

VÁLLALKOZÁSKUTATÓI ÉS ELEMZŐI HÁLÓZAT:

# IV. VÁLLALKOZÁSKUTATÁSI KONFERENCIA

**2023. november 16-17.**

MATHIAS CORVINUS COLLEGIUM | 1113 Budapest, Tas vezér u. 3-7.

## BEVEZETŐ

*Nagy örömmel osztjuk meg az előadókkal és érdeklődőkkel a IV. Vállalkozáskutatói Konferencia absztraktkötetét.*

2023-ben immár negyedik alkalommal rendeztük meg a vállalkozásokkal foglalkozó kutatók és elemzők éves találkozóját, a Vállalkozáskutatói Konferenciát, amely a Mathias Corvinus Collegium támogatásával valósult meg.

A kétnapos rendezvényt az előző évekhez hasonlóan a tudományos szekciókon felül további programelemekkel bővítettük. A konferencián összesen 35 előadást hallgathattak meg a résztvevők. A vállalkozáskutatók és elemzők előadásai mellett egy plenáris előadás és két kerekasztal-beszélgetés kapott helyet a programban.

A konferencián a résztvevők javaslatai alapján a legjobb előadásokat a szervezőbizottság díjazza. A 2022-es konferencia nyertesei az idei konferencia megnyitóján vehették át oklevelüket. A tavalyi konferenciáról két előadás került díjazásra. A *Keresztúzben? A fogyasztóssággal élő vállalkozók identitása a vállalkozói lét, a fogyasztósság és a nemek metszetében* című prezentáció Svastics Carmen, Csillag Sára, Hidegh Anna Laura és Győri Zsuzsanna, a Budapesti Gazdasági Egyetem, a Corvinus Egyetem és az ELTE munkatársainak kutatását mutatta be. A másik nyertes Balogh Gábor és Sipos Norbert, a Pécsi Tudományegyetem munkatársainak kutatásán alapuló *Az emberi erőforrás menedzsment versenyképességi megközelítései a KKV-k körében* című prezentáció lett.

A nyitó előadást dr. Roy Thurik, a Montpellier Business School professzora tartotta *Small business owners and daily recovery experiences* címmel, angol nyelven. Az első napot záró kerekasztal-beszélgetés résztvevői Nyeste Orsolya (az Erste Bank vezető makrogazdasági elemzője), Kaderják Péter (a BME Zéró Karbon Központ vezetője és a Magyar Akkumulátor Szövetség ügyvezetője), valamint Horváth Krisztián (a Boston Consulting Group partnere) voltak, akikkel Szepesi Balázs (az MCC Közgazdasági Iskolájának és Vállalkozáskutatói Műhelyének vezetője) beszélgetett a vállalkozói környezet változását meghatározó tényezőkről.

A zárónapon szervezett kerekasztal-beszélgetésen Aranyossy Márta (a Vezetéstudomány főszerkesztője), Törőcsik Mária (a Marketing&Menedzsment főszerkesztője), Halm Tamás (a Közgazdasági Szemle főszerkesztője), valamint Szerb László (a Small Business Economics szerkesztője) vettek részt, akik Czakó Erzsébet (a BGE PSZK egyetemi tanára) moderálásával a magyar nyelvű publikálás és publikációk lehetőségeiről és korlátairól beszélgettek.

A negyedik konferencia programja bizonyította, hogy a magyar vállalkozáskutatás továbbra is él és virul. Sok műhelyben számos módszertan és megközelítés alapján dolgoznak a kutatók. Előadásaikkal mind az elméleti, mind a gyakorlati területeken komoly eredményekkel járultak hozzá ahhoz, hogy jobban megértsük, hogyan is működik a magyar gazdaság, milyen kihívásokkal néz szembe és hogyan lehet sikeres a magyar vállalkozás.

**A szervezőbizottság tagjai:**

**Czakó Erzsébet** (BGE) | **Gergely Orsolya** (Sapientia) | **Katona Klára** (PPKE) | **Kutasi Gábor** (NKE) | **Losonci Dávid** (BCE) | **Radácsi László** (BGE) | **Sáfrányné Gubik Andrea** (ME) | **Sass Magdolna** (ELKH KRTK) | **Szabó Tünde Petra** (Babeş-Bolyai Tudományegyetem) | **Szendrői Gábor** (Concorde MB Partners) | **Szepesi Balázs** (MCC) | **Szerb László** (PTE)

## A KONFERENCIA PROGRAMJA

Helyszín: Mathias Corvinus Collegium - 1113 Budapest, Tas vezér u. 3-7.

### NOVEMBER 16. – CSÜTÖRTÖK

**10:00** **Vendégek érkezése, regisztráció**

*Helyszín: Scruton rendezvénytér*

**11:00** **Megnyitó**

*Helyszín: Scruton rendezvénytér*

**11:30** **Nyitó előadás:** dr. Roy Thurik: Small business owners and daily recovery experiences

*Helyszín: Scruton rendezvénytér*

**12:30** **Ebédészünet**

*Helyszín: első emelet*

**Startup ökoszisztéma I.**

**Humán tényezők I.**

**Válság és vállalkozói  
stratégiák I.**

*Helyszín: 101-es terem*

*Helyszín: 107-es terem*

*Helyszín: 108-as terem*

**13:30** *Décsi-Benyovszki Annamária, Szabó Tünde Petra: Mi a különbség a korai fázisú vállalkozók és a belső vállalkozók között?*

*Bácsi Katalin, Csizmadia Péter, Csillag Sára, Szászvári Karina: Részvétel és/vagy kontrol egy tudásintenzív középvállalatnál*

*Dr. Debreceni János, Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia: Válságok között – Reziliencia-tényezők összefüggéseinek vizsgálata turisztikai vállalkozások esetében*

**14:00** *Dr. Dóry Tibor, Dr. Rámháp Szabolcs: Diákvállalkozások születése – a Hungarian Startup University Program tapasztalatai*

*Dr. Ónodi Annamária: Hibrid távmunka a Z generáció szemszögéből*

*Gergely Orsolya, Oborni Katalin: Krízisek és válaszok. Vállalkozónők és vállalkozásaik egy átfogó nemzetközi kutatás tükrében*

**14:30** *Dr. Szakos Judit: A magyar állami szerepvállalás megítélése a startup ökoszisztémában – egy esettanulmány tanulságai*

*Pátkainé Bende Anna, Dr. Nárai Márta: Magyarországi családbarát munkahelyek CSR gyakorlata*

*Hortoványi Lilla, Pogácsás Péter, Szepesi Balázs: Mely vállalati stratégiák biztosítanak elég rugalmasságot a változó környezeti feltételekhez való alkalmazkodáshoz?*

**15:00** **Kávészünet**

*Helyszín: első emelet*



	Startup ökoszisztéma II. <i>Helyszín: 101-es terem</i>	Humán tényezők II. <i>Helyszín: 107-es terem</i>	Válság és vállalkozói stratégiák II. <i>Helyszín: 108-as terem</i>
<b>15:30</b>	<i>Szennay Áron:</i> Startup inkubátorok és akcelerátorok Közép- és Kelet-Európában – Egy szisztematikus irodalomfeldolgozás eredményei	<i>S. Gubik Andrea, Farkas Szilveszter:</i> Az éh-hatékonyság és a kockázatvállalási hajlandóság szerepe a hallgatói vállalkozói elképzelések alakulásában	<i>Hortoványi Lilla, Parrag Petra, Pogácsás Péter, Szepesi Balázs:</i> A válság hatása a magyar vállalkozásokra: kvantitatív megközelítés
<b>16:00</b>	<i>Timár Gigi, Pecze Krisztina, Virágh Enikő Anna:</i> Startup siker az alapítók szemszögéből	<i>Sass Magdolna, Gál Zoltán, S. Gubik Andrea, Szunomár Ágnes, Túry Gábor:</i> A külföldi tulajdonú leányvállalatok munkaügyi kapcsolatai Magyarországon: különböznek-e a nyugati és az ázsiai befektetők?	<i>Varga Zsuzsanna, Dr. habil Katits Etelka, Jámbor Balázs Róbert, Dr. Szalka Éva, Magyar Katinka:</i> A turnaround helyzetek felismerése, a válságkezelő és -elkerülő megoldások a magyar vállalkozói szféra számára
<b>16:30</b>		<i>Szántó Péter:</i> Az énmárka értékének (Personal Brand Equity) empirikus mérése	
<b>17:00</b>	<b>Kávészünet</b> <i>Helyszín: Scruton rendezvénytér</i>		
<b>17:30</b>	<b>Kerekasztal-beszélgetés a vállalkozói környezet változását meghatározó tényezőkről</b> <i>Helyszín: Scruton rendezvénytér</i>		
<b>19:00</b>	<b>Állófogadás a konferencia szervezőbizottsága és előadói részére</b> <i>Helyszín: Scruton rendezvénytér</i>		

## NOVEMBER 17. – PÉNTEK

**8:30 Vendégek érkezése, regisztráció**
*Helyszín: Scruton rendezvénytér*

	<b>Digitalizáció, innováció</b> <i>Helyszín: 101-es terem</i>	<b>Fejlődési pályák</b> <i>Helyszín: 107-es terem</i>	<b>Területi és családi aspektusok</b> <i>Helyszín: 108-as terem</i>
<b>9:00</b>	<i>Dr. Hornyák Miklós:</i> Digitális jelenlét a hazai kis- és középvállalatoknál – a webes technológia és a versenyképesség kapcsolata	<i>Katona Klára:</i> A magyar vállalati termelékenység alakulása és indokai az elmúlt évtizedben	<i>Csákné Filep Judit, Olga Martyniuk, Marta Wojtyra-Perlejewska:</i> Családi vállalkozás kutatás a visegrádi országokban
<b>9:30</b>	<i>Lengyel Elizabeth, Dr. Gelei Andrea, Dr. Ternai Katalin:</i> Ipar 4.0 felkészültség a hazai kkv-k körében – tipikus problémák, fejlődési lehetőségek	<i>Kiss János:</i> Versenyképesebbek-e a digitalizációban élénjáró vállalatok?	<i>Rideg András, Sipos Norbert, Lukovszki Livia, Kövi-Varga Anna Róza:</i> A magyar családi mikro-, kis- és középvállalatok erőforrás- és képességkonfigurációi
<b>10:00</b>	<i>Losonci Dávid, Lászlófi Ádám, Demeter Krisztina:</i> Ágazati digitális versenyképességi index – az Európa Unió járműiparának elemzése	<i>Szoboszlai Mihály:</i> A hazai innovációvezérelt vállalatok jellemzői	<i>Klauda Zalán, Soltész-Várhelyi Klára:</i> A Kárpát-medencei országok gazdasági együttműködés intenzitásának alakulását követő kompozit-érték számítás bemutatása
<b>10:30</b>	<i>Losonci Dávid, Lőrincz László, Demeter Krisztina, Gelei Andrea, Juhász Sándor:</i> Digitalizáció a magyarországi termelő vállalatokban – a kontingenciák és a hálózati jellemzők hatása	<i>Szabó Krisztofer, Petheő Attila, Nagy Konrád Ákos:</i> A Magyar Multi Program második körös nevezői és nyertesei	<i>Pogácsás Péter:</i> A magyar-román vállalati kapcsolatok empirikus vizsgálata a nemzetköziesedés szemszögéből
<b>11:00</b>		<i>Szepesi Balázs:</i> Néhány általánosan elfogadott és néhány vitára inspiráló állítás a magyar vállalkozások rendszerváltás utáni történetéről	<i>Krabatné Fehér Zsófia, Kovács Balázs, Szerb László:</i> Az intézményi fejlettség és regionális versenyképesség az Európai Unió régióiban
<b>11:30</b>	<b>Kávészünet</b> <i>Helyszín: első emelet</i>		

Fenntarthatóság		Elméletek és kutatásmódszertan
<i>Helyszín: 101-es terem</i>		<i>Helyszín: 107-es terem</i>
<b>12:00</b>	<i>Dr. Győri Zsuzsanna, Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita, Dr. habil Reicher Regina: A jogszabályalkotás szerepe a fenntarthatóságban – magyar KKV-k vizsgálata alapján</i>	<i>Ambrus Loránd: Gazdasági vállalkozások és változó politikai kontextusai</i>
<b>12:30</b>	<i>Dr. Németh Tamás, Dr. Szigeti Cecília: Zöld tartalom az élenjáró cégek álláshirdetéseiben Magyarországon</i>	<i>Parrag Petra, Hortoványi Lilla, Szepesi Balázs: A kérdőíves vállalkozói felmérések módszertani kihívásai a szakirodalom és szakértők alapján</i>
<b>13:00</b>	<i>Szennay Áron, Csákné Filep Judit: A fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos vállalkozói döntések a Global Entrepreneurship Monitor 2022-es adatainak tükrében</i>	
<b>13:30</b>	<b>Ebédszünet</b> <i>Helyszín: első emelet</i>	
<b>14:30</b>	<b>Kerekasztal-beszélgetés a magyar nyelvű szakmai publikációkról</b> <i>Helyszín: Hunyadi Mátyás terem</i>	

## ABSZTRAKTOK

Csákné Filep Judit – Dr. Szennay Áron: A fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos vállalkozói döntések a Global Entrepreneurship Monitor 2022-es adatainak tükrében .....	9
Szoboszlai Mihály: A hazai innovációvezérelt vállalatok jellemzői .....	12
Dr. Győri Zsuzsanna – Dr. Kolnhofer-Derecskei – Dr. habil Reicher Regina: A jogszabályalkotás szerepe a fenntarthatóságban – magyar KKV-k vizsgálata alapján .....	14
Klauda Zalán – Soltész-Várhelyi Klára: A Kárpát-medencei országok gazdasági együttműködés intenzitásának alakulását követő kompozit-érték számítás bemutatása .....	17
Hortoványi Lilla – Parrag Petra – Szepesi Balázs: A kérdőíves vállalkozói felmérések módszertani kihívásai a szakirodalom és szakértők alapján .....	20
Gál Zoltán – S. Gubik Andrea – Sass Magdolna – Szunomár Ágnes – Túry Gábor: A külföldi tulajdonú leányvállalatok munkaügyi kapcsolatai Magyarországon: különböznek-e a nyugati és az ázsiai befektetők? .....	23
Dr. Szakos Judit: A magyar állami szerepvállalás megítélése a startup ökoszisztémában - egy esettanulmány tanulságai .....	26
Rideg András – Sipos Norbert – Lukovszki Livia – Kövi-Varga Anna Róza: A magyar családi mikro-, kis- és középvállalatok erőforrás- és képességkonfigurációi .....	29
Szabó Krisztofer – Petheő Attila – Nagy Konrád Ákos: A Magyar Multi Program második körös nevezői és nyertesei .....	33
Katona Klára: A magyar vállalati termelékenység alakulása és indokai az elmúlt évtizedben .....	36
Pogácsás Péter: A magyar-román vállalati kapcsolatok empirikus vizsgálata a nemzetköziesedés szemszögéből .....	40
Varga Zsuzsanna EMBA – Dr. habil Katits Etelka PhD – Jámbor Balázs Róbert – Dr. Szalka Éva PhD – Magyar Katinka EMBA: A turnaround helyzetek felismerése, a válságkezelő és -elkerülő megoldások a magyar vállalkozói szféra számára .....	43
Hortoványi Lilla – Parrag Petra – Pogácsás Péter – Szepesi Balázs: A válság hatása a magyar vállalkozásokra: kvantitatív megközelítés .....	46
Losonci Dávid – Lászlófi Ádám – Demeter Krisztina: Ágazati digitális versenyképességi index – az Európa Unió járműiparának elemzése .....	49
S. Gubik Andrea – Farkas Szilveszter: Az én-hatékonyság és a kockázatvállalási hajlandóság szerepe a hallgatói vállalkozói elképzelések alakulásában.....	51
Szántó Péter: Az énmárka értékének (Personal Brand Equity) empirikus mérése .....	54
Krabatné Fehér Zsófia – Kovács Balázs – Szerb László: Az intézményi fejlettség és regionális versenyképesség az Európai Unió régióiban .....	57
Csákné Filep Judit – Olga Martyniuk – Marta Wojtyra-Perlejewska: Családi vállalkozás kutatás a visegrádi országokban .....	60



Dr. Dóry Tibor – Dr. Rámháp Szabolcs: Diákvállalkozások születése – a Hungarian Startup University Program tapasztalatai .....	63
Dr. Hornyák Miklós: Digitális jelenlét a hazai kis- és középvállalatoknál – a webes technológia és a versenyképesség kapcsolata .....	65
Lőrincz László – Losonci Dávid – Demeter Krisztina – Gelei Andrea – Juhász Sándor: Digitalizáció a magyarországi termelő vállalatokban – a kontingenciák és a hálózati jellemzők hatása .....	67
Dr. Ónodi Annamária: Hibrid távmunka a Z generáció szemszögéből .....	70
Lengyel Elizabeth – Dr. Gelei Andrea – Dr. Ternai Katalin: Ipar 4.0 felkészültség a hazai kkv-k körében - tipikus problémák, fejlődési lehetőségek.....	73
Oborni Katalin – Gergely Orsolya: Krízisek és válaszok. Vállalkozónők és vállalkozásaik egy átfogó nemzetközi kutatás tükrében.....	76
Pátkainé Bende Anna – Dr. Nárai Márta: Magyarországi családbarát munkahelyek CSR gyakorlata... 79	
Hortoványi Lilla – Pogácsás Péter – Szepesi Balázs: Mely vállalati stratégiák biztosítanak elég rugalmasságot a változó környezeti feltételekhez való alkalmazkodáshoz? .....	82
Dézi-Benyovszki Annamária – Szabó Tünde Petra: Mi a különbség a korai fázisú vállalkozók és a belső vállalkozók között? .....	84
Szepesi Balázs: Néhány általánosan elfogadott és néhány vitára inspiráló állítás a magyar vállalkozások rendszerváltás utáni történetéről .....	87
Csizmadia Péter – Bácsi Katalin – Csillag Sára – Szászvári Karina: Részvétel és/vagy kontrol egy tudásintenzív középvállalatnál .....	89
Szennay Áron: Startup inkubátorok és akceleratorok Közép- és Kelet-Európában – Egy szisztematikus irodalomfeldolgozás eredményei.....	92
Virágh Enikő Anna – Timár Gigi – Pecze Krisztina: Startup siker az alapítók szemszögéből .....	95
Dr. Debreceni János – Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia: Válságok között - Reziliencia-tényezők összefüggéseinek vizsgálata turisztikai vállalkozások esetében .....	97
Kiss János: Versenyképesebbek-e a digitalizációban élenjáró vállalatok? .....	100
Dr. Németh Tamás – Dr. Szigeti Cecília: Zöld tartalom az élenjáró cégek álláshirdetéseiben Magyarországon .....	102

## *Csákné Filep Judit – Dr. Szennay Áron: A fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos vállalkozói döntések a Global Entrepreneurship Monitor 2022-es adatainak tükrében*

Szerző:

Csákné Filep Judit (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Szennay Áron (Budapesti Gazdasági Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célja annak vizsgálata, hogy feltárható-e kapcsolat a vállalkozókat körülvevő környezet, a vállalkozók jellemzői, vállalkozásindítási motivációi és fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos döntései között. A kutatás fókuszál az autósport népszerűségének növeléséhez kapcsolódó tevékenységre, továbbá vizsgálja az e-sportok szerepét az utánpótlásnevelésben is, illetve azt, hogy az ezen tevékenységbe esetlegesen becsatlakozó szimulátortermek milyen módon segíthetik elő a jövő autóversenyzőinek karrierépítését.

### **Elméleti háttér:**

A Föld védelme az emberiség okozta káros hatásokkal szemben égető feladatként jelentkezik. A megoldásra irányuló intézkedések keretrendszerét az ENSZ által meghatározott fenntartható fejlődési célok képezik (United Nations, 2016). Ezen célok elérésében a kis és középvállalatok szerepe, számosságuk és foglalkoztatottságban betöltött szerepük okán kiemelten fontos (Pomar (2018). A fenntarthatóságot előtérbe helyező vállalkozói stratégiák erősítik a cégek rezilienciáját és hosszú távú eredményességét (Moya-Clemente et al., Johnsen et al., 2018). Ugyanakkor arra vonatkozó tudásunk korlátozott, hogy milyen tényezők hatnak a vállalkozók fenntartható fejlődési célokkal kapcsolatos döntéseire. Az elemzés célja az ezzel kapcsolatos ismeretek bővítése.

### **Módszertan:**

Az elemzés alapjául a Global Entrepreneurship Monitor 2022-es felnőtt lakosság körében végrehajtott adatfelvétele szolgált. A vizsgálatokat a mintába került 215 vállalkozás tulajdonos válaszai alapján hajtottuk végre leíró statisztikák, Khi-négyzet teszt és Spearman korreláció alkalmazásával. Munkánk során a következő hipotéziseket vizsgáltuk:

H1a: Azon vállalkozók, akik ismerik az ENSZ fenntartható fejlődési céljait, inkább törekszenek a cégük környezeti hatásainak minimalizálására.

H1b: Azon vállalkozók, akik ismerik az ENSZ fenntartható fejlődési céljait, inkább törekszenek a cégük társadalmi hatásának maximalizálására.

H2: Pozitív kapcsolat figyelhető meg a döntések társadalmi hatásának figyelembevétele és a “valami lényegeset vigyek véghez” vállalkozásindítási motiváció között.

H3: Pozitív kapcsolat figyelhető meg a döntések környezeti hatásának figyelembevétele és a vállalkozó innovációra való nyitottsága között.

H4: Pozitív kapcsolat figyelhető meg a vállalkozás társadalmi és környezeti hatásainak profit és növekedési célok fölé helyezése és a “valami lényegeset vigyek véghez” vállalkozásindítási motiváció között.

### **Eredmények:**

A kutatási eredmények megerősítették, hogy az ENSZ fenntartható fejlődési céljaival tisztában lévő vállalkozások tulajdonosai nagyobb valószínűséggel tesznek lépéseket vállalkozásuk környezeti hatásának minimalizálására, ugyanakkor nem támasztották alá azt az állítást, hogy az ENSZ fenntartható fejlődési céljaival tisztában lévő vállalkozások tulajdonosai nagyobb valószínűséggel tesznek lépéseket vállalkozásuk társadalmi hatásának maximalizálására.

Az eredmények azt mutatják, hogy azok a vállalkozók, akik a társadalmi hatásokat figyelembe veszik a döntéshozatal során, jobban beágyazódnak a vállalkozói közösségbe, döntéseik a hosszú távú karriertervük részét képezik, és a vállalkozás indításának erős motivációja az, hogy változást hozzanak a világban.

A környezeti hatásokat figyelembe vevő vállalkozókra szintén jellemző a világ megváltoztatásának vágya.

Azok a vállalkozók, akik vállalkozásuk társadalmi és/vagy környezeti hatását a nyereségesség vagy a növekedés elé helyezik, innovatívnak tartják magukat, és a nagy vagyon vagy a nagyon magas jövedelem megteremtése a vállalkozásuk indításának erős motivációja.

### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A fenntartható fejlődési célok teljesítése, a bolygó élhetőségének megőrzése az emberiség közös érdeke, amelynek elérésében fontos szerep jut a kis és középvállalkozásoknak is. A tanulmány rávilágít, hogy a vonatkozó ismeretek és a vállalkozás indításának motivációi egyaránt hatnak, a cégtulajdonosok fenntarthatósággal kapcsolatos döntéseire. Az eredmények alapul szolgálhatnak a vállalkozások fenntartható fejlődési célok figyelembevételével történő működésének szakpolitikai támogatásához.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Johnsen, C. G., Olaison, L., & Sørensen, B. M. (2018). Put your style at stake: A new use of sustainable entrepreneurship. *Organization Studies*, 39(2–3), 397–415. <https://doi.org/10.1177/0170840617717551>

Moya-Clemente, I., Ribes-Giner, G., & Pantoja-Díaz, O. (2019). Configurations of sustainable development goals that promote sustainable entrepreneurship over time. *Sustainable Development*, 28(4), 572–584. Portico. <https://doi.org/10.1002/sd.2009>

Pomare, C. (2018). A Multiple Framework Approach to Sustainable Development Goals (SDGs) and Entrepreneurship. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 11–31. <https://doi.org/10.1108/s2040-724620180000008006>

United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>



## *Szoboszlai Mihály: A hazai innovációvezérelt vállalatok jellemzői*

Szerző:

Szoboszlai Mihály (Magyar Nemzeti Bank, Pécsi Tudományegyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Az előadás tényfeltárással szorítkozik. A kutatás elsődleges célja, hogy többszörösen kapcsolt mikroadatok használatával azonosítsa a magyar innovációvezérelt vállalatokat. Eddigi irodalomkutatásaink alapján ez az első empirikus munka a nemzetközi irodalomban, amelyik vállalati szintű adatokból a teljesség igényével – és nem magasabb aggregátsági szintű adatokból (regionális vagy nemzetgazdasági (Budden et al., 2019)) – azonosít nemzeti innovációvezérelt vállalatokat (IDE-eket, angol betűszó használatával (innovation-driven enterprises)). A vállalatprofilozás gazdasági tevékenység, méret, tulajdonosi szerkezet, vállalatkor, földrajzi elhelyezkedés és exportstátusz szerint történt. Továbbá, a hazai IDE vállalatok nemzetgazdasági aggregátumokhoz való hozzájárulásai is meghatározásra kerültek.

### **Elméleti háttér:**

Az „innovációvezérelt” kifejezést a vállalatok működési/növekedési stratégiájára vonatkozóan használják (Aulet és Murray, 2013). Egyfelől, az innovációvezérelt vállalatok olyan cégek, amelyek folyamatosan új ötleteket, eljárásokat vagy termékeket vezetnek be, hogy növekedést elérve egyre bővüljenek és extra piaci profitot realizáljanak. Másrészt, az innovációvezérelt vállalatok növekedési mintázata sajátos S-alakot követ időben. Mivel ezek a vállalatok a kínált termékek/szolgáltatások bevezetési szakaszában végeznek kutatás-fejlesztési, innovációs (K+F+I) tevékenységet, ezért többet fektetnek be a vállalati életciklus korai szakaszába, majd ebből versenyelőnyt szerezve robbanásszerű növekedést érnek el. Ettől eltérően a hagyományos kkv-k növekedése fokozatos (időben lineáris ütemű). Az amerikai vállalkozói ökoszisztémában helytálló növekedési görbe szakaszainak adatokon történő igazolása a hazai sajátosságok miatt módosításra került.

Az MIT (Massachusetts Institute of Technology) alapdefinícióját (Aulet és Murray, 2013; Budden et al., 2019) kiegészítve, IDE vállalatnak tekintettük (1) a gyors növekedésű innovatív vállalkozásokat és (2) azokat a cégeket, akik az előző üzleti ciklusban (2009–2019) értek el gyors növekedést, de az adott évben gazella-státuszuk (inter alia Schreyer, 2000; Ács – Mueller, 2008; Henrekson és Johansson, 2010; OECD, 2010) már nem áll fent, ugyanakkor innovációs kapacitások aktivizálása mellett exportáltak.

### **Módszertan:**

A kutatás feltáró irányultságából fakadóan az alapvető, minőségi különbségeket és a legfontosabb mennyiségek összefüggéseit keressük a hazai vállalati sokaságban nem-paraméteres, eloszlásokat leíró statisztikai momentum-mutatókkal és részarányokat bemutató viszonyszámokkal.

**Eredmények:**

Kutatásaink hazánkban mintegy 1100 innovációvezérelt vállalatot azonosítottak, amely vállalatok noha a működő magyar vállalatok mindössze 0,3 százalékát tették ki, a teljes bruttó export 13 százalékát és a hazai éves GDP-növekmény 22,8 százalékát adták az előző gazdasági ciklusban (MNB, 2023).

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A nemzetközi versenyterén a műszaki-fejlesztési képesség az újabb termékek hódító erejéért szükségszerűen megnőtt, valamint a kormányok érdeklődése szintén élennebb lett az innováció folyamata és az azt serkentő és gátló tényezők, a kreativitás és a vállalkozási stratégia iránt. Ezek a tényezők alapvetően befolyásolják ma a nemzetek jóléti rangsorát, ezért is vált az innováció-kutatás központi gazdasági témává. Ez szolgáltat alapos indokot arra is, hogy vállalatról-vállalatra feltérképezzük azokat a tényezőket, amelyek idővel egy egész gazdaságot alkalmasabbá tesznek az innovációvezérelt növekedésre – egy olyan növekedésre, amely állandó megújulással fenntartott, robotstus fejlődési pályát kínál.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Ács Z. J. (2015). High-impact firms: gazelles revisited, Chapters, in: Global Entrepreneurship, Institutions and Incentives, 29. fejezet, 542–583. o. Edward Elgar Publishing.

Aulet W. – Murray F. (2013). A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2259740>.

Budden P. – Murray F. – Turskaya A. (2019). A Systematic MIT Approach for Assessing 'Innovation-Driven Entrepreneurship' in Ecosystems. MIT Working Paper. February 2019. <https://innovation.mit.edu/assets/Assessing-iEcosystems-V2-Final.pdf>

Henrekson. M. – Johansson. D. (2010). Gazelles as job creators - a survey and interpretation of the evidence. Small Business Economics, 35. évf. 2.sz. 227-244. o.

Magyar Nemzeti Bank (2023): Növekedési Jelentés. Magyar Nemzeti Bank. ISSN 2416-3643

OECD (2010). High-Growth Enterprises: What Governments Can Do to Make a Difference. OECD, Párizs. OECD. <https://www.oecd.org/publications/high-growth-enterprises-9789264048782-en.htm>

Schreyer P. (2000). The Contribution of Information and Communication Technology to Output Growth: A Study of the G7 Countries. OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2. [https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-contribution-of-information-and-communication-technology-to-output-growth\\_151634666253](https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-contribution-of-information-and-communication-technology-to-output-growth_151634666253)

*Dr. Győri Zsuzsanna – Dr. Kolnhofer-Derecskei – Dr. habil Reicher Regina: A jogszabályalkotás szerepe a fenntarthatóságban – magyar KKV-k vizsgálata alapján*

Szerző:

Dr. Győri Zsuzsanna (Budapesti Gazdasági Egyetem PSZK CESIBUS)

Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita (Budapesti Gazdasági Egyetem PSZK CESIBUS)

Dr. habil Reicher Regina (Budapesti Gazdasági Egyetem PSZK CESIBUS)

**A kutatás célja és kérdései:**

2022-23-ban átfogó KKV fenntarthatósági kutatást folytattunk a Budapesti Gazdasági Egyetem CESIBUS kiválósági központjában. A 2022-es, kvalitatív feltáró kutatás eredményeire – amelyeknek egy részét a vállalkozói ökoszisztéma elméleti lencséjén keresztül bemutattuk a III. Vállalkozáskutatói Konferencián – alapozva kérdeztünk le, 2023 tavaszán reprezentatív mintán egy a fenntarthatóság, felelősségvállalás motivációira, megjelenési formáira és a felelőség helyére, hordozójára vonatkozó kérdésekből álló kérdőívet. Jelen előadásunkban a fenntarthatóságra sarkalló tényezők közül a jogszabályalkotás szerepét vizsgáljuk.

