

TÉR GAZDASÁG EMBER

- ◆ BOTOS KATALIN | Három tőke: melyik a szűkös elem?
- ◆ SZRETYKÓ GYÖRGY | A Stiglitz-Bizottság jelentése és a társadalmi fejlődés mérése
- ◆ SZEGEDI ZOLTÁN - MORVAI RÓBERT | Az ellátási lánc menedzsment problémái az élelmiszeripari és -kereskedelmi KKV-k működésében
- ◆ BRÁNYI ÁRPÁD - JÓZSA LÁSZLÓ | A társadalmi tőke hatása az együttműködő dunántúli borászati vállalatokra - tudásáramlás és piaci információ terjedése
- ◆ VASZARI TAMÁS | Az aspirációs csoportok hatása a fogyasztói döntésekre
- ◆ POÓR ADRIENN - KONCZOSNÉ SZOMBATHELYI MÁRTA | Tehetségmenedzsment a „legjobb munkahely” felmérések alapján 2014-ben
- ◆ KALLÓS GÁBOR | Informatikus hallgatók a tudományos diákkörben

TÉR – GAZDASÁG – EMBER

TÉR – GAZDASÁG – EMBER



Győr, 2015

*A Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Karának
tudományos folyóirata*

*Megjelenik minden év márciusában, júniusában, szeptemberében és decemberében.
A decemberi szám angol nyelven.*

2015. június; III. évfolyam 2. szám

A folyóirat megjelenését a Pallas Athéné Domus Animae Alapítvány támogatta.

Szerkesztőség
9026 Győr, Egyetem tér 1.
Igazgatási épület, VI. emelet, 603/a szoba
Telefon | 96/503483
E-mail | somogyif@sze.hu

Fotó | Szalka Éva

Felelős kiadó | Universitas-Győr Nonprofit KFT. ügyvezetője
Terjesztő | Universitas-Győr Nonprofit KFT.
Levél cím | 9026 Győr, Egyetem tér 1.
Nyomdai munkálatok | Palatia Nyomda
ISSN | 2064-1176

A szerkesztőbizottság

Elnök

SIMAI MIHÁLY | akadémikus

Főszerkesztő

SOMOGYI FERENC | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

Főszerkesztő-helyettes

DUSEK TAMÁS | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

Tagok

ABLONCZYNÉ DR. MIHÁLYKA LÍVIA | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

BÁNFI TAMÁS | egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem

BARTA GYÖRGYI | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

BENCSIK ANDREA | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

BORGULYA ÁGNES | egyetemi magántanár, Pécsi Tudományegyetem

JÓZSA LÁSZLÓ | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

KATITS ETELKA | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

KOCZISZKY GYÖRGY | egyetemi tanár, Miskolci Egyetem

LENGYEL IMRE | egyetemi tanár, Szegedi Tudományegyetem

LEHOTA JÓZSEF | egyetemi tanár, Szent István Egyetem

NOSZKAY ERZSÉBET | egyetemi magántanár, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

PAPP ILONA | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

PISKÓTI ISTVÁN | egyetemi docens, Miskolci Egyetem

RECHNITZER JÁNOS | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

REKETTYE GÁBOR | professor emeritus, Pécsi Tudományegyetem

RÓBERT PÉTER | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

SZALKA ÉVA | egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem

SZÖRÉNYINÉ KUKORELLI IRÉN | egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem

SZRETYKÓ GYÖRGY | egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem

VERES ZOLTÁN | egyetemi tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola

ZSOLNAI LÁSZLÓ | egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem

Olvasószerkesztő | NEMES GÁBOR

TARTALOMJEGYZÉK



- 9 BOTOS KATALIN | Három tőke: melyik a szűkös elem?
- 25 SZRETYKÓ GYÖRGY | A Stiglitz-Bizottság jelentése és a társadalmi fejlődés mérése
- 35 SZEGEDI ZOLTÁN - MORVAI RÓBERT | Az ellátási lánc menedzsment problémái az élelmiszeripari és -kereskedelmi KKV-k működésében
- 59 BRÁNYI ÁRPÁD - JÓZSA LÁSZLÓ | A társadalmi tőke hatása az együttműködő dunántúli borászati vállalatokra - tudásáramlás és piaci információ terjedése
- 79 VASZARI TAMÁS | Az aspirációs csoportok hatása a fogyasztói döntésekre
- 91 POÓR ADRIENN - KONCZOSNÉ SZOMBATHELYI MÁRTA | Tehetségmenedzsment a „legjobb munkahely” felmérések alapján 2014-ben
- 107 KALLÓS GÁBOR | Informatikus hallgatók a tudományos diákkörben

Három tőke: melyik a szűkös elem?



A világ az elmúlt évszázadban hatalmasat változott. Az a feltételezés, hogy a termelés tényezői közül a természet és a munka korlátlanul rendelkezésre áll, eltűnőben van. Ezzel szemben a befektethető pénzügyi források bőségesen rendelkezésre állnak a világban. Korlátot a fizetőképes kereslet jelent. Tudomásul kell venni, hogy mindhárom termelési tényező tőke, értékük megőrzése fontos. Ökológiai közgazdaságtanban kell gondolkodnunk, hogy a természeti tőkénk megmaradjon. A humán tőke megmaradásához az oktatás fejlesztése kell. A fejlett országokban a gyermekvállalás csökkenését mérséklendő, támogatásra és a nyugdíjrendszer átalakítására van szükség. A pénztőke ma már nem azonos a reáltőkével, a finanszírozás jelensége eltéríti. A végső kereslet növelése nélkül a gazdaság lelassul, a reáltőke nem tud gyarapodni.

