legfőbb kapcsolódási pontokra.

Az empirikus kutatás részeként, létrehoztunk egy új versenyképességi indexet. Az új index neve Komplex Regionális Versenyképességi Index (továbbiakban KRVI), amely az Európai Unió 151 régiójának versenyképességét méri. Az új index célja a gazdasági növekedés és fejlődés relatív különbségeinek magyarázata, olyan módon, hogy az egységes módszertan és benchmarking által összehasonlíthatóvá teszi a vállalati és régiók versenyképességét mind egyéni, mind környezeti (intézményi) szinten.

Az új index négy alindexet, tíz pillért és 20 változót tartalmaz, amelyek mindegyike a regionális versenyképesség különböző aspektusait képviseli. A versenyintenzitás alindex kétféle versenynyomást tükröz, az egyik a meglévő vállalkozásokból, a másik az új belépőktől származik. A piacok alindex a cégek általánosan értelmezett növekedési és nemzetközi törekvéseit tükrözi. Intézményi oldalról a finanszírozási és makrokörnyezetet, egyéni oldalról pedig a helyi piacokon működő magas növekedésű vállalatok arányát (gazellák), valamint a nemzetköziesedés szintjét vettük figyelembe. A humán tőke alindex kialakítása arra a felfogásra épült, amely a regionális növekedés, fejlődés alapjának elsősorban a humántőkét tekinti. Intézményi (környezeti) szempontból az oktatási kapacitás és a digitális technológiák alkalmazási szintjét vettük alapul. Az egyéni tényezők közül pedig a vállalkozók képzettségi szintje és az egyéni készségek, képességek biztosítják az alindex alapját. Végül az innováció alindex tükrözi a vállalatok megújulási képességét. Méri az új technológia, az új termék megteremtésének képességét és azt, hogy a vállalatok mennyire képesek átadni illetve átvenni a már meglévő technológiákat.

Módszertan:

Törekedtünk a modellünk megfelelő irodalmi alátámasztására, ezért a szakirodalmi áttekintést SRL módszerrel végeztük el. Ez a módszer olyan új megközelítést vezet be az irodalomkutatás területére, mely segítségével elfogulatlan, mélyreható és releváns áttekintést tudunk nyújtani a regionális versenyképesség vállalati és intézményi megközelítéseiről.

Az empirikus kutatásnál OLS regressziós modelleket használtunk. Két modell háromféle variációját hoztuk létre annak érdekében, hogy megbecsüljük:

- az egyéni és intézményi változók;
- a Komplex Regionális Versenyképességi Index;
- és az intézményi változók nem lineáris hatását a regionális növekedésre.

Eredmények, következtetések:

Mindkét modellünkben az intézményi tényezők dominálnak az egyéni tényezők felett. A KRVI új indexünk esetében az összehatást megfelelőnek találtuk. Viszont azt tapasztaltuk, hogy az egyéni tényezők hatását nehezebb tetten érni. Felvetődik tehát, hogy az egyéni tényezők esetében a jövőben érdemes lehet nemlineáris vizsgálatokat elvégezni.

A VÁLLALATOK ÉS A GAZDASÁGI KÖRNYEZET DIGITALIZÁCIÓS KAUZALITÁSA

Szerző:	Kutasi Gábor Várpalotai Viktor
Intézmény:	Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Elméleti háttér:

A kutatás elméleti háttere egyrészt épül az Ipar 4.0, mint technológiai fejlődés témakörére, másrészt az innovációs menedzsment, harmadrészt a vállalati viselkedés elemzése (firm behaviour) adja az elemzés elméleti keretét.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A vállalatok hozzáférése az e-eszközökhöz és e-csatornákhoz folyamatosan bővül. Az előadás azt fogja vizsgálni, hogy a vállalatok digitalizációja szerepet játszik-e a makrogazdasági mutatókban. Más szóval, a vállalatok digitális eszközökhöz és csatornákhoz való hozzáférése meghatározza-e a foglalkoztatási arányát, a termelékenységet (TFP), a rendelkezésre álló jövedelmet, az egy főre jutó GDP -t vagy a GDP növekedési arányát, és még az olyan intézményi mutatókat is, mint a politikai stabilitás.

Módszertan:

Az alkalmazott módszer a Granger-kauzalitás elemzés, a regionális hatókör az EU. Az ok-okozati összefüggést a vállalatok digitalizációja és makrogazdasági magatartása vagy intézményi mutatói között teszteli az elemzés. Panel Granger kauzalitás vizsgálat EViews12 szoftver segítségével.

A változók listája:

Digitális változók (Eurostat):

- E-commerce sales (isoc_ec_eseln2)
- Value of e-commerce sales (isoc_ec_evaln2)
- Obstacles for web sales (isoc_ec_wsobs_n2)
- E-commerce purchases (isoc_ec_ebuyn2)
- Internet access (isoc_ci_in_en2)
- Use of computers and the internet by employees (isoc_ci_cm_pn2)
- Use of mobile connections to the internet (isoc_cimobe_use)
- Websites and functionalities (isoc_ciweb)
- Social media use by type, internet advertising (isoc_cismt)
- Integration of internal processes (isoc_eb_iip)
- Cloud computing services (isoc_cicce_use)

Gazdasági teljesítmény-változók (Eurostat):

- PARTICIP_RATE_20_64: Active population ratio, percentage, age 20-64;
- EMP_RATE_20-64: Employment ratio, ratio, percentage, age 20-64;
- UNEMP/POP_15-74: Unemployment per population, percentage, age 15-74;
- UNEMP/POP_20-64: Unemployment per population, percentage, age 20-64;
- UNEMP_RATE__15-74: Unemployment ratio, percentage, age 15-74;
- UNEMP_RATE_20-64: Unemployment ratio, percentage, age 20-64;
- TOTAL_EMP: Employment by age and economic activity (from 2008 onwards), Total – all NACE activities, age 15-64, thousands;
- IT_EMP: Employment by age and economic activity (from 2008 onwards), Information and communication, age 15-64, thousands;
- IT_EMP_RATE: Employment ratio by age and economic activity (from 2008 onwards), Information and communication, age 15-64, percentage.
- GDP_NC: Gross domestic product, chain linked volumes, millions of national currency;
- GDP_NC_B2015: Gross domestic product, chain linked volume index base year 2015;
- GDP_YOY: Gross domestic product, change, percentage, year-on-year;
- GDPPC_CUR_PRICE_EUR: Gross domestic product per capita, current prices, euro per capita;
- GDPPC_CUR_PRICE_PPS: Gross domestic product per capita, current prices, purchasing power standards per capita.
- Gross fixed capital formation [P51G]
- PROD/HOUR: Labour productivity per person employed and hour worked (EU27_2020=100), nominal labour productivity per hour worked;
- TFP: Total factor productivity (Solow residual);
- TFP_G: Growth of total factor productivity (Solow residual);
- TFPKF: Total factor productivity derived from production function;
- TFPKF_G: Growth of total factor productivity derived from production function;

- PATENT: Patent applications to the European patent office by priority year, per million inhabitants;
- PATENT_TECH: High-tech patent applications to the European patent office by priority year, per million inhabitants.

Kormányzási intézményi változók (Világbank, World Governance Indicators):

- Control of corruption
- Government effectiveness
- Political Stability and Absence of Violence/Terrorism
- Regulatory quality
- Rule of law
- Voice and accountability

Eredmények, következtetések:

A kutatás választ ad arra, hogy mely vállalati digitalizációs tényezőktől függ a gazdasági és intézményi környezet alakulása, illetve utóbbiak hogyan hatnak a vállalati digitalizációra. A várható következtetés az, hogy a vállalati digitalizáció hatással volt a környezetét alkotó konkrét gazdasági, és intézményi folyamatokra vagy tényezőkre.

Hivatkozásjegyzék

Afonasova, M. A. – Panfilova, E. E. – Galichkina, M. A. – Ślusarczyk, B. (2019): Digitalization in Economy and Innovation: The Effect on Social and Economic Processes. Polish Journal of Management Studies, 19 (2): 22-32. DOI: <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.2.02>

Bertania, F. – Pontab, L. – Rabertoa, M. – Teglioc, A. – Cincotti, S. (2021): The complexity of the intangible digital economy: an agent-based model Journal of Business Research, 129(C): 527-540

Dumitrescu, E. I., - Hurlin, C. (2012): Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. Economic Modelling, Volume 29, Issue 4, p. 1450-1460, ISSN 0264-9993, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.02.014>.

Fidrmuc, J. – Siddiqui, M (2015): Institutions and Creative Destruction in CEECs: Determinants of Inefficient Use of Assets. Working Papers, 353, Leibniz Institut für Ost- und Südosteuropaforschung

Freeman, J. R., (1983): Granger Causality and the Times Series Analysis of Political Relationships. American Journal of Political Science, Vol. 27, No. 2, pp. 327-358. <https://doi.org/10.2307/2111021>

Granger, C. W. J., (1969): Investigating casual relationships by econometric models and cross-spectral method. Econometrica, Vol. 37, No. 3, pp. 424-438, DOI: <https://doi.org/10.2307/1912791>

Halmai, P. – Vásáry, V. (2010): Growth crisis in the EU – challenges and prospects. Intereconomics 45(5): 329–336 DOI: <https://doi.org/10.1007/s10272-010-0353-4>

Hüther, M. (2016): Digitalisation: An Engine for Structural Change – A Challenge for Economic Policy. IW Policy Paper, No. 15/2016 (Köln: Institute der deutschen Wirtschaft) <https://www.econstor.eu/handle/10419/148408>

Kovács, O. (2018) The dark corners of industry 4.0 – Grounding economic governance 2.0. Technology in Society, 55(1): 140-145. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.07.009>

Lopez L. – Weber S. (2017): Testing for Granger causality in panel data. The Stata Journal, 17(4): 972–984.