Kutatási kérdéseink a következők:

1. Hogyan befolyásolja az állami szabályozás a fenntarthatósággal kapcsolatos, felelős vállalati tevékenységet a magyar KKV-k körében?
2. Mennyire tartják kiemelt szereplőnek a magyar KKV-k az államot, mint vezetőt, a vállalkozási kultúra alakítóját és szabályozót? Mennyire várják el az állami felelősségvállalást?

**Elméleti háttér:**

Kiindulópontunk a tavalyi előadáshoz hasonlóan, és azt mintegy folytatva Daniel Isenberg vállalkozói ökoszisztéma elmélete (Isenberg, 2010, 2011a, 2011b, 2014, 2016). A vállalkozói ökoszisztémában az állam, a politika az egyik kiemelt érintett, dimenzió. Isenberg ezt a témakört két részre osztja: a vezetés/irányítás (leadership) esetünkben a fenntarthatóság egyértelmű támogatását, társadalmi legitimálását jelenti, azt, ahogy a jelentős politikai és gazdasági vezetők hangsúlyozzák a téma fontosságát. A dimenzió másik összetevője a vállalkozást segítő, vállalkozóbarát kormányzati szabályozás, jogszabályok, valamint a kapcsolódó (akár kutatási) intézmények, a pályázati rendszer, az elérhető pénzügyi támogatás. Itt is fontos lehet, hogy a jogszabályok ne csak általában a vállalkozást, de a fenntarthatóság, felelőség megjelenését is szorgalmazzák, hiszen a nemzeti és nemzetközi szabályozás általában és a fenntarthatósághoz kapcsolódóan jelentős hatással van a vállalkozásokra és ökoszisztémájukra, beleértve a fenntartható, felelős üzleti gyakorlatot is.

**Módszertan:**

2022 májusában és júniusában 3 alkalommal folytattunk fókuszcsoportos beszélgetést összesen 12 olyan kis-, és középvállalkozás vezetővel, akik a téma szakértőiként a valós gazdasági életben is aktívan figyelnek a felelős és fenntartható magatartásra. A kvalitatív eredmények alapján a kutatás következő szakaszában strukturált és szisztematikus kérdőívet dolgoztunk ki, amelyet telefonos interjúk segítségével 300 kis, és középvállalkozás vezetőinek reprezentatív mintáján kérdeztünk le.

**Eredmények:**

A cégméret függvényében mutatkoztak eltérések, láthatóan a középméretű vállalkozások tudatosabban kezelik a fenntarthatóságot, mint a kisméretű vállalkozások. Saját bevallásuk szerint a jogszabályoknak való megfelelés fontos szempont a felelősségvállalásban, és igyekeznek is betartani ezeket. A válaszadók szinte minden esetben egyetértettek a felelős magatartás követésével. Jóllehet, nem jogszabályi kötelezettség, de kiemelkedett a felelős marketingkommunikáció, ahol a válaszadók 80%-a egyetértett ennek fontosságával. A válaszadók úgy gondolják, hogy mindenkinek egyéni felelőssége tenni a fenntarthatóságért, ugyanakkor az állam kiemelkedik a többi érintett közül, tőle kifejezetten elvárják a fenntarthatóságért való felelősségvállalást közvetlenül, illetve a többi gazdasági szereplő szabályozójaként, illetve a vállalkozói kultúra alakítójaként közvetve is.

A jogszabályi kötelezettség egy kötött keretet biztosít a fenntarthatóság alapvető biztosításához, ugyanakkor a cégeknek és vezetőiknek személyes elköteleződése és példamutatása nélkül ez a kérdés elképzelhetetlen. Eredményeink alapján a cégvezetők nem hátráltató vagy visszafogó erőként élik meg a fenntarthatóságra vonatkozó kötelező jogi felelősségvállalást, hanem mint kiinduló alapot építik azt be piaci működésükbe. Ezért nem is érzik azt, hogy ezen jogszabályoknak nehéz lenne megfelelni. Ugyanakkor versenytársaik és szállítóik esetében azt érzékelik, hogy elvárásaik erősen csak a jogszabályok betartásáig terjednek.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az állami szabályozás és leadership döntő szerepének bemutatása arra sarkallhatja az államot, mint gazdasági szereplőt, és kultúra alakítót, szabályozót, hogy az eddiginél is tudatosabban kezelje a kisebb vállalkozásokkal kapcsolatban is a vállalati felelősség kérdését. A vállalkozóknak a saját felelősségük vállalása mellett fontos szerepe, hogy erre az állami felelősségvállalásra vonatkozó elvárásaikat fogalmazzák meg és érvényesítsék. Ezen túl pedig az is lényeges, hogy a meglévő és születendő jogszabályokat betartsák, sőt, meg is haladják azokat a fenntartható üzleti működés érdekében.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Isenberg, D. J. (2010) How to Start an Entrepreneurial Revolution. Harvard Business Review, Vol. 88. No. 6. 41–50.

Isenberg, D. J. (2011a) Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics, <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#302f755d5fe8>,



Isenberg, D. (2011b). 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>

Isenberg, D. J. (2014) What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is, Harvard Business Review., May 2014, <https://hbr.org/2014/05/what-anentrepreneurial-ecosystem-actually-is>.

Isenberg D. (2016) Applying the Ecosystem Metaphor to Entrepreneurship: Uses and Abuses. The Antitrust Bulletin. 61(4):564-573. doi:10.1177/0003603X16676162

## *Klauda Zalán – Soltész-Várhelyi Klára: A Kárpát-medencei országok gazdasági együttműködés intenzitásának alakulását követő kompozit-érték számítás bemutatása*

Szerző:

Klauda Zalán (Mathias Corvinus Collegium)

Soltész-Várhelyi Klára (Mathias Corvinus Collegium)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A jelen kutatás célja, hogy 1) ismertesse a gazdasági együttműködés intenzitásának alakulását követő kompozit-érték számításának elméleti háttérét és lépéseit; 2) összegyűjtse a Kárpát-medence országainak (K8 országok – Magyarország, Ausztria, Szlovákia, Ukrajna, Románia, Szerbia, Horvátország, Szlovénia) gazdasági együttműködését leíró indexhez felhasznált változókat és azok előzetes feldolgozásának folyamatát, és 3) ismertesse az elemzés eredményeit.

### **Elméleti háttér:**

A kompozit indexek kvantitatív, matematikai vagy számítógépes modellek, melyek megalkotóik szubjektív döntései alapján jönnek létre. A szakirodalomban a kutatás szempontjából releváns kompozit indexeknek három főbb csoportját azonosítottuk. A nemzetköziesedési indexek elsősorban a vállalatok tevékenységét vizsgálják, ezért a megalkotásukhoz használt módszertan szempontjából ugyan figyelemre méltó mutatók, de az eltérő fókusz miatt közvetlenül nem alkalmasak a kutatási kérdéseink megválaszolásához. A globalizációs indexek azt mutatják meg, hogy egy adott ország mennyire integrálódott a globális folyamatokba. Végül, a regionális integrációs indexek egy adott régió integráltsági fokát mérik. A kutatási kérdések megválaszolásához a regionális indexek módszertana és fókusza áll a legközelebb.

Az általunk létrehozott K8 Regionális Együttműködési Index (K8REI) kompozit index jelenlegi formájában a szakirodalomból ismert regionalizációs indexek gazdasági dimenzióját foglalja magában.

### **Módszertan:**

A globalizációs indexekkel kapcsolatos gyakorlati kutatások azt mutatják, hogy nincs egyetlen helyes út a létrehozásukhoz – azonban a különböző módszertan alapján összeállított mutatók egymástól eltérő eredményeket hozhatnak. A kutatásunk során a súlyok kialakításához mi főkomponens-elemzést (PCA) alkalmaztunk. A PCA egy adatredukációs módszer, melynek célja, hogy egy többváltozós adathalmaz dimenziószámát lecsökkentse, miközben az adathalmazban lévő információ lehető legnagyobb részét megtartja. A PCA elterjedt módszer arra, hogy több egymással korreláló mutatót egy vagy legfeljebb néhány kompozit-összegbe tömörítsünk. A PCA folyamata négy nagy lépésre bontható. Az első lépése a több egymással összefüggő változóban lévő információ ortogonális

transzformációk segítségével való átalakítása úgy, hogy a kialakuló új dimenziók (főkomponensek) egymástól függetlenek legyenek. Az első lépés során annyi főkomponens alakul ki, mint amennyi változó eredetileg volt, és sorrendben az első rendelkezik a legnagyobb varianciával, utolsó pedig a legkisebbel. A második lépés az adatredukció, mely során a kialakult főkomponensek közül kiválasztjuk, melyeket tartjuk meg (melyek rendelkeznek megfelelő mennyiségű varianciával). A harmadik lépés során további forgatást végzünk az eredmények könnyebb értelmezhetősége érdekében. Negyedik lépésben kiszámoljuk a változók töltéseit a komponensekre, mely alapján történik a komponensek jelentésének megállapítása és az elnevezés. Végül megtörténik a skálapontszámok kiszámítása.

#### **Eredmények:**

A regionális gazdasági együttműködési index alapján leginkább Szlovénia és Horvátország, legkevésbé Ukrajna és Ausztria beágyazott a K8 régióban. A középmezőnyben elhelyezkedő négy ország közül Szerbia és Románia. Az utóbbi 9 évben az egyes országok értékeinek a változása eltérő volt, az aggregált érték enyhe emelkedést mutat.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A K8 Magyarország és a vele szomszédos 7 ország által alkotott régiót jelenti. A kutatás egyrészt azt vizsgálja, hogy ezek az országok egy gazdasági térséget alkotnak-e, másrészt, hogy hogyan alakult a régió országainak gazdasági együttműködése 2013 és 2021 között. Az eredmények alapján a K8 régió eltérő hangsúllyal szerepel a térség országai számára, a teljes térséget tekintve a gazdasági együttműködés enyhe emelkedést mutat a vizsgált időszakban.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Asian Development Bank (2021). Asia-Pacific Regional Cooperation and Integration Index.  
<https://doi.org/10.22617/tcs210342-2>

Asztalos, P., Horváth, G., Krakovský, Š., & Tóth, T. (2017). Ellentétek feloldása a bankrendszerek versenyképességének mérésében–az MNB bankrendszeri versenyképességi indexe. HITELINTÉZETI SZEMLE/FINANCIAL AND ECONOMIC REVIEW, 16(3), 5-31.

Dörrenbächer, C. (2000). Measuring corporate internationalisation: a review of measurement concepts and their use. *Intereconomics*, 35(3), 119-126.

Dreher, A. (2006). Does globalization affect growth? Evidence from a new index of globalization. *Applied economics*, 38(10), 1091-1110.

Dreher, A., Gaston, N., & Martens, P. (2008). *Measuring globalisation. Gauging its Consequences* Springer, New York.

Figge, L., & Martens, P. (2014). Globalisation continues: the Maastricht globalisation index revisited and updated. *Globalizations*, 11(6), 875-893.

Ghemawat, P., & Altman, S. A. (2016). DHL global connectedness index. Deutsche Post DHL Group, Headquarters, Bonn, 1-248.

Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J. E. (2019). The KOF globalisation index–revisited. *The Review of International Organizations*, 14, 543-574.

Huh, H. S., & Park, C. Y. (2018). Asia-Pacific regional integration index: Construction, interpretation, and comparison. *Journal of Asian Economics*, 54, 22-38.

Huh, H. S., & Park, C. Y. (2018). Asia-Pacific regional integration index: Construction, interpretation, and comparison. *Journal of Asian Economics*, 54, 22-38.

Joint Research Centre-European Commission. (2008). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide*. OECD publishing.

Kearney, A. T. (2001). Measuring globalization. *Foreign policy*, 56-53.

Krishnan, V. (2010). *Constructing an area-based socioeconomic index: A principal components analysis approach*. Edmonton, Alberta: Early Child Development Mapping Project.

Lane, P. R., & Milesi-Ferretti, G. M. (2018). The external wealth of nations revisited: international financial integration in the aftermath of the global financial crisis. *IMF Economic Review*, 66, 189-222.

Martens, P., Caselli, M., De Lombaerde, P., Figge, L., & Scholte, J. A. (2015). New directions in globalization indices. *Globalizations*, 12(2), 217-228.

Maurer, A., Marcus, Y., Magdeleine, J., & d'Andrea, B. (2008). Measuring trade in services. *A Handbook of International Trade in Services*, 133.

Oecd. (2005). *OECD handbook on economic globalisation indicators*. doi:10.1787/9789264108103-en

Raab, M., Ruland, M., Schönberger, B., Blossfeld, H. P., Hofäcker, D., Buchholz, S., & Schmelzer, P. (2008). GloballIndex: A sociological approach to globalization measurement. *International Sociology*, 23(4), 596-631.

Vujakovic, P. (2009). How to measure globalisation? A new globalisation index (NGI) (No. 343). WIFO Working Papers.



## *Hortoványi Lilla – Parrag Petra – Szepesi Balázs: A kérdőíves vállalkozói felmérések módszertani kihívásai a szakirodalom és szakértők alapján*

Szerző:

Hortoványi Lilla (Mathias Corvinus Collegium)

Parrag Petra (Mathias Corvinus Collegium)

Szepesi Balázs (Mathias Corvinus Collegium)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kvantitatív típusú vállalkozói kutatások módszertani fejlődésének feltérképezésével az a célunk, hogy egyrészt segítsük a magyar vállalkozáskutatás módszertani sztenderdjeinek egységesülését, erősödését, másrészt a legjobb módszertani gyakorlatok áttekintésével támogassuk a kvantitatív tanulmányok előkészítését, szervezését és elemzését. Kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy (1) mik a legjobb gyakorlatok a vállalkozástan kutatások nemzetközi publikálásához, továbbá (2) mik a vállalkozói kérdőíves felmérések jó módszerei?

### **Elméleti háttér:**

A kvantitatív adatgyűjtés terén a kérdőíves felmérések a leggyakoribbak. Ennek egyik fő oka az adatgazdagságuk, vagyis a kutatás fókuszában lévő jelenségek mérésén túlmenően lehetőséget nyújtanak olyan adatok rögzítésére is, amelyek segíthetnek a további megértésben (Miller, 2017).

Mindazonáltal a vállalkozástan területén végzett kutatásokat is egyre több kritika éri és egyre többen sürgetik a módszertani igényességet és a kutatások reprodukálhatóságát (Maula & Stam, 2020). Rutherford és szerzőtársai (2017) hangsúlyozzák, hogy a vállalkozástan akkor fejlődhet, ha az empirikus kutatások betartják a módszertani normákat, konvenciókat.

Az elvárt igen szigorú kutatási módszertan betartása, végrehajtása ugyanakkor korántsem triviális. Felmérések szerint a vállalkozástudomány konzisztensen a legalacsonyabb válaszadási hajlandósággal küzd (Scheaf et al., 2023). Sok kutató egyetért abban, hogy a következetesen alacsony válaszadás a vállalkozói jelenségekre, illetve a vállalkozói tevékenység egyediségére vezethető vissza (Wiklund et al., 2011). Ráadásul, a megkérdezettek gyakran nem tudnak vagy nem akarnak információt szolgáltatni, még kutatásokhoz sem (Scheaf et al., 2023).

Tovább rontja a kutatási eredményekbe vetett hitet az egyre szélesebb körben elfogadott adatgyűjtési és adatelemzési rugalmasság, ami miatt a kutatások megbízhatóságával és érvényességével szemben egyre többen fogalmazznak meg aggályokat. Christensen és Miguel (2018) valamint Maula és Stam (2020), ezért hangsúlyozzák, hogy szükséges a statisztikailag robusztus módszerekhez való visszatérés, valamint az új gyakorlatok feltérképezése, amelyekkel a közgazdasági kutatások hitelesebbé tehetőek.

**Módszertan:**

Bibliometriai elemzést végeztünk kvantitatív vállalkozói kutatásokról 1995 és 2023 között rangos tudományos folyóiratokban megjelent irodalomfeldolgozásokból. Olyan lektorált cikkeket kerestünk, amelyek címében, tárgyában, absztraktjában és/vagy kulcsszávaiban szerepelt a „vállalkozás\*” vagy „vállalkozói orientáció”, valamint a „kvantitatív” és „empirikus”, „systematic review”, „research agenda”, „methodology review”, „bibliometric analysis”, végül a „survey” szavak, vagy azok valamely kombinációja. A cikkek kiválogatása során követtük Paul és Criado (2020) valamint Sundermeier és Mahlert (2022) módszertani ajánlásait.

Irodalomkutatásunkkal egyidőben hazai szakértők bevonásával fókuszcsoportos beszélgetést tartottunk. A beszélgetés fókuszát a reprezentativitás elérésének kérdése, a mintában előforduló esetleges torzítások és elkerülésük, az eredmények általánosíthatósága adta, valamint az, hogy a kérdőívszerkesztési és megkeresési megfontolások miként befolyásolják ezen tényezőket.

**Eredmények:**

- A nem valószínűségi mintavétel széles körben elfogadott, ha a cikk tartalmazza a válaszadókra vonatkozó információkat (hogyan és miért választották ki őket). Az érvényességi problémák kiküszöbölése érdekében a több hullámos és a több informátort alkalmazó felméréseket széles körben új szabványnak tekintik (85%).
- Kötelező kellék, hogy egy-egy jelenséget többféleképpen kell megkérdezni és mérni, s azok együttesen adják majd a vizsgált konstrukciót (96%)
- A szerzők a következő típusú kvantitatív elemzési módszereket támogatják erősen: faktorelemzés (89%), logit-regresszió (72%), strukturális egyenlet és korrelációs mátrix (62%), végül klaszterelemzés (23%)
- A szakértői fókuszcsoport rámutatott, hogy nincsenek általánosan megfogalmazható minimumkövetelmények különösen, hogy az esetek többségében hiányoznak az alapsokaság pontos ismeretéhez szükséges adatok, így a minta megfelelő korrekciójához alkalmazott súlyok megválasztása sem egyértelmű.
- Egyetértettek abban, hogy a megbízhatóság növelése érdekében fontos a kutatás és a módszerek pontos és részletes ismertetése, valamint a kutatási kérdés megválaszolásához választott módszertan statisztikai követelményeinek betartása.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatás szisztematikus irodomelemzés és a téma szakértőivel folytatott fókuszcsoportos beszélgetés alapján mutatja be a kvantitatív típusú vállalkozói felmérések széleskörben elfogadott és alkalmazott módszereit, kiemelt hangsúlyt helyezve a kérdőíves adatgyűjtésre. Célja a hazai, magas színvonalú kvantitatív vállalkozástani kutatások támogatása.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Christensen, G., & Miguel, E. (2018). Transparency, Reproducibility, and the Credibility of Economics Research. *Journal of Economic Literature*, 56(3), 920–980. <https://doi.org/10.1257/jel.20171350>

Davidsson, P. (2016). A “Business Researcher” View on Opportunities for Psychology in Entrepreneurship Research. *Applied Psychology*, 65(3), 628–636. <https://doi.org/10.1111/apps.12071>

Ioannidis, J. P. A. (2005). Why most published research findings are false. *Getting to Good: Research Integrity in the Biomedical Sciences*, 2(8), 696–701. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.0020124>

Maula, M., & Stam, W. (2020). Enhancing Rigor in Quantitative Entrepreneurship Research. In *Entrepreneurship: Theory and Practice* (Vol. 44, Issue 6, pp. 1059–1090). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1042258719891388>

Miller, P. V. (2017). Is There a Future for Surveys? *Public Opinion Quarterly*, 81(S1), 205–212. <https://doi.org/10.1093/poq/nfx008>

Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know? *International Business Review*, 29(4), 101717. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101717>

Rutherford, M. W., O’Boyle, E. H., Miao, C., Goering, D., & Coombs, J. E. (2017). Do response rates matter in entrepreneurship research? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 93–98. <https://doi.org/10.1016/J.JBVI.2017.07.003>

Scheaf, D. J., Loignon, A. C., Webb, J. W., & Heggstad, E. D. (2023). Nonresponse bias in survey-based entrepreneurship research: A review, investigation, and recommendations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 17(2), 291–321. <https://doi.org/10.1002/sej.1453>

*Gál Zoltán – S. Gubik Andrea – Sass Magdolna – Szunomár Ágnes – Túry Gábor: A külföldi tulajdonú leányvállalatok munkaügyi kapcsolatai Magyarországon: különböznek-e a nyugati és az ázsiai befektetők?*

Szerző:

Gál Zoltán

S. Gubik Andrea (Miskolci Egyetem)

Sass Magdolna (KRTK RKI)

Szunomár Ágnes

Túry Gábor

**A kutatás célja és kérdései:**

Az előadás célja annak bemutatása, hogy a küldő és a fogadó ország intézményei, kultúrája hogyan befolyásolja a leányvállalatok működését, elsősorban az emberi erőforrás menedzsment területén.

**Elméleti háttér:**

A munkavállalói kapcsolatok és gyakorlatok átültetése a származási országból a fogadó országba számos szervezeti szereplőt érintő kérdés, amely többek között az anyaországi tényezőktől, a fogadóországi tényezőktől, a sikeres gyakorlatoktól (Zeller, 2016) és az iparágtól függ. Az empirikus eredmények elsősorban a gyakorlatok fejlett országokból fejlett országokba történő átadását fedik le. Kiemelhetjük ezek közül az Egyesült Államok multinacionális vállalatának Németországban és Franciaországban történő befektetéseit, ahol lassú konvergenciával történik az átadás (Zeller, 2016); a japán multinacionális vállalatok gyakorlatát, amely főként a munkaszervezést érinti (Morris et al., 2000); a fogadó ország jelentős befolyását az EU-ban (Muller-Camen et al., 2003) és általában (Mellahi et al., 2013). A fejlett országokból a fejlődő országokba történő transzferre irányuló kutatások a központ HR gyakorlatával egyező helyi gyakorlatokra világítanak rá (Ghána, Ayentini et al., 2016). A feltörekvő multinacionális vállalatok esetében további tényezők is szerepet játszhatnak (Edwards et al., 2019). A kelet-közép-európai régió helyi üzleti környezete általában eltér a leányvállalatok anyaországiétól (Poór et al., 2018). Előadásunk összehasonlítja a „nyugati” (osztrák, francia, német, svájci, amerikai) és az „ázsiai” (kínai, indiai, japán és koreai) anyaországi gyakorlatok magyarországi leányvállalatokba való átültetésének mértékét és az átadást alakító tényezőket.

**Módszertan:**

Vállalati interjúkkal elemezzük a nyugat-európai és az ázsiai autóiipari és elektronikai multinacionális vállalatok helyi leányvállalatainak a munkaügyi kapcsolatok és az emberi erőforrás menedzsment területén élő gyakorlatait.



**Eredmények:**

Kutatásunk a fogadó ország hatásainak egyértelmű dominanciáját mutatja a munkaügyi és a munkavállalói kapcsolatok és a képzések terén, bizonyos területeken ugyanakkor a küldő gazdaság gyakorlatai is megjelennek. A „nyugati” gyakorlatok közelebb állnak a magyarországihoz, így a helyi viszonyokhoz való alkalmazkodás teljesebb, mint az ázsiai vállalatok esetében. A leányvállalatok humán erőforrás menedzsment gyakorlata a hazai és a fogadó ország üzleti kultúrájának kölcsönhatásaként fejlődik, mindkettő elemeit tartalmazza, meghatározó továbbá többek között a piacra lépés módja és az időtényező is, így minden vállalat további számos egyedi vonással rendelkezik.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A külföldi cégek általános és üzleti kultúrája, működési módja jelentősen eltér a helyiekétől. Ezek az eltérések nehézségeket okozhatnak a leányvállalatok mindennapi működésében (Adler és Graham, 2009), kihathatnak a vállalat teljesítményére. A munkaügyi és munkavállalói kapcsolatok a küldő és a fogadó ország kultúráinak hatására, azok interakcióján keresztül alakulnak, de a fogadó ország dominanciáját mutatják. Ez rávilágít a fogadó ország intézményeinek fontosságára.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Adler, N. J. and Graham, J. G. (2009). Cross-cultural interaction: the international comparison fallacy? *Journal of International Business Studies*, 20 (3), 515-537

Ambos, B. and Schlegelmilch, B.B. (2008). Innovation in multinational firms: Does cultural fit enhance performance? *Management International Review*, 48: 189. <https://doi.org/10.1007/s11575-008-0011-2>

Ayentini, T. D.; Burgess, J.; Brown, K. (2016). A conceptual framework for international

human resource management research in developing economies. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, doi:10.1111/1744-7941.12132

Edwards, T.; Schnyder, G.; Fortwengel, J. (2019). Mapping the impact of home- and host-country institutions on human resource management in emerging market multinational companies: A conceptual framework. *Thunderbird International Business Review* 61(3), p. 531-544 <https://doi.org/10.1002/tie.22036>

Mellahi K, Mehmet, D.; Collings, D.G.; Tatoglu, E. and Hughes, M. (2013). Similarly different: a comparison of HRM practices in MNE subsidiaries and local firms in Turkey. *International Journal of Human Resource Management* 24(12), 2339–2368.

Morris, J., B. Wilkinson and M. Munday (2000). Farewell to HRM? *Personnel Practices in*

Japanese Manufacturing Plants in the UK, *International Journal of Human Resource Management*, 11(6), 1047–60.

Muller-Camen, M., Almond, Ph., Gunnigle, P., Quintanilla, J. and Tempel, A. (2001). Between home and host country: multinationals and employment relations in Europe. *Industrial Relations Journal*, 32 (5). pp. 435-448. (doi:10.1111/1468-2338.00210)



Poór J., Juhász, T.; Machová R.; Bencsik, A.; Bilan, S. (2018). Knowledge management in human resource management: Foreign-owned subsidiaries' practices in four CEE countries. *Journal of International Studies*, 11 (3), 295-308.

Stavrou, E.; Parry, E.; Gooderham, P.; Morley, M.; Lazarova, M. (2021). Institutional duality and human resource management practice in foreign subsidiaries of multinationals. *Human Resource Management Journal* 33(1), p. 69-94 <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12357>

Zeller, D. (2016). Global Employee Relations Home and Host Country Effects. Manuscript  
DOI:10.5281/zenodo.1481891

*Dr. Szakos Judit: A magyar állami szerepvállalás megítélése a startup ökoszisztémában - egy esettanulmány tanulságai*

Szerző:

Dr. Szakos Judit (Nemzeti Közszerzői Egyetem, Eötvös József Kutatóközpont, Amerika Kutatóintézet)

**A kutatás célja és kérdései:**

Jelen kutatás célja, hogy a mind vállalkozói, mind innovációs ökoszisztémákhoz szorosan kapcsolódó hazai startup ökoszisztéma állami támogatása hogyan és milyen megítéléssel valósul meg és a többi aktor részéről megfogalmazott visszajelzések miben gyökereznek. Ez hozzájárulhat kapcsolódó kormányzati kudarcok feltérképezésére és modellezésére a jövőben.

**Elméleti háttér:**

Az állami szerep napjaink biztonsági és környezeti kihívásokkal, illetve technológiai, gazdasági és társadalmi átalakulással járó közegében átalakul. A közigazgatással együtt a mindennapi működésnek egyszerre kell megteremtenie a stabilitást, miközben a folyamatos válságkezelés menedzselésére is be kell rendezkednie (Kattel et al., 2022). A fenti bizonytalanságokra reflektáló, egyúttal hosszútávon fenntartható hálózatok támogatására terelődik át a hangsúly, ezekben az ökoszisztémákban azonban az állam csak egy a szereplők közül.

Etzkowitz (2008) innovációs ökoszisztéma modellje szerint például interaktív kapcsolatok és klaszterek jelenhetnek meg, ahol a szereplők egymás szerepét is átvéve, egymástól kölcsönös függésben stimulálják a fejlődést, miközben relatíve egyenlőnek tekinthetők. Ezzel pedig az állami szerep már túllép a klasszikus piaci kudarcokat kezelő szerepből és a K+F+I területén – a vállalkozó állam logika mentén – kockázatcsökkentő szerepet is betölt (Kattel – Mazzucato, 2008). Ez az új szerep azonban nem az intézményi és jogi funkciók megteremtése, allokációs, redisztribúciós és stabilizációs funkció helyett, hanem arra épülve valósulhat meg valamennyi ökoszisztémában.

Magyarország esetén mind a nagy növekedési potenciállal rendelkező, ún. startup vállalkozások, mind az őket körülvevő szervezetek és intézmények rendszere fiatal. Az ökoszisztéma fejlődését a hazai kontextus számtalan eleme lassítja: például az államszocializmusból örökölt tőke és tudáshiány, egyes kulturális aspektusok (úgy, mint a vállalkozói életpálya megítélése, lásd GEM, 2022), illetve a kétszeresen függő piacgazdaság kapitalizmus modellel (Csákné Filep et al., 2019) leírt gazdaságtorzító hatások.

Kormányzati oldalról szintén a rendszerváltás utáni közigazgatási reformirányzatok körüli torzító mechanizmusokban gyökerező problémák nehezítik a fejlődést (Randma-Liiv – Drechsler, 2017), miközben a fenti "piaci kudarcok" megoldásának – egy részét – az államtól reméli az ökoszisztéma. Annak megítélésében azonban, hogy mely pontokon és milyen eszközökkel avatkozzon be a kormányzat már mind az érintettek körében, mind a szakirodalomban komoly vita folyik.

Az előadás startup ökoszisztéma elemzéseként – a terminus kiforratlansága miatt – a vállalkozói és innovációs ökoszisztémák startup vállalkozásokra használható tanulságait veszi figyelembe.