KÖZGAZDASÁGTAN A 21. SZÁZADBAN

A világ az elmúlt században nagyot változott. Ebből fakad, hogy a közgazdaságtan alaptételein módosítani kell. Egyes feltételezéseket, amelyekre a főáramú közgazdaságtan alapul, mindenképpen felül kell vizsgálni. Először is, világossá kell tenni, hogy nem csak a termelési tényezők egyike tőke. Bizonyos értelemben valamennyi termelési tényező tőke! A humántőke is, sőt a természeti tényező is tőke! (Ezt a tényt korunk nagy hatású gondolkodója, E. F. Schumacher már majd fél évszázada megfogalmazta.)^[2] A termelés valójában három tőkének: a humántőke, a reáltőke és a természeti tőke együttes működésének az eredménye. Mondhatjuk, funkciója.

A profit a reáltőke által termelt, a munkabér pedig a humántőke által termelt új érték. Így veszi számba a makroökonómia. A kettő együttesen alkotja azon termék-tömeg értékét, amelyben benne van a természet hozzájárulása is.

[1] Szegedi Tudományegyetem, professor emeritus (evmkabor@gmail.com).

[2] E. F. Schumacher: *Small is Beautiful*, 1973-ban megjelent munkája. Magyarul - már második kiadásban - 2014-ben jelent meg a *Kicsi szép* címmel.

Hogy végül is ki, mekkora jövedelemrészt kap a keletkezett új értékből, a tőke-munka közötti alku, – vagy inkább küzdelem – tárgya. Az elmúlt negyed században az arányok a munkajövedelmek kárára, a profit javára tolódtak el. A természetről nincs mit beszéljünk, azt külön ki se mutatják. Az anyag és energia, amit a természettől kapunk, a bruttó termék értékében ugyan szerepel, s ha a GDP-t reáloldalról állapítjuk meg, benne is foglaltatik a fogyasztási és beruházási javak összértékében, ami a GDP-t kiadja, de amikor jövedelemoldalról állítják össze, akkor az értékmennyiséget csak profitra és bérre bontjuk vissza.

A hagyományos értelemben vett tőke a befektetésre felhasználható megtakarítás. $S = I$. Ezen olyan termelő eszközöket (reáltőkét) vásárolhatunk meg, s olyan munkaerő-költségeket finanszírozhatunk belőle, amelyek javak termelésére, ezek értékesítésével profit realizálására alkalmasak. (Természetesen nem magukban, hanem a másik két termelési tényező segítségével.) Számos költség van, amely évek során felhalmozódva, tőkévé válik. Ilyen a humántőkére való ráfordítás. A gyermekek megszülése, felnevelése, oktatása, amely mind-mind folyó fogyasztási kiadásként jelenik meg, de a munkaképes kort elérve mint humántőke áll a társadalom, sőt, maga az egyén rendelkezésére. Hasonlít ehhez a kutatási költségek felhalmozódása, melyek eredményeként olyan innováció jöhet létre, amely reáljavakban megtestesülve értéktermelésre képes lesz. (Reáljóság, adás-vétel tárgya a know-how is!) S amiről végképp nem úgy gondolkodnak, mint a tőkejavak őrzéséről és fejlesztéséről, az a környezetvédelemre fordított kiadások. Ezeket sem lehet egyszerűen, mint csupán folyó termelési költséget kezelni (mint magát mondjuk a felhasznált anyagot és energiát), hiszen éppen annak tőkefeltételét biztosíthatják, hogy a folyamatos termeléshez – és az emberi léthez – továbbiakban is rendelkezésre álljon a természeti környezet, tehát megmaradjon a természeti tőkénk. Az ilyen termelési költséget mintegy a természeti tőke amortizációs költségeként kell felfogni, amelynek rendeltetése a meglévő tőke pótlása, azaz értékének megőrzése.

Folyamatában nézve, a reálbefektetést mindig megelőzi a humántőke felhalmozódása, amely a beruházásra fordítható eszközöket, eljárásokat elméletileg feltalálja. Vagyis végső soron a haladás abszolút eredeti forrása a humántőke-potenciál. Ez a humántőke-volumen a földön élő emberek mennyiségétől és minőségétől függ. Térben és időben differenciált. Vannak tehát egy-egy adott időszakban objektív korlátai az ott folyó termelés számára. Ilyen például az arab országokban, ahol az olajból van pénz, a meglévő emberanyag minősége, amely messze elmarad a fejlett országok munkaerő potenciáljától. (Ezt fejlesztendő importáltak egyetemi tanárokat – akár tőlünk is, pl. Kuvaitba.)

A feltalált eljárásokat, eszközöket iparszerűen alkalmazni kell, amihez természetesen szükség van pénzre, tőkeforrásra, befektetőkre. A tőke (reáltőke) azért volt szűkös a kapitalizmus kezdetén, mert a befektetésre fordítható megtakarított pénzeszközök – nyilván ezzel párhuzamosan a reálkapacitások is korlátosak voltak. Ma azonban más a helyzet!