Müller, J. M. – Veile, J. W. – Voigt K-I. (2020): Prerequisites and incentives for digital information sharing in Industry 4.0 – An international comparison across data types. Computers & Industrial Engineering, 148. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2020.106733>

Shamim, S. – Cang, S. – Yu, H. – Li, Y. (2016): Management approaches for Industry 4.0. A human resource management perspective. IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC). <https://doi.org/10.1109/cec.2016.7748365>.

A VÁLLALKOZÓI KOMPETENCIÁKAT FEJLESZTŐ PROGRAMOK VIZSGÁLATA

Szerző:	Parrag Petra
Intézmény:	IFKA Közhasznú Nonprofit Kft.

Elméleti háttér:

A kutatás a Magyarországon működő vállalkozói kompetenciákat fejlesztő programokat hivatott feltérképezni és vizsgálni úgy, hogy említésre és nagyobb vonalú összehasonlításra kerülnek más, hasonló profilú, Európában, Ázsiában és az Egyesült Államokban futó programok is. A szakirodalom körüljárja a vállalkozói kompetenciákat és azok értelmezésének módját, mind külföldi, mind hazai szemléletben, valamint azt, hogy hogyan figyelhetők meg, miért fontos oktatásuk és folyamatos fejlesztésük nem csak a vállalkozói kedv elültetése, hanem az egyéni életút szempontjából is. Továbbá bemutatásra kerül, hogy miért hasznos és kritikus fontosságú az egyes készségek fejlesztésének megkezdése már fiatal korban.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Bár a vizsgált programok megegyeznek abban, hogy oktatás és egyéb foglalkozások keretein belül vezetik be a fiatalokat a vállalkozói világba, profilukban és szerkezetükben jelentős mértékben eltérhetnek egymástól. Így a kutatás célja feltárni, hogy alapvető tulajdonságaitak illetően mi jellemző az országban és külföldön futó, általános és középiskolás korú diákokat oktató programokra, hangsúlyt fektetve számukra, célcsoportjukra, céljaikra és arra, hogy e célokat milyen módszerekkel és fókuszszal kívánják elérni. Ugyancsak központi kérdés, hogy melyek azok a vállalkozói kompetenciák, amelyeket alapjában véve kulcsfontosságúnak tartanak, s melyek fejlesztését vélik nélkülözhetetlenek a saját foglalkozásaikon belül. A programok attribútumainak feltérképezésén kívül pedig érdekes kérdés, hogy az egyes társadalmi szereplők –a kutatás esetében a képzéseket tartó pedagógusok, általános iskolai tanárok, igazgatók, szülők- hogyan látják és határozzák meg a vállalkozói kompetenciák körét, s hogyan vélekednek az ezeket hangolni kívánó programokról.

Módszertan:

Az átfogó szakirodalmi összefoglalón kívül, a szereplőkkel készült félig strukturált mélyinterjú a módszertan alapja, mivel a programok sajátosságai és irányelvei kerülnek feltárára. Tehát az előző pontban említett kérdéseket kvalitatív módszertannal szándékozik megválaszolni a kutatás. A kutatás célkeresztjében lévő szereplők első sorban a programok által nyújtott foglalkozásokat és képzéseket lebonyolító pedagógusok; általános és középiskolák igazgatói, akik intézményében a program megtalálható; valamint a képzéseken résztvevő diákok szülei. Utóbbi esetben, a szülő foglalkozása meghatározó szempont, emiatt két csoport különít el a kutatás közöttük: a vállalkozói múlttal és/vagy jelennel, és a kizárólag alkalmazotti jogvisztonnyal rendelkező szülők csoportját. Mindemellettt oktatási szakértőkkel is készül mélyinterjú a témában. Annak okán, hogy minden szereplő más-más rálátással bír a vállalkozói kompetenciák fejlesztésére, a velük készült interjúk eltérő módon járják körbe a témát.

Eredmények, következtetések:

A kutatás kulcsponiti hipotézise, hogy a hazai programok eltérnek az alapvető célkitűzéseiket, célcsoportjaikat és alkalmazott módszertanukat illetően, társadalmi és földrajzi dimenziók mentén, ami megmutatkozik abban is, hogy a programok mely vállalkozói kompetenciákra fektetik a hangsúlyt a képzéseik során. Ugyancsak feltételezi a kutatás, hogy az egyes vizsgált társadalmi csoportok másképpen értelmezik és értékelik a vállalkozói kompetenciákat a programokhoz kapcsolódó szerepüktől, társadalmi tulajdonságaiktól és pozíciójuktól függően, mely kihatással van a programok kontextusában elképzelt vállalkozóról alkotott képükre is.

A MAGYAR KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK KÜLSŐ FINANSZÍROZÁSÁNAK NEHÉZSÉGEI

Szerző:	Pogácsás Péter
Intézmény:	MCC Közgazdasági Iskola, Vállalkozáskutatási Műhely

Elméleti háttér:

A magyar kkv-k különböző forrásokból származó külső finanszírozása 2016 óta látványosan bővült. A bővülést a Covid járvány csak lassítani tudta, de visszavetni nem. A növekedés ellenére a mikro-, kis- és középvállalkozói szektorba tartozó vállalkozások hitelállományának a GDP-hez viszonyított mértéke (pénzügyi közvetítés aránya), más V4 országokhoz hasonlóan, még jelentősen elmarad az eurozóna országaiban tapasztalt mértéktől. A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások fejlesztéseinek akadálymentesítése a magyar gazdaság hatékonyságnövelésének egyik kulcskérdése. Feltételezésünk szerint a kkv-k külső finanszírozáshoz jutását jelenleg is számos nehézség terheli. Ennek feltárása a 2021 szeptemberben elindított kutatásunk tárgya. A kutatással szeretnénk megvalósítani a következőket:

- Újszerű, ugyanakkor releváns információk összegyűjtése a magyar kis- és középvállalkozások fejlesztési hitelfelveteleinek fontosabb elemeiről. Cél, hogy a banki termékfejlesztőkhöz, a vállalkozásokhoz, vállalkozásokkal foglalkozó szakemberekhez fontos, hiteles, jól kezelhető állítások jussanak el.
- Annak feltárása, hogy a kkv-k finanszírozása szempontjából melyek a legfontosabb dimenziók, amelyek alapján a banki hitelügyletek (vagy egy projektre irányuló hitelek csoportjai) megkülönböztethetők.
- Annak feltárása, hogy néhány tipikus növekedési cél finanszírozásában, a bankokkal vagy más finanszírozó szervezetekkel való együttműködés során, milyen tényezők tágíthatják érdemben a vállalkozások stratégiai mozgásterét.
- Megismerni, hogy a finanszírozói követelményekhez való igazodás milyen mély alkalmazkodást kíván meg a különböző típusú vállalkozásoktól.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

- Jelenleg hogyan alakul a hazai kkv-k külső finanszírozása? A vállalkozások milyen finanszírozási formák közül választhatnak, és a választás milyen szempontok alapján történik?
- A hitelügylet kapcsán milyen kockázatok merülnek fel, és milyen eszközökkel mérséklük, fedezik ezeket a finanszírozók, illetve a vállalkozások?
- Egyes nehezen finanszírozható fejlesztési célokhoz (piacbővítő beruházások, immateriális eszközök fejlesztése, generáciováltás) hogyan lehetséges külső finanszírozást szerezni?
- Milyen feltételrendszer lenne vállalkozói szempontból ideális a finanszírozási szerződésekben?
- A bankhitelen kívül milyen egyéb forrásokat kell bevonni a fejlesztés finanszírozásához? Milyen megfontolások alapján alakult ki végül a finanszírozás szerkezete?

Módszertan:

A kutatás az általános helyzetkép megismerése mellett, alapvetően a finanszírozást igénybe vevőkkel és a finanszírozókkal folytatott mélyinterjúkra épül. Fő módszertani elemei:

- Szakirodalom szisztematikus feldolgozása
- A releváns gazdaságstatisztikai adatok elemzése
- Vállalkozói mélyinterjúk
- Finanszírozói mélyinterjúk
- Finanszírozói kérdőíves felmérés

Eredmények, következtetések:

A kutatás szeptemberben indul, a következtetések megfogalmazására még nem volt mód. Előzetesen megfogalmazott hipotéziseink a következők:

- Historikus összehasonlításban a kkv-k banki hitelezése jelenleg kedvező. Ez elsősorban az NHP-nak köszönhető.
- A támogatott hitelprogramok most is jelentős szerepet játszanak a fejlesztések hitelezésében. Egy-egy állami támogatási cél kevésbé befolyásolja a piaci alapú finanszírozók finanszírozási döntéseit. Állami támogatáshoz kapcsolódva ugyanakkor sokan szívesen finanszíroznak.
- A jó ügyfeleket jelenleg a bankok keresik.
- A fejlesztéshez felvett hitel feltételei általában nem illeszkednek megfelelően a projekt ütemezéséhez, megtérüléséhez és kockázataihoz, mert azok a bankok standardizált szempontjait tartalmazzák.
- Beszállítói láncban szereplő vállalkozások finanszírozáshoz jutását és annak feltételeit az integrátor befolyásolhatja.