#### **Módszertan:**

A kutatás kvalitatív elemzésen alapul: a primer adatfelvétel félig strukturált interjúkkal történt az ökoszisztéma valamennyi szegmensét (állam, inkubátor, startup, kockázati tőke, angyal, szakértő) lefedve, míg a szekunder kutatás stratégiák és elemzések áttekintését (“grey literature”) foglalta magába. A feldolgozás dokumentumelemzéssel történt. A használt módszer esettanulmány, több esetre épülő designnal, mely a hogyan és miért kérdések megválaszolását tudja segíteni (Yin, 2018). Az interjúfelvétel 2020 és 2022 között történt a magyar startup ökoszisztémára fókuszálva.

#### **Eredmények:**

Az empirikus adatok alapján megállapítható, hogy az állam a startup ökoszisztéma aktív szereplője jelentős pénzügyi támogatásokkal. Az interjúk szerint ez a jelenlét szükséges, azonban jelen formában piactorzító hatással bír. A válaszadók az állam segítő – facilitátor szerepét, illetve bizonyos eszközök tekintetében az intézményi és jogi funkciók megteremtését tartották volna szükségesnek – többízben a finanszírozás helyett, néhány esetben azt kiegészítve. A piactorzító hatások és a tranzakciós költségek mellett az államigazgatási fluktuáció és átláthatatlanság, illetve a bizalom kérdése is megfogalmazódott a kritikák között. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy az interjúfelvétel óta eltelt időben a kritikaként felvetett joghézagok orvoslása elkezdődött.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az állam direkt és indirekt ösztönzőkkel, illetve azok hiányával is befolyásolja mind a vállalkozói, mind az innovációs hálózatokat (ökoszisztémát). A beavatkozási pontok értékelésénél fontos szempont a fogadó szervezetek percepciója, hiszen a támogatások igénybevétele és a megítélése közti összefüggések vizsgálata fontos információt nyújthat az ösztönzők hatásosságához és ezzel a közpolitikai tervezéshez.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Csákné Filep, J., Szennay, A., & Radácsi, L. (2019). A magyar startupvállalkozások nyomában. Working Paper Series, BGE BudapestLab. 2., ISSN: 2630-7960

Etzkowitz, H. (2008). The triple helix: University – industry - government innovation in action. Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203929605>

Global Entrepreneurship Monitor. (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption

Kattel, R., & Mazzucato, M. (2018). Mission-oriented innovation policy and dynamic capabilities in the public sector. *Industrial & Corporate Change*, 27(5), 787–801. <https://doi.org/10.1093/icc/dty032>

Randma-Liiv, T., & Drechsler, W. (2017). Three decades, four phases: Public administration development in Central and Eastern Europe, 1989-2017. *International Journal of Public Sector Management*, 30(6-7), 595-605. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-06-2017-0175>

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications*. SAGE Publications Inc.

*Rideg András – Sipos Norbert – Lukovszki Livia – Kövi-Varga Anna Róza: A magyar családi mikro-, kis- és középvállalatok erőforrás- és képességkonfigurációi*

**Szerző:**

Rideg András (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

Sipos Norbert (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

Lukovszki Livia (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

Kövi-Varga Anna Róza (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

**A kutatás célja és kérdései:**

Számos szakirodalom (pl. Rau et al. 2019, Daspit et al. 2021) világít rá arra, hogy a mikro-, kis- és középvállalati (kkv) szektoron belül a családi és nem családi vállalatok versenyképességét összehasonlító, többdimenziós elemzések mellett egyre nagyobb az igény arra, hogy a vállalati teljesítmény, valamint az erőforrás- és képességkonfigurációk sajátosságait csak a családi vállalatok körén belül hasonlítsuk össze. A feltáró jellegű kutatásban a Globális Versenyképességi Projekt (GCP, Global Competitiveness Project) 372 magyar családi kkv-t tartalmazó adatállományán elemezzük a vállalati teljesítmény és a versenyképesség komponenseinek főbb jellemzőit.

**Elméleti háttér:**

Az utóbbi évtizedekben az erőforrás-alapú megközelítés (RBV, Resource-Based View) vált a versenyképesség megragadásának egyik legelterjedtebb keretrendszerévé (Barney 1991, 2001, Peteraf 1993, Prahalad – Hamel 1990, Rugman – Verbeke 2002, Wernerfelt 1984). Eszerint a teljesítménykülönbségek a vállalatok által birtokolt, kisajátított és megfelelő mértékben szervezetbe ágyazott heterogén és immobil erőforrásokkal magyarázhatók. Néhány kutató külön-külön vizsgálta a versenyképesség RBV szerinti tényezőit, míg mások (beleértve a GCP kutatóit is) az RBV összetett mutatóinak kidolgozását javasolják, aminek nagy előnye, hogy lehetővé teszik a versenyképesség tényezőinek rendszerszintű elemzését (Miller 1986, 1996).

Az RBV, a konfigurációelmélet, valamint Czakó és Chikán (2007), Chikán és Czakó (2009) definícióit felhasználva a tanulmányban a kkv versenyképességet a következő változók határozzák meg: hazai piac és verseny, együttműködés, nemzetköziesedés, humán tőke, termék, technológia, marketing, online jelenlét, döntéshozatal, stratégia. Ezek konfigurációi teszik lehetővé, hogy hatékonyan helytálljanak a gazdasági versenyben, és olyan termékeket/szolgáltatásokat nyújthassanak a fogyasztóiknak, amelyekért hajlandók a versenytársakénál nagyobb jövedelmezőséget biztosító árat kifizetni.



**Módszertan:**

A K-közepű klaszterelemzés módszere alkalmas az egyes erőforrás- és képességkonfigurációk kimutatására, valamint a magyar családi kkv-k teljesítménykülönbségeinek vizsgálatára (Moreno-Gómez – Lafuente 2019). A 4 db klaszter kialakításához használt tényezők: eszközarányos megtérülés, a foglalkoztatottak létszáma és a cégkor.

**Eredmények:**

Két klaszter (2. és 4. klaszter) részmintaelemszáma magas, együtt a minta 85,22%-át teszik ki. A minta 7,53%-át magában foglaló 1. klaszter a magas ROA értékek alapján jött létre, a maradék 7,26%-ot tartalmazó 3. klaszter pedig a magas foglalkoztatotti létszám alapján; a mintametszéssel két (2. és 3. klaszter) érett és két (1. és 4. klaszter) fiatalabb vállalatot magába foglaló klaszter keletkezett, de az 1. klaszter inkább középkorú, a 4. klaszter pedig inkább fiatal (10 év feletti átlaggal) vállalatokat tartalmaz. Az 1. klasztert a „középkorú hatékonyak”, a 2. klasztert a „kiforrott közepszerűek”, a 3. klasztert az „érett középvállalatok”, a 4. klasztert pedig az „összpontosító fiatalok” csoportjának neveztük el.

A „középkorú hatékonyak” 1. klasztere 28 magyar családi kkv-t (7,53%) foglal magába, jellemző a magas ROA érték és az alacsonyabb foglalkoztatotti létszám és cégkor. A versenyképességi index értéke (4,640) megfelel a mintaátlagnak (4,642). Jó termékjellemzőkkel és marketinggel összpontosítanak egy adott hazai rés piacra, tevékenységüket pedig kitűnő vállalatirányítási- és stratégiai vezetési képességekkel fogják össze a kiemelkedő pénzügyi teljesítmény elérése érdekében (ilyen eredményekre jutott Cetindamar – Kilitcioglu (2013), valamint Felsmann et al. (2022) is).

A „kiforrott közepszerűek” 2. klasztere 203 magyar családi kkv-t (54,57%) tartalmaz. A csoportot szignifikánsan magasabb cégkor, valamint alacsony-közepes foglalkoztatotti létszám és ROA érték jellemzi. A versenyképességi indexe szintén átlagosnak tekinthető (4,638), az 1. klaszterrel szemben az egyes változóknál nagymértékű eltéréseket (az online pillér kivételével) nem találunk.

Az „érett középvállalatok” 3. klaszteréhez 27 magyar családi kkv (7,26%) tartozik. Lényegesen magasabb (100 főnél több) a foglalkoztatotti létszám, szignifikánsan magasabb a cégkor és jellemző az alacsony-közepes ROA érték. A stratégia pilléren kívül valamennyi változót a legmagasabb értékek jellemzik, így a klaszter versenyképességi indexe (5,832) is magasabb a mintaátlagnál. A magas versenyképesség nem jár együtt a magas ROA értékkel, így felmerülhet a hatékonyság-, az orientációvesztés, illetve a túlbürokratizálódás eshetősége (ahogyan erre Kiss et al. (2023) is felhívják a figyelmet).

Az „összpontosító fiatalok” 4. klaszteréhez 114 magyar családi kkv (30,65%) tartozik. Itt a legfiatalabbak a vállalatok, a foglalkoztatotti létszám és a ROA alacsony-közepes szintűnek tekinthetőek. A versenyképességi index (4,367) értéke is és az versenyképességi változók is lényegesen mintaátlag alatt alakultak, amely mellett ugyanakkor a ROA érték nem marad el a 2. és a 3. klaszterre jellemző alacsony-közepes szinttől. Ez alapján a 4. klaszter nem csak elmaradt versenyképességű vállalatokat tartalmaz, hanem az alacsonyabb szintű erőforrásokat és képességeket összpontosító módon hasznosító, a fő orientáció szempontjából szükségtelen területeket nem fejlesztő, erőforrás- és képesség-hatékony vállalatokat is (megerősítve Kiss et al. (2023)).

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatás legfontosabb tanulsága az, hogy a versenyképesség „Szent Gráljának” hajszolása tévútra vezethet. Nem lehet általánosan meghatározni azt, hogy melyek azok az erőforrások és képességek, amelyek a vállalat nyereséges működéséhez mindenképpen szükségesek, ezek megteremtésével a versenyképesség mindenképpen létrejön és hosszú távon fenntartható. Az eredmények arra utalnak, hogy a versenyképesség megteremtésében szerepet játszó erőforrások és képességek bonyolult rendszeréből egyéni konstellációkat alkalmaznak a vállalatok, minden vállalat egyedi utat választ.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

- Barney, J. B. (1991): Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol. 17. No. 1. pp. 99-120.
- Barney, J. B. (2001): Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes. *Academy of Management Review*, Vol. 26. No. 1. pp. 41-56.
- Cetindamar, D. – Kilitcioglu, H. (2013): Measuring the competitiveness of a firm for an award system. *Competitiveness Review*, Vol. 23. No. 1. pp. 7-22.
- Chikán A. – Czakó E. (2009): Konceptcionális és módszertani alapok. In: Chikán A. – Czakó E. (szerk.) (2009): *Versenyben a világgal. Vállalataink versenyképessége az új évezred küszöbén*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 33-96. o.
- Czakó E. – Chikán A. (2007): Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból 2004-2006. *Vezetéstudomány*, 38. évf. 5. sz. 2-8. o.
- Daspit, J. J. – Chrisman, J. J. – Ashton, T. – Evangelopoulos, N. (2021): Family Firm Heterogeneity: A Definition, Common Themes, Scholarly Progress, and Directions Forward. *Family Business Review*, Vol. 34. No. 3. pp. 296-322.
- Felsmann B. – Ferincz A. – Kárpáti Z. (2022): Erőforrások és képességek a vállalati versenyképesség tükrében. Egy empirikus vizsgálat tanulságai. *Vezetéstudomány*, 53. évf. 4. sz. 2-16. o.
- Kiss T. – Szerb L. – Fehér Zs. – Rideg A. (2023): A hatékonyság és a vállalati kompetenciák kapcsolatának vizsgálata a magyar kisvállalatoknál DEA módszer segítségével. *Sigma*, 54. évf. 2. sz. (megjelenés folyamatban)
- Miller, D. (1986): Configurations of strategy and structure: Towards a synthesis. *Strategic Management Journal*, Vol. 7. No. 3. pp. 233-249.
- Miller, D. (1996): Configurations revisited. *Strategic Management Journal*, Vol. 17. No. 7. pp. 505-512.
- Moreno-Gómez, J. – Lafuente, E. (2019): Analysis of competitiveness in Colombian family businesses. *Competitiveness Review*, Vol. 30. No. 3. pp. 339-354.
- Peteraf, M. A. (1993): The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, Vol. 14. No. 3. pp. 179-191.
- Prahalad, C. K. – Hamel, G. (1990): The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, Vol. 68. No. 3. pp. 79-91.
- Rau, S. B. – Schneider-Siebke, V. – Günther, C. (2019): Family Firm Values Explaining Family Firm Heterogeneity. *Family Business Review*, Vol. 32. No. 2. pp. 195-215.

Rugman, A. M. – Verbeke, A. (2002): Edith Penrose's contribution to the resource-based view of strategic management. *Strategic Management Journal*, Vol. 23. No. 8. pp. 769-780.

Wernerfelt, B. (1984): A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, Vol. 5. No. 2. pp. 171-180.

## *Szabó Krisztofer – Petheő Attila – Nagy Konrád Ákos: A Magyar Multi Program második körös nevezői és nyertesei*

### *Szerző:*

Nagy Konrád Ákos (Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalkozás és Innováció Intézet, Vállalkozás-fejlesztés és –menedzsment Tanszék)

Petheő Attila (Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalkozás és Innováció Intézet, Vállalkozásfejlesztés és –menedzsment Tanszék)

Szabó Krisztofer (Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalkozás és Innováció Intézet, Vállalkozásfejlesztés és –menedzsment Tanszék)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célja ismertetni a 3 év alatt kiforrt programmá vált, Magyar Multi Programot, melynek eredményeit és tanulságait több, a programtól független kutatás és utókövetés segítségével mutatjuk be. A Magyar Multi Program missziója, hogy elősegítse a magyar tulajdonú multinacionális vállalatok kialakulását, mely okán célunk egy aktuális és hiánypótló áttekintést közölni a Magyar Multi Program második körös nyerteseiről, a pénzügyi, regionális és szervezeti kultúra szempontokat elemezve.

A vizsgálat során az alábbi fő kutatási kérdéseket határoztuk meg:

a) A kiválasztás során tényleg a legjobb (kiváló és gyorsan növekvő) magyar vállalkozásokat sikerült-e bevonnia a Magyar Multi Programba?

b) Milyen jellemzők (típus besorolások) érvényesek a programba bekerült gyorsan növekvő vállalkozásokra?

### **Elméleti háttér:**

A gyorsan növekvő vállalkozások társadalmi szerepe (Angyal, 2001) legalább annyira fontos, mint gazdasági jelentőségük (Schumpeter, 1980), ugyanis őket mutatják a vállalkozásképzések során (Vecsenyi & Petheő, 2023). Ezek a vállalkozások példát mutatnak más cégek számára, a gazdaság élén járnak és másokat is növekedésre ösztönöznek (Brophy, 1997), így a gazdaság motorját jelentik (Szirmai, 2002). A magyar gazdaság szempontjából az lenne a kívánatos, ha több magyar, gyorsan növekvő vállalkozás multivá válna, és Magyarországnak a környező országokhoz hasonlóan lenne néhány Unikornisa. Jelenleg három olyan magyar vállalatról tudunk, akik unikornissá válhatnak a

közeljövőben: a Bitrise, a Seon és a Prezi. Ezek mind olyan vállalkozások, melyek rendkívül gyorsan nőttek nagyra és kiemelt figyelem irányul rájuk (CBInsights, 2021). Az ilyen típusú cégeket a közgazdasági szakirodalomban dinamikusan növekvő, gyorsan növekvő, valamint „gazella” vállalkozások néven (Abell, 1993; Birch, 1987; OECD, 2002; Vecsenyi, 2003) is említik. Gazdasági szerepükön túl fontos, hogy követendő példát mutatnak mások számára, ezzel is növelve a vállalkozási kedvet (S.Gubik & Farkas, 2016). Nem véletlen, hogy a világon mindenütt a kormányzati



gazdaságpolitika fókuszában állnak a „gazella” cégek, és sok helyen kifejezetten az ilyen vállalkozások helyzetbe hozására, támogatására hoznak létre gazdaságpolitikai programokat, kezdeményezéseket (Csapó, 2006). A Magyar Multi Program egy vállalkozásfejlesztési program az IFKA Közhasznú Nonprofit Kft. gondozásában. Célja az exportképes és innovatív termékeket és szolgáltatásokat előállító, nagy növekedési potenciállal bíró hazai KKV-k megerősítése (IFKA, 2020)

#### **Módszertan:**

Magyar Multi Program 2020-as adatbázisában szerepelnek a jelentkező vállalatok nevei, hogy sikeresen megszerezték-e az előminősítési igazolást és számos adat a gazdasági teljesítményükről, a vállalkozás típusáról, alapításának dátumáról stb. Az adatbázis 101 vállalat adatait tartalmazza, 2020-ban ennyien vettek részt a programban. Kutatásunk céljához és kérdéseihez igazodva a Magyar Multi Program nyerteseit vizsgáltuk pénzügyi, regionális és szervezeti kultúra szempontból. Az elemzés során végeztünk többek között logisztikus regresszió vizsgálatot, varianciaanalízist és weboldal tartalomelemzést is.

#### **Eredmények:**

A felmérésből kiderült, hogy a kiválasztott cégek exportban csak kissé múlták felül az átlagot, viszont a siker szempontjából a fiatal cégek jobb eséllyel kerültek kiválasztásra, tehát a „gazella” vállalkozások nagyobb eséllyel kaptak magyar multi támogatást. Ezek alapján az első kutatási kérdésre adott válasz megerősítő jellegű, az eredményekből az látszik, hogy a pozitív kilátásokkal rendelkező cégek kerültek kiválasztásra a programba. A regionális vizsgálatoknál nem várt eredményt hozott az egyetemek erős kapcsolatának szerepe, továbbá erős kapcsolat van a projektek elhelyezkedése és a K+F kutatóhelyek száma között is. Második kutatási kérdésünkhöz kapcsolódóan megvizsgáltuk az előminősítési igazolást kapott cégek vállalati kultúráját is, ami egyfelől szomorú eredményt hozott, hogy a „sokszínűség” dimenziója csupán három vállalkozás esetében jelenik meg, mint fontos szempont. Ez lehet a nemzetközi terjeszkedés gátja is, ami a vállalkozások ugrásszerű növekedésének egyik lehetséges eszköze. A legfontosabb dimenzió az „eredményorientált” működés, az „innováció” előtérbe helyezése, és a „kompetitív” fellépés, mely az erős versenyt is mutatja, nem csak a piacok, hanem a források iránt is.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az eredmények rávilágítanak többek között a kiválasztott cégek főbb jellemzőire, a regionális szinten mérhető kapcsolatokra és az előminősítési igazolást kapott cégek vállalati dimenzió kultúrájára. A kutatásból megállapítható, hogy a magyar középvállalatokat sok tekintetbe felülmúló vállalkozások kerültek kiválasztásra, amelynek az adatokkal alátámasztott bizonyítását a 2022/2023-as program elemzésével szeretnénk majd megjelentetni. Az elemzéssel hozzá kívánunk járulni ahhoz, hogy a nemzetközi gyorsan növekvő vállalatokon túl, a magyar „gazella” vállalkozásokról is készüljön egy kvantitatív elemzés, mely mintaként szolgálhat a következő körös Magyar Multi Programban résztvevő vállalkozásoknak és a szakértők számára egyaránt.



**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Abell, D.F., Köllermeier, T. (1993). *Dynamic Entrepreneurship in Central and Eastern Europe*. The Hague, Delwel Publishers.

Angyal Ádám (2001). Üzleti szervezetek társadalmi és politikai megfelelése. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 32(2), 42-54.

Birch, D. (1987). *Job Creation in America*. Free Press, New York

Brophy, D.J. (1997). Financing the Growth of Entrepreneurial Firms. In: Sexton, D.L., Smilor, R. (eds.): *Entrepreneurship 2000*. Upstart Publishers, Chicago, pp. 5-27.

CBInsights (2021). The complete list of unicorn companies. Elérhető:  
<https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>

Csapó Krisztián (2008). A „gazella” vállalkozások és gazdaságpolitikai kezelésük. *XXI. Század Tudományos Közlemények*. 19(1), 45-56.

IFKA (2020). Magyar Multi Program Programleírás. Elérhető: <https://mmp.ifka.hu/hu/page/programleiras>

OECD (2002). *High-growth SMEs and Employment*. Paris. Elérhető:  
<https://www.oecd.org/industry/smes/2493092.pdf>

S. Gubik Andrea, & Farkas Szilveszter (2016). A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 47(3), 46-55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD>. 2016.03.05

Schumpeter, J.A. (1980). *A gazdasági fejlődés elmélete – Vizsgálódás a vállalkozói profitról, a tőkéről, a hitelről, a kamatról és a konjunktúraciklusról*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest

Szirmai Péter (2002). Vállalkozásoktatás és helyreállítási periódus. *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 33(1), 12-20.

Vecsenyi János (2003). *Vállalkozás – Az ötlettől az újrakezdésig*. Aula kiadó, Budapest

Vecsenyi János, & Petheő Attila (2023). *Vállalkozz okosan. (új átdolgozott kiadás)*. HVG kiadó, Budapest

## *Katona Klára: A magyar vállalati termelékenység alakulása és indokai az elmúlt évtizedben*

Szerző:

Katona Klára (Pázmány Péter Katolikus Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célja, hogy megvizsgálja volt-e tényleges termelékenységjavulás a magyar vállalatok működésében az elmúlt 15 éven belül, és ha igen, akkor ez milyen főbb okokra vezethető vissza. Végül soron az elemzés arra keresi a választ, hogy a nemzetközi összehasonlításban is megfigyelhető változások tényleges hatékonyságjavulásra vezethetők-e vissza, avagy csak virtuálisak, vagyis jogi, szabályozási, illetve a gazdaság fehéredését szolgáló intézkedéseknek köszönhetőek-e. A másik fontos kérdése a tanulmánynak, hogy van-e különbség a nagyvállalati és a kis- és középvállalati szektor termelékenységváltozásában és annak okaiban.

### **Elméleti háttér:**

Az MNB 2022-es termelékenységi jelentésében megállapítja, hogy 2017 óta erős munkatermelékenység-bővülés segítette Magyarország EU-átlaghoz való felzárkózását. A termelékenységjavulás a koronavírus kirobbanása előtti hat év során két rövidebb, hároméves szakaszra bontható a jelentés szerint: 2013-2017 között extenzív, munkapiaci alapokon nyugvó növekedés jellemezte, míg 2017-2019 között a korlátossá váló munkaerő-bővítés helyett magas tőke- és termelékenység vezette növekedési szakasz következett. Ebben a második szakaszban a munkatermelékenység átlagosan közel 3 százalékkal bővült. A pandémia miatt bekövetkező átmeneti csökkenés ellenére a létszámalapú munkatermelékenység 2019-hez képest 2021-re további 1,3 százalékkal nőtt Magyarországon, míg a V3-átlag 0,5 százalékkal emelkedett, az EU-átlag pedig 0,4 százalékkal csökkent (MNB, 2022). A Kopint-Tárki 2019 végén készült tanulmánya szintén megállapítja a paradigmaváltást a magyar gazdaság fejlődésében 2016-ot követően. Míg a korábbi évtizedeket az alacsony termelékenységgel párosuló alacsony bérek és munkaerő-bőség jellemezte, addig az új szakaszban már inkább munkaerő-hiány, béremelkedés és a termelékenység terén felzárkózás figyelhető meg. A tanulmány adatai szerint elsősorban a feldolgozóiparban volt tapasztalható régiós összehasonlításban is számottevő termelékenységnövekedés. Harsányi Péter 2020-as elemzése az Eurostat adatai alapján arra mutat rá, hogy a legnagyobb termelékenységjavulás a KKV szektoron belül figyelhető meg mind régiós, mind EU-s összehasonlításban. A kérdés azonban nyitott marad, hogy ez a termelékenységjavulás egy valós, vagy csupán virtuális változás-e, ami leginkább jogszabályi változásokból, és a gazdaság kifehéritésből fakadnak-e, illetve csak átmeneti jelenségekre vezethetők-e vissza. A másik fontos kérdés az, hogy ha valós a változás, akkor milyen okokkal magyarázhatók. Ezen okok között a szokott termelékenységre ható tényezők (tőke és munka) mellett a 21. század tudásgazdaságában az innováció jelentősége emelhető ki. Ugyanakkor azt is érdemes megvizsgálni, hogy mennyire hatékonyak a vissza nem térítendő (EU-s) támogatások nagyságának növekedése a

bevételek között, vagy éppen az MNB Növekedési Hitelprogramja, vagyis a kedvezményes hitelforrások elérhetőségének javulása mennyiben járult hozzá a vállalati hatékonysághoz.

#### Módszertan:

Jelen kutatás nem aggregát adatokra, hanem vállalati beszámolókra építi a magyarországi vállalatok termelékenységének elemzését, melyet a Céginformáció.hu Kft. adatbázisa szolgáltat. A vizsgált időszak 2008 és 2021 közötti időszakra terjed ki, azonban nem minden évet, hanem minden második/harmadik év közötti változást vizsgálja: 2008, 2010, 2013, 2016, 2019, 2021.

A termelékenységváltozás elemeit regressziós modell segítségével kísérlem meg feltárni. A regressziós modell endogenitási problémájának kezelésére a késleltetett változók módszere, a fixhatás-panelregresszió adhat megoldást. A függő változó és a független változók között a késleltetés 2-3 év. A késleltetett változó módszere miatt csak azok a vállalatok maradhattak bent az adatbázisban, amelyek a kiválasztott ágazatokban a vizsgált időszak egészében működtek. Ez a válogatási szempont egyúttal részben kiszűri azokat a vállalatokat, amelyek eredménye a gazdaság kifehéredésének köszönhetően jelenik meg a statisztikákban.

Az elemzés elsősorban a feldolgozóipari vállalatokra fókuszál, ezen belül azonban különbséget tesz a KKV és a nagyvállalati szektor között. Ez összesen 1448 vállalatot jelent a vizsgált időszakban, szemben az eredeti adatbázisból elérhető, összes ágazatot érintő egymillió aktív vállalatszámmal. Az időbeli eltolás miatt a függő változó értékének inflációs korrigálása is szükségessé válik. A deflálás alapjául az ipari termelői árindex szolgál.

A regressziós modell a következő paramétereket tartalmazza:

$$MT_{ijt+1} = \beta_0 + \beta_1 TI_{ijt} + \beta_2 II_{ijt} + \beta_3 EE_{ijt} + \beta_4 \hat{A}T_{ijt} + \beta_5 H_{ijt} + e_{ijt},$$

ahol a függő változó (MT) munkatermelékenység: hozzáadott érték (értékesítés nettó árbevétele+aktivált saját teljesítmény – anyagjellegű ráfordítás; a változó az időbeli eltolás miatt az ipari termelői árindex alapján deflált értéken szerepel a modellben. A magyarázó változók (TI): tőkeintenzitás; tárgyi eszköz, (II): innovációs intenzitás; immateriális javak, (EE): emberi erőforrás; személyi jellegű ráfordítás, ( $\hat{A}T$ ): állami támogatás, (H): hitel. Az i: vállalati azonosító, j: ágazat, t: év

(A méretbeli különbségek, vagyis a kis- és középvállalat és a nagyvállalati szektor nagyságrendbeli eltéréseinek kiküszöbölésére a létszámadattal való osztás az általános gyakorlat.)

#### Eredmények:

A feldolgozóipari vállalati adatokból már most is jól látszik, hogy vállalati méretkategóriák szerint a munkatermelékenység változása különböző dinamikájú, de minden méretkategóriában javulást mutat 2016 után. Az egyes komponensek hatásának eredménye a kutatás jelenlegi szakaszában még nem áll rendelkezésre.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatás megpróbálja feltárni, hogy az elmúlt évtizedben javult-e a magyar vállalatok teljesítménye, és ha igen, akkor ez milyen okokra vezethető vissza: innováció, állami támogatás, munkaerő hatékonyságának javulása, hitelekhez való könnyebb hozzáférés, vagy csak szabályozási, jogi okoknak köszönhető, vagyis a gazdaság kifehéredésének. A tanulmány arra is választ keres, hogy a vállalatok mérete (nagy, közepes, kicsi) befolyásolta-e a leírt tényezők alakulását.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Álvarez-Ayuso, I., Delgado-Rodríguez, M. J., Salinas-Jiménez, & del Mar, M. (2011) Explaining TFP growth in the European Union at the sector level. *Journal of Economic Policy Reform Aquatic Insects*, 14(3), 189–199.

Aydin, N. , Alrajhi, A.N. , Jouini, J.H. (2018) Estimating the Impact of R&D Spending on Total Factor Productivity For OECD Countries: Pooled Mean Group Approach, *The Journal of Developing Areas*, Volume 52 No. 2 Spring 2018

Backman, M. (2014). Human capital in firms and regions: Impact on firm productivity. *Papers in Regional Science*, 93(3), 557–575.

Csath, M. ( 2023) Escaping the Development Trap: A Comparative Socioeconomic Study of Visegrad group and Western European Countries , *The IUP Knowledge Management Vol.21. No 2. (Quarterly)*. April 2023. 27-48

Csontos, t. (2023) A magyar felzárkózási modell ágazati alapú, regionális és időbeli összehasonlító elemzése, *Közgazdasági Szemle, LXX. ÉVF., 2023. február*, 167–191

Duch-Brown, N. , de Panizza, A. , Rohman, I.K. ( 2018) Innovation and productivity in a science-and technology intensive sector: Information industries in Spain, *Science and Public Policy*, 45(2), 2018, 175–190

Ghosh, S., & Mastromarco, C. (2013). Cross-border economic activities, human capital and efficiency: A stochastic frontier analysis for OECD countries. *The World Economy*, 36(6), 761–785.

Halpern, L. (2020): Termelékenység, innováció és külkereskedelem magyar vállalati adatok alapján, *Külgazdaság, LXIV. évf., 2020. május-június*, 3–29.

Harsányi, P.(2020) Elakadhat a gyors béremelkedés Magyarországon,

<https://novekedes.hu/elemezsek/elakadhat-a-gyors-beremelkedes-magyarorszagon>

Kiss J. (2014) Az Innováció Hatása a Vállalati Teljesítményre as Versenyképességre, *Közgazdasági Szemle, LXI. 2014. március*, 299—314

Kiss, J. (2022) Innovatívabbak-e a termelékeny és az exportáló vállalatok? Egy magyar feldolgozóipari minta elemzése, *Közgazdasági Szemle, LXIX. évf., 2022. április*, 502–516.