Napjainkban számtalan elemzés mutatja, hogy megtakarítás, pénzügyi

forrás, amit be lehetne fektetni, a világban bőven van! Ma már nem dologi érték a pénz, hanem teremtett pénz. („Fiat money”). Az elmúlt évtizedekben hatalmas tudományos-technikai forradalom ment végbe e szférában is. A pénzügyi rendszer rendkívüli mértékben fejlődött. A jövedelmek a tőketulajdonosok kezében összpontosultak, ami bőséges szabad forrást kínál. Ma inkább a jó befektetési lehetőségekben szűkölködünk!^[3] Azért, mert a fizetőképes kereslet kevés. Nincs végső felhasználás, amelyre termeljenek a vállalkozók, s így nincs hova befektetni a szabad eszközöket... (Nem a szükségletek szabnak korlátot, hanem a fizetőképes kereslet! Ez meg attól függ, hogy az új értéken hogyan osztozkodnak a piac szereplői.)^[4]

A három tőkéből elsősorban a természeti tőke az, ami növekedés számára mindenképpen korlátot fog rövidesen jelenteni. De gond lesz a humántőke mennyiségével és minőségével is. Vegyük sorra a három tőkét!

A TERMÉSZETI TŐKE

„És ültete az Úristen egy kertet Édenben, napkelet felől és abba helyezé az embert, melyet formál vala” (Mózes I. 2,8).

A természeti tőke napjainkban a leginkább szűkös erőforrás. A társadalom azonban a természet esetében rendszeresen összetéveszti a jövedelmet a tőkével, és vagyonszerzésből teremt jólétet a másnak. Ezzel a fenntarthatóság elvét veszélyezteti, ami minden hosszú távú gazdasági működés, sőt az emberi létezés alapja.

A föld és a természet kincseinek egy része magántulajdonban van, így beolvad a reáltőkébe, amit általában valamiféle vagyonnal azonosítanak. A természet „hozama” a főáramú közgazdaságtan által nem mérhető. Nem szerepel elkülönítetten a létrehozott értékben. Azok az externáliák, s azok a közjavak, amelyeket a természet biztosít számunkra, meg se jelennek a gazdaság adataiban. Legfeljebb akkor érzékeljük a természeti hozzájárulás szerepét, ha a hiányát tapasztaljuk. Amikor a Rajna olyan szennyezetté vált, hogy elvesztette tiszta víz értékét, elpusztultak benne az élőlények, akkor sok-sok pénz árán sikerült megtisztítani és revitalizálni. Ezek a ráfordítások piaci vállalkozások keretében voltak felhasználva, s mindjárt jól megfogható, kiszámolható lett, mibe is került a tiszta víz...

Egyre világosabbá válik azonban, hogy a természet által biztosított kincsek mennyisége nem végtelen. A földet gondozni kell, hogy termőképességét megőrizzük. Folyamatosan karban kell tartani, s a felhasznált javak pótlásáról gondoskodni kell! Vagyis a természet – fogyó tőke! Fogalmazhatunk úgy, hogy „újratermelése” szükséges. Ez végül is visszacsatol a piac fogalmához.

[3] Rajan, R. G. *Fault Lines* c. munkájában (2010) utal erre, számos korábbi cikkén túl.

[4] Stiglitz, J.: *The Price of inequality* 2013-as kiadású művében olvashatunk erről.

Amíg azonban a humán tőkét közvetlenül köthetjük a személyhez, és a reál- (valamint a pénz) tőkének is mindig van személyhez köthetősége, a természet mint tőke esetében a személyhez kötöttség nehezen vagy egyáltalán nem megfogható. Mint láttuk, a természeti javak részben tőketulajdonosok kezében vannak, akik a kiaknázásukban érdekeltek. Egyes tulajdonosok – pl. az erdőbirtokosok – megpróbálják a folyamat megújítását megszervezni olyan esetekben, amikor megújítható természeti erőforrásokról van szó. (Új telepítések a vágás helyén.) Mások viszont szűklátókörűen felélik a természet kincseit anélkül, hogy pótolni, visszaadni igyekeznének a természettől kapott értéket. (Még a nem-megújítható természeti kincseknél is lehetséges részben a reciklálás. Egy ólombánya tulajdonosa is létrehozhat elvileg olyan üzemet, amely a hulladékot visszaalakítja használható nyersanyaggá, s ily módon a természeti kincs újra felhasználását lehetővé teheti.) Ez a magatartás azonban ma még messze nem általános, hisz többnyire nem kellően kifizetődő a beruházónak. Egyszerűbb profitra szert tenni a bennszülött munkások kizsákmányolásával egy bányában... Munkásból e fejlődő országokban működő kitermelő telepeken több van, és olcsó, a tőke pedig drága.

Még a pille palackokat se szedik össze napjainkban a gyártók, a fogyasztók viszont büntetlenül eldobálják. Pedig újrafelhasználásuk lehetséges lenne, szétzórásuk pedig roppant környezetromboló. (Gyakorlatilag soha nem bomlik el a felhasznált műanyag.) Ma még bocsánatos bűn akár az ilyen szemét kiszórása is a természetbe. Nem épül be az iskolán keresztül a tudatba, hogy ez bizony halálos bűn és hogy becstelen, önző, aki csupán személyes rövidtávú érdekeit nézi, s az ilyen „olcsó” megoldást választja. Lelkes, ám messze nem elegendő számú kezdeményezéseknek vagyunk tanúi, pl. a „Fák, virágok napja” és a hasonló megmozdulások alkalmával. De ahogy elhagyjuk a fővárosi pályaudvarokat, vagy a városokból kivezető utakat, sorra tömegesen találkozunk a szétdobált hulladékkal, szeméttel.

Sajnos, nincs, aki a környezet érdekeit hatékonyan képviselje. Nincs, aki a tanítandó tananyagba ezt kellő határozottsággal beépítse, vagy a médiában a helyes nevelést reklámozza. Nincs, aki a gazdaságban a megfelelő ellenőrzést kiépítse, s drákói büntetésekkel elrettentsen a természetkárosító magatartástól. Teljesen érthetetlen engedékenységgel viszonyul a jog ehhez a súlyos bűncselekményhez. Az emberiség a maga szűklátókörűségének csapdájában vergődik.