Hivatkozásjegyzék
A Magyar Nemzeti Bank hitelezési jelentései A Magyar Nemzeti Bank hitelezési statisztikái Az Európai Központi Bank keresletoldali felmérései

VÁLLALKOZÓI KUDARC LEHETSÉGES KÖVETKEZMÉNYEINEK RENDSZEREZÉSE

Szerző:	Repisky Máté
Intézmény:	Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar

Elméleti háttér:

A vállalkozói lét egyik alapvető eleme a bizonytalanság és a kockázat, így a kudarc lehetősége folyamatosan jelen van (Fang He - Krähenmann 2021; Jenkins et al., 2014; McGrath, 1999; Shepherd – Patzelt, 2017). A kutatók többsége egyetért abban, hogy a vállalkozói kudarc gyakran fájdalmas és traumatikus tapasztalat lehet a vállalkozók számára (Cope, 2011; Shepherd, 2003; Singh et al., 2015; Ucbasaran et al., 2013) és az érzelmi részen túlmenően számos negatív következménnyel is járhat (Cope, 2011; Ucbasaran et al., 2013). Azonban a kudarc lehetőséget ad egyedi tapasztalatok szerzésére is, így a megbirkózás egyfajta tanulási folyamat is lehet (Cope, 2011; Cotterill, 2012; McGrath, 1999; Shepherd – Patzelt, 2017; Sitkin, 1992; Ucbasaran et al., 2013), ahol a tanultakat a vállalkozók többnyire egy új vállalkozás alapításánál használják fel (Cope, 2011; Shepherd, 2003; Shepherd et al., 2009; Singh et al., 2015; Ucbasaran et al., 2013).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Jelen tanulmány egy nagyobb kutatás egyik részcélját öleli fel, melyben most arra keresem a választ, hogy milyen hatások érhetik a vállalkozót egy kudarc következtében?

Módszertan:

A kutatás feltáró jellegű és kvalitatív, mely során egyéni félig strukturált mélyinterjúkat készítek olyan vállalkozókkal, akik vállalkozói életpályájuk során átéltek legalább egy kudarcot. A kutatás során hólabdás, ajánlások útján történő mintavételt használok és az eddigi tapasztalatok alapján többnyire mikro- és kisvállalkozók kerültek a mintába. Az elemzés során kézi, nyílt kódolást használok, majd a létrejövő kódokat rendezem nagyobb kategóriákba a könnyebb átláthatóság érdekében.

Eredmények, következtetések:

Az egyik legjelentősebb tanulmányban a témában Cope (2011) hat területet különített el, ahol a kudarc hatást gyakorolhat a vállalkozó életére (pénzügyi, érzelmi, pszichológiai, társadalmi, szakmai és vállalkozói), míg a későbbiekben inkább egy három területes rendszerezés terjedt el (pénzügyi, társadalmi és pszichológiai következmények) (Ucbasaran et al., 2013). A szakirodalomban használtakkal ellentétben egy teljeskörűbb rendszerezést javaslok, melyben a következő hat területbe sorolhatóak a kutatásom során feltárt vállalkozói kudarc hatások: pénzügyi, pszichológiai, társadalmi, szakmai, jogi és fiziológiai.

A kutatás során egyaránt felhasználtam a szakirodalomban fellelt következményeket, egy korábbi pilot kutatásom során találtakat (Repisky, 2018), valamint a jelenleg is futó kutatásomban feltárt eredményeket. Továbbá a hatások rendszerezésén túl kitérek a lehetséges kudarc következményeit mérséklő vagy növelő tényezőkre és az egyes következménycsoportok egymást erősítő hatásaira is, valamint a lehetséges pozitív következményekre is.

Hivatkozásjegyzék
Cope, J. (2011): Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. <i>Journal Of Business Venturing</i> , 26, 6, 604-623. o.
Cotterill, K. (2012): A Comparative Study of Entrepreneurs’ Attitudes to Failure in Technology Ventures. <i>International Journal of Innovation Science</i> , 4, 2, 101-116. o.
Fang He, V. – Krähenmann, G. (2021): [Not] Learning from Failure? The Heavy Toll of Stigma on Entrepreneurs. <i>In Work Life After Failure?: How Employees Bounce Back, Learn, and Recover from Work-Related Setbacks</i> . Emerald Publishing Limited. – Preprint.
Jenkins, A. S. – Wiklund, J. – Brundin, E. (2014): Individual responses to firm failure: Appraisals, grief, and the influence of prior failure experience. <i>Journal of Business Venturing</i> , 29, 1, 17-33. o.
McGrath, R. (1999): Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. <i>Academy of Management Review</i> , 24, 13-30. o.
Repisky M. (2018): Vállalkozói kudarc – A vég, vagy egy új kezdet? <i>Vezetéstudomány</i> , 49, 4, 12-22. o.
Shepherd, D. A. – Wiklund, J. – Haynie, J. M. (2009): Moving forward: Balancing the financial and emotional costs of business failure. <i>Journal of Business Venturing</i> , 24, 2, 134-148. o.
Shepherd, D.A. (2003): Learning from business failure: propositions of grief recovery for the self-employed. <i>Academy of Management Review</i> , 28, 2, 318–328. o.
Shepherd, D. A. – Patzelt, H. (2017): Trailblazing in entrepreneurship: <i>Creating new paths for understanding the field</i> . Springer.
Singh, S. – Corner, P. D. – Pavlovich, K. (2015): Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization. <i>Journal of Business Venturing</i> , 30, 1, 150-166. o.
Sitkin, S.B. (1992): Learning through failure: the strategy of small losses. In Shaw, B.M. – Cummings, L.L. (Eds.): <i>Research in Organisational Behaviour</i> , 14, 231–266. o.
Ucbasaran, D. – Shepherd, D. – Lockett, A. – Lyon, S. J. (2013): Life after business failure: the process and consequences of business failure for entrepreneurs. <i>Journal of Management</i> , 39, 1, 163–202. o.

PERIFÉRIÁLIS INTEGRÁCIÓ A VÁLLALATI SZEKTORBAN

Szerző:	Reszegi László¹ Kazainé Ónodi Annamária¹ Répáczki Rita²
Intézmény:	¹Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet ²Budapesti Műszaki Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Elméleti háttér:

A vállalatok eltérő termelékenysége háttérében meghúzódó okokkal régóta foglalkoznak a közgazdászok. (Irodalmi áttekintést lásd Reszegi – Juhász 2014) A fundamentális tényezőkkel önmagában nem magyarázható a különbség, ezért is irányult a figyelem egyrészt a globális értékláncon (GVC) elfoglalt pozícióra, másrészt a menedzsment szerepére.

A globális értékláncon belül a sajátos termelési összefonódás és a belső hierarchia miatt egyrészt nehezen határozható meg egy résztvevényesség hozzáadott értéke, másrészt az értékteremtéstől elszakadhat a jövedelemelosztás. (Buckley 2020) A GVC-be bekapcsolódó hazai vállalat kimutatott termelékenysége részben függ a termelési láncban elfoglalt helyétől, az egyszerű munka kisebb értéket termel. Ugyanakkor a „ténylegesen” előállított hozzáadott érték a termelési láncon belül a jövedelemelosztás módjától, az alku pozíciótól, a transzferárazástól is függ. Ez utóbbiak is okozhatják a vállalati teljesítmény, a termelékenység differenciáit, ezért egy vállalat teljesítménye lehet alul, vagy éppen felülértékelt a GVC elosztási rendszerének függvényében. A termelési lánc alján kisebb a lehetőség a feljebb lépésre, az upgradingre. (Pavlinek, 2011) A GVC kialakulása nem vezet egyértelműen a konvergenciához, sőt akár konzerválhatja a különbségeket, okozhat periferizálódást is.

A vállalatok eltérő termelékenységét Syverson (2011) szerint a menedzsment színvonala is okozhatja. A vezetés maga, annak a minősége befolyásolja a végeredményt. A menedzsment szerepét a termelékenységi különbségekben hangsúlyozza még Bloom et al. 2010, 2012, Czakó-Juhász-Reszegi, 2016.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Együttesen vizsgáljuk a globális értékláncon elfoglalt pozíciónak és a termelékenységi differenciáknak a kapcsolatát, összevetve a menedzseri attitűd eltéréseivel. A globális értékláncon elfoglalt vállalati pozíció a menedzsment képességekben, preferenciákban és módszerekben is megjelenik. Kiinduló hipotézisünk, hogy a vezető tulajdonságai nem önmagukban határozzák meg a vállalati termelékenységet, hanem az függ a globális értékláncon elfoglalt helytől is, sőt a GVC-ben elfoglalt hely nagyban hat a vezetési módszerekre és preferenciákra is.

Módszertan:

Kétfázisú kutatás sorozatot végeztünk. Első lépésben Reszegi László, Juhász Péter és Hajdú Miklós elvégezte a 10 fő feletti, éves beszámolót leadó 1.725 magyarországi feldolgozóipari vállalatok 2014-2017 közötti időszakot átfogó pénzügyi elemzését. Klaszterelemzés segítségével a vállalatokat termelékenységük alapján három TFP csoportba sorolták. A vállalatra jellemző átlagbér alapján pedig újabb két kategóriát képeztek (alacsony és magas átlagbérű vállalatok). (Lásd Juhász-Reszegi-Hajdú 2020) A két dimenzió mentén hat vállalatcsoportot hoztunk létre. A hat vállalatcsoportba tartozó vállalatok vezetőinek külön kérdőívet küldtünk azonos tartalommal. Így tudtuk biztosítani a kérdőíves felmérés anonimitását. Adattisztítás után 197 kérdőívünk maradt.

A vezetői kompetenciák mérésére 36 itemből álló pszichológiai kérdőívet alkalmaztunk. Főkomponens-analízis módszerével öt nagy faktort azonosítottunk: innováció, hatalom, teljesítmény, problémamegoldás, humán faktor. Ez a faktorstruktúra a Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)-féle mutató (0,857) és a Bartlett-féle szférikus próba szignifikancia értéke (0,001) alapján is megfelelőnek tekinthető.