MNB (2022) Termelékenységi jelentés, MNB Budapest, 70

Palócz É. Matheika Z., Gebei T. Vakhil P. (2019) A magyar gazdaság felzárkózásának néhány kulcskérdése, *KOPINT-TÁRKI Konjunktúrakutatási Intézet Zrt, Budapest*, 70.

Qadri, F. S., & Waheed, A. (2013). Human capital and economic growth: Cross-country evidence from lowmiddle-and high-income countries. *Progress in Development Studies*, 1(2), 89–104.

Silaghi, M., Alexa, D., Jude, C., Litan, C. (2014) Do Business and Public Sector and Development Expenditures Contribute to Economic Growth in Central and Eastern European Countries? A dynamic panel estimation, *Economic Modeling*, 36, 108-11



## *Pogácsás Péter: A magyar-román vállalati kapcsolatok empirikus vizsgálata a nemzetköziesedés szemszögéből*

Szerző:

Pogácsás Péter (Mathias Corvinus Collegium)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Románia évek óta Magyarország legnagyobb külkereskedelmi partnerei, legerősebb exportpiacai közé tartozik. Az erős gazdasági kapcsolat sokszínű vállalati kapcsolatokban is leképeződik, amelyek valószínűleg egyéni jellegzetességeket is hordoznak más országokkal fennálló kapcsolatokhoz képest.

A kutatás célja

1. Vállalati mélyinterjúk útján feltárni, milyen fő jellemzői vannak napjainkban a magyar-román vállalati kapcsolatoknak?
2. Megállapíthatók-e eltérő jellegzetességek a két ország, a különböző méretkategóriák, részpiacok, földrajzi térségek, esetleg szociológiai jellemzők alapján?
3. Mindkét ország gazdasági szerkezetének átalakulásával megfigyelhetők-e változások a vállalati kapcsolatokban?

### **Elméleti háttér:**

A nemzetköziesedés fogalmát széles értelemben Welch és Luostarinen, (1988), valamint Antalóczy és Sass (2011) alapján a vállalat nemzetközi műveletekben való növekvő részvételének folyamataként célszerű meghatározni. Ennek megfelelően a vállalat nemzetköziesedésének sokféle módja létezik az export-import különböző formáin keresztül egészen a leányvállalat létrehozásáig.

A nemzetköziesedéssel foglalkozó elméletek a hatvanas évektől a különböző esettanulmányok alapján kezdtek foglalkozni a vállalatok külpiacra lépési döntéseivel, annak nemzetközi formáival (Cantwell, J., 2000). Egyes elméletekben a cégek nemzetköziesedését a technológia fejlődésével, a termékek életciklusával (Vernon, 1966), az Uppsala-modellben a terjeszkedés mélységében és térbeliségében dinamikusan egymásra épülő fázisaival, az eklektikus OLI-paradigmában háromféle vállalatspecifikus tulajdonosi előny érvényesülésével határozták meg. A nemzetköziesedés átfogó elméletei ugyanakkor alapvetően a nemzetközi nagyvállalatok gyakorlatát modellezik, a kis- és középvállalatok külpiaci nehézségeit nem vizsgálják.

### **Módszertan:**

Félig strukturált mélyinterjúk különböző méretű és különböző ágazatokhoz tartozó magyarországi és romániai vállalati menedzserekkel, cégtulajdonosokkal, valamint a magyar-román kapcsolatokkal foglalkozó kutatókkal, tanácsadókkal.

**Eredmények:**

Az előzetes eredményeink alapján eltérés megfigyelhető meg a magyar-román nagyvállalati és a kisvállalati üzleti kapcsolatok között. Míg a nagyvállalati kapcsolatokra túlnyomórészt, vagy kizárólag a nemzetköziesedési modellekben leírt terjeszkedési, megtérülési szempontok a jellemzőek, a kkv-k vonatkozásában a romániai magyar etnikumú és a magyarországi vállalkozások egy ideig egymás komplementer piacaiként, gazdaságilag összekapcsolódottan működtek. Ez utóbbi azonban változóban van, a nemzetközi disztribúciós láncok romániai kiépülésével az ottani kkv-k magyarországi vásárlásai csökkennek.

A magyar és román nemzeti tulajdonú nagyvállalatok esetében az együttműködés túlnyomórészt kereskedelmi formában létezik, a nemzetköziesedés valószínűleg nem éri el a V3 országok vagy Ausztria vonatkozásában megfigyelhető mélységet.

A sikeres magyar tulajdonú középvállalatok inkább a nyugat-európai vagy V3 piacokon akarnak terjeszkedni, és kevésbé Romániában.

Jelenleg a romániai kkv szektorban a helyi ellátási, alapanyaggyártási, beszállítói kapacitások kiépítése zajlik. Nemzetközi vagy regionális márkák felépülése nem nagyon látszik. A növekedés elsősorban a helyi fogyasztás által vezérelt.

A magyarországi cégekkel fennálló, hosszabbtávú üzleti kapcsolat egyes erdélyi cégek számára hordoznak olyan előnyöket, hogy a nyugatabbra működő partnernél előbb jelennek meg az új technológiák, új menedzsmenttudások, előbb módosul a társadalmi gondolkodás, amit érdemes lehet megismerni. Az interjúkban megjelenik egy lehetséges közvetítő szerep mindkét oldalon. Egy megbízható üzleti partner segíthet bevezetni a másik ország cégét az adott ország működési feltételeibe, piacába. A magyarországiak nyugati országokba segíthetnek eljutni erdélyieket, az erdélyiek pedig a román etnikumú cégek felé közvetíthetnek.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Románia Magyarország legfontosabb külpiazi partnerei közé tartozik, a magyar áruk harmadik legnagyobb felvevő piaca. A román gazdaság az európai uniós csatlakozás óta a magyarországit meghaladó, de jelentős részben fogyasztásvezérelt növekedésen megy keresztül. A gazdasági kapcsolat az infrastrukturális összekapcsolásokkal és a nemzetközi értékláncokba való erőteljesebb bekapcsolódással a jövőben várhatóan dinamikusan tovább fog erősödni. Fontos megérteni, hogy egy ilyen jelentős partnerkapcsolat mélyrétegeiben, a vállalati kapcsolatokban milyen folyamatok játszódnak le.

**Releváns irodalom, hivatkozásjegyzék:**

Antalóczy, K, Sass, M (2011), Kis- és közepes méretű vállalatok nemzetköziesedése – elmélet és empiria  
Külgazdaság, LV. évf., 2011. szeptember–október pp. 22–33.

Cantwell, J. (2000), A survey of theories of international production C.N. Pitelis and R. Sugden (eds), *The Nature of the Transnational Firm*, London: Routledge, ch. 2, pp. 10–56.

Dunning, John H. (2000), The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity, *International Business Review* 9 (2000) pp. 163–190

Johanson, J. and Vahlne, J.-E. (2009), The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, *Journal of International Business Studies*, 40 (4), pp. 1411–31.

Vernon (1966), P.J. Buckley and P.N. Ghauri (eds) (1999), *The Internationalization of the Firm: A Reader*, London: ITBP, ch. 2, pp. 14–26.

Welch, L. – Loustarinen, R. (1988) Internationalization – evolution of a concept. *Journal of general management*, 14 (2)., pp. 34–55.

*Varga Zsuzsanna EMBA – Dr. habil Katits Etelka PhD – Jámbor Balázs Róbert – Dr. Szalka Éva PhD – Magyar Katinka EMBA: A turnaround helyzetek felismerése, a válságkezelő és -elkerülő megoldások a magyar vállalkozói szféra számára*

*Szerző:*

Varga Zsuzsanna EMBA (Interstuhl Büromöbel Ltd.)

Dr. habil Katits Etelka PhD (Pannon Egyetem)

Jámbor Balázs Róbert (Pannon Egyetem)

Dr. Szalka Éva PhD (Széchenyi István Egyetem)

Magyar Katinka EMBA (Magyar-Audit Kft.)

#### **Elméleti háttér:**

Napjaink átalakuló és kaotikus világában üzleti alapokra épülő megoldások bemutatása a magyar vállalati vezetők számára reaktív és preventív célból.

Kutatási kérdések:

1. Akár a növekvő, akár a hanyatló szakaszban lévő gazdálkodó szervezetek is kerülhetnek turnaround helyzetbe, amit a működésük gyenge és erős jelzéseivel lehet azonosítani.
2. Egyértelmű különbség van a nagyvállalatok és kkv vezetők válsághoz való hozzáállásában.

#### **Elméleti háttér:**

A vállalati fordulatkezelés szerepe felerősödött a jelenlegi válságsorozat hatására. Ez megköveteli az empirikus kutatás további bővülését, amely esetünkben a turnaorund szituáció azonosítására irányul.

A turnaround kifejezést általában a sikertelen vagy válságos vállalati életszakaszhoz kötjük, ugyanakkor a válságsorozat hatása szükségessé teheti egy új ötlet, egy új üzleti lehetőség vagy újabb tevékenység elindítását, amely szintén turnaround menedzselést igényel. Ezekben a helyzetekben és körülmények között a vezetői szerep átalakul: az eddigiekhez képest több és más információt, eredményt kell értelmezni, viszont a döntéshozatal minden eddiginél megalapozottabb, könnyebb és gyorsabb kell, hogy legyen. Olyan menedzselési metodikákra van szükség, amely ösztönzi a vállalatvezetést a preventív szemlélet és proaktív magatartás alkalmazására a hatékony döntéshozatal és kockázatkezelés érdekében.

#### **Módszertan:**

Kvantitatív és kvalitatív adatfeldolgozási módszertanok alkalmazása Top 1000 cégekre vonatkozóan:

- saját készítésű, online kérdőív feldolgozása SPSS programmal;
- FINel pénzügyi szakértői rendszer elemző és diagnóziskészítő, valamint turnaround controlling moduljának alkalmazása.

### Eredmények:

A kérdőívek kiértékelése során megállapítottuk a következőket:

1. A gazdálkodó szervezetek működésében meghatározható gyenge és erős jelzésekkel egyértelműen kimutatható az, hogy a fennmaradáshoz és a fejlődéshez milyen konkrét reaktív és proaktív lépések szükségesek.
2. A válsághoz való hozzáállásban a nagyvállalati vezetők rálátása, menedzselési eszköztára, rutinja alapot ad a jelenlegi válságsorozat után várható változ(tat)ások kedvezőtlen hatásainak kivédésére.

A fentiekhez elengedhetetlenül fontos az, hogy a vezetők tisztában legyenek gazdálkodásuk jellemzőivel, lehetőségeivel, a cég- és/vagy projektkockázati faktorok létezésével és mértékével, a külső finanszírozási és forgótőke igényre épített operatív pénzügyi terv készítésével. Előadásunkban bemutatjuk az SMESBJ okos applikációt, amelynek a korai figyelmeztető és cégekockázati moduljának alkalmazása segít a válságmegelőzésben, a látens és kifejtett válság felismerésében.

### Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:

A kutatási eredményeink azoknak a vezetőknek szólnak, akik nem kizárólag túlélni, hanem megoldani szeretnék az üzleti bajokat. A javaslataink és megoldásaink nélkül a cégműködés tüneteit és problémáit fel sem ismerik vagy összekeverik, s így a beavatkozás véletlenszerű vagy hatástalan lesz, s a prevenció és/vagy a produktív végrehajtás helyett a bizonytalan túlélés lesz a cél a problémák elodázásával, a tünetek fel nem ismerésével, a nem hatékony fordulatkezeléssel.

### Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:

Chowdhury, S. D. (2002), Turnarounds: A Stage Theory Perspective, Canadian Journal of Administrative Sciences, 19(3), 249-266. <https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.2002.tb00271.x>

Katits, E., Magyar, K., & Varga, Zs. (2023). A vállalati fordulatkezelési tanácsadás aktualitásai a fenntarthatósági elvek keretében. ÚJ MUNKAÜGYI SZEMLE, 4(1), 43-61. <https://doi.org/10.58269/UMSZ.2023.1.4>

Katits, E., & Palányi, I. (2023). Egy magyar empirikus modell a nemzetközi vállalati fordulatkezelési kutatások áttekintése és rendszerezése tükrében. VEZETÉSTUDOMÁNY 54(3) 12–26. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.03.02>

Katits, E. (2019). A jelzés- és oktatás válságban, avagy a pénzügyi turnaround controlling alkalmazása. Controller Info, 7(4), 23–28. [10.24387/CI.2019.4.4](https://doi.org/10.24387/CI.2019.4.4)

Kraus, S., Moog, P., Schleppehorst, S., & Raich, M. (2013). Crisis and Turnaround Management in SMEs: a Qualitative-empirical Investigation of 30 Companies. International Journal of Entrepreneurial Venturing, 5(4), 406–430. [10.1504/IJEV.2013.058169](https://doi.org/10.1504/IJEV.2013.058169)



Noszkay, E. (2018). Változás- és válságmenedzsment az alapoktól. Budapest: Akadémiai Kiadó

Shahri, M. H., & Sarvestani, M. N. (2020). Business Model Innovation as a Turnaround Strategy. *Journal of Strategy and Management*, 13(2), 241–253. <https://doi.org/10.1108/JSMA-08-2019-0154>

Trahms, C. A., Ndofor, H. A., & Sirmon, D. G. (2013). Organizational Decline and Turnaround: A Review and Agenda for Future Research. *Journal of Management*, 39(5), 1277–1307. <https://doi.org/10.1177/0149206312471390>

## *Hortoványi Lilla – Parrag Petra – Pogácsás Péter – Szepesi Balázs: A válság hatása a magyar vállalkozásokra: kvantitatív megközelítés*

Szerző:

Hortoványi Lilla (Mathias Corvinus Collegium)

Parrag Petra (Mathias Corvinus Collegium)

Pogácsás Péter (Mathias Corvinus Collegium)

Szepesi Balázs (Mathias Corvinus Collegium)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célkitűzése összevetni a háborús-inflációs válság hatásait a magyar vállalkozások jellemzőivel és a vezetőik üzleti gondolkodásmódjával. Célja megérteni, hogy a válságból következő gazdasági nehézségek miként hatnak a vállalkozásokra, valamint vizsgálni, hogy melyek az általuk alkalmazott különféle válságkezelési lépések, technikák.

Ezáltal a két fő kutatási kérdés:

1. Miként érinti a piaci és a háborús feszültségek következtében kialakult gazdasági válság a vállalkozásokat?
2. Milyen stratégiákat követnek a válság miatt felmerülő nehézségek kezelésére a hazai vállalkozások és milyen céggel kapcsolatos intézkedéseket foglalnak magukba a válságra adott reakcióik?

### **Elméleti háttér:**

A jelen kutatást egy megelőző, kvalitatív módszereket alkalmazó fázis alapozta meg, mely során kiderült, hogy a válsághelyzet számos irányból próbára teszi a hazai kis- és középvállalkozás szektort, emellett a kihívásokra adott különböző menedzsmentválaszok is sokrétűek. A különféle tulajdonságokkal és intézményi közegben lévő vállalatvezetők eltérő megközelítéssel és intézkedésekkel felelnek az azonos piaci kihívásokra és lehetőségekre (Ács et al., 2016), így a háborús válság következtében felmerülő nehézségekre is. Mind a szakirodalom (Karamti et al., 2022; Wang et al., 2017), mind a mélyinterjúk eredményei igazolják, hogy a vállalkozók rendelkezhetnek olyan képességekkel, melyek segítségével az őket érő negatív hatásokat nem csak kezelni tudják, de a válság által okozott megpróbáltatásokat meghaladva képesek a problémákból lehetőségeket teremteni.

Az első fázisban megtudtuk, hogy vállalkozások többsége képes sikeresen alkalmazkodni a válsághelyzethez, azonban ahhoz, hogy alaposabban megértsük a válságkezelő stratégiákat, a vállalkozók reagálóképességi tényezőit és azt, hogy mi tesz egy vállalkozást válságállóvá, mélyebb kutatásra van szükség.

**Módszertan:**

A kutatás első, kvalitatív fázisában 37 hazai tulajdonú mikro-, kis- és középvállalkozás tulajdonos vállalatvezetőjével félig strukturált vállalkozói mélyinterjúra került sor a válság hatásairól és az arra adott menedzserválaszokról. A második, kvantitatív elemzéseket tartalmazó fázisban a mélyinterjúk tapasztalatai alapján összeállított online kérdőívvel, nagymintás felmérést végeztünk a hazai vállalkozások cégirányítási jellemzőiről, túlélő stratégiáiról, válságállóságáról és a reagálóképességi tényezőiről.

A leíróstatisztikák és az azokat tartalmazó keresztábraelemzések mellett, a vállalkozások által alkalmazott válságkezelő lépések összevetésre kerülnek a cégek és vezetők alapvető tulajdonságaival és azzal, hogy milyen mértékben is milyen irányú nehézségekkel szembesültek a válság során.

**Eredmények:**

Az interjúk során fény derült arra, hogy a válság többnyire az energia- és alapanyag-áremelkedésen, a kereslet csökkenésén, a piacok átrendeződésén, kamatok emelkedésén, az árfolyamok és szabályozások változásán, illetve az EU-s támogatások késlekedésén keresztül támaszt kihívásokat a vállalkozókkal szemben. Minderre a cégek a költségtakarékosságot, energiatakarékosságot és/vagy termelési hatékonyságot célzó fejlesztésekkel, beruházásokkal, valamint a termékeik, szolgáltatásaik árának emelésével reagáltak. A válságállóság szempontjából fontos tényezőnek bizonyult a cégek által birtokolt piaci pozíció ereje és a válságra adott menedzserválaszok adekvátsága. Kiderült továbbá, hogy a cégvezetők a válság idején is kiemelt hangsúlyt fektettek jó munkaerő megtartása.

A kérdőíves felmérés eredményei három tényező: (1) az említett válsághatások, (2) az alkalmazott válaszlépések, és (3) a vállalati jellemzők (cég/vállalkozó alapvető tulajdonságai, a vállalkozás erősségei, a cégirányítás, a döntéshozatal és a vállalkozás piacának jellemzői) közötti statisztikai összefüggéseket és mintázatokat tárják fel.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatás egy, a témát megalapozó, vállalkozói interjúk elemzését tartalmazó felmérés folytatása. A hazai vállalkozók kérdőíves lekérdezésének eredményei bemutatják, miként és milyen mértékben érintette a magyar vállalkozásokat a háborús válság, továbbá, mik a vállalkozások válsághelyzet kezelését célzó stratégiái.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Ács, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2016). Global entrepreneurship and development index 2015. London: Springer International Publishing.

Karamti, C., & Abd-Mouleh, N. W. (2022). Finding Entrepreneurial Opportunities in Times of Crisis: Evidence from Tunisia. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-30.

Szepesi, B., Pogácsás, P. (2023). A válság hatása a magyar vállalkozásokra, Kutatási jelentés, Mathias Corvinus Collegium – Vállalkozáskutatási Műhely

Wang, T., Thornhill, S., & De Castro, J. O. (2017). Entrepreneurial orientation, legitimation, and new venture performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(4), 373–392.

## *Losonci Dávid – Lászlófi Ádám – Demeter Krisztina: Ágazati digitális versenyképességi index – az Európa Unió járműiparának elemzése*

### *Szerző:*

Losonci Dávid (Budapesti Corvinus Egyetem)

Lászlófi Ádám (Budapesti Corvinus Egyetem)

Demeter Krisztina (Budapesti Corvinus Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A digitalizáció látványos gazdasági térnyerésével (Acs et al., 2021; Blanchet et al., 2014; Porter & Heppelmann, 2014) egyre több, a digitális transzformációt értékelő modell is kidolgozásra kerül. E modellek döntően vagy a vállalati digitális érettséget (Schuh et al., 2020) vagy a nemzetgazdasági digitális versenyképességet mérik (IMD, 2023; WEF, 2021). A gazdaságszervezés egyik legfontosabb rétegében, az ágazatban zajló digitalizáció értékelésére nem érhető el modell. Tanulmányunkban egy – feldolgozóipari fókuszú – ágazati digitális versenyképességi indexre teszünk javaslatot.

### **Elméleti háttér:**

Az ágazati digitális versenyképességi indexet két lépcsőben alakítottuk ki. Első lépésben több mint 30 vállalati digitális érettséget értékelő modellt szintetizáltunk (Hizam-Hanafiah et al., 2020; Mittal et al., 2018; Schumacher et al., 2016). Majd az index pilléreit és változóit két digitális makro modell (European Commission, 2022; IMD, 2023) alapján véglegesítettük. Elvi modellünk 5 pillért (gazdasági teljesítmény, digitális felkészültség, digitális érettség, munkaerő, innováció) és több mint 20 változót tartalmaz.

### **Módszertan:**

Az ágazati digitális versenyképességi index használatát egy járműipari (C29) esettanulmányon keresztül mutatjuk be. A számítások során az ICT usage in enterprise adatbázis járműipari ágazati adatait használtuk (Eurostat, 2023). A felmérés az EU tagországokat fedi le. A változók alapján a pillérekre alindexeket határozzuk meg, az indexet az alindexek átlagaként számítjuk.

### **Eredmények:**

Legfontosabb eredményünk, hogy kifejlesztettünk egy egyszerűen reprodukálható indexet, amely az ágazati digitális transzformációt megbízhatóan értékeli a feldolgozóiparban. A járműipari eredmények arra hívják fel a figyelmet, hogy a járműiparban komparatív előnyökkel rendelkező országok (pl. Csehország, Magyarország, Szlovákia) – főként az IT képzettségnek köszönhetően – jobb pozíciókkal rendelkeznek az ágazati értékelésben, mint azt a nemzetgazdasági digitális rangsorok mutatják. Bár a digitalizáció a járműipari fejlesztések egyik központi elemeként jelenik meg, azt tapasztaltuk, hogy az



európai uniós járműipar a legkevésbé termelékeny és kevésbé digitalizált országokban növekszik leggyorsabban (pl. Bulgária, Románia).

### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az új technológiák térnyerése rendkívül felgyorsult az elmúlt évtizedben. Sok vállalatnál a mindennapok részévé vált a big data, a felhő rendszer, a robot vagy a mesterséges intelligencia. Ezen – ipar 4.0 – technológiák alkalmazásában élen jár a járműipar. A kutatásban egy iparági digitális versenyképességi rangsort készítünk, amellyel összevethető, hogy egy-egy ország járműipara mennyire jár elől ezen technológiák használatában.

### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

- Acs, Z. J., Song, A. K., Szerb, L., Audretsch, D. B., & Komlósi, É. (2021). The evolution of the global digital platform economy: 1971–2021. *Small Business Economics*, 57(4), 1629–1659. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00561-x>
- Blanchet, M., Rinn, T., von Thaden, G., & de Thieulloy, G. (2014). *INDUSTRY 4.0—The new industrial revolution* (p. 24). Roland Berger Strategy Consultants. [https://www.rolandberger.com/publications/publication\\_pdf/roland\\_berger\\_tab\\_industry\\_4\\_0\\_20140403.pdf](https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/roland_berger_tab_industry_4_0_20140403.pdf)
- European Commission. (2022). *Digital Economy and Society Index (DESI)* (p. 88). European Union. <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88764>
- Eurostat. (2023). *ICT usage in enterprises*. [https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/isoc\\_e\\_esms.htm](https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/isoc_e_esms.htm)
- Hizam-Hanafiah, M., Soomro, M. A., & Abdullah, N. L. (2020). Industry 4.0 Readiness Models: A systematic Literature Review of Model Dimensions. *Information*, 11(7), 364. <https://doi.org/10.3390/info11070364>
- IMD. (2023). *World Digital Competitiveness Ranking – IMD business school for management and leadership courses*. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>
- Mittal, S., Khan, M. A., Romero, D., & Wuest, T. (2018). A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Manufacturing Systems*, 49, 194–214. <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2018.10.005>
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014, November 1). How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition>
- Schuh, G., Anderl, R., Dumitrescu, R., Krüger, A., & ten Hompel, M. (2020). *Industrie 4.0 Maturity Index. Managing the Digital Transformation of Companies – UPDATE 2020—Acatech—National Academy of Science and Engineering*. acatech STUDY. <https://en.acatech.de/publication/industrie-4-0-maturity-index-update-2020/>
- Schumacher, A., Erol, S., & Sihn, W. (2016). A Maturity Model for Assessing Industry 4.0 Readiness and Maturity of Manufacturing Enterprises. *Procedia CIRP*, 52, 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.07.040>
- WEF. (2021). These countries rank highest for digital competitiveness. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2021/09/countries-rank-highest-digital-competitiveness/>

## *S. Gubik Andrea – Farkas Szilveszter: Az én-hatékonyság és a kockázatvállalási hajlandóság szerepe a hallgatói vállalkozói elképzelések alakulásában*

Szerző:

S. Gubik Andrea (Miskolci Egyetem)

Farkas Szilveszter (Miskolci Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Az előadás célja annak vizsgálata, hogy hogyan befolyásolja az én-hatékonyság és a kockázatvállalás hallgatói vállalkozói elképzeléseket.

### **Elméleti háttér:**

Számos kutatás foglalkozik a vállalkozói hajlandóság természetének vizsgálatával, miután azt a vállalkozói aktivitás szempontjából kritikus tényezőnek tartja a szakirodalom. A vállalkozói hajlandóság alakító tényezőinek egy csoportja az egyéni személyiségvonásokra koncentrál. Ilyen vonás az én-hatékonyság, amely vállalkozói kontextusban az egyénnek a vállalkozás különféle szerepeinek és feladatainak sikeres állítására vonatkozó hite. A magas én-hatékonyság nagyobb magabiztosságot, a kihívásokkal való eredményesebb megbirkózást és célorientált viselkedést eredményezhet, amelyek kedvezően hatnak a vállalkozási elképzelésekre. Egy másik, szintén gyakran említett tényező a kockázatvállalási hajlandóság, amely a szakirodalom szerint szintén pozitív hatást gyakorol a vállalkozói hajlandóságra.

### **Módszertan:**

A tanulmány az elméleti szakirodalom áttekintésén és a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students 'Survey) magyarországi adatbázisának statisztikai elemzésén alapul.

### **Eredmények:**

Kutatásunk során a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) magyar adatbázisának elemzésével alátámasztottuk a két tényező pozitív hatását a magyar egyetemisták vállalkozói hajlandóságára. Igazoltuk, hogy az én-hatékonyság részben a kockázatvállalásra gyakorolt pozitív hatásán keresztül fejti ki a vállalkozói hajlandóságra gyakorolt hatását.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Eredményeink segítenek megérteni, hogy milyen hatásmechanizmuson keresztül befolyásolják a személyiségvonások a vállalkozói hajlandóságot, így hozzájárulhatnak az én-hatékonyság célzott fejlesztésén keresztül a hallgatói vállalkozói aktivitás növeléséhez.

**Releváns irodalom:**

Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.37.2.122>

Bigos, K., & Michalik, A. (2020). Do Emotional competencies influence students' entrepreneurial intentions? *Sustainability*, 12(23), 10025. <https://doi.org/10.3390/su122310025>

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)

Dankiewicz, R., Ostrowska-Dankiewicz, A., & Bulut, C. (2020). The attitudes of entrepreneurs of the small and medium-sized enterprises sector in Poland to key business risks. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 15(3), 511-536. <https://doi.org/10.24136/eq.2020.023>

Densberger, K. (2014). The Self-Efficacy and Risk-Propensity of Entrepreneurs. *Journal of Enterprising Culture* Vol. 22, No. 04, pp. 437-462

Doan, T. (2021). The Effect of Perceived Risk and Technology Self-Efficacy on Online Learning Intention: An Empirical Study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. Volume 8 Issue 10 pp. 385-393

Doanh, D.C. (2021). The moderating role of self-efficacy on the cognitive process of entrepreneurship: An empirical study in Vietnam. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 147-174. <https://doi.org/10.7341/20211715>

Kreiser, P. M., Marino, L. D., Dickson, P., & Weaver, K. M. (2010). Cultural Influences on Entrepreneurial Orientation: The Impact of National Culture on Risk Taking and Proactiveness in SMEs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), 959–984. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00396.x>

Krueger, N.& Dickson, P.R. (1994). How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1994.tb00810.x>

Krueger, N.& Dickson, P.R. (1994). How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1994.tb00810.x>

Mensah, E.K., Asamoah, L.A., & Jafari-Sadeghi, V. (2021). Entrepreneurial opportunity decisions under uncertainty: Recognizing the complementing role of personality traits and cognitive skills. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 25-55. <https://doi.org/10.7341/20211711>

Reissová, A., Šimsová, J., Sonntag, R., & Kučerová, K. (2020). The influence of personal characteristics on entrepreneurial intentions: International comparison. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 29-46. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080402>

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>

## *Szántó Péter: Az énmárka értékének (Personal Brand Equity) empirikus mérése*

Szerző:

Szántó Péter (Budapesti Gazdasági Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A tanulmány célja az énmárka tanulmányozásán belül, a márkázással és reputációval összefüggő változók faktorelemzése. Konkrétan, a tanulmány célja az alapvető változók azonosítása és annak felderítése, azon célból, hogy tisztább megértést kapjunk arról, hogy hogyan járul hozzá minden változó az énmárka értékéhez. A tanulmány emellett javasol egy Énmárka Érték (Personal Brand Equity – PBE) definíciót, és megvitatja annak fontosságát, valamint hogy hogyan befolyásolja az egyén megítélését más emberek szemében.

### **Elméleti háttér:**

Az énmárka alkotásának folyamatát és annak fogalmának tárgyalása mellett, a tanulmány kitér az egyén mások általi megítélésének feltérképezésére. A tanulmány azonosítja az énmárkázáshoz kapcsolódó különböző kulcsfontosságú fogalmakat, mint például hírnév, státusz, imázs, keret, hírnév, származás, hitelesség, márkázás és benyomáskezelés. A tanulmány egy Énmárka hűség (PBE) meghatározást javasol, mint az értékét, ami az összes önmagával és külső attitűddel és viselkedési mintával egyesül, ami közvetlenül hozzájárul egy személy – és közvetve egy szervezet – megítéléséhez az énmárka formálásának eredményeként. A tanulmány emellett kimutatta, hogy erős és pozitív korreláció van az egyén saját maga által alakított énmárkájának (sPBE) és a külső befolyásoló hatások (ePBE) megítélése között.