A természeti kincsek nagy része eleve köztulajdon, bárki által szabadon felhasználható jószág. (Mint a levegő.) Közvetlen „gazdája” ily módon aztán végképp nincs. Mégis, bizonyos feltételek mellett érzi a társadalom, hogy e javak „újratermeléséhez” is érdeke fűződik, lásd a levegőszennyezettség miatti egészségkárosodást, vagy a termelés feltételeinek bizonyos természeti javak hiánya miatti gazdasági-társadalmi ellehetetlenülést. Példa rá a vízhiány. A víz – minden jel szerint – a mai és főképp a jövőbeni háborúk fontos motívója lesz! Mondhatjuk, hogy a környezetvédők a természet érdekképviselői,

s tevékenységük hatására az állam az, aki szabályozásával ki tudja kényszeríteni tőketulajdonosokból, hogy áldozzanak a környezetvédelmi beruházásokra. Amikor pedig a fogyasztó környezettudatosan választ – például drágábban vásárol bioterméket –, ilyenkor maga is „áldoz” a természet „újratermelésére”. Sajnos az igények és a lehetőségek közötti szakadék sokszor – rövidlátóan – az olcsóbb, nem biotermékek felé tereli a keresletet. Ez a kapcsolatszerkezet egyébként sem átlátható. Túl hosszú távra való gondolkodást követel meg az emberektől, akik napi gondok (és vágyak) foglyai.

A környezetgazdaságtan megpróbál feleletet adni arra, hogy a környezetkárosítás ellen milyen módon védekezzünk, avagy, amit elrontottunk, hogyan állíthatjuk helyre, és egy ilyen akció mibe kerül. E költségek ára a piacon alakul ki. A piacon határozódik meg a természeti javak pótlására feltalált termékek értéke is, hiszen a humántőke működésének eredménye az innováció. Ami azonban nem a piacon „termelődik”, amit készen veszünk át a természettől, mint közjavakat, azt nem tudjuk beárzni, így nem tudjuk megmondani, hogy mi az értéke. Ez a modern közgazdaságtan egyik legsúlyosabb problémája, amely az egész emberiség jövőjére kihat.

A hetvenes években a Római Klub már jelezte, hogy rövidesen elérjük a „növekedés határait”. (Ez volt híres, első jelentésük címe.) Igaz, nem feltétlenül úgy, és akkorra következett be a jósolt nyersanyag és energiaszűke, ahogy megjövendölték. De bizony az olajárak a hetvenes években magasra emelkedtek, amit olajárrobbanásként szoktunk idézni. Azt ma már senki nem vonja kétségbe, hogy előbb-utóbb elfogynak a fosszilis energiatartalékok. Köztudott, hogy súlyos ökológiai veszélyek lebegnek az emberiség feje fölött. Vagyis, más szóval, úgy is fogalmazhatunk, hogy a természeti tőke erodálódik.

Vannak helyettesíthető és nem helyettesíthető javak. Az utóbbiaknál egyértelmű, hogy folyamatosan feléljük a tőkénket.

Mivel a fenntartható fejlődés egyre inkább beleütközik a természeti javak korlátos voltába, a természeti javakkal való gazdálkodást be kell vonni a gazdasági elemzések tárgykörébe. Ennek mikéntje napjainkban még a közgazdaságtudomány kutatásainak tárgya. Mindenképpen egy „zöld” szemléletű közgazdaságtanra van szükség.

Az új szemléletű gazdaságtannak a gyökerei N. Georgescu-Roegen, a hatvanas-hetvenes években, Amerikában élt román közgazdász gondolataira vezethetők vissza.^[5] Ez a jelentős gondolkodó összekapcsolta a közgazdaságtant a fizika, ezen belül is a termodinamika tételeivel. Kerekes Sándor professzor, a környezet-gazdaságtan kiváló hazai művelőjét idézve, az alábbi módon foglalhatjuk össze a problémát:^[6]

[5] Piper, N. (szerk.) (1996): *Nagy közgazdászok az ókortól napjainkig*. Kossuth Könyvkiadó, Budapest.

[6] Kerekes Sándor (2007): *A környezet-gazdaságtan alapjai*. Aula Kiadó, Budapest.

A termodinamika I. törvénye az ún. megmaradási törvény, amely szerint minden termelésnövekedésnek két hatása van: elvesz és hozzáad a természethez.

- Energiát és anyagot igényel a környezettől, és egyidejűleg
- növeli a környezethulladék asszimiláló kapacitásának terhelését.

A reciklálás csak enyhíti, de nem oldja meg sem a nyersanyagok szűkösségét, sem a hulladékok okozta környezetszennyezés problémáját.

A termodinamika II. törvénye az energia áramlásának a törvénye, az úgynevezett: entrópia törvény. Míg az energiamegmaradás törvénye (termodinamika I. törvénye) a mennyiségi korlátot jelenti, a második törvény minőségi korlátot állít. Az entrópia az energia minőségét méri (azt, hogy munkára felhasználható-e, vagy sem). Az entrópia a hasznosságnak a negatív mértéke. Vagyis azt jelenti, hogy a természet még felhasználható, alacsony entrópiájú készletei fokozatosan átalakulnak felhasználhatatlan, magas entrópiájú anyaggá. A környezet tönkremenését tehát az entrópia növekedésével jellemezhetjük. A Föld, úgy tűnik, egy nagy entrópiájú, az emberi élet számára kedvezőtlen végállapot felé halad, ha zárt rendszernek tekintjük. Befolyásolni csak a haladás sebességét tudjuk, és ez a sebesség az, ami ma túlságosan sok aggodalomra ad okot.