A vállalatok értékláncon elfoglalt helyének megállapításához három tényezőt vettünk figyelembe: bérszínvonal, vevőstruktúra, vallott sikertényező (beszállító vállalat-e). A vállalati mintánkban az ellátási lánc alján lévő vállalatcsoportot két részcsoportból képeztük. Egyrészt ide soroltuk a külföldi tulajdonú, alacsony átlagbérrel és jelentős vevő koncentrációval jellemezhető vállalatokat (a vállalatok 60%-át alacsony termelékenység jellemezte), másrészt azokat a belföldi tulajdonú, alacsony átlagbérű vállalatokat, akik sikertényezőnek tekintették, hogy multinacionális vállalatok beszállítójává váltak (a vállalatok több mint fele alacsony termelékenységű csoportba tartozott).

Eredmények, következtetések:

Elemzéseink arra mutattak rá, hogy az ellátási lánc alján lévő vállalatok esetében, előnyt jelent az a vezetői mentalitás, hogy befolyásolni akarják az eseményeket (hatalom faktor). Továbbá, minél erősebb a vezető teljesítményorientációja, annál nagyobb az esély, hogy az elvártaknak megfelelő, kielégítő, vagy magasabb hatékonyságot ér el a vállalat (teljesítmény faktor, amelynek egyik meghatározó eleme, hogy a vezető fokozott munkatempót és termelést vár el). Ugyanakkor az innováció iránti vezetői nyitottság és a humán tényező nem bizonyult meghatározónak. Ebben a vállalati körben a vezetők nem emelték ki ezen tulajdonságokat, sokkal kevésbé volt rájuk jellemző, mint a teljesítmény vagy a hatalom faktor, amely adódhat az irányukba megfogalmazott elvárásokból is.

A teljes vállalati mintából kiszűrve a korábban jellemzett, az ellátási lánc alján lévő vállalatokat, eltérő összefüggéseket tapasztaltunk. Az innovációra való nyitottság felsőbb kategóriákban (TFP 2-3) meghatározó tényezőnek bizonyult. A vezetők innovációt ösztönző jellemvonásai a legmagasabb termelékenységgel jellemezhető vállalatcsoportban voltak a legerősebbek. Érdeemes kiemelni a humán faktor szerepét is. Az emberekre való odafigyelésben a leghatékonyabban működő vezetők bizonyultak a legjobbaknak. Ugyanakkor az a vezetői mentalitás, hogy befolyásolni akarják az eseményeket (hatalom faktor) általánosságban sem volt jellemző ebben a vállalatcsoportban és nem lehetett szignifikáns különbséget kimutatni a különböző termelékenységű csoportok között. A teljesítményorientáció kapcsán pedig éppen ellentétes összefüggés állt fenn. A vezetők erőteljes teljesítményorientációja - ami elsősorban a GVC alacsonyabb szintjén elhelyezkedő, alacsony bérű, beszállítói pozícióban lévő vállaltokra volt jellemző - nem járt együtt magasabb, vagy növekvő hatékonysággal, miközben e legalacsonyabb termelékenységű vállalatcsoportban volt a legjellemzőbb az erőteljes teljesítménykényszer.

Hivatkozásjegyzék

Bloom, N. et. al. (2010): Why Do Firms in Developing Countries Have Low Productivity? American Economic Review: Papers & Proceedings 2010, 100:2, 619–623

Bloom, N. et. al. (2012): Does Management really Work? Harvard Business Review, 2012/a, November pp. 3-7

Buckley P. J. et. al. (2020): Catching-up in the global factory: Analysis and policy implications, Journal of International Business Policy (2020) 3, 79–106

Czakó, E. – Juhász, P. – Reszegi, L. (2016): Versenyképesség és export: vállalati szintű kvalitatív és kvantitatív kutatási eredmények összevetése. Vezetéstudomány, 2016/8, 3–14

Pavlinek P. – Zenka J. (2011): Upgrading in the automotive industry: firm-level, evidence from Central Europe (Journal of Economic Geography 11 (2011) pp. 559–586 doi:10.1093/jeg/lbq023)

Reszegi László – Juhász Péter (2014): A vállalati teljesítmény nyomában. Alinea Kiadó 2014

Sygverson C. (2011): What Determines Productivity, Journal of Economic Literature, 2011, 49:2, 326-365) <https://doi.org/10.1257/jel.49.2.326>

SASS MAGDOLNA | TÚRY GÁBOR

VÁLSÁGKEZELÉSI MINTÁZATOK A MAGYARORSZÁGI KÜLFÖLDI TULAJDONÚ LEÁNYVÁLLALATOKNÁL

Szerző:	Sass Magdolna¹ Gál Zoltán² S. Gubik Andrea³ Szunomár Ágnes¹ Túry Gábor¹
Intézmény:	¹Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Világgazdasági Intézet ²Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete ³Miskolci Egyetem

Elméleti háttér:

Kutatásunkban két fontos elméleti szakirodalmi irányra támaszkodunk: egyrészt a kapitalizmusváltozatok (varieties of capitalism, Amable, 2003; Hall és Soskice, 2001) megközelítést és annak elsősorban az ázsiai kapitalizmusokra (Witt és Reading, 2013) történt empirikus kiterjesztéseit használjuk. Másrészt a vállalatközpont-leányvállalat kapcsolattal kapcsolatos elméleti és empirikus irodalmat használjuk (lásd pl. Kostova et al., 2016).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Kutatásunk leíró jellegű és folyamatban van. Kutatásunkban azt vizsgáljuk, hogy az autó- és elektronikai iparban 1. milyen eszközökkel és hogyan kezelték a COVID által okozott válságot a vizsgált magyarországi leányvállalatok; 2. vettek-e igénybe valamilyen állami segítséget otthon vagy a fogadó országban; 3. a válságkezelés eszközeiről, módjairól mennyire dönthettek önállóan, és mennyire „szólt bele” a válságkezelésbe a vállalatközpont, mennyire határozta meg annak irányát, eszközkészletét 4. mutatnak-e valamilyen jellegzetességet, tipizálhatóak-e a vizsgált magyarországi leányvállalatok a COVID-járvány hatásai-val összefüggésben.

Módszertan:

Kérdőívvel vezetett félig strukturált interjúkat készítettünk 15 külföldi tulajdonban működő magyarországi leányvállalat valamilyen vezetőjével (elsősorban ügyvezető igazgató, HR-vezető) 2021 januárja és júliusa között. Mintánkban hét német, két USA-beli, két kínai és egy-egy francia, japán, osztrák és svájci végső tulajdonban levő, autóiipari vagy elektronikai vállalat szerepelt. Az iparági különbségek hatásának kiszűrése érdekében csak ezt a két ágazatot vizsgáltuk a kutatásban.

Eredmények, következtetések:

Ugyan a mintánk kicsinysége korlátozza eredményeink általánosíthatóságát, de folyó kutatásunk alapján találtunk összefüggést az anyavállalat országát jellemző kapitalizmusváltozat sajátosságai és egyfelől a válságkezelés módszerei-módjai, másfelől pedig a leányvállalat önállósága (ideértve a válságkezelést) között. Érdekes tapasztalat, hogy a válság nagyon eltérően érintette a vizsgált két ágazatban működő vállalatokat is. Ebben a tekintetben két tényező játszott szerepet: egyrészt a leányvállalat kora és származási országa (azon belül is „kapitalizmusváltozata”), másrészt pedig a leányvállalat tevékenységének kapcsolódása olyan iparágakhoz (pl. egészségipar), amelyek termékei iránt jelentősen nőtt a kereslet a válság alatt. Kutatásunkat további vállalatok vizsgálatával, a minta elemszámának növelésével, esetleg más kelet-közép-európai ország összehasonlító elemzésével szeretnénk bővíteni.

Hivatkozásjegyzék

Amable, B. (2003). The Diversity of Modern Capitalism. Oxford: Oxford University Press.

Hall, P.A., Soskice, D. (2001). Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage. Oxford University Press.

Kostova, T.; Marano, V.; Tallman, S. (2016). Headquarters–subsidiary relationships in MNCs: Fifty years of evolving research. Journal of World Business 51 (2016) 176–184

Witt, M.A.; Redding, G. (2013) Asian Business Systems: Institutional Comparison, Clusters and Implications for Varieties of Capitalism and Business Systems Theory. Socio-Economic Review, 11 (2), 265-300

SIPOS NORBERT

A FOR-PROFIT VÁLLALKOZÓK TÁRSADALMI ÉS EGYÉNI VÁLLALKOZÓI ÉRTÉKTEREMTÉSI MOTIVÁCIÓK KAPCSOLATAINAK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Szerző:	Sipos Norbert Lukovszki Livia Rideg András Vörös Zsófia
Intézmény:	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Elméleti háttér:

A vállalkozói tevékenység nagymértékben hozzájárul a gazdasági fejlődéshez és növekedéshez (Acs et al., 2018; Davidsson et al., 2006). A vállalkozások, mint társadalmi egységek szerepe azonban nem szűkíthető le hatásuk gazdasági aspektusaira, mivel például a javak előállításával és a munkahelyteremtéssel (pl., Lin-Hi & Müller, 2013; Morsing & Perrini, 2009) a társadalmi jóléthez is hozzájárulnak. Emellett egyre több vállalkozás vállalja fel a társadalmi felelősségvállalást (corporate social responsibility, CSR), vagy hoz létre közös értékeket (Acs et al., 2013; Alter, 2007; Arend, 2014; Chell, 2007; Grimstad et al., 2020), és enyhíti azokat a társadalmi problémákat, amelyekkel a for-profit vállalkozások definíciójukból adódóan nem foglalkoznak (Lin-Hi & Müller, 2013; Morsing & Perrini, 2009): pl. hozzájárulnak a közösségek jólétéhez (Godfrey, 2005; Kotler & Lee, 2005; Lin-Hi & Müller, 2013), jótékonyági intézményeket támogatnak anyagilag (Lin-Hi & Müller, 2013; Smith, 1994), vállalati alapítványokat hoznak létre (Lin-Hi & Müller, 2013; Westhues & Einwiller, 2006). Ezért fontos tudni, hogy a for-profit vállalkozói és a társadalmi célok hogyan hatnak egymásra a vállalkozások növekedése során, valamint, hogy milyen személyes és kontextuális mozgatórugói állnak a háttérben. Jelen tanulmány ezeket a kérdéseket igyekszik elméletileg és empirikusan megvizsgálni.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A vállalkozások gyakran követnek szociális célokat, azonban még mindig nem tisztázott, hogy a for-profit esetében milyen motívumok állnak a társadalmi vagy közös értékek létrehozásának háttérében, és milyen helyet foglalnak el a belső vállalkozói motivációban. Ez a tanulmány empirikus adatokkal alátámasztva azt vizsgálja, hogy a for-profit vállalkozók motivációján belül megkülönböztethetők-e az egyéni vállalkozói és a társadalmi vállalkozói értékteremtési motívumok, és hogy e két motívum és azok elemei hogyan viszonyulnak egymáshoz.