### **Módszertan:**

Az adatgyűjtés egy online kérdőívvel történt, amely egy heterogén szakemberekből álló csoportot tartalmazott, akiket arra kértünk, hogy értékeljék az imázs, a márkázás és a hírnév különböző jellemzőivel kapcsolatos saját magukra vetített megítélésüket. A faktorelemzést SPSS segítségével, varimax rotációval történt, így azonosítva az alapvető faktorokat. A tanulmány egy kvantitatív kutatási megközelítést alkalmaz a különböző tényezők közötti kapcsolatok feltárására, és azok hatására az énmárkázás kontextusában.

### **Eredmények:**

A tanulmány eredményei azt sugallják, hogy az énmárka hűség (PBE) jelentős tényező a mások által az egyén megítélésének kezelésében. Az egyik kulcsfontosságú megállapítás az, hogy erős és pozitív korreláció van az egyén saját személyes tettei (sPBE) és a külső tényezők (ePBE) között.



**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A tanulmány eredetisége és értéke abban rejlik, hogy meghatároz egy Énmárka hűség (PBE) értéket és feltárja azokat a tényezőket, amelyek hozzájárulnak az énmárkához. A tanulmány emellett kiemeli, hogy az egyén mások általi megítélését az énmárka kialakítása során lehet alakítani. A tanulmány hasznos lehet azoknak az egyéneknek, akik szeretnék növelni az énmárkájukat, és azoknak az szervezeteknek is, akik ki szeretnék használni munkavállalóik énmárkáját.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York, NY: Free Press.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- Bendisch, F., Larsen, G., & Trueman, M. (2013). Fame and fortune: A conceptual model of CEO brands. *European Journal of Marketing*, 47(3/4), 596–614. <https://doi.org/10.1108/03090561311297472>
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (1999). Measuring impression management in organizations: A scale development based on the Jones and Pittman taxonomy. *Organizational Research Methods*, 2(2), 187–206. <https://doi.org/10.1177/109442819922005>
- Bolino, M., Long, D., & Turnley, W. (2016). Impression management in organizations: Critical questions, answers, and areas for future research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 377–406. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337>
- Cheng, J. T., Tracy, J. L., Foulsham, T., Kingstone, A., & Henrich, J. (2013). Two ways to the top: Evidence that dominance and prestige are distinct yet viable avenues to social rank and influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(1), 103–125. <https://doi.org/10.1037/a0030398>
- Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. (2004). *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Harris, L., & Rae, A. (2011). Building a personal brand through social networking. *Journal of Business Strategy*, 32(5), 14–21. <https://doi.org/10.1108/02756661111165435>
- Gandini, A. (2016). Digital work. *Marketing Theory*, 16(1), 123–141. <https://doi.org/10.1177/1470593115607942>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 9(November), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., Oostrom J. K., Lysova, E. I. (2020). Personal brand equity: Scale development and validation. *Personnel Psychology*, 2021;74, 505-542. <https://doi.org/10.1111/peps.12412>
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. *Marketing Science*, 25(6), 740–759. <https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0153>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- Kowalski, R. M., and Leary, M. R. (1990). Strategic self-presentation and the avoidance of aversive events: antecedents and consequences of self-enhancement and self-depreciation. *J. Exp. Soc. Psychol.* 26, 322–336. doi: 10.1016/0022-1031(90)90042-K
- Lair, D. J., Sullivan, K., and Cheney, G. (2005). Marketization and the recasting of the professional self: the rhetoric and ethics of personal branding. *Manage. Commun. Q.* 18, 307–343. doi: 10.1177/0893318904270744
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Essentials of marketing*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Onu, D., Kessler, T., & Smith, J. R. (2016). Admiration: A conceptual review. *Emotion Review*, 8(3), 218–230. <https://doi.org/10.1177/1754073915610438>
- Ottovordemgentschenfelde, S. (2017). 'Organizational, professional, personal': an exploratory study of political journalists and their hybrid brand on Twitter. *Journalism* 18, 64–80. doi: 10.1177/1464884916657524
- Parmentier, M.-A., s., Fischer, E., and Reuber, A. R. (2013). Positioning person brands in established organizational fields. *J. Acad. Mark. Sci.* 41, 373–387. doi: 10.1007/s11747-012-0309-2
- Pagis, M., & Ailon, G. (2017). The paradoxes of self-branding. *Work and Occupations*, 44(3), 243–267. <https://doi.org/10.1177/0730888417709327>
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657–666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Roberts, L. M. (2005). Changing faces: Professional image construction in diverse organizational settings. *Acad. Manage. Rev.* 30, 685–711. doi: 10.5465/amr.2005.18378873
- Schlosser, F., McPhee, D. M., & Forsyth, J. (2017). Chance events and executive career rebranding: Implications for career coaches and nonprofit HRM. *Human Resource Management*, 56(4), 571–591. <https://doi.org/10.1002/hrm.21789>
- Scott, B. A., & Judge, T. A. (2009). The popularity contest at work: Who wins, why, and what do they receive? *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 20–33. <https://doi.org/10.1037/a0012951>
- Shepherd, I. D. H. (2005). From cattle and coke to charlie: meeting the challenge of self marketing and personal branding. *J. Mark. Manage.* 21, 589–606. doi: 10.1362/0267257054307381
- Thomson, M. (2006). Human brands: Investigating antecedents to consumers' strong attachments to celebrities. *J. Mark.* 70, 104–119. doi: 10.1509/jmkg.70.3.104
- Vallas, S. P., & Cummins, E. R. (2015). Personal branding and identity norms in the popular business press: Enterprise culture in an age of precarity. *Organization Studies*, 36(3), 293–319. <https://doi.org/10.1177/0170840614563741>
- Vallas, S. P., & Christin, A. (2018). Work and identity in an era of precarious employment: How workers respond to “personal branding” discourse. *Work and Occupations*, 45(1), 3–37. <https://doi.org/10.1177/0730888417735662>
- Zinko, R., and Rubin, M. (2015). Personal reputation and the organization. *J. Manage. Organ.* 21, 217–236. doi: 10.1017/jmo.2014.76

## *Krabatné Fehér Zsófia – Kovács Balázs – Szerb László: Az intézményi fejlettség és regionális versenyképesség az Európai Unió régióiban*

*Szerző:*

Krabatné Fehér Zsófia (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

Szerb László (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

Kovács Balázs (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Jelen kutatásban a regionális intézményi fejlettség és a regionális versenyképesség kapcsolatát vizsgáltuk az Európai Unió régióiban. Elsősorban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy milyen hatása van az intézményi tényezők fejlettségének az egy főre jutó regionális GDP alakulására, ezen belül is, hogy mekkora a közvetlen, illetve a közvetett hatás mértéke. Másodsorban azt vizsgáltuk, hogy a marginális hatások különböznek-e az intézményi fejlettség különböző fokán. Végül azt is megnéztük, hogy segít-e kimutatni az egyéni kompetenciák hatását az intézményi fejlettség moderáló hatásának figyelembevételére, valamint hogy milyen esetben várható, hogy az egyéni kompetenciák pozitívan hatnak a regionális eredményre.

### **Elméleti háttér:**

Napjainkra világossá vált, hogy a területi/regionális növekedés egyenlőtlen, a különböző régiók eltérő növekedési pályán mozognak (Lengyel 2021). Ez egyben azt jelenti, hogy a vállalatok versenyképessége és a versenyképességét befolyásoló és alkotó tényezők térbeli koncentrációja is eltérő (Krugman, 1999; Porter, 1996). Széles körben elfogadott az a szemlélet, hogy az intézményi tényezők/környezet képesek alakítani és korlátozni az adott gazdasági egységek mozgásterét, ezáltal befolyásolni a versenyelőnyüket és innovációs potenciáljukat (Acemoglu – Robinson, 2012; Delgado et al., 2012, 2014, 2016; Lengyel, 2021). Másként fogalmazva, az egyenlőtlen regionális fejlődés és növekedés kialakulásában és fennmaradásában az intézményi környezetnek kiemelkedő szerepe van (Farole et al., 2011; Krabatné, 2023; Rodríguez-Pose, 2013; Tomaney, 2014).

### **Módszertan:**

Az empirikus kutatás elvégzéséhez, a mintánkban szereplő 151 európai uniós régió 54 indikátorából 10 egyéni és 10 intézményi változót képeztünk, melyek aggregálásából két mérőszámot hoztunk létre, amelyek a regionális versenyképesség egyéni vállalati és regionális intézményi aspektusát képviselik. Kutatásunk során három többváltozós regressziós modellt alkalmaztunk, összevetettük a moderáció nélküli lineáris alapmodellünket egy folytonos moderátor változót tartalmazó nemlineáris modellel, illetve egy olyannal, amelyben diszkrét (bináris) moderáló változót alkalmaztunk.

**Eredmények:**

Eredményeink azt mutatják, hogy az intézményi tényezők regionális fejlettségre gyakorolt hatása összetettebb, mint ahogy azt a korábbi modellek feltételezték. Az intézményi fejlettség szintjének moderáló hatása van mind az egyéni vállalati kompetenciákra, mind a külső regionális intézményi tényezőkre. Azt tapasztaltuk, hogy az intézményi tényezőknek a regionális eredményre gyakorolt marginális hatása csökkenő, tehát ugyanakkora javulás az intézményi feltételekben kisebb mértékben növeli a regionális GDP-t egy eleve fejlettebb intézményrendszerrel rendelkező régióban. Szintén fontos eredménynek tekintjük, hogy kimutattuk, hogy az intézményi fejlettség magasabb szintjén az egyéni kompetenciák regionális eredményre gyakorolt hatása jelentősen meghaladja az intézményi tényezőkéét.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Kutatásunk során arra a megállapításra jutottunk, hogy az alacsony intézményi fejlettséggel rendelkező régiókban elsősorban az intézményi tényezők fejlesztésétől várható hosszútávon a regionális GDP növekedése. A vállalati egyéni kompetenciák fejlesztésének csak az intézményi környezet megfelelő színvonala mellett van értelme, viszont ekkor az az általunk vizsgált összes változónál erősebben képes elősegíteni a regionális eredmény növekedését.

Az elemzés eredményei segítséget nyújthatnak a régiók számára a vállalkozásösztönző eljárások, szakpolitikák kidolgozásában és a különböző intézkedések hatásának elemzésére is alkalmassá válhatnak.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Acemoglu, D. – Robinson, J. A. (2012): *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. New York, NY: Crown Publishers. <https://doi.org/10.1355/ae29-2j>

Delgado, M. – Ketels, C. – Porter, M. E. – Stern, S. (2012): *The determinants of national competitiveness* (No. 18249). Cambridge MA, National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w18249>

Delgado, M. – Porter, M. E. – Stern, S. (2014): *Clusters, convergence, and economic performance*. *Research Policy*. Vol. 43. No. 10. pp. 1785–1799. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.05.007>

Delgado, M. – Porter, M. E. – Stern, S. (2016): *Defining clusters of related industries*. *Journal of Economic Geography*. Vol. 16. No. 1. pp. 1-38. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbv017>

Farole, T. – Rodríguez-Pose, A. – Storper, M. (2011): *Human geography and the institutions that underlie economic growth*. *Progress in Human Geography*. Vol. 35. No. 1. pp. 58-80. <https://doi.org/10.1177/0309132510372005>

Krabatné F. Zs. (2023): *A versenyképesség egyéni és intézményi tényezőinek szerepe az Európai Unió régióiban*. *Tér és Társadalom*. 37. évf. 2. sz. 3-35. old. <https://doi.org/10.17649/TET.37.2.3473>

Krugman, P. (1999): *The role of geography in development*. *International Regional Science Review*. Vol. 22. No. 2. pp. 142–161. <https://doi.org/10.1177/016001799761012307>

Lengyel I. (2021): *Regionális és városgazdaságtan*. Szegedi Egyetemi Kiadó. Szeged.



Porter, M. E. (1996): Competitive advantage. agglomeration economies and regional policy. *International Regional Science Review*. Vol. 19. No. 1-2. pp. 85-94. <https://doi.org/10.1177/016001769601900208>

Rodríguez-Pose, A. (2013): Do institutions matter for regional development?. *Regional Studies*. Vol. 47. No. 7. pp. 1034-1047. <https://doi.org/10.1080/00343404.2012.748978>

Tomaney, J. (2014): Region and place I: Institutions. *Progress in Human Geography*. Vol. 38. No. 1. pp. 131–140. <https://doi.org/10.1177/0309132513493385>



*Csákné Filep Judit – Olga Martyniuk – Marta Wojtyra-Perlejewska: Családi vállalkozás kutatás a visegrádi országokban*

Szerző:

Csákné Filep Judit (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Olga Martyniuk (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Marta Wojtyra-Perlejewska (Budapesti Gazdasági Egyetem)

**A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célja, hogy áttekintést adjon a családi vállalkozás kutatás helyzetéről a visegrádi országokban. A legfontosabb megválaszolendő kérdések:

- Kik tekinthetők a régió legproduktívabb szerzőinek?
- A régió mely egyetemei járnak élen a téma kutatásában?
- Melyek a visegrádi országok kutatói által előnyben részesített folyóiratok?
- Melyek a leggyakrabban vizsgált témák?
- Megfigyelhető-e együttműködés a régió országai között?
- Milyen régióspecifikus jövőbeli kutatási irányok tárhatók fel?

A kutatás átfogó képet biztosít a családi vállalkozás kutatás régiós helyzetéről és fejlődésnek lehetséges jövőbeli irányairól.

**Elméleti háttér:**

A családi vállalkozások kutatása a vállalkozáskutatás dinamikusan fejlődő területe. Habár a téma nyugati országok általi domináltsága megkérdőjelezhetetlen, a rendszerváltó, ázsiai, illetve fejlődő országok kutatói is egyre intenzívebben vesznek részt a nemzetközi diskurzusban (Rovelli et al., 2022). Kelet-Közép-Európa országainak intézményrendszere, ezen belül a visegrádi négyeké a rendszerváltást követően nyugatias elvek mentén fejlődött, ugyanakkor a speciális történelmi múlt a vállalkozások fejlődésére is hatással volt. Ez különösen igaz a családi vállalkozásokra, ahol a régió országaiban a családi vállalkozói identitás kialakulása egy jelenleg is zajló folyamat, amire hatással van, hogy a rendszerváltó országok családi cégei tömegesen, lökészerűen és korábbi tapasztalatok, tudás hiányában járják a többgenerációs családi vállalkozássá válás útját (Filep-Szirmai, 2007).

**Módszertan:**

A kutatás módszertana egy három szakaszból álló struktúrát követ. Az első szakaszban került sor a releváns adatbázis és kulcsszavak azonosítására. A második szakaszban történt az elemzés szempontjából releváns cikkek azonosítása, míg a harmadik szakaszban az elemzés és az eredmények összegzése zajlott (Kraus et al., 2022).

A kutatás során a Web of Science adatbázisból, a családi vállalkozások szakirodalomkutatása során alkalmazott kulcsszavak segítségével kerültek azonosításra a 2022 év végéig megjelent lengyel, cseh, szlovák és magyar affiliációval rendelkező szerzők írásai (158 cikk). A cikkek címének, absztraktjának és szükség esetén teljes szövegének vizsgálata alapján kerültek kiválasztásra a kutatás szempontjából releváns írások (112 cikk). Az azonosított adatbázist és a cikkek teljes szövegét Biblioshiny, VOS Viewer és Excel programok segítségével bibliometriai és klasszikus szakirodalom elemzési módszerekkel elemeztük.

**Eredmények:**

A visegrádi országokban a családi vállalkozásokkal kapcsolatos cikkek megjelenése lineáris növekedést mutat, különösen a 2017-es évet követő időszakban emelkedett jelentősen az megjelent írások száma. A cikkek több mint fele lengyel szerzőkhöz, 29% pedig cseh kutatók nevéhez köthető. A régió országainak kutatói között nem tapasztalható együttműködés és az egyes országon belül is elkülönülő kutatói közösségek azonosíthatók. A régió családi vállalkozásban legaktívabb egyetemei: Prague University of Economics and Business, University of Gdańsk, Slovak University of Agriculture in Nitra, University of Economics in Katowice, University of Social Sciences, University of Finance and Administration (Csehország). A szerzők témaválasztása inkább tükrözi a nemzetközi trendeket, kevésbé fókuszálva a nemzeti vagy régiós sajátosságokra. A regionális, kulturális kontextus a cikkek 52,6 %-ban került kiemelésre. A cikkek 41%-a hasonlította az eredményeket nyugati kutatásokhoz. Az összes vizsgált cikkhez viszonyítva, 8,9% azon kutatások aránya, ahol a régiós és nyugati eredmények összehasonlításra kerültek és közöttük eltérést tapasztaltak a kutatók.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatás rávilágát, a visegrádi országok kutatói egyre intenzívebben kapcsolódnak be a nemzetközi családi vállalkozás kutató közösség munkájába. Ugyanakkor kutatásaik fókuszában nem a régióra jellemző sajátosságok, különbözőségek feltárása áll, hanem a jellemző nemzetközi kutatási trendekhez kapcsolódó, azokhoz illeszkedő írások publikálása.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Filep, J. – Szirmai P. (2006), A generációváltás kihívásai a magyar KKV szektorban. Vezetéstudomány, 2006/6.

Kraus, S., Breier, M., Lim, W. M., Dabić, M., Kumar, S., Kanbach, D., Mukherjee, D., Corvello, V., Piñeiro-Chousa, J., Liguori, E., Palacios-Marqués, D., Schiavone, F., Ferraris, A., Fernandes, C. and Ferreira, J. J. (2022), "Literature reviews as independent studies: guidelines for academic practice", Review of Managerial Science, Vol. 16 No. 8, pp. 2577–2595.

Rovelli, P., Ferasso, M., de Massis, A. and Kraus, S. (2022), "Thirty years of research in family business journals: Status quo and future directions", *Journal of Family Business Strategy*, Vol. 13 No. 3, 100422.

*Dr. Dőry Tibor – Dr. Rámháp Szabolcs: Diákvállalkozások születése – a Hungarian Startup University Program tapasztalatai*

Szerző:

Dr. Dőry Tibor (Széchenyi István Egyetem)

Dr. Rámháp Szabolcs (Széchenyi István Egyetem)

**A kutatás célja és kérdései:**

A szerzők többéves egyetemi vállalkozás-oktatási tapasztalataira épülő tanulmány három kutatási irány, a korai fázisú vállalkozások, a vállalkozói csapatok és a vállalkozás-oktatás kereszteződésében helyezkedik el és két fő kutatási kérdést vizsgál:

- 1) Milyen jellemzőkkel bírnak a magyar egyetemeken születő diákvállalkozói projektek és csapatok?
- 2) Hogyan segítheti a vállalkozás-oktatás a sikeres (diák)vállalkozások születését?

A fenti kérdések megválaszolásához a Hungarian Startup University Program (HSUP) során, 27 magyar egyetemen megalakult, összesen 187 diák-startup projektről gyűjtött adatokat használtuk fel. A képzési program során létrejövő vállalkozói projektek és csapatok jellemzőinek és tevékenységének a vizsgálata jó betekintést ad a korai fázisú vállalkozások működésébe, folyamataiba.

**Elméleti háttér:**

Széleskörűen elfogadott, hogy a vállalkozás-oktatás (VO) elősegíti a vállalkozások létrejöttét, mind minőségi, mind mennyiségi szempontból (Martin et al., 2013). A vállalkozói képzéseket nyújtó felsőoktatási intézmények száma folyamatosan növekszik és a VO kutatása iránt is töretlen az érdeklődés, mióta az amerikai Harvard Egyetemen az első vállalkozói kurzust meghirdették az MBA diákok számára 1947-ben (Bécharde & Grégoire, 2005). A VO kiszélesítésének meghatározó kérdése, hogy milyen hatékonysággal zajlik, kik az oktatók és mekkora hatást tudnak elérni ezek a formális kurzusok. További fontos dilemmát jelent az is, hogy mit és hogyan kell vállalkozás-oktatás címen tanítani, mennyire tudnak lépést tartani a vállalkozói képzéseken alkalmazott oktatási módszerek a valós igényekkel, és vajon a kurzusok résztvevői milyen vállalkozói ambíciókkal és intenciókkal vesznek részt (Solomon, 2007).

Radácsi és Filep (2021) a magyar startupvállalkozások túlélését és növekedésüket befolyásoló tényezőket vizsgálva kulturális hátrányként emelték ki a bizalom alacsony szintjét, valamint a kudarc-tűrési hiányát. A siker titkaként pedig a vállalkozás-oktatást, a minél nagyobb (és gyorsabb) nemzetköziesedést, valamint a csapatokban megtalálható készségek és tapasztalatok heterogenitását emelték ki. Alapvetően ezeken a tényezőkön kíván változtatni a HSUP program a hazai egyetemisták között, mert stratégiai célkitűzései alapján igyekszik széles körben megismertetni a diákokkal a vállalkozások világát, valamint üzleti alapismereteket, aktív támogatást nyújt a kezdeti ötlet-fázisban, tehát széles társadalmi kultúraformálást kíván végrehajtani.

**Módszertan:**

A 2021/2022. tanévben a Hungarian Startup University program keretében összesen 187 diák-startup projekt jött létre. A projektcsapatoknak a program zárásaként egy előzetesen megadott struktúrában kellett egy progress riportban beszámolni a projektjük eredményeiről. Ezeket a riportokat a Nemzeti Innovációs Ügynökség (korábban XIA) anonimizált módon a rendelkezésünkre bocsátotta, amelyek elemzésével átfogó képet kaphattunk a HSUP projektek eredményeiről, illetve kutatásunk során kísérletet tettünk az eredményességet befolyásoló fontosabb összefüggések feltárására.

**Eredmények:**

A tanulmányban elsőként a HSUP program létrehozásának a folyamatát és azzal összefüggő tapasztalatokat foglaljuk össze, majd a 2021/2022. tanévben az országos program második félévében részt vett 187 csapat által készített progress riportok tartalomelemzését mutatjuk be elsősorban a vállalkozói csapatok működésére fókuszálva. A kutatás főbb megállapításai közé tartozik, hogy az induló hallgatói projektek sikerét segíti a diverzitás, ugyanis intézményi szempontból heterogén összetételű, tehát több egyetemről érkezett diákokból áll csapatok nagyobb arányban folytatják a megkezdett munkát. A mérnöki kompetencia jelenléte általános alacsony a vizsgálatban szereplő csapatoknál. Azok a csapatok, ahol van ilyen szerepet betöltő csapattag, nagyobb arányban tudják elkészíteni az MVP-t (minimum viable product) és tervezik folytatni a projektet.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A diákvállalkozások számának a növekedése több tényezőtől függ. Kutatásunkban a hazai HSUP programban résztvevő közel 200 hallgatói csapat tevékenységét és annak eredményét vizsgáltuk. Egyik fontos megállapítás, hogy azok a csapatok jutnak előre a projektjükkel, amelyek tagjai több egyetemről jöttek össze és jelen van náluk a mérnöki és IT kompetencia, valamint készítettek legalább egy prototípust.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Béchar, J. P., & Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning & Education*, 4(1), 22-43.

Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.

Radácsi, L., & Filep, J. C. (2021). Survival and growth of Hungarian start-ups. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), 262–279.

Solomon, G. (2007) An Examination of Entrepreneurship Education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 14. No. 2. 168–182.



*Dr. Hornyák Miklós: Digitális jelenlét a hazai kis- és középvállalatoknál – a webes technológia és a versenyképesség kapcsolata*

Szerző:

Dr. Hornyák Miklós (Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Kvantitatív Menedzsment Intézet)

**A kutatás célja és kérdései:**

Kutatásunkban a vállalkozás online jelenlétének vizsgálatát végeztük el. Első kutatói kérdésünk a kisvállalati online jelenlét jellemzőinek vizsgálhatóságára, különös tekintettel a weboldalon alkalmazott technológiákra és azok időbeli adaptálására irányult. Ehhez az általunk kifejlesztett Web Index megújított változatát alkalmaztuk. Második kutatói kérdésünk megválaszolása során a vállalati weboldal technológiai fejlődésének és a versenyképesség időbeli alakulása közti kapcsolatokra kerestük a választ.

**Elméleti háttér:**

Az infokommunikációs technológiák terjedésével a vállalkozások versenyképességének egyre fontosabb aspektusává válik azok felhasználása. A technológiák mélyebb integrálásával a vállalati folyamatok kiterjeszhetővé válnak a cég határain kívülre is. Ezen folyamat belépő szintje az online jelenlét megvalósítása, melynek legegyszerűbb megjelenése a céges weboldal fenntartása. Ennek elemzésével a vállalkozás versenyképességének mérése támogatható. Az elemzés technikai és tartalmi megközelítés mentén folyhat, de mindkét esetben a weboldalak azonosítása, majd elemzése nagy élő munkát igényel, melyet IT támogatással automatizálhatunk. Ezt végzi el az általunk fejlesztett Web Index, melynek újonnan kifejlesztett Web technológia pillére és a Kompetencia- és Intézményi Versenyképességi Index (KIVI) kapcsolódását megvalósítva mind a kompetencia, mind az intézményi tényezők hatásait elemezhetjük.

**Módszertan:**

A Web Index, amely a Magyar Kis- és Közepesvállalati Versenyképességi Index (MKKVI) Online jelenlét pillérét alkotja, 2015-ös keltezésű. Az azóta eltelt évek alatt történő technológiai változás szükségessé tették tartalmi megújítását. A Web Index két alindexe (Web szerkezet és Web kapcsolatok) mellé kialakításra került a harmadik Web technológia alindex, amellyel teljessé vált az online jelenlét vizsgálatának technológiai spektruma. A módszertanhoz saját fejlesztésű algoritmust használtunk, melynek eredményeit kiegészítjük egy külső fél által működtetett szolgáltatás igénybevételével. A vállalati weboldal technológiájának időbeli alakulásáról gyűjtött adatok biztosítanak lehetőséget a technológia változása és a versenyképesség kapcsolatának vizsgálatára, melyhez a KIVI rendszer biztosít keretet.

**Eredmények:**

Az eredmények során bepillantást nyerünk a Web Index webes technológia pillérének kialakításába. Ezen technológiai jellemzők időbeliségét is tartalmazó adatállományunk és a KIVI rendszer illesztésével a vállalati versenyképességre tett hatásairól vonunk le következtetéseket. A KIVI rendszer kompetencia alindexének segítségével a vállalat iparági, méretbeli és belső kompetencia jellemzői és a technológia adaptálásának összefüggéseire kapunk információkat.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

HORNYÁK MIKLÓS – KRUSZLICZ FERENC - LÁNYI BEATRIX [2023]: A kis- és középvállalatok digitális transzformációja – az online jelenlét és a versenyképesség összefüggései. KÖZGAZDASÁGI SZEMLE, LXX. évf. (5). pp. 517-543, <https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.5.517>

SZERB LÁSZLÓ – HORNYÁK MIKLÓS – KRABATNÉ FEHÉR ZSÓFIA – RIDEG ANDRÁS [2023]: Magyarországi városrégiók versenyképességének mérése és elemzése. KÖZGAZDASÁGI SZEMLE, LXX. évf. (2). pp. 119-148, DOI:10.18414/KSZ.2023.2.119

SZERB LÁSZLÓ – RIDEG ANDRÁS – KRUSZLICZ FERENC – MÁRKUS GÁBOR–LUKOVSKI LÍVIA – KRABATNÉ FEHÉR ZSÓFIA – HORNYÁK MIKLÓS – HORVÁTH KRISZTINA [2019]: Kompetencia-alapú versenyképesség-mérés és -elemzés a magyar kisvállalati (mKKV) szektorban. RIERC kutatási beszámoló # 2019/001. PTE-KTK Regionális Innováció- és Vállalkozáskutatási Központ, Pécs.

*Lőrincz László – Losonci Dávid – Demeter Krisztina – Gelei Andrea – Juhász Sándor:  
Digitalizáció a magyarországi termelő vállalatokban – a kontingenciák és a  
hálózati jellemzők hatása*

**Szerző:**

Lőrincz László (Budapesti Corvinus Egyetem)

Losonci Dávid (Budapesti Corvinus Egyetem)

Demeter Krisztina (Budapesti Corvinus Egyetem)

Gelei Andrea (Budapesti Corvinus Egyetem)

Juhász Sándor (Complexity Science Hub Vienna)

**A kutatás célja és kérdései:**

A termelő vállalatok életét a 2010-es évek közepe óta formáló ipar 4.0 (általános értelemben digitalizáció) a megújított IT megoldások mellett számos diszruptív technológiát is magában foglal (pl., AI, big data, 3D nyomtatás) (Monostori et al., 2016). Bár az ipar 4.0 központi gondolata az ellátási lánc (hálózati) partnerek együttműködésének erősítése, a kutatások fókuszában döntően a projektek és folyamatok, illetve a vállalatok állnak (Felsberger, Qaiser, Choudhary, & Reiner, 2020) (Szász, Demeter, Rácz, & Losonci, 2021). A digitalizációt és ellátási láncot összekapcsoló kevés számú tanulmány alapvetően a válaszadó cég és a vevő vállalata kapcsolatát elemzi kismintás kérdőíves felmérés alapján (Benitez, Ferreira-Lima, Ayala, & Frank, 2022). Az ipar 4.0 integrációs „hajlama” és az ellátási láncok magas szervezettsége együttesen indokolják, hogy ezekről az elemzési szintekről az ellátási hálózat felé tegyünk lépéseket. Kutatásunk fő kérdése: Hogyan befolyásolják a hagyományos – belső és külső – kontingenciák és a hálózat jellemzői a termelő vállalatok digitalizációját?

**Elméleti háttér:**

Az ipar 4.0-át egy technológiai változásként közelítjük meg. A kontingencia elmélet kapcsán a termelésmenedzsment szakirodalom megközelítését és változóit használjuk. Ebben megközelítésben kevés figyelem jut a hálózathoz kapcsolódó strukturális hatásoknak. Ezeket a hálózattudományi munkák alapján szintetizáljuk.