A termodinamika második törvénye szerint tehát a felhasznált energia alacsony entrópiájú energiából magas entrópiájúvá alakul. Nem vész el, de a felhasznált energia már nem alkalmas munkavégzésre. Mondhatjuk úgy is, megmaradt, mint energiahulladék.

Georgescu-Roegen meglehetősen pesszimista képet festett a világról, amelyben előbb-utóbb a feltalálható energiamentiség energiahulladékká válva, sivár tereppé változtatja a Föld nevű bolygót. Helyezzük be azonban a gazdálkodást az univerzumba! Akkor a Föld zárt rendszerét kinyitjuk a világegyetem felé. Ennek alapján megkülönböztethetünk környezet-gazdaságtant és ökológiai gazdaságtant.^[7]

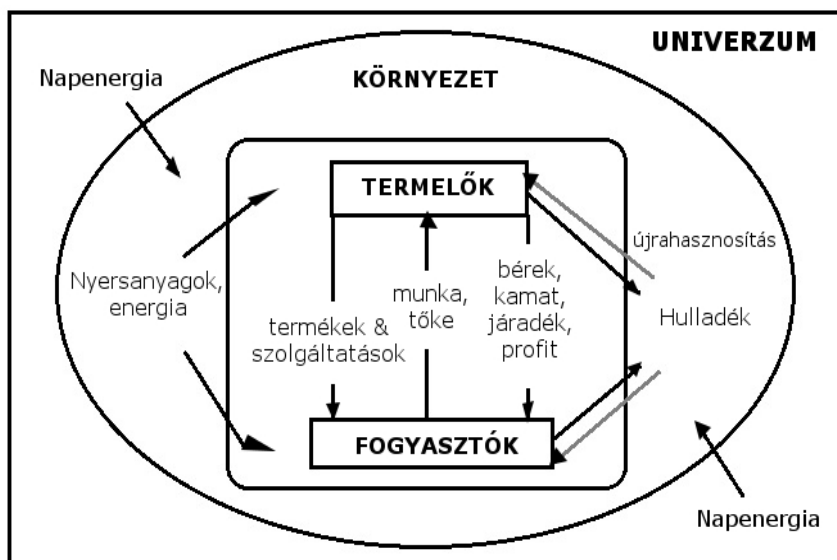
Az ökológiai gazdaságtan a piac egyszerű modelljét beágyazza a természeti környezetbe.

A gazdasági rendszer kapcsolata a természeti környezettel sokoldalú. A természet többfajta szolgáltatást nyújt a termelők és fogyasztók részére a gazdasági rendszerben: energiát, nyersanyagot biztosít, felszívja a hulladékot, rekreációt tesz lehetővé, és életéhez szükséges létfontosságú javakkal látja el az embert. A kapcsolatrendszer szélesebb, mint a szűken vett gazdálkodás. Innen a gazdaság nyersanyagot és energiát kap, míg folyamatosan kibocsát – mind a termelő, mind a fogyasztó – a természetbe környezeti szennyezést. Ezt vagy képes a természet feldolgozni, vagy nem. Ha a hulladék ártalmatlanítását mi kíséreljük meg, az sem kis energiába kerül – amit ismét csak a természetből veszünk. A felhasznált nyersanyagok visszaalakítása, a reciklálás ugyancsak

[7] A fenti gondolatkör részletes kifejtését Asafu-Adjaje 2005-ös könyvében találhatjuk meg, lásd irodalomjegyzék.

energiát igényel. Minden emberi tevékenység, maga az emberi lét, energiafelhasználással jár. Az élelmiszerek, amit megeszünk, növényekből készülnek, amelyek a nap energiáját alakítják át kémiai úton. Azt az állatok elfogyasztják, majd az ember megeszi, és feltöltődve biológiai energiával, munkát végez. A biológiai energiát fizikai energiává alakítja át. A munka pedig – a komoly szellemi munka is – energiát használ fel, méghozzá igen intenzíven! Az emberi társadalomnak tehát folyamatosan az alacsony entrópiájú energia pótlására van szüksége, ami a földön véges mennyiség. Ezért fontos látnunk, hogy hála Istennek, Földünk nem zárt rendszer, hanem nyitott a Nap felé.

Mind a gazdaság, mind a természet csupán alrendszere egy tágabb szisztémának, s ez maga az univerzum. Ezt az alábbi ábra szemlélteti:



Forrás: Asafu – Adjaye (2005) alapján saját szerkesztés.

Onnan áramlik a napenergia, amelyet a növények átalakítanak és bevisznek a biológiai-gazdasági körforgásba. Ez az energia egyelőre végtelen nagyságúnak tekinthető, csak meg kell találni gazdaságos transzformációjának módját.

Közgazdasági szempontból a fent kifejtettekből a legfontosabb, amit mindvégig hangsúlyoztunk: a természet: tőke. Éppúgy, mint a termeléshez szükséges reáltőke és a humántőke. Nem élhetjük fel, nem tekinthetjük felhasználását jövedelemnek. Megőrzéséről, lehetőség szerinti pótlásáról a gazdálkodás során gondoskodnunk kell, ha utódaink számára is biztosítani akarjuk a létezését. A közgazdaságtudománynak éppen erre a feladatra kell felkészítenie bennünket.

A HUMÁN TŐKE

„...Válaszd az életet, hogy te és utódaid éljete.” (Mózes V. 30, 19.)