Módszertan:

A szerzők Vroom várákozáselmélete alapján és 195 magyar vállalkozóból álló mintán vizsgálják az egyéni vállalkozói motivációs erő (EMF(E)) és a társadalmi vállalkozói motivációs erő (EMF(T)) három, egymáshoz illeszkedő eleme közötti kölcsönhatásokat: az egyéni vállalkozói és társadalmi értékek (szenvedélyek és munkaértékek), az elvárások (önhatékonyág) és az eszközellátottság (a társadalmi és szabályozási támogatás és jutalmazás észlelt mértéke).

Eredmények, következtetések:

Az eredmények arra utalnak, hogy a társadalmi értékteremtés mögött álló motívumok és az egyéni-vállalkozói motívumok összetevői statisztikailag elválaszthatók egymástól, és nem járnak kéz a kézben. A két motivációs erőt csak a társadalmi eszközellátottság és az egyéni vállalkozói érték vagy elvárások közötti pozitív korreláció köti össze.

A tanulmány eredményei arra utalnak, hogy a vállalkozói ismeretek oktatásának nemcsak a vállalkozói készségek fejlesztését kell magában foglalnia, hanem a vállalkozók önmagukról, értékeikről, érzéseikről, készségeikről és közösségükről alkotott képét is (mivel az EMF(E) és az EMF(T) mérsékelten korrelál egymással). Ezáltal az a cél, hogy a vállalkozók azon meggyőződése erősödjön, hogy sikeresen teljesíthetik egyéni vállalkozói céljaikat és társadalmi küldetésüket egyszerre. Ennek révén a társadalom is hasznot húz a vállalkozói tevékenységükbő, elismeri azt, valamint a vállalkozói tevékenységükben rejlő érték ápolása magasabb egyéni vállalkozói és társadalmi motivációhoz vezet (lásd még Chen et al., 1998; Gerleve & Flatten, 2019; Hsu et al., 2014).

A gyakorló és kezdő vállalkozók társadalmi és egyéni vállalkozói motivációinak felmérése segíthet abban, hogy jobban megértsek az egyéni vállalkozói és társadalmi küldetésükben való potenciális kintartásukat és sikerüket (lásd még Jayawarna et al., 2011), és hogy a társadalmi küldetést össze tudják egyeztetni az üzleti stratégiákkal.

Végül, mivel a vállalkozói motivációban fontos szerepet játszik az eszközellátottság, a kormányzati programok anyagilag támogathatnák és elősegíthetnék a sikeres for-profit vállalkozók proszociális viselkedésének elismerését. Az eredmények alapján olyan társadalmi programokat kell működtetni, amelyek például a kisebbségek vagy a helyi közösség egészségének javát szolgálják, vagy olyan oktatási/képzési lehetőséget biztosítanak, amelynek hozzájárulnak a társadalmi és egyéni vállalkozói motivációjuk fenntartásához.

Hivatkozásjegyzék

Acs, Z. J., Boardman, M. C., & McNeely, C. L. (2013). The social value of productive entrepreneurship. *Small Business Economics*, 40(3), 785-796. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9396-6>

Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 501-514. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0013-9>

Alter, K. (2007). Social enterprise typology. *Virtue ventures LLC*, 12(1), 1-124.

Arend, R. J. (2014). Social and Environmental Performance at SMEs: Considering Motivations, Capabilities, and Instrumentalism. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 541-561. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1934-5>

Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26. <https://doi.org/10.1177/0266242607071779>

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(97)00029-3)

Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Edward Elgar Publishing.

Gerleve, C. V. H., & Flatten, T. C. (2019). Developing Entrepreneurial Passion for Social Mission. *Academy of Management Proceedings*, 2019(1), Article 14764. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2019.37>

Godfrey, P. C. (2005). The Relationship Between Corporate Philanthropy And Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378878>

Grimstad, S. M. F., Glavee-Geo, R., & Fjortoft, B. E. (2020). SMEs motivations for CSR: an exploratory study. *European Business Review*, 32(4), 553-572. <https://doi.org/10.1108/ebr-01-2019-0014>

Hsu, D. K., Shinnar, R., & Powell, B. (2014). Expectancy Theory and Entrepreneurial Motivation: A Longitudinal Examination of the Role of Entrepreneurship Education. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 26(1), 121-140.

Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2011). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31(1), 34-56. <https://doi.org/10.1177/0266242611401444>

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.

Lin-Hi, N., & Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66(10), 1928-1936. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.015>

Morsing, M., & Perrini, F. (2009). CSR in SMEs: do SMEs matter for the CSR agenda? *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 1-6. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2009.01544.x>

Smith, C. (1994). The new corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 72(3), 105-114.

Westhues, M., & Einwiller, S. (2006). Corporate Foundations: Their Role for Corporate Social Responsibility. *Corporate Reputation Review*, 9(2), 144-153. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550019>

KAJOS ATTILA

MUNKAHELYI MOZGÁSPROGRAMOK MUNKÁLTATÓI SZERVEZÉSÉNEK ÉS MUNKAVÁLLALÓI RÉSZVÉTELÉNEK MOTIVÁCIÓI

Szerző:	Szabó Ágnes		Kajos Attila		
Intézmény:	Budapesti Corvinus Egyetem				

Elméleti háttér:

A világ bármely régiójában az inaktív munkavállaló a legfontosabb vállalati problémák egyike (Buck, 2016), ami társadalmi szinten is negatív hatással bír. A munkahelyi mozgásprogramok hatalmas potenciált rejtenek mind a nagyvállalatoknál, mind pedig a kkv-k esetében. A felnőtt lakosság fizikai aktivitásának növelését célzó egészségfejlesztési kezdeményezések fontos helyszínnek tekintik a munkahelyet (Abraham&Graham-Rowe, 2009, Rongenetal., 2013).

A vállalati sport pozitív hatással bír a humán tőkére, az emberek testi-lelki egészségére, képességeire, termelékenységére. A testmozgás előnyei egyéni és társadalmi szinten jól ismertek és kutatottak. Ugyanakkor a szervezeti szint bizonyos szempontból a legkevésbé kutatott terület. Különösen azon kérdés, hogy a szervezetek hogyan tudják a leghatékonyabban motíválni a munkavállalóikat a munkahelyi sportprogramokon való részvételre.

Egyre több tanulmány támaszkodik Deci és Ryan (2000a, 2000b) önmeghatározás-elméletére (SDT) az egészségmagatartás megváltoztatását célzó beavatkozások megtervezése, az aktív életmód elfogadásának és fenntartásának elősegítése kapcsán. Az önmeghatározás elmélete segítséget nyújt a fizikai aktivitás általános motivációjának vizsgálata, és a fizikai aktivitásban létező különböző típusú motivációkat megértése kapcsán.

Kutatási kérdések, célkitűzések:
Célunk röviden bemutatni a vállalati mozgásprogramok céljait és hatásait; illetve feltérképezni azokat a különböző tényezőket, amelyek a magyar munkavállalókat az ilyen programokban való részvételre motiválják. Szeretnénk ezen felül rámutatni a munkahelyükön mozgó és nem mozgó munkavállalók különbségeire is, valamint – az adatbázisunk nyújtotta lehetőségek keretei között - a nagyvállalatoknál és kkv-knál dolgozók különbségeire is.
Kutatási kérdéseink a következők: Miért kezdeményeznek a vállalatok fizikai aktivitási programokat Magyarországon? Miért érdemes ilyen projektekre fektetni? Mi motiválja az egyes munkavállalókat a részvételre? Milyen különbségek vannak a munkahelyi testmozgásban részt vevő és a nem részt vevő magyar munkavállalók között és a nagyvállalatoknál, valamint a kkv-knál dolgozók között?

Módszertan:
A Leg fittebb Munkahely versenyének nagy, közép és kisvállalati kategóriák győzteseivel éveken keresztül, 2013 és 2019 között készített interjúk (n=14) szolgálnak az aktivitási programok céljait és hatásait vizsgáló kvalitatív kutatásunk alapjául. A hazai munkavállalók hasonló programokon való részvételeinek motivációt, valamint a különböző méretű vállalatoknál dolgozók és a mozgók és nem mozgók különbségeit feltáró kvantitatív kutatásunkénak pedig a Sportgazdaságtani Kutatóközpont 2020-as Sport-Érték kutatásának (n=728 fő) harmadik része, a „munkahelyi egészség és sport” blokkja. A motivációk vizsgálatához a Magyar Sportmotivációs Skálát (H-SMS) használtuk, melyet Paicés munkatársai (2018) adaptáltak az SDT-n alapuló eredeti angol SMS-skáláról (Pelletieretal., 2013). Ez a skála az emberek sportolásra irányuló motivációit értékeli általában, nem pedig a munkahelyi sportot konkrétan, mégis használhatónak gondoljuk.