**Módszertan:**

A kutatási kérdést 10 főnél nagyobb magyarországi feldolgozóipari cégek körében három adatbázis összekapcsolásával vizsgáljuk. A digitalizációt a “Community Survey on ICT Usage and Ecommerce in Enterprises” (Eurostat, 2022) 2020-es felmérésének magyar vállalati adatai alapján 122 változóval elemezzük. A kontingencia tényezőket, azaz a vállalati általános és üzleti jellemzőket (pl., méret, ágazat, technológia, profit stb.) a társasági adóbevallás adatai alapján határozzuk meg. A két adatbázis

összekapcsolása után 2.369 termelő vállalatról volt adatunk. A hálózat feltárására az ÁFA adatbázist használjuk. Csak a cégek közötti tartós (3 éves) és jelentős (legalább évente 1 millió forintnyi számla) üzleti tranzakciókat vettük számba. Az ellátási hálózatot többek között a központiság mutatóval és a hálózati kapcsolatok jellemzőivel (pl. külföldi tulajdonú vevő, vevő távolsága, vevő-beszállító technológiai közelsége) ragadjuk meg.

#### **Eredmények:**

A hazai feldolgozóiparban a digitalizáció új hullámának kulcstechnológiai kevésbé terjedtek el, pl. IoT-t a cégek 8%-a, 3D nyomtatást 6%-a, robotokat 4%-a használ. Elemzéseink alapján 15 faktorba "sűrítettük" a digitalizációt leképező változókat, amelyek közül a továbbiakban a digitális megoldások széles körét lefedő faktort használtuk (komplex digitalizációs faktor). E faktorról erős kapcsolata van a vállalat méretének és az iparágnak (technológia intenzitás alapján). A hálózati jellemzők közül a digitalizációval pozitív kapcsolata van a – nem helyi – külföldi tulajdonú vevőnek és a vevő-beszállító eltérő technológiai háttérének.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A digitalizáció az elmúlt évtizedekben folyamatosan lopakodott be a cégek életébe. Ma már alapelvárás az erős hardveres háttér és a gyors internetkapcsolat megléte, vagy a social media ügyes használata. Bár a nagyközönség előtt kevésbé ismert, de sokat jelent azon szoftverek használata is, amelyek a belső folyamatokat (Enterprise Resource Planning) vagy a vevői (Customer Relationship Management) vagy a beszállítói kapcsolatokat támogatják (EDI). A „kockás füzet” ugyanis már régen nem segít, ha a készletek, a rendelések, a számlázás és a szállítási határidők pontos és aktuális nyilvántartásáról van szó. Az elmúlt években azonban egy újabb digitális forradalom jelent meg, amelyhez újítások hosszú sora kapcsolódik: big data elemzés, felhő alapú szoftverek, robotok vagy mesterséges intelligencia. A mindennapokban számos fórumon azt halljuk, hogy ezek a megoldások drágák és csak a nagy és külföldi cégek engedhetik meg maguknak. Rajtuk kívül csak azok a beszállító cégek használják, amelyekre ezek a nagy cégek „rákényszerítik”. Kutatásunkban ezen kérdéseknek jártunk utána. Megnéztük, hogy a vállalatok alkalmazotti létszáma vagy tulajdonosi háttére hogyan befolyásolja ezen technológiák használatát. Vizsgálatunkban az igazán újszerű, hogy a vevők és beszállítók gazdasági „erejének” és esetleges technológiai eredetű elvárásainak a figyelembe vételére is lehetőségünk volt. A nagyobb vállalatok tényleg sokkal fogékonyabbak a digitalizációra, de külföldi és magyar tulajdonosi háttérben nem látszik eltérés. Úgy tűnik, hogy a cégek akkor tudnak egymástól tanulni, ha eltérő technológiát használnak.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Benitez, G. B., Ferreira-Lima, M., Ayala, N. F., & Frank, A. G. (2021). Industry 4.0 technology provision: The moderating role of supply chain partners to support technology providers. *Supply Chain Management: An International Journal*, 27(1), 89–112. <https://doi.org/10.1108/SCM-07-2020-0304>

Felsberger, A., Qaiser, F. H., Choudhary, A., & Reiner, G. (2020). The impact of Industry 4.0 on the reconciliation of dynamic capabilities: Evidence from the European manufacturing industries. *Production Planning & Control*, 33(2–3), 277–300. <https://doi.org/10.1080/09537287.2020.1810765>

Monostori, L., Kádár, B., Bauernhansl, T., Kondoh, S., Kumara, S., Reinhart, G., Sauer, O., Schuh, G., Sihn, W., & Ueda, K. (2016). Cyber-physical systems in manufacturing. *CIRP Annals*, 65(2), 621–641. <https://doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.005>

Szász, L., Demeter, K., Rác, B.-G., & Losonci, D. (2021). Industry 4.0: A review and analysis of contingency and performance effects. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(3), 667–694. <https://doi.org/10.1108/JMTM-10-2019-0371>



## *Dr. Ónodi Annamária: Hibrid távmunka a Z generáció szemszögéből*

Szerző:

Dr. Ónodi Annamária (Budapesti Corvinus Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A magyarországi vállalkozások számára létkérdés a fiatal tehetséges munkaerő bevonása és megtartása. Kutatásunk egyrészt arra irányult, hogy a Z generáció motiválásában milyen szerepet tölthet be a hibrid távmunka lehetősége. A KSH adatai alapján 2023. II. negyedévében Magyarországon a rendszeres távmunka arány 3,2% az alkalmankénti 4%, ez elmarad az Európai Unióban jellemző átlagos mértéktől. A Microsoft 2021-es tanulmánya alapján az alkalmazottak 73%-a szeretne rugalmas távmunkában dolgozni, ugyanakkor 67% szeretne több személyes munkakapcsolatot. A felmérés a Z generációt emelte ki, a kényszer távmunka időszaka alatt ők birkóztak meg a legkevésbé az elszigeteltséggel, a magánnyal, a motiváltság hiányával és nekik volt a legnehezebb a munka-magánélet egyensúlyának megteremtése.

A munkavállalók számára, különösen a fiatal generáció körében egyre fontosabb a munka-magánélet egyensúlyának megteremtése. Kutatásunk vizsgálta a hibrid távmunka és a munka-magánélet egyensúlyának kapcsolatát, ezzel támogatva a vállalkozások HR aspektusú döntéseit.

### **Elméleti háttér:**

Napjainkban egyre általánosabbá válik a hibrid távmunka fogalmának használata (Microsoft 2021, 2022; Ro 2020; Bluebird 2021; Newman 2022), ami megegyezik az Eurofound's (2020) esetenkénti távmunka fogalmával. A hibrid távmunkán belül különböző változatok léteznek, egységes kategória rendszer még nem alakult ki. A Gallup (2022) felmérése is azt mutatta, hogy az alkalmazottak preferenciái eltérőek abban, hogy mennyi időt szeretnének távmunkában tölteni és mennyi legyen az irodai jelenlét aránya. Abban is megoszlott a vélemény, hogy a távmunka ütemezésében az alkalmazottaknak milyen mértékű beleszólása kívánatos, milyen mértékben legyen rugalmas a rendszer (Wigert, 2022).

A munkavállalók preferenciái változóban vannak, egyre inkább előtérbe kerül a munka és magánélet egyensúlya (ILO 2019). A távmunka és az alkalmazotti jólét kapcsolatával több kutató foglalkozott (például Heiden et al., 2021; Kaltiainen and Hakane 2023), elemezték a távmunka jellemzőit a munka és magánélet egyensúlya szempontjából, de a hibrid távmunka rendszerére nem fogalmaztak meg javaslatot.

### **Módszertan:**

A Budapesti Corvinus Egyetem első évfolyamos MA hallgatói körében végeztünk kérdőíves felmérést 2021-ben (100 fő részvételével) és 2022-ben (107 fő részvételével). A felmérésünk során változatlan kérdőívet használtunk. Mivel 2021 és 2022 között a hallgatók preferenciáiban nem tapasztaltunk olyan

jelentős változást, amely a kutatási eredményeinket lényegesen befolyásolná, ezért a két felmérés adatait együttesen elemeztük. Az alap statisztikai elemzéseken felül klaszterelemzést és független mintás t próbákat végeztünk.

#### **Eredmények:**

A preferált munkavégzési forma alapján három klasztert azonosítottunk: (1) Rugalmas irodai munkavégzés, (2) Távmunka, (3) Önfoglalkoztatás. A felmérésünk azt mutatta, hogy a hagyományos, kötött formájú 8 órás munkavégzést az egyetemi hallgatók már nem preferálják, a vállalatoknak szükséges az atipikus munkavégzés valamelyik formáját alkalmazni. A távmunka klaszterbe a válaszadók 42%-a került. Ebben a klaszterben a legfontosabb motiváló tényező a munka és magánélet megteremtése volt. Kutatásunk eredménye összhangban van a szakirodalom korábbi megállapításaival, miszerint a távmunka kialakításánál egyik fontos szempont a munka és magánélet egyensúlyának megteremtése. Felmérésünkben ez fontosabbnak bizonyult, mint a minél magasabb jövedelem.

A távmunka klaszteren belül, kizárólag a távmunka három fő fajtájának (állandó, előre szabályozott, rugalmas hibrid távmunka) bevonásával újabb klaszterelemzést végeztünk. A távmunkát preferáló hallgatók 69%-a a távmunka mindhárom formáját kívánatosnak értékelte. 18% volt azoknak az aránya, akik az állandó otthoni munkavégzést elutasították és elsősorban a hibrid távmunka rugalmas formájában szeretnének dolgozni. A hallgatók 12%-a a távmunka előre nem szabályozott formáját utasította el, és inkább az állandó vagy előre szabályozott távmunkát preferálta.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az egyetemi hallgatók körében végzett felmérés eredményeiből az a következtetés vonható le, hogy a vállalatoknak szükséges atipikus munkavégzési formákat alkalmazni a Z generáció motiválásához, megőrzéséhez. A távmunka rugalmas (igény szerinti) formája mindenki számára ösztönző, amelyet megfelelő keretek között érdemes alkalmazni. A távmunka klaszteren belül többségében a távmunka különböző formáit egyidejűleg preferálták, ami azt jelenti, hogy a különböző feladatok, munkatapasztalatok, élethelyzetek függvényében más-más megoldást tartanak kedvezőbbnek a munka és magánélet jó egyensúlyának megteremtéséhez. A kutatás eredményeire alapozva a vállalkozások vezetőit ösztönöznénk a kreatív, rugalmas, alkalmazott orientált, a munka és magánélet jó egyensúlyát megteremtő megoldások alkalmazására. Kutatásunk következő fázisa, hogy vállalati esettanulmányokon keresztül mutatjuk be a hibrid munkavégzés különböző formáit, ezzel segítve a kialakult jó vállalati gyakorlatok elterjedését. Kutatásunk egyik fő üzenete a vállalkozások vezetői számára, hogy van egy olyan alkalmazotti kör, ahol a munka és magánélet egyensúlya már fontosabb, mint a minél magasabb jövedelem.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Bluebird (2021), "Home office vagy iroda? A hibrid munkavégzés a jövő." Elérhető: Home office vagy iroda? - Bluebird - A home office jövője (Letöltve: 2022.12.20.)

Eurofound (2020), "Telework and ICT-based mobile work: Flexible working in the digital age, New forms of employment series", Publications Office of the European Union, Luxembourg. Elérhető: [https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_publication/field\\_ef\\_document/ef19032en.pdf](https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef19032en.pdf) (Letöltve: 2020.16.16.)

Heiden M., Widar, L., Wiitavaara, B., and Boman E. (2021), "Telework in academia: associations with health and well-being among staff." Higher Education (2021) 81. pp. 707–722 <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00569-4>

ILO (2019), "Work for a brighter future – Global Commission on the Future of Work", Elérhető: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms\\_662410.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_662410.pdf) (Letöltve: 2020. 06.16.)

Kaltainen J. and Hakane J. J. (2023), "Why increase in telework may have affected employee well-being during the COVID-19 pandemic? The role of work and non-work life domains" Current Psychology 2023 Jan 26; pp. 1-19. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04250-8>

KSH (2023), „2023. április–júniusban a távmunkában vagy home office keretében dolgozók aránya 7,3% volt, 0,1 százalékponttal alacsonyabb az egy évvel korábbinál (Frissítve: 2023. 07. 08)" Elérhető: Foglalkoztatottak, munkanélküliek (gov.hu) (Letöltve: 2023.08.25.)

Microsoft (2021), "2021 Work Trend Index: Annual Report. The next great disruption is hybrid work – Are we ready?" Elérhető: 2021\_Microsoft\_WTI\_Report\_March.pdf (azureedge.net) (Letöltve: 2021.12.12.)

Microsoft (2022), "2022 Work Trend Index: Annual Report. Great Expectations: Making Hybrid Work Work", Elérhető: Great Expectations: Making Hybrid Work Work (microsoft.com) (Letöltve: 2022. 12. 16.)

Newman D. (2022), "The Future Of Work: More Hybrid, More Collaborative, More Automated", Forbes Jul 31, 2022, Elérhető: The Future Of Work: More Hybrid, More Collaborative, More Automated (forbes.com) (Letöltve: 2022.12.16.)

Ro C. (2020), "Why the future of work might be 'hybrid'", Elérhető: Why the future of work might be 'hybrid' - BBC Worklife (Letöltve: 2022.12.16.)

Wigert, B (2022), "The Future of Hybrid Work: 5 Key Questions Answered With Data", Elérhető: The Future of Hybrid Work: 5 Key Questions Answered With Data (gallup.com) (Elérhető: 2022.12.16.)

*Lengyel Elizabeth – Dr. Gelei Andrea – Dr. Ternai Katalin: Ipar 4.0 felkészültség a hazai kkv-k körében - tipikus problémák, fejlődési lehetőségek*

**Szerző:**

Lengyel Elizabeth (Budapesti Corvinus Egyetem, Operáció és Döntés Intézet)

Dr. Gelei Andrea (Budapesti Corvinus Egyetem, Operáció és Döntés Intézet)

Dr. Ternai Katalin (Budapesti Corvinus Egyetem, Adatelemzés és Informatika Intézet)

**A kutatás célja és kérdései:**

Kutatásunk célja, hogy a Design Science Research (DSR) módszerét alkalmazva egy olyan KKV (kis- és középvállalatok) specifikus Ipar 4.0 (I 4.0) felkészültségi modellt alkossunk meg, mellyel feltárhatjuk a vállalkozások I 4.0 felkészültségének hiányosságait és fejlődési lehetőségeit. Ennek eredményeképpen olyan ajánlásokat fogalmazzunk meg, amelyek segíthetik őket képességeik fejlesztésében és az I 4.0 alkalmazások eredményes bevezetésében.

**Elméleti háttér:**

Az I 4.0 egy olyan teljes digitális átalakulás [1], melyben a kis- és nagyvállalatok egyaránt új technológiák alkalmazására kényszerülnek. Ugyan az I 4.0 megoldások versenyképesség növekedést hozhatnak, sok esetben komoly kihívásokat is jelentenek. Ennek tükrében az irodalom kiemelten foglalkozik a vállalati felkészültségi szintek meghatározásával, azonban az elérhető modellek többsége nem a KKV-k valós igényeihez igazodik [2]. A szükséges „0.” felkészültségi szint ismerete nélkül a KKV-k többsége nem nyitott az I 4.0 projektek felé, ha pedig mégis, akkor azokat gyakran nem tudják hatékonyan megvalósítani [3]. A kutatások egyre inkább az I 4.0 előfeltételeihez igazodó, KKV-k számára testreszabott felkészültségi modellek kidolgozását szorgalmazzák [4].

**Módszertan:**

A DSR megközelítés széles körben elfogadott az I 4.0 érettségi és felkészültségi modellek kidolgozásában [5]. Célja, hogy olyan innovációkat hozzon létre, amelyek pozitív hatással vannak a szervezeti információs rendszerek hatékony elemzésére, tervezésére és megvalósítására [6]. A DSR három összekapcsolt kutatási ciklusból áll. Kutatásunkban a tudományos szigor ciklusában a feltárt szakirodalom alapján megállapítottuk a kutatási rést, melynek validálása és gyakorlati hasznosságának megértése a relevancia ciklusban történt. A szakirodalomban olyan validált modelleket kerestünk, melyek lefedik a folyamatképesség [7] és IT képesség [8, 9] méréséhez szükséges dimenziókat. A relevancia ciklusban pedig 7 mélyinterjúút készítettünk tapasztalt szakemberekkel, melyek alapján sikerült azonosítanunk az I 4.0 felkészültségi modellünk dimenzióit: (1) magas szintű folyamatmenedzsment képességek és (2) jól megalapozott információtechnológiai (IT) képességek mérése szükséges, mely utóbbiban kiemelt fontosságú a magas szintű kiberbiztonság megléte.



Az első két ciklusban tett megállapítások alapján elindítható a design ciklus, amely különböző modellalternatívákat generál az elvárások alapján, egészen addig, amíg egy minden igényt kielégítő első verzió készül. Ezen eredeti, I 4.0 felkészültségi modellünk első változatát már 8 vállalaton sikeresen alkalmaztuk, majd finomítottuk. Jelen kutatásunk egy bővebb, 31 vállalatból álló mintát vizsgál, amely nincs átfedésben az előző 8 vállalati mintával.

### **Eredmények:**

A kutatásban részt vevő 31 vállalatot jellemzi, hogy főként a magyar feldolgozóiparban tevékenykednek, és létszámukat tekintve három nagyobb csoportba oszthatók: 1- 49 fő, 50 – 99 fő és 100 – 249 fő. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a folyamatszabályozás viszonylag fejlettnak tűnik, bár a szabályozás hatóköre és a folyamatdokumentáció minősége csak közepes szintű. Ezen vállalatok többsége még nem kezdte el a folyamat teljesítményének és a kapcsolódó folyamatok fejlesztésének mérését sem.

Az IT-menedzsment folyamatainak fejlesztése a 31 vállalatból mindössze egynél jelenik meg, és az egységes irányelvekkel való szabályozás pedig csak két vállalatnál. Az előrehaladott IT-menedzsmenttel rendelkező vállalat minden területen magasan digitalizált. Az üzleti folyamatokat felhőszolgáltatások, workflow rendszerek és üzleti analitikai alkalmazások támogatják egy integrált platformon. A vállalatok digitalizációs szintje azonban nagyon változó. Az elmaradó vállalatok, amelyek még mindig régi, szigetszerű rendszereket használnak, nagyon távol állnak a felkészültség 0. szintjétől, így esetükben mindenképpen fejlesztések szükségesek.

### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az Ipar 4.0 okozta kihívások jelentősen befolyásolják a KKV-k bekapcsolódását a digitális átalakulásba. Az általunk fejlesztett Ipar 4.0 felkészültségi modell abban segíti a KKV-kat, hogy saját szervezeti képességeik feltárásával egyéni fejlődési utat alakítsanak ki a sikeres Ipar 4.0 projektek megvalósításához. Kutatásunkban 31 vállalat folyamatképességét és IT képességét vizsgáltuk, mely alapján feltártuk azon hiányosságokat, melyek fejlesztése elengedhetetlen a sikeres Ipar 4.0 kapcsolódáshoz.

### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

G. Culot, G. Nassimbeni, G. Orzes & M. Sartor (2020). "Behind the definition of industry 4.0: analysis and open questions", International Journal of Production Economics, Vol. 226, p. 107617.

S. Mittal, M.A. Khan, D. Romero & T. Wuest. (2018). "A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs)", Journal of manufacturing systems, 49, 194-214.

A. Schumacher, T. Nemeth & W. Sihn, (2019). "Roadmapping towards industrial digitalization based on an Industry 4.0 maturity model for manufacturing enterprises", Procedia Cirp. 79, 409-414.

K. Y. Akdil, A. Ustundag & E. Cevikcan (2018). "Maturity and Readiness Model for Industry 4.0 Strategy. Industry 4.0: Managing", The Digital Transformation pp 61-94.



E. Gökalp, V. Martinez. (2021). "Digital transformation maturity assessment: development of the digital transformation capability maturity model", International Journal of Production Research.

P.J. Denning (1997). "A New Social Contract for Research, Communications of the ACM "(40:2). February pp. 132-134.

CMMI Product Team (2010). "CMMI® for Development, Version 1.3, Improving Processes for Developing Better Products and Services." Software Engineering Institute.

C., S. Leem, & I. Kim. (2004). "An integrated evaluation system based on the continuous improvement model of IS performance", Industrial Management & Data Systems, 104(2), 115-128.

Christian Leyh, T. Schäffer, Katja Bley, Sven Forstehäusler (2016). "SIMMI 4.0 - a maturity model for classifying the enterprise-wide it and software landscape focusing on Industry 4.0" Computer Science Federated Conference on Computer Science and Information Systems (FedCSIS)

## *Oborni Katalin – Gergely Orsolya: Krízisek és válaszok. Vállalkozónők és vállalkozásaik egy átfogó nemzetközi kutatás tükrében*

Szerző:

Oborni Katalin (Hétfa Kutatóintézet)

Gergely Orsolya (Sapientia EMTE)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A női vállalkozók még mindig csak a vállalkozók egyharmadát teszik ki az EU-tagállamokban; és a COVID-19 világválság, valamint az energiaválság még a női vállalkozók helyzetét is rontotta vállalkozásuk fenntartásában, és további kihívásokat jelentett a munka és a magánélet összeegyeztetésében. A Covid-19 okozta körülmények és az energiaválság azt is megköveteli, hogy a női vállalkozók legyenek rugalmasak, fejlesszék a digitális készségeket, és hatékonyan alkalmazzák a válságkezelési stratégiákat. Egy új betekintés döntő fontosságú a nők hatékonyabb vállalkozásfejlesztéséhez a kutatáson keresztül.

Kérdésként merül fel, hogy milyen rövid távú hatásai voltak a járvány különböző hullámainak, illetve az energiaválságnak a nők által vezetett cégek működésére. Milyen stratégiákat alkalmazhatnak (tudnak) a női vállalkozók a nők által okozott nehézségek leküzdésére. a válságok? Ezekben a kihívásokkal teli időkben rendkívül fontos a női vállalkozók – különösen a kevesebb lehetőséggel rendelkezők – megerősítése, akik akadályokkal szembesülnek abban, hogy érdemi támogatást kapjanak üzleti terveik megvalósításához és továbbfejlesztéséhez. Milyen támogatást kaptak és/vagy vettek igénybe a női vállalkozók a válságkezeléshez, a nehézségek leküzdéséhez? Milyen támogatásra (programok, szakpolitikai eszközök, kezdeményezések) szükségük van-e a női vállalkozóknak a válságkezeléshez, a nehézségek leküzdéséhez? Milyen igényeik vannak?

### **Elméleti háttér:**

Mivel a női vállalkozók gazdaságilag és társadalmilag is kiszolgáltatottabbak lehetnek (Lomazzi 2020), a COVID-19 válság különösen negatív hatással volt a női vállalkozókra szerte a világon (Koltai et al. 2020, Jiménez-Zarco et al., 2021, Alon et al. 2020). A női vállalkozók a világválság által leginkább érintett iparágakban koncentráltak, viszonylag csekély pénzügyi tartalékkal rendelkeztek, és nem fértek hozzá különféle támogatásokhoz. Valószínűbb, hogy önfinanszírozók vagy barátok és családtagok finanszírozzák őket (OECD, 2021). A női tulajdonú vállalkozások aránytalanul több alkalmazottat voltak kénytelenek elbocsátani (Kritikos et al. 2020). Ezzel egyidőben a világválság válsága megnövelte a nőkre háruló terheket és feladatokat (Del Boca et al. 2020, Nagy et al. 2022, 2020, Koltai et al. 2020), a nőknek, főleg a kisgyermeket nevelőknek nem sok választásuk volt, a családra kellett az idő és energia nagy részét fordítani, így kevesebb időt, energiát és elhivatottságot tudtak fordítani cégeikre. Az ebben az időszakban alkalmazható stratégia sikere a munka-magánélet egyensúly sikerén múlik, ami a vállalkozói siker egyik fő része (De Simone et al. 2021).

A COVID-19 világjárvány, majd az azt követő energiaválság vagy multikrízis időszakban hogyan, milyen módon sikerül a vállalkozónőknek fenntartani gazdasági tevékenységeiket? Milyen stratégiák bizonyultak sikereseknek? Elemzésünkben alapvetően az „tevékenység és képesség” fogalmi keretére támaszkodunk (Sen 1992, id. Hobson et al. 2011), hogy megvizsgáljuk, hogyan tudják az egyének átalakítani az erőforrásaikat (konverziós tényezőként hivatkozunk).

#### **Módszertan:**

A kérdések megválaszolásában egy 2023. március-július között 7 európai országra (Bulgária, Magyarország, Finnország, Románia, Szerbia, Szlovákia, Spanyolország) vonatkozó kutatás eredményei mentén tudunk válaszolni. A kutatás egy 3 éves, 2022 végén indult Erasmus+ projekt részeként valósul meg. Az országokon átívelő felmérés során több mint 500 női vállalkozónőt értünk el kérdőíves kutatásunk során, illetve 22 szakértővel készült interjú. Mindemellett pedig több mint félszáz (57) félig strukturált interjúk vállalkozónőkkel. A kutatási eredmények előzetes eredményeit kívánjuk bemutatni.

#### **Eredmények:**

Képet kapunk arról, hogy Európa különböző országaiban milyen kihívásokkal kellett szembenézzenek az elmúlt három évben. Miben más az elmúlt két év krízisidőszaka a világjárvány okozta helyzettől? Milyen stratégiákat alkalmaztak a vállalkozónők, és mért tudtak néhányan sikeresen kijönni ebből az időszakból.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatási eredmények – hosszú távon – hozzájárulhatnak a női vállalkozók, különösen a hátrányos helyzetű vállalkozók szerepvállalásához is, akik akadályokba ütköznek abban, hogy érdemi támogatást kapjanak üzleti terveik megvalósításában és továbbfejlesztésében. Az országokon átívelő kutatási eredmények segíthetnek azonosítani az ilyen típusú igényeket, és szilárd alapot teremthetnek a női vállalkozók képzettségének javítását és rugalmasságát támogató innovatív és gyakorlati megoldásokra összpontosító, személyre szabott tevékenységek kidolgozásához.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Alon, T., Doepke, M., Olmstead-Rumsey, J., & Tertilt, M. (2020). This time it's different: The role of women's employment in a pandemic recession. National Bureau of Economic Research.

De Simone, S. – Priola, V. (2021). "Who's that Girl?" The entrepreneur as a 'super(wo)man'. Canadian Journal of Administrative Sciences.

Del Boca, D., Oggero, N., Profeta, P., Rossi, M. (2020). Women's and men's work, housework and childcare, before and during COVID-19. Rev. Econ. Household 18, 1001–1017.

Hobson, B., Fahlén, S. & Takács, J. (2011): Agency and Capabilities to Achieve a Work-Life Balance: A Comparison of Sweden and Hungary, *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 18/2011, p. 168-198.

Jiménez-Zarco, A. I., Clemente-Almendros, J. A., González-González, I., & Aracil-Jordà, J. (2021). Female micro-entrepreneurs and social networks: diagnostic analysis of the influence of social-media marketing strategies on brand financial performance. *Frontiers in Psychology*, 12, 630058.

Koltai, L., Geambaşu, R., Bakacsi-Saffer, Zs., Barna-Petróczi, A. & Zsár, V. (2020). COVID-19 and Female Entrepreneurs Throughout Europe. Budapest: Hetfa Research Institute Ltd.

Kritikos, A., Graeber, D., & Seebauer, J. (2020). Corona-Pandemie wird zur Krise für Selbständige. *DIW aktuell*, No. 47, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin.

Lomazzi, V. (2020) The COVID-19 Crisis and Gender Inequality: New and Old Challenges for Europe  
<https://blog.gesis.org/the-covid-19-crisis-and-gender-inequality-new-and-old-challenges-for-europe/>

Nagy, B., Geambaşu, R., Gergely, O., Somogyi, N. (2023) "In this together"? Gender inequality associated with home-working couples during the first COVID lockdown. *Gender Work Organ.* 2023;1–21.

OECD. (2021). One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons learned to "build back better." OECD. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/>

## *Pátkainé Bende Anna – Dr. Nárai Márta: Magyarországi családbarát munkahelyek CSR gyakorlata*

### *Szerző:*

Pátkainé Bende Anna (Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Pedagógiai, Humán- és Társadalomtudományi Kar Nemzetközi Tanulmányok és Kommunikáció Tanszék, illetve SZE Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola)

Dr. Nárai Márta (Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Pedagógiai, Humán- és Társadalomtudományi Kar Szociális Tanulmányok és Szociológia Tanszék)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Előadásunkban a magyarországi családbarát munkahelyek társadalmi felelősségvállalással (CSR) kapcsolatos gyakorlatát mutatjuk be. A családbarát működés megvalósítása már önmagában is fontos CSR tevékenység, ám jelen előadás fókuszában a magyarországi családbarát szervezetek ezen felüli CSR gyakorlatának megismerése áll. Célunk, hogy bemutassuk azt, hogy a családbarát munkahelyek hogyan járulnak hozzá a környezeti és társadalmi fenntarthatósághoz, milyen társadalmi felelősségvállalási tevékenységeket végeznek.

### **Elméleti háttér:**

Az elmúlt években felértékelődött a vállalatok szerepe a különféle etikai, társadalmi és környezeti problémák kezelésében és megoldásában, s a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) koncepciója egyre inkább az érdeklődés középpontjába került, mind a tudomány képviselői, mind pedig a vállalati szakemberek részéről (Barth–Wolff, 2009). A fogalomhoz kötődő meghatározások hangsúlyozzák, hogy a vállalati társadalmi felelősségvállalás az üzleti tevékenységen és a jogi szempontokon túlmutató vállalati magatartást jelent, azaz döntéseik során igyekeznek a különféle érintettek érdekeit szem előtt tartani (Szántó, 2019), működésük során önkéntesen szociális és környezeti szempontokat érvényesítenek (Európai Bizottság, 2001). A CSR tevékenységek által a vállalatok hozzájárulnak egy élhetőbb, fenntarthatóbb társadalom eléréséhez, melynek fontos részét képezi nemcsak az egyenlőtlenségek csökkentése, hanem a demográfiai és a közösségi fenntarthatóság is. Sokat tehetnek a munkavállalók és családtagjaik, valamint a helyi közösségek és tágabb értelemben az egész társadalom életminőségének javításáért, ezek a tevékenységek kiterjedhetnek a környezetvédelemre, az emberi jogokra, az esélyegyenlőségre, az egészségre és biztonságra, az üzleti etikára, a különböző társadalmi problémák kezelésében való részvételre, vagy éppen a munka és magánélet egyensúlyának elősegítésére is (Knaflič et al., 2010). A családbarát munkahelyek kialakítása a társadalmi felelősségvállalás egyik formájának tekinthető (Balogh et al., 2014).