A természeti tényezők helyettesítését részben – de csak részben! – megoldhatja a tudomány. Ez valójában az emberi tőke fejlődésének a függvénye! A helyettesíthetőséget is fel kell találni valakinek! Ismét találkozunk tehát a humántőke elsődleges fontosságával. Sokan idegenkednek a humántőke-fogalom használatától. Való igaz, úgy tűnik, mintha ezzel a személyek eldologiasítása következne be. Mintha megadná magát az elmélet a mindent pénzben, vagyonban mérő anyagiasságnak. „Vannak, akiket az emberekbe fektetett tőke pusztá gondolata is sért. Értékrendünk és hiedelmeink megakadályoznak bennünket abban, hogy emberekre mint tőkejavakra tekintsünk. Erősen befolyásol bennünket a hosszú harc, amelyet a társadalom a szolgaság megszüntetésért és az emberi szabadságot kivívó jogi intézmények kialakításáért vívott. ... Ezért emberi lényeket vagyonként kezelni, amelyet beruházással növelni lehet, mélyen gyökerező értékekkel áll szemben. Úgy tűnik, ez a felfogás az embert ismét pusztá anyagi összetevővé, a tulajdonhoz hasonló valamivé teszi, és ez lealacsonyítónak tűnhet...”^[8]

Az ember valóban nem tárgy, hanem személy, akinek méltósága van, amelyet tiszteletben kell tartani. A munkás nem tulajdona a munkavállalónak, a feleség nem tulajdona a férjnek, a gyermek nem tulajdona szüleinek... Mégis nyilvánvaló, hogy a gazdálkodás folyamatában, pénzben értékelik képességeit, munkavégzését, amelyek gyümölcse a bére. Ahhoz, hogy munkavégzésre képes legyen, nyilván bele kell fektetni sok energiát, pénzt az idők folyamán.

Ha a mindenkori bérekből számoljuk vissza a humántőke „tőkeértékét”, mint a pénzügyekben a jövedelem-áramból a tőkét, megkapjuk, „mit ér az ember, ha magyar”. S mit, ha amerikai, angol vagy német. S mit, ha tanár, ha orvos, ha mérnök. S azt is, hogy ha orvos, mérnök vagy biológus Magyarországon – avagy külföldön... Ebből is kitűnik, hogy azonos lélekszámra vetítve is tértől-időtől függ a humántőke nagysága.

Ez a számbavétel nem jelenti azt, hogy a személyt csak mint munkaerőt vesszük számításba. Életünknek ma csaknem akkora részét töltjük aktív, mint inaktív korban. Fel lehet rajzolni egy életívet a következőképpen: Gyermekként a szüleink tartanak el, – hiteleznek nekünk, vagy mondhatjuk, befektetnek belénk, majd munkavégző-képességünket valahol felhasználjuk, jövedelemre teszünk szert, s mi is finanszírozzuk ebből saját gyermekeink felnevelését. Emellett törlesztjük „adósságunkat” a szüleinknek a járulékok fizetésével, amiből most ők megélnék, mi pedig nyugdíjas korunkban nyugdíjra jogosultak leszünk. Olyan arányban, ahogy a munkaképes korunkban fizettük a járulékokat.

[8] Schultz, Th. W. (1971): *Beruházás az emberi tőkébe*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Napjainkban a fejlett országokban messze nem ez a szemlélet az általános. Nem is csoda, hogy a humántőke szűkösségét tapasztalhatjuk meg ezekben a gazdaságokban. A kvalifikált munkaerő szűkösségét brain-drain-nel, az általános munkaerő-hiányt munkaerő-importtal, migrációval hidalják át a legfejlettebb országok. (Természetesen a fejlődő világból beözönlő képzetlen munkaerőtől a bevándorlás szigorításával óvják gazdaságukat.)

A klasszikus közgazdaságtan abból indult ki, hogy a munkaerő-piaci kínálat végtelen. Bármikor szükségünk van emberi erőforrásra, a piacon találunk szabad munkaerőt. Ma már azonban ez nem áll fenn. (Elég meglepő állítás akkor, amikor a világon munkanélküliség van.) Látni kell: a munkaerőpiacnak napjainkban nem alacsony képzettségű tucatmunkaerő kell! Ilyen polgárokra legfeljebb fogyasztóként tart igényt a piac.

A humántőke növelése természetesen lehetséges, – hiszen a tudás végtelenül fejleszthető, hatalmas tartalékai vannak az emberi agynak. Elvileg határ a csillagos ég! De nem minden részén a világnak olyanok a körülmények, hogy azt a képzést, ami a humántőke fejlesztéséhez szükséges, a közösség vagy maguk a polgárok finanszírozni tudják. És mindemellett van egy további lényeges változás is. Az emberek korábban a beléjük kódolt természeti törvények alapján szaporodtak. A termelékenység lassú emelkedésével a korábbiakhoz képest fokozatosan egyre jobban éltek. Ennek eredményeként a természetes szaporodás is megnövekedett. Malthus (A. Smith kortársa) már egyenesen attól tartott, hogy nem lesz elegendő élelmiszer a mértani haladvány szerint növekvő lakosság ellátására. (Végül is, ha világméreteken vizsgáljuk a helyzetet, nem is tévedett nagyot.)

A fejlett világra azonban a legkevésbé sem lett érvényes a jóslata. Ezekben az országokban ma már korántsem természetes módon adott a munkaerő-utánpótlás! A legtöbb fejlett gazdaság bevándorlókra szorul.