Eredmények, következtetések:
A vállalati oldalt vizsgálva a hiányzások csökkentése, valamint a munkahelyi morál és a csapatkohézió változása bizonyult a két legfontosabb célnak és hatásnak. A kkv-knál a hiányzáscsökkentés még inkább hangsúlyos. A munkavállalókat az „introjektált” (a munkahelyi sport célja a nem sportolás miatti büntudattól való megszabadulás, és a pozitív önkép fenntartása), valamint az azonosulás általi, „identifikált” (a mozgás a saját értékei miatt fontos; összeegyeztethető személyes céljaival, pl. fittebbnek, stresszmentesebbnek lenni) regulátorok motiválják leginkább. Az introjektált szabályozás különösen magas a nagyvállalatok munkavállalói között, míg az idetifikált a kisebb vállalatok dolgozóira jellemzőbb. Akik részt vesznek munkahelyi sportban, szignifikánsan jobban kezelik a stresszt és elégedettebbek mind a munkájukkal, mind a munkahelyükkel. A nagyvállalatoknál és a kkv-knál dolgozók között a legfontosabb különbség, hogy a kkv-knál dolgozók magasabbra ítélik a sport általi képességfejlesztés hatásait, ezzel szemben viszont a nagyvállalatoknál dolgozók magasabbra értékelik a szabadidősport munkateljesítményhez és a kevesebb hiányzáshoz való hozzájárulását. Minél kisebb vállalatnál dolgozik valaki, annál kevésbé van megelégedve mintánkban a vállalata által nyújtott egyéb juttatásokkal, az egészség- és mozgásprogrammal, a stressz kezelésével, amely azt is mutatja, hogy a lehetőségeket is bővíteni szükséges. Ugyanakkor a kkv-knál dolgozók magasabbra ítélik a munkahelyi sport jótékony hatásait, mint nagyvállalati társaik (pl. jobb egészség, nagyobb egészségtudatosság).

A motiváció további, alaposabb kutatása elengedhetetlen annak érdekében, hogy a munkahelyi mozgásprogramok még nagyobb arányban terjedhessenek el és a minél nagyobb arányú részvétel biztosított legyen, mind a nagyvállalatoknál, mind a kkv-knál.

Hivatkozásjegyzék					
Abraham,C., Graham-Rowe, E. (2009):Areworksiteinterventionseffective in increasingphysicalactivity? A systematicreview and meta-analysis.HealthPsychologyReview, 3 (1), pp. 108-144					
Buck (2016). Workingwell.availableat: https://www.bucksurveys.com/BuckSurveys/Portals/0/aspdnsf/GlobalWellbeing/2016_Global_Wellbeing_Survey_Executive-Summary.pdfaccessed 13 April 2020)					
Davey, J., Fitzpatrick, M., Garland, R., Kilgour, M. (2009). Adultparticipationmotives: Empiricalevidencefrom a workplaceexerciseprogramme. European Sport Management Quarterly, 9(2), 141-162. DOI: 10.1080/16184740802571427					
Deci, E.L.,Ryan, R.M. (2000a). Self-determinationtheory and facilitation of intrinsicmotivation, socialdevelopment and well-being. American Psychologist, 55(1), 68-78.DOI: 10.1037/0003-066X.55.1.68.					
Deci, E.L.,Ryan, R.M. (2000b). The” what” and” why” of goalpursuits: Human needs and theself-determination of behavior. PsychologicalInquiry, 11(4), 227-268. DOI: 10.1207/S15327965PLI1104_01.					
Rongen, A. S.J.W. Robroek, F.J. van Lenthe, A. Burdorf (2013):Workplacehealthpromotion: A meta-analysis of effectiveness. American Journal of PreventiveMedicine, 44 (4) (2013), pp. 406-415					
Paic, R., Kajos,A., Meszler,B, Prisztóka, Gy. (2018).A magyar nyelvű sportmotivációs skála (H-SMS) validációja és eredményei = The Validation and Resuts of theHungarian Sport MotivationScale (H-SMS). Magyar Pszichológiai Szemle, 73 (2). pp. 159-182. ISSN 0025-0279					
Pedersen, C., Halvari,H., Williams, G.C. (2018). Worksiteinterventioneffectsonmotivation, physicalactivity, and health: A clusterrandomizedcontrolledtrial. Psychology of Sport and Exercise,Vol. 35, 171-180, DOI: https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2017.11.004.					
Pedersen, C., Halvari, H., Olafsen, A. H. (2019). Worksitephysicalactivityintervention and somaticsymptomsburden: The role of coworkersupportforbasicpsychologicalneeds and autonomoustimotivation. Journal of Occupational Health Psychology, 24(1), 55–65. DOI: https://doi.org/10.1037/ocp0000131					
Pelletier, G. L., Rocchi M. A., Vallerand R. J., Deci E. L.,Ryan M. R. (2013). Validation of therevised sport motivationscale (SMS-II). Psychology of Sport and Exccercise, 14, 329–341.					

INKUBÁTOROK ELMÉLETBEN ÉS GYAKORLATBAN – VÁLLALKOZÁSTÁMOGATÓ INTÉZMÉNYEK A NEMZETKÖZI SZAKIRODALOMBAN ÉS A HAZAI GYAKORLATBAN

Szerző:	Timár Gigi Zsigmond-Heinczinger Száva Balázs Tibor
Intézmény:	Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda

Elméleti háttér:

A vállalkozásfejlesztést támogató kutatások egyik nemzetközi szinten is perspektivikus iránya az vállalkozásokat segítő inkubátorok és akcelerátorok vizsgálata. A fenti fogalmak egyikére sem létezik egységesen használt definíció, mivel azt a helyi kultúra és a nemzeti politika nagymértékben befolyásolja (Bruneel et al 2012). Az inkubátor terminológiát ugyanakkor gyakran egyfajta ernyőként használják, amelybe így beletartoznak többek között az akcelerátorok is.

A két eltérő támogató intézmény általánosan, a gazdaságra gyakorolt hatás szerint egy irányba mutat: gazdaságélénkítő és munkahelyteremtő hatásúak, a vállalkozási kultúra terjesztését, a vállalkozások támogatását és fejlesztését tűzik ki célul. E hasonlóság mellett azonban azonosíthatók jellegzetes különbségek is többek között az inkubátorok és akcelerátorok célmeghatározása, időhöz való viszonya, kiválasztási folyamatai, tevékenysége és működési modellje között.

A Budapest LAB szűkebb vizsgálati témáját jelentő üzleti inkubátor (vagy más néven vállalkozói inkubátor) fogalom az ezredforduló környékén jelent meg. Nemcsak az inkubátorok meghatározása, de az inkubációs folyamat mikéntje is függ kulturális sajátosságoktól (Tsaplin és Pozdeeva 2017). A fogalom egyfajta „útmutatót” takar, ami végigvezeti a vállalkozókat fejlődési folyamatokon, ezáltal ösztönzi az innovációt, a gazdasági növekedést és hozzájárul a vállalkozói szellem terjedéséhez is. Számos tanulmány szerint azon vállalkozások, amelyek működésüket egy inkubátor támogatásával kezdik meg, sokkal sikeresebbek.

A szakirodalomban azonosított eltérések ellenére a gyakorlatban az inkubátorok és akcelerátorok közötti határvonal sok esetben nem éles. Az alapvetően azonos elérni kívánt gazdasági hatás, a különböző országokban eltérő kulturális és vállalkozásfejlesztési környezet miatt a tiszta modellek mellett hibridek is hatékonyan segíthetik a vállalkozások fejlődését.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

A BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Központja több éve aktívan kutatja a hazai vállalkozói és startup ökoszisztémát (Radácsi - Csákné, 2021; Csákné – Radácsi – Timár, 2020; Csákné – Radácsi, 2019, Csákné – Radácsi, 2020; Balázs – Timár, 2020; Csákné – Szennay – Radácsi, 2019). A hazai startup ökoszisztéma leképezése után a kutatás következő fázisa az ökoszisztéma kiemelt fontosságú szereplőire, az inkubátorokra és akcelerátorokra helyezte a hangsúlyt.

Olyan kérdésekre keressük a választ, mint:

- melyek az inkubátorok és akcelerátorok tudományos igényű vizsgálata során nemzetközi szinten vizsgált témák, jellemző módszertanok és legfontosabb megállapítások?
- miben különböznek a nemzetközi szakirodalom alapján az inkubátorok és akcelerátorok?
- milyen tipikus célok, működési modellek, hatások és tevékenységek azonosíthatók a hazai inkubátorok esetében?

Módszertan:

A felsőoktatási intézményektől függetlenül működő inkubátorokra és akcelerátorokra irányuló szisztematikus szakirodalom-kutatás elvégzése mellett három hazai esettanulmány készült. Az esettanulmányok elkészítése során kiemelt figyelmet fordítottunk az inkubátorok ökoszisztémába való illeszkedésére, egyéb szereplőkhöz való kapcsolódására. Az esettanulmányok alanyainak kiválasztása során igyekeztünk egymástól eltérő hátterű és fókuszú intézményeket választani, így a nagyvállalati inkubátor mellett klasszikus vidéki inkubátor-hálózatot, valamint egy modern, piaci alapon működő szervezetet is vizsgáltunk.