**Módszertan:**

Előadásunkban egy 2023-as családbarát munkahelyeket célzó kérdőíves kutatás eredményeit vesszük alapul. 2023 tavaszán teljes körű kérdőíves megkeresést végeztünk a magyarországi Családbarát Munkahely védjeggyel rendelkező szervezetek körében. A kérdőívet a 702 Családbarát Munkahely védjeggyel rendelkező foglalkoztató közül 116 képviselője (ügyvezető, humanerőforrás-vezető vagy humanerőforrás-munkatárs) töltötte ki, ők alkotják kutatásunk mintáját. A válaszadó munkáltatók közel fele (47,4%) a gazdasági szektorból került ki (elsősorban Kft., Rt.), 40%-a állami/önkormányzati munkáltató (kötségvetési szervként vagy közintézmény), tizede nonprofit szférába tartozó szereplő (pl. nonprofit gazdasági társaság, alapítvány).

**Eredmények:**

A kutatásunk rávilágít arra, hogy a vizsgált szervezetek döntő többsége a családbarát működés megvalósítását, a családbarát gyakorlatok bevezetését önmagában is társadalmi felelősségvállalásnak tartja. A családbarát munkahelyek nagy része meghatározza a kulcsfontosságú prioritásokat a társadalmi felelősségvállalásuk terén, sőt mintegy 40 százalékuk rendelkezik CSR-stratégiával és 35,3 százalékuk fenntarthatósági stratégiával, amelyekben írott formában is meghatározzák vállalásaikat a CSR és a fenntarthatóság területén. A családbarát munkahelyek CSR-tevékenységének legfontosabb területeit a tisztességes működés, a helyi közösségek életében történő részvétel, a környezetvédelem és a fenntarthatóság, az emberi jogok és esélyegyenlőség, valamint a felelős foglalkoztatás jelentik. A családbarát szervezetek számára kiemelten fontos a helyi közösségek, nonprofit és civil szervezetek, kulturális és oktatási intézmények támogatása, adománygyűjtések, különféle oktatási és munkaügyi tréningek szervezése, a környezetvédelem és a fenntarthatóság terén tett intézkedések, valamint közösségi és egészségfejlesztő programok szervezésére.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Kutatásunk eredményei rávilágítanak arra, hogy a családbarát munkahelyek rendkívül fontosak a CSR szempontjából. Működésük családbarát jellemzőivel egyértelműen hozzájárulnak a munkavállalók és családjaik életminőségének javításához, támogatják a munka-magánélet egyensúlyát, további CSR tevékenységeikkel pedig hozzájárulnak a helyi intézmények, közösségek, civil szervezetek sikeresebb működéséhez, összességében a gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatósághoz. Eredményeink és megállapításaink alátámasztják, hogy fontos és értékes a gazdaság szereplőinek társadalmi felelősségvállalási tevékenysége.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Balogh E., Bognár K., Győri Zs., Muhi E. & Tardos K. (2014). Jót s jól – Vállalati felelősségvállalásról kis- és közép vállalkozásoknak. Budapest: Országos Foglalkoztatási Közhazsnú Nonprofit Kft.

Barth, R. & Wolff, F. (2009). Corporate Social Responsibility and sustainability impact: opening up the arena. In: Barth, R.–Wolff, F. (eds.): Corporate Social Responsibility in Europe. E. Elgar, Northampton, MA, 3–25.

Európai Bizottság (2001). Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Green Paper, COM(2001) 366. Brussels.

Knaflič, T., Svetina, N. A. & Pahor, M. (2010). Introducing the Family-Friendly Workplace: An Analysis of its Effects on Organisations. In: MIC 2010. Social Responsibility, Professional Ethics, and Management. Proceedings of the 11th Management International Conference, Ankara, Turkey, 24–27 November 2010.

Szántó R. (2019). A társadalmi felelősségvállalás online kommunikációja. Marketing & Menedzsment, 44(2) 52–58.

*Hortoványi Lilla – Pogácsás Péter – Szepesi Balázs: Mely vállalati stratégiák biztosítanak elég rugalmasságot a változó környezeti feltételekhez való alkalmazkodáshoz?*

Szerző:

Hortoványi Lilla (Mathias Corvinus Collegium)

Pogácsás Péter (Mathias Corvinus Collegium)

Szepesi Balázs (Mathias Corvinus Collegium)

#### **A kutatás célja és kérdései:**

Az orosz-ukrán háború kapcsán azt vizsgáltuk milyen védhető pozíciók léteznek a vállalatok hosszú távú stratégiai előnyének megőrzése érdekében, különös tekintettel azokra a tevékenységekre, amelyek értéket teremtenek.

#### **Elméleti háttér:**

Porter (1985, 1996) szerint egy vállalat csak akkor tudja hosszú távon felülmúlni versenytársait, ha idővel több értéket tud szállítani ügyfeleinek. A nagyobb érték származhat a kínálat megkülönböztetéséből (pl. egyedi előnyök biztosítása), vagy hasonló szolgáltatások vagy azzal egyenértékű előnyök alacsonyabb költségű biztosításából, vagy mindkettőből.

A Porter-féle általános stratégiák látszólagos ellentmondásainak feloldására tett kísérletében Murray (1988) kimutatta, hogy az egyes általános stratégiák életképessége bizonyos külső feltételek meglététől függ. Tekintve, hogy még számos megválaszolatlan kérdés van a környezeti esetlegességek leküzdésére irányuló vállalati stratégiákkal kapcsolatban (Hillman et al., 2009), ezért a környezettel szembeni sebezhetőséget csökkentő pozíciók feltárása nemcsak elméleti, de gyakorlati szempontból is fontos kutatói feladat (Mizruchi & Yoo, 2017).

#### **Módszertan:**

A kutatás szempontjából az elemzési egység a 2004-ben vagy korábban alapított B2B cégek. A mintában szereplő cégek többségi magyar tulajdonúak és működésük már kiállta az idő próbáját: az elmúlt 20 év globális kihívásai ellenére továbbra is itt vannak, virágoznak. A nem valószínűségi minta összeállítása a tulajdonosi szerkezet, a méret (több mint 15, de kevesebb mint 249 fő) és az alapítás éve alapján történt. Az adatokat a mintában szereplő vállalatok felsővezetőivel végzett egyéni mélyinterjúk során gyűjtöttük össze két egymást követő körben. Az első kör 2022 májusában, a második pedig 2022 novemberében volt. Összesen 62 vállalat szerepel a mintában. Az interjú leiratokat Atlas.ti 23-as verziójával elemeztük.

**Eredmények:**

A válaszadók 76%-a rendelkezik tulajdonjoggal az általuk irányított cégben, továbbá 71%-uk családi vállalkozás. A válaszadók 24%-a (15) tehát alkalmazott felsővezető. Míg az összes vizsgált cég létszámát tekintve KKV (249 fő alatt), addig éves forgalmukat tekintve 5-en nagyvállalatok, mivel árbevételük 2021-ben meghaladta az 50 millió eurós küszöböt.

A feltáró kutatás legfontosabb eredménye, hogy új keretrendszert dolgoztunk ki a környezeti bizonytalanságokra adott válaszaik alapján a mintában szereplő vállalatokat. Összesen 4 stratégiai pozíció lett beazonosítva, mint Válságbiztos, Válságyenge, Innovációs lehetőség és Piaci lehetőség. Ezen pozíciók mindegyike egy sor erőforrás-allokációs döntés eredménye, és ezek a döntések együttesen határozzák meg a vállalat által kiaknázható versenyelőnyt.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Feltáró kutatásunk eredményei hozzájárulhatnak mind a vállalkozások válságra adott válaszainak jobb megértéséhez, mind ahhoz, hogy a cégek vezetői és a gazdaságpolitika-alkotók sikeresebben reagálhassanak a kihívásokra.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Hillman, A. J., Withers, M. C., & Collins, B. J. (2009). Resource dependence theory: A review. *Journal of Management*, 35(6), 1404–1427.

Mizruchi, M. S., & Yoo, M. (2017). Interorganizational power and dependence. In J. A. C. Baum (Ed.), *The Blackwell companion to organizations* (pp. 599–620). Wiley Online Library.

Murray, A. I. (1988). A Contingency View of Porter's "Generic Strategies." *Academy of Management Review*, 13(3), 390–400.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, november-december, 37–54.

## *Dézsi-Benyovszki Annamária – Szabó Tünde Petra: Mi a különbség a korai fázisú vállalkozók és a belső vállalkozók között?*

### *Szerző:*

Dézsi-Benyovszki Annamária (Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet)

Szabó Tünde Petra (Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A tanulmány a tervezett viselkedés elmélete (Theory of Planned Behaviour) alapján vizsgálja 16 európai országban a korai fázisú vállalkozók és a belső vállalkozók közötti főbb különbségeket. A tanulmány célja, hogy a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) kutatási projekt adatai felhasználásával tesztelje a tervezett viselkedés elméletének alkalmazhatóságát a vállalkozói magatartás előrejelzésére, valamint a belső vállalkozók és a korai fázisú vállalkozók közötti különbségek azonosítására.

### **Elméleti háttér:**

A vállalkozásösztönzésen belül kitüntetett figyelmet kap az egyének vállalkozóvá válása. A vállalkozóvá válásra ható tényezők ismeretében ösztönözhető a vállalkozói aktivitás. A szakirodalomban léteznek összetett modellek, amelyek a vállalkozóvá válást befolyásoló tényezőket (társadalmi környezet, nemzeti kultúra, formális képzés szerepe) komplex rendszerként vizsgálják. Ezek közé tartozik a tervezett viselkedés elmélete is, amelyet az emberek szándékainak megértésére dolgozott ki Ajzen (1991). A vállalkozói hajlandóság tanulmányozására is használják a szakirodalomban a modellt. A modell szerint a vállalkozásindításra irányuló attitűd, a támogató szociális környezet (szubjektív norma), valamint az események feletti kontroll (érezelt magatartási kontroll) befolyásolják a vállalkozás indítását.

### **Módszertan:**

A tanulmány a GEM kutatási projekt 2019-es adatbázisa alapján 16 Európai Unió ország esetén a korai fázisú vállalkozók, illetve belső vállalkozók válaszait elemezve azonosítja a vállalkozásindítási hajlandóságra ható legfontosabb tényezőcsoportokat binomiális logisztikus regresszió segítségével. Az adatok feldolgozását RStudio-ban végeztük.

### **Eredmények:**

Az eredmények azt mutatják, hogy a tervezett viselkedés elmélete használható a vállalkozásindítás tényezőinek a feltárására, illetve a kezdő vállalkozók és a belső vállalkozók közötti különbségek



azonosítására. Kimutattuk, hogy minél kedvezőbb az egyén vállalkozásindítással kapcsolatos attitűdje (minél kevésbé gondolja úgy, hogy a kudarctól való félelem megakadályozná a vállalkozás indításában, minél több lehetőséget lát vállalkozásindításra, stb.), annál nagyobb az esélye, hogy korai fázisú vállalkozó legyen. Az észlelt magatartási kontroll, valamint a szubjektív norma ugyancsak a korai fázisú vállalkozóvá válásra van nagyobb hatással. A korai fázisú vállalkozók a társadalmat vállalkozói szempontból támogatóbbnak látják, mint a vállalkozáson belüli vállalkozók. Minél inkább úgy érzi az egyén, hogy rendelkezik a vállalkozásindításhoz szükséges képességekkel és tudással, annál inkább elképzelhetőnek tartja saját vállalkozásának indítását.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A vállalkozóvá válásra ható tényezők ismeretében ösztönözhető a vállalkozói aktivitás, amely hozzájárul a gazdaság teljesítményének növeléséhez. Tanulmányunkban a korai fázisú vállalkozókat (több mint 3 hónap és kevesebb mint 3,5 éve alapított vállalkozással rendelkeznek) és a belső vállalkozókat vizsgáltuk. Úgy a döntéshozók, mint a vállalatvezetők számára fontosak lehetnek a kutatás eredményei, hiszen ezek alapján a döntéshozók növelhetik a kezdő vállalkozók számát, míg a vállalatvezetők ösztönözhetik a belső vállalkozói aktivitást.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior Organizational. Behavior and Human Decision Processes, 50(2):179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. Journal of Applied Social Psychology, 32(4), 665–683.

Ali, J., Jabeen, Z. (2020). Understanding entrepreneurial behavior for predicting start-up intention in India: Evidence from global entrepreneurship monitor (GEM) data. Journal of Public Affairs, 22(1). <https://doi.org/10.1002/pa.2399>

Antoncic, B. (2007). Intrapreneurship: A comparative structural equation modelling study. Industrial Management & Data Systems, 107(3):309-325. <https://doi.org/10.1108/02635570710734244>

Bičo, A., Knezović, E. (2023). Entrepreneurial and intrapreneurial intentions of the current labour force in Bosnia and Herzegovina: the role of the Theory of Planned Behaviour and entrepreneurial orientation. Journal of Contemporary Management Issues, Management, 28(1):137-151. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.28.1.9>

Dézi-Benyovszki, A., Szabó, T. P. (2017). Intrapreneurs and entrepreneurs — Do they differ in Romania? Acta Oeconomica, 67(1):43–61. doi:10.1556/032.2017.67.1.3

Kautonen, T., Van Gelderen, M., Fink M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. Entrepreneurship Theory and Practice, 39 (3):655-674. doi:10.1111/etap.12056

Liñán, F., Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. Entrepreneurship: Theory and Practice. 33(3):593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318>

López-Muñoz, J. F., Mira-Solves, I., Novejarque-Civera, J., Pisá-Bó, M. (2023). Entrepreneurial education and opportunity entrepreneurship: the mediation of self-efficacy belief, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36:3, DOI: 10.1080/1331677X.2022.2159472

Lortie, J., Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4):935–957. doi:10.1007/s11365-015-0358-3

Morales-Alonso, G., Núñez Guerrero, Y., Aguilera, J. F., Rodríguez-Monroy, C. (2021). Entrepreneurial aspirations: economic development, inequalities and cultural values. *European Journal of Innovation Management*, 24(2):553-571. doi:10.1108/ejim-07-2019-0206

Paranata, A., Pahrudin, P., Muzayyanah, S., Trinh, T. H. (2023). Identification of factors influencing entrepreneurial behavior: unveiling start-up business initiatives in Indonesia. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(407). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01896-4>

S. Gubik, A., Farkas, Sz., Kása, R. (2018). A tervezett magatartás elméletének alkalmazása a vállalkozói hajlandóság alakulásának magyarázatára. *Közgazdasági Szemle*, LXV. évf., 74–101. <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ .2018.1.74>

Urbano, D., Turro, A., Wright, M., Zahra, S. (2022). Corporate entrepreneurship: a systematic literature review and future research agenda. *Small Business Economics*, 59:1541-1565. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00590-6>

Vasileiou, E., Karamanos, A., Georgantzis, N. (2023). Who wants to be an entrepreneur in the Balkans? From perceptions and beliefs to intentions. *Journal of Management Development*, 42(2):141-161. DOI 10.1108/JMD-11-2021-0312

## *Szepesi Balázs: Néhány általánosan elfogadott és néhány vitára inspiráló állítás a magyar vállalkozások rendszerváltás utáni történetéről*

Szerző:

Szepesi Balázs (Mathias Corvinus Collegium)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A prezentáció célja, hogy (1) a vállalkozáskutatások és a vállalkozáskutatói eszmecserék alapján általánosan elfogadható állításokat szintetizáljon a magyar vállalkozások rendszerváltás utáni történetéről, emellett (2) néhány vitát érdemlő, értelmező, értékelő kijelentést fogalmazzon meg a témáról, illetve (3) további eszmecseréket, kutatási irányokat javasoljon.

### **Elméleti háttér:**

A magyar gazdaság rendszerváltás utáni történetében fontos szerepe volt az egyenként elenyésző, együttesen azonban jelentős súlyt kitevő kisebb vállalkozásoknak. A gazdaság ezen szegmensének működése a gazdasági lehetőségek és erőviszonyok, a társadalmi konvenciók és normák, illetve az állami intézmények és szabályok formálta rutinokból és döntésekből tevődik össze.

A vállalkozások történetéhez ezen tényezők részletes, a vállalkozó működési logikájának koncepciójára épülő vizsgálata egyszerre járulhat hozzá

- A magyar gazdaság elmúlt évtizedeinek mélyebb megértéséhez;
- A magyar gazdaság múlt-, jelen- és jövőbeli perspektíváinak mélyebb elemzéséhez;
- A vállalkozások, illetve a vállalkozáspolitikai stratégiája számára megfontolandó célkitűzések és peremfeltételek feltárásához.

### **Módszertan:**

A prezentáció több forrásra épít:

- A fontosabb hazai vállalkozástörténeti kutatások eredményeire;
- A vállalkozói világ stilizált tényeinek elemzésére;
- A témáról tartott szakmai viták megállapításaira;
- Az MCC 30 év projektjének szisztematikus irodalomfeldolgozására;
- Az MCC 30 év projektjének vállalkozástörténeti interjúkutatásának eredményeire.

Az első cél (általános állítások megfogalmazása) megvalósítása a források szisztematikus szintézisére épül. A második célhoz (vitára inspiráló állítások megfogalmazása) a vállalkozástörténeti eredmények

és a korszak értelmezéséhez alkalmazott keretek összevetésével jutunk közelebb. A harmadik cél (vita és kutatási javaslatok) elérését az segíti, ha feltárjuk, miről is nincs elegendő tudásunk a gazdag és sokrétű vállalkozástörténeti vizsgálódások alapján, illetve ha megvizsgáljuk, hol eredményezhetnek vitatható eredményekhez a korszakot értelmező koncepcionális, normatív keretek.

#### **Eredmények:**

A kutatás eredményeként a korábbi kutatások szintézisére épülő állításokat és azok továbbgondolására épülő következtetéseket tervez megfogalmazni a prezentáció. Az állítások a tervgazdaságból a piacgazdaságba való átmenet, a globális reintegráció és a nemzetközi változások főbb trendjeit mutatják be a vállalkozások szemszögéből, majd ezek alapján a magyar gazdaság intézményi kereteinek alakulását vizsgálja a prezentáció.

#### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A rendszerváltás utáni magyar történelemben fontos szerepe volt az egyenként elenyésző, együttesen azonban jelentős súlyt kitevő kisebb vállalkozásoknak. A gazdaság ezen szegmensének működését a gazdasági lehetőségek, a társadalmi normák, illetve az állami intézmények és szabályok formálta rutinok és döntések szervezték. Ezért a vállalkozói világ elmúlt évtizedeinek feltárása nem csak magukról vállalkozásokról árul el sokat, hanem az ország gazdasági, társadalmi működésének egészéről is.

#### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

A Pécsi Egyetem, a KRTK-VGI és az MCC Vállalkozáskutatási műhelyének pécsi műhelykonferenciája a vállalkozások rendszerváltás utáni történetéről (kézirat)

Global Entrepreneurship Monitor jelentések Magyarországról 2001-2022

Gyorsjelentések a Versenyképességi Kutatóközpont kérdőíves felvételeiről (1995-2019)

Hortoványi Lilla – Szepesi Balázs (2022) 50 vállalkozás a 30 évről (kézirat)

KKV Évkönyvek 1996-2014

Laki Mihály - Szalai Júlia (2004) Vállalkozók vagy polgárok? Osiris Kiadó, Budapest

Laki Mihály - Szalai Júlia (2013) Tíz évvel később – magyar nagyvállalkozók európai környezetben, Közgazdasági Szemle Alapítvány

Országgyűlési jelentések a Kis- és Középvállalkozások helyzetéről 2000-2016

Pogácsás Péter – Szepesi Balázs (szerk) (2022) Összefoglaló a magyar gazdaság rendszerváltás utáni időszakára vállalkozói, vállalati nézőpontból címmel rendezett kerekasztalbeszélésekről (kézirat)

Szepesi Balázs – Hortoványi Lilla (2022) A vállalkozáskutatások 30 éve a Közgazdasági Szemlében (kézirat)



## *Csizmadia Péter – Bácsi Katalin – Csillag Sára – Szászvári Karina: Részvétel és/vagy kontrol egy tudásintenzív középvállalatnál*

### *Szerző:*

Csizmadia Péter (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Bácsi Katalin (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Csillag Sára (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Szászvári Karina (Budapesti Gazdasági Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Ahogy Noland és Garavan (2016) megállapítják cikkükben, a kis- és középvállalkozások (kkv-k) humánerőforrás-fejlesztése (HRD) nagy figyelmet kapott a politikai diskurzusban és a sajtóban, a kérdésselkapcsolatos empirikus kutatások azonban továbbra is korlátozottak. A munkavállalók bevonása és részvétele a kkv-kban szintén alulkutatott terület (Gilman et al. 2015). Cikkünkben egy Magyarországon működő, tudásintenzív középvállalat vizsgálatával kívánunk hozzájárulni ehhez a szakirodalomhoz, bemutatva a tanulási környezet, a munkavállalói részvétel és bevonás valamint a kontrol közötti összefüggéseket. Meg kívánjuk vizsgálni, hogy a tudásalapú munkavállalók esetében milyen szándékolt és nem szándékolt következményei vannak a tanulási környezetnek és a kapcsolódó HRM/HRD gyakorlatoknak a bevonásra és részvételre.

### **Elméleti háttér:**

A tudásintenzív vállalkozások a gazdasági fejlődés középpontjában állnak, mivel fontos közvetítői a különböző szereplők és intézmények közötti tudásátadásnak (Salter-Tether 2006). Az ilyen cégekben dolgozó tudásalapú munkavállalók túlnyomórészt nem rutinszerű problémákat oldanak meg (Reinhardt et al. 2011), az intellektuális készségek, a kontextuális tudás és a kreativitás kombinációjára támaszkodva (Frenkel et al. 1995). A tudás (és a munkavállalók) hatékony irányítása nagymértékben függ a tanulási környezetek megfelelő kialakításától. A tudásintenzív szervezetekben a munkavállalók autonómiája és bevonása mégsem korlátozható egy bizonyos határon túl, mivel a munkavállalók által megtestesített tudás és tapasztalatok mozgósítása kulcsfontosságú erőforrás. Ahhoz, hogy a tudástranszfer megvalósuljon, nemcsak a munkavállalói bevonás és részvétel bizonyos formáit és eszközeit kell működtetni, hanem olyan munkahelyet is létre kell hozni, ahol azok az interakciós minták dominálnak, amelyek a kapcsolati paritás, az inkluzív autoritás és a társas bevonás normatív elveit tükrözik (Frega, 2021).

### **Módszertan:**

Kutatásunk esettanulmány módszertanra épül. Az esettanulmány tipikus elméleti alapú esetnek, és az expanzív tanulási környezet elméleti konstrukciójának példájának tekinthető. Példaértékű,



amennyiben tanulságokkal szolgálhat a gyakorlati szakemberek számára, és magyarázó jellegű, valamint konkrét példákkal illusztrálva segít árnyalni az elméleti részben feltárt összefüggéseket (Huws és Dahlmann, 2007). Az esettanulmány egyrészt félig strukturált interjúkra épül, a szakirodalom alapján összeállított vezetői és munkavállalói kérdéssor mentén, valamint dokumentumelemzésre (vállalati honlapok, éves jelentések, vállalati újságok, HR-politikák és stratégiai dokumentumok). Az interjúk a szervezet célkitűzéseire, történetére és kritikus eseményeire, a HR-tevékenységek alakulására, a képzési és fejlesztési stratégiára és gyakorlatra, a részvételi kérdésekre, valamint azok vezetőség és a munkavállalók általi megélésére terjedtek ki. Összesen 9 interjút készült a vállalatnál (tulajdonos, HR-vezető és munkatársa, vezetők, alkalmazottak). Az interjúkat rögzítettük és szó szerinti leiratokat készítettünk. Az elemzési folyamat következő része az interjúk leiratainak átfogó, témák szerinti kódolása volt, majd minden egyes átfogó témát tovább elemeztünk, folyamatosan egyeztetve és megvitatva a feltárt mintákat.

### **Eredmények:**

A vizsgált vállalatnál a kapcsolati paritás és az inkluzív autoritás jelen van, amelyet egy expanzív tanulási környezet és egy következetes HRM és HRD rendszer keretez. A munkavállalói részvétel mégis korlátozó jellegű marad, mivel a vállalat az egyéni teljesítményt és részvételt részesíti előnyben. A szervezet nagyon hatékony a tudás létrehozásában és megosztásában, de a vezetés lemond a tudás és tapasztalat fontos részéről, amely növelné a szervezeti hatékonyságot, mivel a munkavállalók bevonása a fontosabb döntésekbe továbbra is korlátozott. Az egyéni tudásfelhalmozást egyoldalúan előnyben részesítő karrierlehetőségek bizonytalanságot teremtenek a nem egyértelmű szervezeti környezetben. A vállalat nem szándékolta a kontroll mechanizmusa nem a munkahely elvesztésétől való félelem (Purcell-Brook 2020), hanem a „nem elég jónak lenni” vagy „a nagyok játékában való részvételtől” való félelem. Fő következtetésünk az, hogy (1) a viszonylag magas szintű munkahelyi autonómia nem feltétlenül jár együtt a munkavállalók fokozott kontrolljával a döntéshozatal felett, és (2) az egyéni karrierlehetőségekkel kísért expanzív tanulási környezet gyengítheti a munkavállalók részvételi hajlandóságát.

### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A vizsgált tudásintenzív középvállalat esete rámutat arra, hogy nem elegendő egy expanzív tanulási környezetet létrehozni, hiszen paradox módon a kapcsolódó HRM/HRD gyakorlatoknak nem szándékolta következményei is lehetnek. Eredményeink azt mutatják, hogy egyes HR gyakorlatok, az expanzív tanulási környezet kialakítása mellett is gyengíthetik a munkavállalók részvételi hajlandóságát, amely azonban fontos elem a tudástranzfer szempontjából.

### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Frega, R. (2019). Democratic Patterns of Interaction as a Norm for the Workplace. *Journal of Social Philosophy*, 51(1), 27–53. <https://doi.org/10.1111/JOSP.12304>

Frega, R. (2021). Employee Involvement and Workplace Democracy. *Business Ethics Quarterly*, 31(3), 360–385. doi:10.1017/beq.2020.30

Gifford, Jonny – Neathey, Fiona – Loukas, George (2005) Employee Involvement. Information, Consultation and Discretion. ies report 427. Institute for Employment Studies: Brighton.

Hyman, Richard (2015) The very idea of democracy at work. Transfer: European Review of Labour and Research, 22 (1). pp. 11-24. ISSN 1024-2589

Markey, Raymond –Townsend, Keith (2013) Contemporary trends in employee involvement and participation. Journal of Industrial Relations 55(4) 475–487

McCabe, D., Ciuk, S., & Gilbert, M. (2022). 'This Is the End'? An Ethnographic Study of Management Control and a New Management Initiative. Work, Employment and Society, 36(3), 503–521.  
<https://doi.org/10.1177/09500170211022272>

Paulet, R. - Holland, P. – Bratton, A. (2021) Employee Voice: The Missing Factor in Sustainable HRM? Sustainability 2021, 13, 9732. <https://doi.org/10.3390/su13179732>

Procter, Stephen – Benders, Jos (2014) Task-based voice: teamworking, autonomy and performance. In. Handbook of Research on Employee Voice, Chapter: 18 Publisher: Edward Elgar Editors: A. Wilkinson, J. Donaghey, T. Dundon and R. Freeman

Purcell, C., & Brook, P. (2022). At Least I'm My Own Boss! Explaining Consent, Coercion and Resistance in Platform Work. Work, Employment and Society, 36(3), 391–406. <https://doi.org/10.1177/0950017020952661>

Rohlfers, Sylvia (2018) Employee involvement and participation in SMEs: a synthesis of extant research. Journal of Evolutionary Studies in Business. Volume 3, Number 1, 112-136, doi:10.1344/jesb2018.1.j039

Scott, Peter (2005) Participation or Democracy at Work? In: B. Harley, J. Hyman and P. Thompson (eds.) Participation and Democracy at Work: Essays in Honour of Harvie Ramsay. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

## *Szennay Áron: Startup inkubátorok és akcelerátorok Közép- és Kelet-Európában – Egy szisztematikus irodalomfeldolgozás eredményei*

Szerző:

Szennay Áron (Budapesti Gazdasági Egyetem)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás célja a közép- és kelet európai startup ökoszisztémák aktuális helyzetének, kérdéseinek, illetve trendjeinek feltárása a szakirodalmi források alapján, különös tekintettel az inkubátorokra és az akcelerátorokra.

### **Elméleti háttér:**

A startup vállalkozások gyors növekedésükkel és innovációs képességükkel a robbanásszerű üzleti siker lehetőségét hordozzák magukban (ld. például Csákné Filep et al., 2020). Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a sikeres startup vállalkozások nem kizárólag az alapítók ötletének és tehetségének, hanem a startup ökoszisztémának a termékei. Ennek megfelelően – a nemzetgazdaságok hozzáadott értékéhez, a foglalkoztatottságához, illetve az innovációs képességéhez való kimagasló hozzájárulásuk, valamint a jól kommunikálható sikertörténetek miatt – a kormányzati és privát szereplők egyaránt aktívan dolgoznak a startup ökoszisztéma fejlesztésén.

### **Módszertan:**

A kutatás feltáró jellegéhez igazodva szisztematikus irodalomfeldolgozást végeztünk a Web of Science adatbázisát felhasználva. A keresőszavak kiválasztása során figyelembe vettük, hogy az innovatív, gyors növekedési aspirációkkal rendelkező vállalkozásokra több, akár egymással átfedő fogalom is létezik, ahogy az őket támogató személyek és intézmények esetében sincs tudományos és/vagy szakmai konszenzus a megnevezéseket illetően. A szűrést a startup ökoszisztéma gyors fejlődését figyelembe véve a 2015 január 1 és a 2022 december 31 között megjelent írásokra szűkítettük. A regionális szűkítést pedig a magyarországi helyzet, illetve trendek jobb megértése érdekében az Európai Unió országaira, azon belül is a környező, a hasonló hátterű, valamint gazdasági tekintetben relevánsnak tekintett országokra végeztük el. Ennek megfelelően 12 ország, vagyis a V4-ek (Csehország, Magyarország, Lengyelország, Szlovákia), a Balti országok (Észtország, Lettország, Litvánia), továbbá Németország, Ausztria, Szlovénia, Horvátország, illetve Románia szerepelt a mintában.