Miért változott meg a helyzet ennyire? Azért, mert oly korba értünk, amelyben az ember dönthet arról, hogy kíván-e gyermeket vállalni vagy sem. Ez egyelőre a magasabb civilizációs szinten álló országok esetében igaz. Ahol a társadalom még mindig nagyon elmaradott, s különösen a nők oktatási szintje alacsony, ott ma is gyakori a gyermekáldás. Olyannyira, hogy a népességyarapodást az adott gazdaságok, s benne a családok nem is képesek finanszírozni. Mondjuk ki nyíltan: az éhezés a sorsuk. Az alapvető javak hiányával küszködnek. Korábban a magas gyermekhalandóság, járványok csökkentették a népesség gyarapodását a ma fejlettnek tekintett világban is, de mára az egészségügyi viszonyok világméreteken sokat fejlődtek. A gyermekáldást a nagyon egybetartása miatt az egykézessel még a közelmúltban is igyekeztek kordában tartani, de azért általános volt a sok gyerek, különösen a munkásrétegekben.

Az OECD országok többségében azonban ma már egészen más a helyzet. Itt nem a biológiai kódok határozzák meg ma már a születések számát, hanem az emberi akarat. A technika fejlődése és a jogrendszer változása lehetővé tette a terhesség megelőzését, sőt a megfogant élet megsemmisítését is. Mivel a gyermekvállalás egyéni döntéssé lett, fontos, hogy mi motiválja a potenciális szülőket.

Régen, túl azon, hogy nem is tudtak ellene hatásosan védekezni, a gyermekre azért is szükség volt, mert segítséget jelentett a háztartásban, s biztonságot az idős korra. Ma már ez nem oly erős ösztönző, hiszen a 20-as évek óta általánossá vált a fejlett világban a nyugdíjcélu megtakarítások intézménye, a társadalombiztosítás. Aki tehát fizeti a járulékot, idős korában nyugdíjat kap, így nem szorul feltétlenül saját gyermekei támogatására. Inkább az a motiváló tényező, hogy a gyermekvállalás anyagi teher, s korlátozza az önmegvalósítást. (Már amennyiben ezt valaki nem az anyaságban látja.) Egy individuálissá vált társadalomban jelentős számban vannak, akik nem kívánják a gyermekekkel járó terheket felvállalni. Az életfeltételek nehezedeése is szerepet játszik abban, hogy kevés gyermek születik. Egzisztenciális bizonytalanságban nehéz családot alapítani. Emellett a fejlett országokban kialakult filozófia szerint a függetlenség a legnagyobb érték. A polgárok – különösen a férfiak – nehezen vállalják az elköteleződést. Ezt a házasodási statisztikai adatok jól mutatják. A családi kapcsolatok felbomlanak vagy létre se jönnek, a csökkenő számú gyermekek csaknem fele házasságon kívül születik, például hazánkban is. Mindez nem kedvez a jövő generáció színvonalas felnevelésének, hiszen egy egyedülálló szülő hamar a létminimum alatt találja nálunk magát. (A házaspárok is, sajnos, ha legalább két gyereket vagy többet vállalnak.) A modern társadalmi viszonyokból fakadó kényszerű vagy önkéntes szingli lét ugyancsak akadályozó tényező. Emellett a modern korban sokan, ha akarnák, se képesek gyermekvállalásra, egészségügyi okokból. Mindez korántsem magyar jelenség, a teljes fejlett országcsoportha jellemző.

A demográfia mindenesetre világosan mutatja, hogy a születésszám a fejlett országokban drámaian csökkent. Így a humántőke itt, bizonyos értelemben, mint humántőke-mennyiség, abszolút mértékben korlátossá vált. Kevés (lesz) a képzett ember. Máshol meg hiába van sok munkaképes, munkanélküli polgár, ámde képzetlen; rájuk nincs szükség. A kapitalista termelés szempontjából nem minősülnek humántőke-potenciálnak.

Humántőkévé csak az a képzett, egészséges ember válik, aki elhelyezkedést, munkalehetőséget, jövedelemszerzési lehetőséget valóban talál is. A társadalom inaktív rétegeinek – gyermekek, idősek eltartása, annak színvonala – végső soron a munkaerő-piaci lehetőségeknek a függvénye.

Furcsa paradoxon, de modern korunkra, amikor a GDF fajlagos értéke magas, ez nem a széleskörű foglalkoztatottságból ered. A technika olyan fejlettségi szintet ért el, hogy alig van munkaerőre szüksége.^[9] Ezt nem holmi gépromboló ludditaként állapítom meg, nyilván a haladás előnyeit látni kell. Ugyanakkor, az emberi lét velejárója a munka. Az ember önazonosságához tartozik. Ha kiváltjuk a nehéz fizikai munkát, az örvendetes, de ennek a célja nem lehet a semmittevés, hanem az egyéb alkotó tevékenység lehetővé válása.

[9] V. Forrester: *Gazdasági horror* című könyvében bő két évtizeddel ezelőtt rámutatott a jelenségre. De tulajdonképpen már Schumacher könyve is felvetette a problémát.

Erre azonban csak magasan képzett társadalom képes. Csak annak van igénye is ilyesmire. Az oktatás tehát kardinális kérdés.

Hasonlóképpen kulcskérdés az egészségügy is. Az emberek élettartama megnövekedett, ezért is nem jelentkezik még a népességcsökkenés olyan markánsan, mint a gyermekszületések csökkenése, hiszen nő az időskorúak száma és aránya a társadalomban, de nyilván nem az a cél, hogy betegen vegetáljunk utolsó éveinkben. Mint ahogyan az sem, hogy idejekorán meghaljunk teljesítőképességünk virágában. Az átlagosan meghosszabbodott élettartam mellett azonban ez is egyre gyakoribb jelenség a modern korban. Ezért fontos az egészségügy.