Eredmények, következtetések:

A kutatás jelen fázisának célja az akcelerátorok és inkubátorok nemzetközi szakirodalmának áttekintése, a közöttük lévő legfontosabb különbségek azonosítása. A két eltérő támogató intézmény általánosan, a gazdaságra gyakorolt hatás szerint egy irányba mutat, a legfontosabb különbségek között ugyanakkor a célokra vonatkozó eltérések, az időhöz való viszonyulás, a működési modellben és tevékenységekben megjelenő különbségek is azonosíthatók.

Az inkubátorok és akcelerátorok közötti elhatárolás a hazai ökoszisztémában sem egyértelmű. A kutatás során készült három esettanulmány alanyai inkubátorok, amelyeknek különbségei ugyanakkor megmutatják a terület országspecifikus, a definícióktól és merev keretektől elváló működését. A három eltérő működésű intézmény mélyebb vizsgálata a terület fejlesztését támogatni képes tanulságokkal is szolgál.

Hivatkozásjegyzék

Balázs, T. – Timár, G. [2020]: A vállalkozásfejlesztési ökoszisztéma leképezése, Working Paper Series 11-2020, Elérhető: <https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2020/10/Working-Paper-Series-11-2020.pdf>, Letöltés dátuma: 2021. 06. 30.

Battistella, C – De Toni, A.F. – Pessot, E. [2015]: 'Open accelerators for start-ups success: a case study'; European Journal of Innovation Management; 20(1)80-111. DOI 10.1108/ejim-10-2015-0113.

Beckett, R – Dalrymple, J. [2020]: 'A Triadic Actor View of Value Co-creation in Business Incubation'; SPIM Connects Bangkok Conference – Partnering for an Innovative Community. 2020. március 1-4. Bangkok, Thaiföld.

Blok, V. – Thijssen, S. – Pascucci, S. [2017]: 'Understanding Management Practices in Business Incubators: Empirical Evidence of the Factors Impacting the Incubation Process'; International Journal of Innovation and Technology Management, 14(04) 1750023. doi:10.1142/s0219877017500237

Crişan, E. L. – Salanţă, I.I. – Beleiu, I. N. – Bordean, O.N. – Bunduchi, B. [2019]: 'A systematic literature review on accelerators'; The Journal of Technology Transfer 46:62–89. DOI: 10.1007/s10961-019-09754-9

Csákné, Filep J. – Radácsi, L. [2019]: 'Magyar start-up közösség iránytű', In:Közegi, Irén Rita (szerk.) III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció, Kecskemét, Magyarország : Neumann János Egyetem, [2019] pp. 945-950., 6 p

Csákné Filep, J. – Radácsi, L [2020]: 'Vállalkozói ökoszisztémák definiálása, modellezése, lehetséges kutatási irányok', Working Paper Series 10-2020, Elérhető: <https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2020/05/Working-Paper-Series-10-2020.pdf>, Letöltés dátuma: 2021. 06. 30.

Csákné Filep, J. – Radácsi, L. – Timár, G. [2020]: 'A magyar startup-vállalkozások túlélését és növekedését befolyásoló tényezők – szakértői interjúk tapasztalatai' Vezetéstudomány 51:1. pp. 16-31

David-West, O. – Umukoro, I.O. – Onuoha, R.O. [2018]: 'Platforms in Sub-Saharan Africa: startup models and the role of business incubation'; Journal of Intellectual Capital; 19(3)581-616. DOI 10.1108/JIC-12-2016-0134

Ismail, A. [2020]: 'A Framework for Designing Business-Acceleration Programs: A Case Study from Egypt'; Entrepreneurial Research Journal, 10(2)1-16. DOI: 10.1515/erj-2018-0196.

Kreusel, N. – Roth, N., - Brem, A. [2018]: 'European business venturing in times of digitisation - an analysis of for-profit business incubators in a triple helix context'; International Journal of Technology Management, 76(1/2)104-136. doi:10.1504/ijtm.2018.088707

Mahmoud-Jouini, B. – Duvert, S. – Esquirol, M.C [2018]: 'Key Factors in Building a Corporate Accelerator Capability'; Research-Technology Management, 61(4)26-34. DOI:10.1080/08956308.2018.1471274

Moschner, SL – Fink, A.A. – Kurpjuweit, S. – Wagner, S.M. – Herstatt, C. [2019]: 'Toward a better understanding of corporate accelerator models'; Business Horizons, 2019(62)637-647. DOI: 10.1016/j.bushor.2019.05.006

Schiopu, A.F. – Vasile, D.C. – Tuclea, C.E. [2015]: 'Principles and Best Practices in Successful Tourism Business Incubators'; Amfiteatru Economic,17(38)474–487.

Tsaplin, E. – Pozdeeva, Y. [2017]: 'International strategies of business incubation: the USA, Germany, and Russia'; International Journal of Innovation, 5(1)32-45. Doi: <http://dx.doi.org/10.5585/ijiv.5i1.130>

Zortea, CGC – Maldaner, LF. [2018]: 'Startups Accelerator Programs: A Comparative Analysis of Acceleration Mechanism From Start-Up Brazil and Start-Up Chile Program'; Electronic Journal of Strategy & Business 11(3)1-25.

A SZÉKELYFÖLDI TURIZMUSPIAC PROFESSZIONALIZÁCIÓS LEHETŐSÉGEI. KOMPARATÍV ELEMZÉS: SZÉKELYFÖLD, DÉL-TIROL ÉS A BALATON

Szerző:	Tóth-Batizán Emese Emőke
Intézmény:	Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Elméleti háttér:

Kutatásom során a székelyföldi turizmuspiac professzionlizációs lehetőségeit keresem egy komparatív vizsgálat keretein belül, amelyben Székelyföldet, Dél-Tirolt és a Balatoni régiót hasonlítom össze. A székelyföldi turizmuspiac szabályozásának négy szintjét határoztam meg a doktori disszertációmban (1.állami szabályozások szintje, 2.szakmai szervezetek, 3.kooperáció, 4.informális gazdaság). A négy szabályozási szint közül az első két szint további, mélyebb elemzésére vállalkozom ezúttal, mert előzetes kutatási eredményeim azt bizonyítják, hogy a székelyföldi turizmuspiac professzionlizációs lehetősége elsősorban az állami szabályozási szinten múlik. Amennyiben a formális intézmények által kidolgozott regulációs mechanizmusok, szabályrendszerek nem segítik elő a turizmuspiac professzionlizációját, úgy a következő szint, amely jelentős szerepet vállalhat ez irányba, az a a szakmai szervezetek szintje. Székelyföldön, előzetes feltételezéseim alapján, az állam nem vállal szerepet a turisztikai piac professzionlizációjában, így a cselekvési lehetőség következő szintjét a szakmai szervezetek képezik. A Balaton hozzánk, Székelyföldhöz fizikailag és kulturálisan is közel levő sikeres példa, Dél-Tirol pedig Európa egyik legnépszerűbb turisztikai régiója, amely akárcsak Székelyföld, szintén többség-kisebbség, etnikai gazdaság dimenziójában alakította ki a maga professzionlizált turisztikai piaci környezetét. A turisztikai vállalkozások vizsgálata esetében a minőség, standard és minősítések megkerülhetetlen fogalmak. A székelyföldi turizmuspiacon ezek a fogalmak, és ezen fogalmak gyakorlati megnyilvánulásaik szinte azonban mintha nem is léteznének. A különböző, más piacokon belül működő szabályozási modellek a termékek minőségét "minősítik, standardizálják és igazolják" (Renard 2005:419). Ezek a minősítési, standardizálási és igazolási gyakorlatok hatalmat adnak azon szervezetek kezébe is, amelyek a minőség legitim meghatározói. Nekik hatalmukban lesz egyes szereplőket beengedni a piacra, más szereplőket pedig kizárni onnan, hogy a piacon nyújtott szolgáltatások ne hígulhassanak fel, gyengítvén így az egész piacról kialakult imázst. A székelyföldi turizmus piacán nyújtott szolgáltatások minőségi garanciáját jelenthetné egy érdekvédelmi szervezet, amely a nemzetközi minőségi standardok követését is garantálhatná. A székelyföldi turisztikai piacon nem működnek hasonló jellegű szervezetek, azonban a Balaton vidékén és Dél-Tirolban igen. Ezen szervezetek alakulásának, tevékenységi körének és szerepvállalásának elemzése hasznos tudást nyújthat arra vonatkozóan, hogy hogyan is lehet, és hogyan is érdemes Székelyföldön is elkezdeni felépíteni a hasonló szervezeteket.

Kutatási kérdések, célkitűzések:

- három turisztikai régió állami szabályozottsági szintjének komparatív elemzése: az állam szerepe Dél-Tirol turisztikai régió, Balaton turisztikai régió és Székelyföld mint hivatalosan el nem ismert ugyan, de a valóságban létező turisztikai régió esetében
- három turisztikai régió szakmai szervezeti szintjének komparatív elemzése: szakmai szervezetek szerepe Dél-Tirol turisztikai régió, Balaton turisztikai régió és Székelyföld mint hivatalosan el nem ismert ugyan, de a valóságban létező turisztikai régió esetében
- a szakmai szervezetek szerepe a turisztikai piac professzionlizációjában, különböző minőségi kritériumok és minőségi standardok alkalmazásában a fentebbi három turisztikai régió esetében

Módszertan:

A kutatás kvalitatív módszereken nyugszik: 40 félstrukturált mélyinterjú készül Székelyföld, Dél-Tirol és Balaton környéki turisztikai szervezetek, illetve turizmusban vagy turizmushoz köthető vállalkozások vezetőivel. Interjúk készülnek olyan aktorokkal is, akik különböző turizmus-politikák, turizmushoz kapcsolódó jogszabályok kidolgozásában részt vettek, illetve a turizmuspiacot magát szabályozó jogi keretet ismerik, abban dolgoznak. Emellett cél a három régióban a turizmuspiacot szabályozó jogi dokumentációk aktuális formájának valamint időbeni alakulásának elemzése és egymással való összehasonlítása.