A szisztematikus irodalomfeldolgozás módszertanának megfelelően a leszűrt cikkek közül előbb kiszűrtük a duplikációkat, illetve az angoltól eltérő nyelven (pl. spanyolul) megjelent cikkeket, valamint előbb algoritmizált módszerrel, majd pedig a címek és az absztraktok áttekintésével a nem a témával foglalkozó írásokat. Ezt követően a címek és absztraktok alapján összeállítottuk a vizsgálat tárgyát képező cikkeket.

**Eredmények:**

Előzetes eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy az inkubátorok és az akcelátorok egymástól élesen nem különíthetők el (ld. például (Jáki et al., 2019; Veit et al., 2021), számos különböző működési modell (pl., folyamatos vagy periodikus bekerülés, tulajdonlás, befektetés lehetősége), módszertan (pl. egyedi vagy csoportos képzések, innovációs versenyek) vagy épp fókusz (pl. iparág, stratégiai cél szerint) létezik. Egyes szerzők szerint pedig az akceleráció nem más, mint egy újgenerációs inkubációs modell (Pauwels et al., 2016).

A szektor dinamikáját mutatja, hogy a szervezetek célja, fókusza, működési módja akár néhány év alatt is rendkívül sokat változhat (Veit et al., 2021). A globális trendekre való gyors reakció képességét mutatja az az is, hogy megjelentek a fenntarthatósági orientációjú startupok működését támogató akcelátorok (social impact accelerator, SAI) is (Bergmann és Utikal, 2021).

Fontos kutatási területnek minősül a hagyományos, jellemzően nagyvállalatok és a startupok együttműködése. Christine és Verena (2020) szerint a high-tech inkubátorok lényegében egy közvetítők, akik előszűrést végeznek és bizalmat építenek a két szereplő között a későbbi sikeres együttműködés előmozdítása érdekében, de hasonlóra jutott Harris (2021), illetve Horváth és szerzőtársai (2022) a kereskedelmi bankok és a fintech cégek esetében.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Mivel a startup vállalkozások csak egy töredéke képes innovatív megoldásával rendkívül gyors növekedést és üzleti sikert elérni (Csákné Filep et al., 2020), ezért az őket körülvevő ökoszisztéma számára kiemelten fontos feladat, hogy a rendelkezésre álló szűkös erőforrásokat a leghatékonyabban használja fel. Feltáró kutatásunk ennek megfelelően azokat az inkubációs, illetve akcelerációs modelleket keresi, amelyek a leginkább segítik a startup vállalkozások életben maradását, üzleti sikerét. Eredményeink azt mutatják, hogy a mentorálás, tanácsadás, illetve az erőforrások biztosítása mellett az inkubátorok, illetve az akcelátorok feladata a vállalatok előszűrése, a hálózatokba való bekapcsolása, továbbá célszerű lehet az erőfeszítések néhány versenyképes szektorra való koncentrálása.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Bergmann, T., & Utikal, H. (2021). How to Support Start-Ups in Developing a Sustainable Business Model: The Case of an European Social Impact Accelerator. *Sustainability*, 13(6), 3337. <https://doi.org/10.3390/su13063337>

Christine, B., & Verena, T. (2020). Blind date? Intermediaries as matchmakers on the way to start-up—industry coopeition. *Industrial Marketing Management*, 90, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.031>

Csákné Filep J., Radácsi L., & Timár G. (2020). A magyar startup-vállalkozások túlélését és növekedését befolyásoló tényezők – szakértői interjúk tapasztalatai = Influencing factors of survival and growth at the hungarian start-ups. Experiences of expert interviews. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 51(1), Article 1. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.01.02>

Harris, J. L. (2021). Bridging the gap between ‘Fin’ and ‘Tech’: The role of accelerator networks in emerging FinTech entrepreneurial ecosystems. *Geoforum*, 122, 174–182. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.010>

Horváth, D., Kerényi, Á., & Szabó, R. Z. (2022). Intended benefits and challenges of cooperation between FinTechs and commercial banks. *Acta Oeconomica*, 72(3), 289–308. <https://doi.org/10.1556/032.2022.00023>

Jáki, E., Molnár, E. M., & Kádár, B. (2019). Characteristics and challenges of the Hungarian startup ecosystem. *VEZETÉSTUDOMÁNY*, 50(5), Article 5.

Pauwels, C., Clarysse, B., Wright, M., & Van Hove, J. (2016). Understanding a new generation incubation model: The accelerator. *Technovation*, 50–51, 13–24. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2015.09.003>

Veit, P., Kramer, A., Kanbach, D., & Stubner, S. (2021). Revising the taxonomy of corporate accelerators: Moving towards an evolutionary perspective. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 13(6), 568–599. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2021.120427>



## *Virágh Enikő Anna – Timár Gigi – Pecze Krisztina: Startup siker az alapítók szemszögéből*

### *Szerző:*

Virágh Enikő Anna (Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda)

Timár Gigi (Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda)

Pecze Krisztina (Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda)

### **A kutatás célja és kérdései:**

A kutatás a szubjektív vállalkozói sikert vizsgálja, specifikusan a startup alapítók csoportjára szűkítve. Célja annak feltérképezése, hogy miképp értelmezik a sikert magyarországi startupok alapítói, milyen sikerindikátorokat vélnek adekvátnak saját cégükre és más startupokra vonatkozóan, mit élnek meg saját sikerként. A kutatás során emellett arra kerestük a választ, hogy a startup alapítók siker értelmezése mennyiben hasonlít vagy tér el a hagyományos vállalkozások estében a szakirodalomban leírt siker értelmezéstől.

### **Elméleti háttér:**

A szubjektív vállalkozói siker témáját az elmúlt években megélénkült a tudományos érdeklődés övezi. A téma kutatói a vállalkozói siker pszichológiai értelmezését állítják szembe a siker hagyományos gazdasági értelmezésével, és a vállalkozás helyett a vállalkozót helyezik a középpontba (Dej 2010). Eredményeik szerint a siker multidimenziós konstrukció, amely a cég eredményein és a személyes anyagi előnyökön túl egyéb tényezőket is magában foglal, amely tényezők figyelembevételével segíthet a vállalkozói viselkedés teljesebb körű megértésében (Wach et al. 2016, 2020). A szubjektív vállalkozói sikerrel kapcsolatos eddigi eredmények az általános értelemben vett vállalkozóra vonatkoztak, a startup alapítókat külön nem vizsgálták. A startupokkal kapcsolatos szakirodalom ugyan foglalkozik a siker témájával, ez azonban általában a siker okainak vizsgálatára irányul, a siker pedig túlnyomórészt pusztán gazdasági értelemben, a cég sikerességeként értelmeződik (Pecze 2022), amit elsősorban a finanszírozás sikerességével, a tőkebevonási képességgel mérnek.

### **Módszertan:**

A kapcsolódó szakirodalom feldolgozása mellett huszonkét félig strukturált interjú készült startup alapítókkal. Az interjúalanyok kiválasztása hólabda módszerrel történt, az interjúk elemzéshez az NVivo szövegelemző szoftvert használtuk. A kódolás első körében a grounded theory megközelítést követve hagytuk, hogy a kódok az interjúszövegek alapján bontakozzanak ki. A kódolás második körében a kódokat és az azokból formálódó dimenziókat összevetettük Wach és szerzőtársai (2020) szubjektív vállalkozói siker modelljének elemeivel, a kódok strukturálása és a dimenziók felcímkézése az ezekkel való hasonlóságok és különbségek figyelembevételével történt.

**Eredmények:**

A szubjektív startup siker kutatásban azonosított öt dimenziója alapvetően nagyon hasonlóknak tűnik a szubjektív vállalkozói siker szakirodalomban leírt dimenzióihoz. Elemei (1) a cég teljesítménye, (2) a csapat, (3) a személyes kiteljesedés, (4) a közösségre gyakorolt hatás és (5) a személyes pénzügyi jutalom. Ugyanakkor az eredmények azt mutatják, hogy a szubjektív vállalkozói siker modelljében és a kutatás során kialakított szubjektív startup siker modellben a vállalati teljesítmény dimenziójának tartalma jelentősen eltér, ami rámutat arra, hogy – bár a startup alapítókat a vállalkozókhoz hasonló ösztönzők és célok mozgatják – cégük sikerét más kritériumok alapján mérik. A kutatás emellett feltárta, hogy a szubjektív startup siker mutatóinak viszonya komplex, bizonyos esetekben a siker különböző elemei nem, vagy csak nehezen egyeztethetők össze, és olykor csak egymás kárára teljesíthetők.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Annak megismerése, hogy a vállalkozók maguk minnek alapján tekintik sikeresnek magukat és vállalkozásukat, hozzájárulhat a vállalkozói viselkedés jobb megértéséhez, és ezen keresztül a magyar vállalkozói szféra hatékonyabb támogatásához. A téma egy speciális, különösen izgalmas területe a startup alapítók siker értelmezésének vizsgálata. Bár ezeket a cégeket jellemzően a cégérték, vagy a bevont tőke mértéke alapján értékelik, a vizsgálat eredménye szerint a startupperek siker értelmezése ennél jóval komplexebb.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Dej, Dominika. 2010. "Defining and Measuring Entrepreneurial Success." In *Entrepreneurship: A Psychological Approach*, edited by Martin Lukes and Mariola Laguna, 89–102. Oeconomica Publishers Prague.

Pecze, Krisztina. 2022. "Siker Konceptiók a Szakirodalom Tükrében." BGE Budapest LAB Working Paper Series 2022 (21).

Wach, Dominika, Stephan Ute, and Marjan Gorgievski. 2016. "More than Money: Developing an Integrative Multi-Factorial Measure of Entrepreneurial Success." *International Small Business Journal* 34 (8): 1098–1121. <https://doi.org/10.1177/0266242615608469>.

Wach, Dominika, Stephan Ute, Marjan J. Gorgievski, and Jürgen Wegge. 2020. "Entrepreneurs' Achieved Success: Developing a Multi-Faceted Measure." *International Entrepreneurship and Management Journal* 16: 1123–51. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0532-5>

*Dr. Debreceni János – Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia: Válságok között - Reziliencia-tényezők összefüggéseinek vizsgálata turisztikai vállalkozások esetében*

**Szerző:**

Dr. Debreceni János (Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Látogatógazdaság Kiválósági Központ)

Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia (Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Látogatógazdaság Kiválósági Központ)

**A kutatás célja és kérdései:**

Bár 2022-ben a turizmus szereplői már a koronavírus miatti válsághelyzetből való felépülést tervezhették, a piac helyreállítását új válságtényezők megjelenése árnyékolta be. A jelen tanulmányba foglalt kutatás ebben a bizonytalan időszakban vizsgálta a vállalkozások azon képességeit, amelyek segítették a 2020-2022 közötti kedvezőtlen piaci környezetben való megmaradásukat. A kutatás célkitűzése volt annak megválaszolása, mennyire felkészültek a szervezetek jövőbeli, nem várt eseményekre, és arra, mely külső körülményeket tekintik kockázatosnak.

**Elméleti háttér:**

A kutatás elméleti háttérét a reziliencia adja, ami azt a képességet jelöli, hogy az adott rendszer mennyire tudja megőrizni identitását, valamint átörökíteni alapvető struktúráját és sajátosságait működési zavarok esetén. A vállalkozások saját képességei elsősorban a szervezeti reziliencia keretein belül értelmezhetők. A szervezeti reziliencia az intézmények belső működésének egy-egy részére fókuszál, melyeken keresztül a szervezet rugalmas ellenállási képessége fejleszthető. A legjellemzőbb megközelítések a dolgozók rezilienciája, a felépülés képessége, a reziliens vezetés, a tervezett – és alkalmazkodó reziliencia. A kutatás relevanciáját erősítette, hogy a turizmus, és azon belül is a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás, és utazási szolgáltatások piaci teljesítménye 2022-ben megközelítette a 2019-es év eredményeit. A koronavírusból való felépülés jelei egyértelműek, ugyanakkor számos kockázati tényező árnyékolja a turizmus jövőbeli fejlődését.

**Módszertan:**

2022 szeptembere és 2023 márciusa között nem reprezentatív és célzott mintavétel során – egyéni megkeresés útján – 107, olyan vállalkozás került bevonásra, amelyek már a koronavírus járvány előtt is működtek. A szálláshely-szolgáltatást, vendéglátást, vagy utazási szolgáltatást nyújtó vállalkozások képviselői egy online kérdőív formájában, validált mérési skálákon keresztül értékelték saját vállalkozásukat a reziliencia töketényezői, a tervezett- és alkalmazkodó reziliencia. és a turizmus fenntartható fejlődése tükrében.

**Eredmények:**

A válaszokból kiderült, hogy a kutatásban résztvevőket leginkább a vállalkozás vezetésének ereje és minősége segítette a válsággal való megküzdésben, iparági kapcsolataikra azonban kevésbé számíthattak. A jövőbeli kihívások kezelése érdekében tudatosan figyelik az iparági változásokat és képesnek tartják magukat a gyors és nehéz döntéshozatalra. A váratlan helyzetekben kritikus pontként jelennek meg a kulcsemberek, akik szinte valamennyi esetben nagyon nehezen lennének helyettesíthetők a szervezeten belül. A vállalkozások gazdasági, társadalmi, emberi és fizikai tőkefenntartóinak minősége erős összefüggést mutat mind a tervezett, mind az adaptív rezilienciával. Bár a kutatás során bizonyossá vált, hogy a gazdasági szempontok minden más – társadalmi és természeti – fenntarthatósági szemponttal szemben prioritással bírnak, a fenntartható turisztikai fejlődésre való törekvés erős pozitív összefüggésben áll a rezilienciával. Fontos tapasztalata a kutatásnak, hogy a megkérdezés időpontjában a válaszadók az energiaárak és a szállító vállalkozások árainak növekedését, valamint az ügyfélkör vásárlóerejének csökkenését tartották a legnagyobb kockázatnak.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A kutatási eredmények arra engednek következtetni, hogy a válsággal való megküzdésben a vállalkozás vezetőjének volt kulcsfontosságú szerepe, ami kérdéseket vet fel arra vonatkozóan, hogy a szervezetek mennyire működnek valódi közösségként? Az iparági kapcsolatok elhanyagolható szerepe a koronavírus válság során jelzésértékű, még akkor is, ha ez egy mondhatni „magányos válság” válság volt, hiszen nem csak a háztartások, de a szervezetek is bezárkózni kényszerültek. A továbbiakban fontos lenne az iparági szereplők egymással szembeni bizalmának, együttműködésének vizsgálata különösen versenyképességi szempontból.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Brown, N. A.; Orchiston, C.; Rovins, J. E.; Feldmann-Jensen, S.; Johnston, D. (2018): An integrative framework for investigating disaster resilience within the hotel sector. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 67-75. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.07.004>

Dartey-Baah, K. (2015): Resilient leadership: A transformational-transactional leadership mix. *Journal of Global Responsibility*, 6(1), 99-112. DOI: 10.1108/JGR-07-2014-0026

Debreceni, J.; Fekete-Frojimovics, Zs. (2021): A vendéglátás nemzetközi kutatási paradigmái a Covid19 árnyékában. Szisztematikus szakirodalmi áttekintés és egy koncepcionális keretmunka. *Turizmus Bulletin*, 21(4), 5-13. DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n4.1>

Debreceni J.; Fekete-Frojimovics, Zs. (2022a): A reziliencia értelmezési keretei a vendéglátás-kutatásban való sikeres alkalmazáshoz. In: Bánhegyi, M.; Fekete-Frojimovics, Zs.; Hámori, A. (2022): *Gazdaság és gasztronómia: ünnepi kötet* Lugasi Andrea tiszteletére. Budapest: Budapesti Gazdasági Egyetem, pp. 54-63.

Debreceni J.; Fekete-Frojimovics Zs. (2022b): A reziliencia értelmezési kereteinek és lehetséges vizsgálati módszereinek összefoglalása a turizmusban. In: Resperger, Richárd (szerk.): *TÁRSADALOM-GAZDASÁG-TERMÉSZET: SZINERGIÁK A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSSEN* (Nemzetközi tudományos



konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából) - Programfüzet és előadáskivonatok. Sopron: Soproni Egyetemi Kiadó (2022) 155 p. pp. 61-61., 1 p.

Filimonau, V.; Derqui, B.; Matute, J. (2020): The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 91. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659>

Hallak, R.; Assaker, G.; O'Connor, P.; Lee, C. (2018): Firm performance in the upscale restaurant sector: The effects of resilience, creative self-efficacy, innovation and industry experience. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 40, 229-240. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.014>

Holling, C.S. (1973): Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.es.04.110173.000245>

Kuntz, J.; Näswall, K.; Malinen, S. (2016): Resilient employees in resilient organizations: Flourishing beyond adversity. *Industrial and Organizational Psychology*, 9(2), 456–462. DOI: <https://doi.org/10.1017/iop.2016.39>

Melián-Alzola, L.; Fernández-Monroy, M.; Hidalgo-Peñate, M. (2020): Hotels in contexts of uncertainty: Measuring organisational resilience. *Tourism Management Perspectives*, 36. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100747>

Nicholas, L. N.; Thapa, B.; Ko, Y. J. (2009): Residents' perspective of a world heritage site. The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism*, 36(3), 390-412. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>

Neise, T.; Verfürth, P.; Franz, M. (2021): Rapid responding to the COVID-19 crisis: Assessing the resilience in the German restaurant and bar industry. *International Journal of Hospitality Management*, 96. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102960>

Prayag, G.; Chowdhury, M.; Spector, S.; Orchiston, C. (2018): Organizational resilience and financial performance. *Annals of Tourism Research*, 73, 193-196. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.006>

Saad, S.K.; Elshaer, I. A. (2020): Justice and trust's role in employees' resilience and business' continuity: Evidence from Egypt. *Tourism Management Perspectives*, 35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100712>

Sobaih, A. E. E.; Elshaer, I.; Hasanein, A. M.; Abdelaziz, A. S. (2021): Responses to COVID-19: The role of performance in the relationship between small hospitality enterprises' resilience and sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality Management*, 94. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102824>

Suryaningtyas, D.; Sudiro, A.; Troena, E.A.; Irawanto, D. W. (2019): Organizational resilience and organizational performance: examining the mediating roles of resilient leadership and organizational culture. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(2), 1-7.

Tibay, V.; Miller, J.; Chang-Richards, A. (Y.); Egbelakin, T.; Seville, E.; Wilkinson, S. (2019): Business resilience: A study of Auckland hospitality sector. *Procedia Engineering*, 212, 1217-1224. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.157>



## *Kiss János: Versenyképesebbek-e a digitalizációban élenjáró vállalatok?*

Szerző:

Kiss János (Budapesti Corvinus Egyetem Operáció és Döntés Intézet)

### **A kutatás célja és kérdései:**

Napjaink történése a 4. Ipari forradalom, amely a digitalizáció felgyorsulása révén alapjaiban változtatja meg az intézmények, vállalatok és fogyasztók életét. E jelenségen belül kutatásunk a feldolgozóipari cégek digitalizációs tevékenységének a vállalati teljesítményre gyakorolt hatására fókuszál. Arra keressük a választ, hogy a digitalizációban előrébb járó, több IKT eszközt és módszert alkalmazó vállalatok termelékenysége és exportja hogyan alakul.

### **Elméleti háttér:**

Kutatásunk elméleti háttérét az erőforrás/kompetencia/tudásalapú elméletek adják. A digitalizációban felhalmozott képességek alapjai lehet a hosszú távú versenyelőnynek.

### **Módszertan:**

Elemzésünk a BCE Versenyképességi Kutató Központ legutóbbi felmérésén alapul. A digitalizáció helyzetére vonatkozó adatok a 2016-2018 közötti időszakra vonatkoznak, míg a gazdasági teljesítményt 2020-as adatokkal mérhetjük, elkerülve így az endogenitás problémáját. A digitalizációnak a termelékenységre gyakorolt hatását lineáris regresszióval vizsgáljuk, ahol a függő változó az 2020. évi egy főre eső hozzáadott érték. Az export státusz és az export intenzitás mérésére Heckman-féle maximum likelihood modellt alkalmazunk. A digitalizáltság mértékét meghatározó tényezőket szintén lineáris regresszióval mérjük.

### **Eredmények:**

Szoros kapcsolat van a termelékenység és digitalizáció között, a termelékeny vállalatok sokkal jobban támaszkodnak az infokommunikációs eszközökre. A fővárosi és a külföldi cégek digitalizáltabbak. A digitalizációban élenjáró vállalatok között nem magasabb szignifikánsan az exportálók aránya, egy főre vetítve azonban magasabb export árbevételt érnek el. Megállapítottuk ezen kívül, hogy a külföldi tulajdonúak, a nagyobb vállalméretnek és a magasabb termelékenységnek van pozitív hatása az exportintenzitásra, s elsősorban ezek a vállalatok exportálnak. A termékinnovációban eredményes vállalatok exportálnak nagyobb arányban, ugyanakkor exportárbevételük intenzitása szignifikánsan nem nagyobb a többi vállalaténál. A termelékenységet illetően megállapítottuk még, hogy az exportáló és idősebb vállalatok állnak jobban, valamint a magasabb technológiai szintet képviselő iparágakban tevékenykedők, szemben a low-tech cégekkel.

**Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

Az országok és vállalataik versenyképességét már ma is, de a közeljövőben is egyre nagyobb mértékben az határozza meg, mennyire tudják hatékonyan alkalmazni a digitális technológiákat, módszereket. Kutatásunk rávilágít a digitalizáció gazdasági teljesítményt javító szerepére, amennyiben mint láttuk hozzájárul a termelékenység növeléséhez, s azok a cégek, amelyek nagyobb mértékben használják a technológiákat jobb exportteljesítményre számíthatnak.

**Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Cassetta, E., Monarca, U., Dileo, I., Di Berardino, C., & Pini, M. (2020). The relationship between digital technologies and internationalisation. Evidence from Italian SMEs. *Industry and Innovation*, 27(4), 311-339.

Li, L., Ye, F., Zhan, Y., Kumar, A., Schiavone, F., & Li, Y. (2022). Unraveling the performance puzzle of digitalization: Evidence from manufacturing firms. *Journal of Business Research*, 149, 54-64.

Martín-Peña, M. L., Sánchez-López, J. M., & Díaz-Garrido, E. (2019). Servitization and digitalization in manufacturing: the influence on firm performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(3), 564-574.

Móricz Péter (2022): A magyarországi vállaltok digitális képessége a pandémia előtt. *Vezetéstudomány*. 53. Évf. 3. sz. 2-18. old.

Ribeiro-Navarrete, S., Botella-Carrubi, D., Palacios-Marqués, D., & Orero-Blat, M. (2021). The effect of digitalization on business performance: An applied study of KIBS. *Journal of Business Research*, 126, 319-326.

Yang, Y., & Yee, R. W. (2022). The effect of process digitalization initiative on firm performance: A dynamic capability development perspective. *International Journal of Production Economics*, 254, 108654.

Zeng, H., Ran, H., Zhou, Q., Jin, Y., & Cheng, X. (2022). The financial effect of firm digitalization: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 121951.

*Dr. Németh Tamás – Dr. Szigeti Cecília: Zöld tartalom az élenjáró cégek álláshirdetéseiben Magyarországon*

Szerző:

Dr. Németh Tamás (Budapesti Gazdasági Egyetem)

Dr. Szigeti Cecília (Budapesti Metropolitan Egyetem)

**A kutatás célja és kérdései:**

Kutatásunk célja annak feltérképezése, hogy az élenjáró, felelős vállalatok az álláshirdetéseikben elvárásként vagy vállalati jellemzőként, potenciális vonzerőként feltüntetnek-e a fenntarthatóság környezeti dimenziójával kapcsolatos (továbbiakban: zöld) tartalmat.

Kutatásunk során a következő kérdésekre keressük a választ:

- Mitől függ, hogy megjelenik-e az álláshirdetésben ilyen tartalom? Vizsgált dimenziók: álláshirdetés helye, meghirdetett munkakör jellemzői, vállalat alaptevékenysége.
- A zöld tartalom az ajánlat részeként vagy a vállalat jellemzőjeként jelenik-e meg?

**Elméleti háttér:**

A munkáltatói márkaépítés a szervezetek fenntarthatósági stratégiájának szerves részének tekinthető: a humánerőforrás-menedzsment és a CSR elméletei holisztikus és folyamatalapú diszciplínaként értelmezhetőek (Kryger Aggerholm et al., 2011). A társadalmi identitás-elméletre és a jelzéseméletre támaszkodva kijelenthető, hogy a cégek felhasználhatják vállalati társadalmi teljesítmény (CSP) tevékenységeiket álláspályázók vonzására (Greenig-Turban, 2000). A munkaerőpiacon a Z-generációs munkavállalók kiemelt jelentőséget tulajdonítanak a fenntarthatóságnak (Yamane & Kaneko, 2021).

**Módszertan:**

Módszertanunk alapját azok a díjak, programok képezik, amelyek a kortárs magyarországi üzleti életben a munkaadók, munkahelyek kiemelkedő, példaértékű tevékenységre fókuszálva évről évre díjaznak az eredményt felmutató szervezeteket. Annak érdekében, hogy objektív módon kialakított alapsokasággal tudjunk foglalkozni, megvizsgáltuk, hogy 2021-ben és 2022-ben mely cégek kaptak ilyen díjakat. Ezt követően a kilistázott 46 (2021) és 48 szervezet (2022) közötti átfedéseket (25 szervezet) vettük alapul – azt feltételezzük, hogy a mindkét évben egyaránt kiemelkedő, díjazandó tevékenységet folytató szervezetek azok, amelyek nem egyszeri, hanem kiegyensúlyozottnak tekinthető, felismerhető stratégiát követő módon akarnak tudatosan megmutatkozni a munkaerőpiacon. Vizsgálatunkat erre a 25 szervezetre orientáltan végeztük el: arra voltunk kíváncsiak, hogy három, kiemelkedően fontosnak tekinthető platformon, kommunikációs csatornán (saját weboldalon,

a [www.profession.hu](http://www.profession.hu) álláshirdetési gyűjtőoldalon, valamint a LinkedIn oldalukon) miként jelenítik meg a munkavállalókkal kapcsolatos zöld elemeket.

### **Eredmények:**

Az álláshirdetés platformja egyértelműen befolyásolja a zöld tartalmat: 25 vizsgált cég közül 24-nél találunk fenntarthatósági tartalmat a honlapon, de csak 7-nél kapcsolódik össze ez konkrétan a munkavállalókkal. A LinkedIn-en 23 cégnek volt álláshirdetése, ebből 6-nál találtunk zöld tartalmat a cég bemutatásánál, vagy az állás jellemzőinél (pl. közlekedés). A Profession.hu oldalon 18 cég hirdetéseit találtuk meg, ezek közül 2 tartalmazott a munkavégzés körülményeire utaló zöld tartalmat. Vizsgálatunk eredményei alapján arra következtetünk, hogy az élenjáró munkáltatók nagy része nem, vagy alig kommunikál a cég környezeti fenntarthatóság irányába tett törekvéseiről, ez különösen a profession.hu hirdetéseinél figyelhető meg.

A vállalat tevékenységi köre és az álláshirdetésekből megjelenő zöld kommunikációs elemek között nem találtunk egyértelmű kapcsolatot, a zöld tartalom autóipari, olajipari, kiskereskedelmi és bankoknál is előfordul, de nem általánosítható. Jellemzően a magasabb presztízsű munkakörök esetén hangsúlyozzák a zöld tartalmat. A zöld gondolat jellemzően két vonatkozásban jelenik meg: a munkakörülmények bemutatásánál (tömegközlekedéssel elérhető vagy zöld környezetben levő munkahely) valamint a cég bemutatásánál, ahol a vállalat környezetvédelmi vállalásait, környezetbarát termékeit feltüntetik az álláshirdetésben. Arra nem találtunk példát, hogy „zöld elvárás” fogalmazódjon meg az álláshirdetésben a leendő munkavállalókkal szemben.

### **Miért fontos a kutatás és mi az eredmények gyakorlati következménye, relevanciája:**

A vállalati szintű fenntarthatósági törekvések kulcsszereplői a munkavállalók. Kutatásunk arra kereste a választ, hogy az élenjáró vállalatok álláshirdetéseiben mennyi és milyen zöld tartalom van. Figyelmet fordítanak-e a munkaadók a környezeti szempontból tudatos munkavállalók elérésére és bevonására.

### **Releváns irodalom, ill. hivatkozásjegyzék:**

Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000) "Corporate Social Performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce" *Business & Society*, 39(3), 254–280. <https://doi.org/10.1177/000765030003900302>

Kryger Aggerholm, H., Esmann Andersen, S. and Thomsen, C. (2011) "Conceptualising employer branding in sustainable organisations" *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 16 No. 2

Yamane, T., & Kaneko, S. (2021) "Is the younger generation a driving force toward achieving the Sustainable Development Goals? - survey experiments" *Journal of Cleaner Production*, 292, 125932. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.125932>

## Szerzők:

**Czakó Erzsébet** – egyetemi tanár (Budapesti Gazdasági Egyetem)

**Gergely Orsolya** – egyetemi adjunktus (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

**Katona Klára** – intézetvezető egyetemi docens (Pázmány Péter Katolikus Egyetem)

**Kutasi Gábor** – egyetemi docens (Nemzeti Közszerzői Egyetem, Gazdaság és Versenyképesség Kutatóintézet)

**Losonci Dávid** – egyetemi docens, intézetvezető (BCE Operáció és Döntés Intézet)

**Radácsi László** – egyetemi docens (BGE PSZK Menedzsment Tanszék), stratégiai rektorhelyettes (BGE)

**Sáfrányné Gubik Andrea** – egyetemi docens (Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Gazdaságelméleti és Módszertani Intézet)

**Sass Magdolna** – igazgató (ELKH KRTK Világgazdasági Intézet)

**Szabó Tünde Petra** – egyetemi docens (Babeş-Bolyai Tudományegyetem)

**Szendrői Gábor** – ügyvezető partner (Concorde MB Partners)

**Szepesi Balázs** – iskolavezető (Mathias Corvinus Collegium Közgazdasági Iskola)

**Szerb László** – egyetemi tanár, intézetigazgató (Pécsi Tudományegyetem, Kvantitatív Menedzsment Intézet)

ISBN 978-615-6221-11-7

Weboldal:

<https://vallalkozaskutatas.hu/>

2023.

104