Eredmények, következtetések:

A dél-tirol-i és balatoni modellek székelyföldi kontextus, adottságok és sajátosságok mentén való adaptálása sokat lendíthet a székelyföldi turizmuspiac professzionlizációján. Amennyiben sikerül kidolgozni a székelyföldi turizmuspiac professzionlizációjának sikeres modelljét, úgy, azt gondolom, hogy jelentősen hozzájárulunk nemcsak a székelyföldi turizmus fellendüléséhez, hanem Székelyföld egészének a gazdasági fejlődéséhez is. Ennek, az itt élők életszínvonalásának a növekedésén túlmenően az is egy következménye lesz, hogy hosszútávon csökken az elvándorlás a régióból, hiszen új, fizetőképes munkahelyek jelennek meg a turizmus professzionlizációjának egyenes következményeként.

Hivatkozásjegyzék

Renard, Marie-Christine (2005): Quality certification, regulation and power in fair trade. In Journal of Rural Studies 21, pp. 419–431

Tóth-Batizán Emese Emőke (2020) A turisztikai piacszerkezete és etnikai turizmus Székelyföldön. Doktori értekezés. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/1104/1/Toth_Batizan_Emese_dhu.pdf

AZ ONLINE MÉDIA VÁLLALKOZÓKÉPE MAGYARORSZÁGON

Szerző:	Virágh Enikő
Intézmény:	IFKA Közhasznú Nonprofit Kft.

Elméleti háttér:

Noha a vállalkozási tevékenység és a vállalkozó figurájának pozitív megítélése fontos összetevője lehet a vállalkozás mint pálya vonzerejének, végső soron a vállalkozói szféra sikerességének, Magyarországon a vállalkozókról kialakult kép - hasonlóan más poszt-szocialista országokhoz (Belás et al. 2015; Glinka & Thatchenkery 2013; Smekalová et al. 2014) – korábbi kutatások szerint nem túl kedvező (European Commission 2010; 2012). A társadalmi megítélés vizsgálatának egyik aspektusa a média lehet, hiszen mediatisált világunkban információink nagy részét a médiából szerezjük. A vállalkozások médiabeli megjelenésével kapcsolatban ugyanakkor Magyarországra vonatkozóan meglehetősen kevés fogódzó áll rendelkezésre.

Ezen kevés fogódzók egyike a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) amelyben tesznek fel a médiára vonatkozó kérdést is. Ezekből az eredményekből arra lehet következtetni, hogy a média vállalkozóképe (legalábbis annak percepciója) meglehetősen negatív. A 2015-ös felmérés magyar válaszadói közül az „Ön szerint az új sikeres vállalkozások gyakran jelennek meg a médiában?” kérdésre mindössze 33,5% válaszolt igennel (Dézsi-Benyovszky & Szabó 2019), a 2005-ös adat pedig még alacsonyabb, mindössze 27% volt (Szerb & Kocsis-Kisantal 2008).

A média vállalkozóképét tudomásunk szerint közvetlen módon csupán Szerb László és Kocsis-Kisantal Orsolya hiánypótló tanulmánya (2008) vizsgálta a 2005-ös évre vonatkozóan, a Népszabadság és a Dunántúli Napló cikkein keresztül. A tanulmány megállapítása szerint a vállalkozásokról szóló tudósításokat a negatív hírek dominálják, a média tipikus vállalkozófigurája „a fekete-szürke gazdaságban tevékenykedő, (köztörvényes) bűnöző, adócsaló, a fogyasztók kárára nyereszkedő, a munkaügyi, védelmi és egészségügyi szabályokat rendszeresen megszegő ember”, míg „a pozitív vállalkozói szerepmodellek szinte teljes mértékben hiányoznak a híradásokból” (Szerb & Kocsis-Kisantal 2008, 258).

Kutatási kérdések, célkitűzések:

Az előadásban bemutatott eredmények egy nagyobb kutatásba illeszkednek, amely a vállalkozók társadalmi megítélésének komplex vizsgálatát tűzte ki célul. Az előadás ezen belül a médiareprezentációra fókuszál, vagyis azt vizsgálja meg, milyen képet közvetít a média a vállalkozásokról és a vállalkozókról. Vajon továbbra is igaz-e a Szerb és Kocsis-Kisantal szerzőpáros 2000-es évek közepére vonatkozó diagnózisa?

Módszertan:

A kutatás módszere kvantitatív és kvalitatív tartomelemzés. A kvantitatív tartomelemzés korpusza az online mainstream szeriőz média legolvasottabb híroldalainak (Index, Origo, 24.hu, hvg.hu) vállalkozásokkal kapcsolatos, 2015. január 1. és 2019. december 31. között megjelent cikkeit öleli fel. Ez összesen 772 cikket jelent, amelyek közül 485 került elemzésre, a vállalkozásoknak szóló, őket különféle információkkal ellátó cikkeket ugyanis nem vettük bele a korpuszba. A cikkek közül 45 egy adott vállalkozót vagy vállalkozást részletesebben bemutató vállalkozói portré volt, ezeket kvalitatív módon, az empirikusan megalapozott típusalkotás módszerével (Kluge 2000) külön is elemeztük.

Eredmények, következtetések:

Bár jelen kutatás eredményei Szerb és Kocsis-Kisantal eredményeivel való direkt összevetésre a módszertani különbségek miatt nem alkalmasak, megkockáztatható a kijelentés, hogy a média vállalkozóképében a 2000-es évekhez képest változás következett be, legalábbis a 2015-19 közötti időszakra a média igencsak negatív vállalkozóképével kapcsolatos lesújtó kép már nem állja meg a helyét. Az elemzett cikkek általános hangvételük szerint 41,2%-ban a semleges-kiegyensúlyozott kategóriába sorolhatók, 32,4%-uk inkább negatív, 26,4%-uk pedig inkább pozitív. Amikor azonban konkrét vállalkozásról vagy vállalkozóról volt szó a cikkben, a róla kialakult összkép csak 18,2%-ban negatív, az esetek közel felében (48,4%) pedig kifejezetten pozitívnak mondható, és a vállalkozói portrék elemzéséből is hasonló kép rajzolódik ki. A vállalkozók médiareprezentációja természetesen nem mondható sem ideálisnak, sem torzításoktól mentesnek, amely aspektust az előadás szintén érinteni fog. Az azonban az eredmények alapján kijelenthető, hogy a pozitív módon keretezett, inspiratív vállalkozói szerepmodellek 2015-19-re legalábbis láthatóvá váltak a magyarországi mainstream online médiában.

Hivatkozásjegyzék

Belás, J., Bilan, Y., Demjan, V. and Sipko, J., 2015. „Entrepreneurship in SME Segment: Case Study from the Czech Republic and Slovakia.” *Amfiteatru Economic*, 17(38), 308-326.

Dézsi-Benyovszki A. & Szabó T. P. 2019. „Vállalkozói aktivitás: Nemek közti különbségek.” *Korunk*. 2019 (10). Elérhető: http://www.epa.hu/00400/00458/00659/pdf/EPA00458_korunk-2019-10_017-024.pdf

European Commission. 2010. „Entrepreneurship in the EU and beyond. A survey in the EU, EFTA countries, Croatia, Turkey, the US, Japan, South Korea and China.” Analytical Study. (Flash Eurobarometer 283). Elérhető: <https://www.gem-makedonija.org.mk/wp-content/uploads/2009/07/entrepreneurship-in-the-eu-and-beyond.pdf>

European Commission. 2012. „Entrepreneurship in the EU and beyond.” Report. (Flash Eurobarometer 354).

- Glinka B., Thatchenkery T. 2013. „A comparative study of perceptions towards entrepreneurship in India, Poland, and the USA.” *Int. J. Human Resources Development and Management*, 13 (2/3). Elérhető: http://appreciativeintelligence.com/case-studies/Poland_India_USA_comparative_study.pdf
- Kluge, S. 2000. „Empirically Grounded Construction of Types and Typologies in Qualitative Social Research.” *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research*. 1(1). Elérhető: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124/2500>
- Smékalová, L.; Hájek O., Belás J., Macháček J. 2014. „Perception of Small and Medium Entrepreneurship in the Czech Republic.” *Journal of Competitiveness*. 6 (4). 41-49. Elérhető: https://publikace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/1007070/Fulltext_1007070.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Szerb, L. & Kocsis-Kisantal, O. 2008. „Vállalkozói kultúra Magyarországon két napilap tükrében.” *Közgazdasági Szemle*, 55 (3), 243–261. Elérhető: <http://epa.uz.ua/00000/00017/00146/pdf/04mhszerb-kocsis-kisantal.pdf>

Kiadó:

IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság

Szerkesztő:

ifj. Becsey Zsolt | Magyar Nemzeti Bank
Czakó Erzsébet | Budapesti Corvinus Egyetem
Gergely Orsolya | Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Katona Klára | Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Kerekes György | Makronóm Intézet
Kutasi Gábor | Nemzeti Közszerződési Egyetem
Radácsi László | Budapesti Gazdasági Egyetem
S. Gubik Andrea | Miskolci Egyetem
Sass Magdolna | ELKH KRTK Világgazdasági Intézet
Szepesi Balázs | Mathias Corvinus Collegium
Szerb László | Pécsi Tudományegyetem
Virágh Enikő | IFKA Közhasznú Nonprofit Kft.

Grafikai tervezés:

Alajbeg Afrodite

Web:

www.ifka.hu

ISBN 978-615-01-3828-2