Ha nincs beépítve a munkabérekbe a lakhatás, orvosi ellátás és az oktatás költsége, akkor ezt a közösségnek kell biztosítania. A kiépült nagy rendszerek finanszírozásának Európában általános módja, hogy adókból, járulékokból történik. Ezen közkiadások csökkentése csak akkor lehetséges, ha a magánjövödelmek elégségesek a kiadások fedezésére. Olyan gazdaságokban, amelyekben a munkabér-jövödelmek elvileg képesek lennének e költségek fedezésére, szóba jöhet egy olyan korrekció – a közpénzügyi egyensúly helyreállítása érdekében –, hogy e közkiadásokat fokozatosan magánosítsák. Egészen más a helyzet egy olyan társadalomban, ahol a szocialista elveknek megfelelően e költségtételek eleve nem szerepeltek a bérszínvonalban. Nálunk az oktatás és egészségügy magánosítása sokkal jelentősebb életszínvonal-csökkenést jelenthet például, hiszen eleve azért olyan alacsony a bérek szintje a nyugatiakéhoz képest, mert nem tartalmaz erre fedezetet.

Akkor, amikor kimutatható európai viszonylatban, hogy azok az országok voltak sikeresek, amelyek a humántőke fejlesztését prioritásként kezelték, a magyar növekedési kilátásokat e közkiadások megvágása erősen ronthatja.

El kell továbbá azon is gondolkodni, hogy a humántőke lélekszámban mérhető csökkenésének milyen intézményi korlátai lehetnének. Lehet-e valami módon a gyermekvállalást, a gyermekek ésszerű képzését, oktatását ösztönözni állami eszközökkel (is)?^[10]

A nyugdíjrendszer a legnagyobb költségvetési alrendszer alapvető reformja ebbe az irányba hatna. Ha abból indulunk ki, hogy a nyugdíjat nem a mai jövedelmünkből félre tett pénzünk biztosítja, hanem a felnevelt gyermekek munkája, akkor az is kitűnik, hogy a gyermekbe történő befektetés tőkét eredményez.

A járulékok, nyugdíjpénztári hozzájárulások fizetése nem félretett pénz saját nyugdíjunkra, hanem azt a szüleink által belénk fektetett humántőke-beruházások törlesztéseképpen bocsátjuk szüleink nyugdíjjáradéka fedezetéül. A gyermekneveléssel létrejövő humántőke a mi nyugdíjünk szempontjából éppen olyan fontos, mint a fejlett világban gyakori időskori megtakarítások rendszerében a nyugdíjhozzájárulások befizetéséből keletkező reáltőke-vagyon.

[10] Botos Katalin és Botos József számtalan tanulmánya foglalkozott 2009 óta a nyugdíjrendszer elkerülhetetlen reformjával. Javaslatuk, a „Nyugdíjrendszer, gyermekpontokkal”, ezt a célt szolgálja.

Hiszen úgy fogjuk fel hagyományosan a nyugdíj-célú megtakarításokat, hogy ezek pénzt fialó, befektetéseké, adott esetben (s közvetlen mindenképpen) reáltőkévé válnak. A gyermekek felnevelésére fordított összegeket meg úgy foghatjuk fel, mint a reáltőke működtetéséhez elengedhetetlenül szükséges humántőke befektetést, ami nélkül a reáltőke önmagában nem tud értéket termelni. Persze, mondhatja erre valaki, hogy akkor mindkettőre szükség van. A reáltőke-képződést a magánvállalatok profitja mindenképpen biztosíthatja! Ugyanakkor a modern, hitellel működő világban a nyugdíjcélú befektetési források jól jönnek a magánvállalkozóknak, akinek részvényeit, kötvényeit megvásárolhatják ezek az alapok. (Itt most egy elméleti modellről beszélünk. A gyakorlatban a befizetések azonnal a nyugdíjjáradékok fizetésére fordítódnak. Emellett a befektetéseken alapuló nyugdíjpénztáraknál hagyományosan magas az alacsony kockázatú papírokba való befektetés előírása, ami többnyire jelentős arányban állampapírt jelent, tehát korántsem vállalati részvényt, vagy kötvényt... Ez azonban a logikai modellt nem érinti).

Valójában tehát elméletileg mindkettőre szükség van! A nyugdíjcélú, befektethető megtakarításokra, és a felnevelt gyermekekben megtestesülő humántőkére is. Ha a nyugdíjrendszerben ezt kifejezésre juttatnánk azzal, hogy a nyugdíjjogosultságot a létrehozott humántőkével is arányosítani kell, azaz, a felnevelt és tanított gyermekek számát is figyelembe kell venni a járadékok megállapításánál, akkor egy kiegyensúlyozottabb, a humántőke fejlesztésében sokkal inkább érdekelt gazdasági-társadalmi rendszert hoznánk létre. Ez a felfogás is azok közé az alapvető paradigmaticus változások közé tartozik, amelyhez a modern közgazdasági gondolkodásnak igazodnia kell, hiszen a világ viszonyai is alapvetően megváltoztak.

PÉNZTŐKE - REÁLTŐKE

„Adjátok meg ezért a császárnak, ami a császáré...” (Máté, 22,15.)

A köznapi ember tőkén szabad felhasználású pénztömeget ért. Marx úgy definiálta, hogy a tőke: pénzt szülő pénz. Valójában azonban a pénzforma soha nem szül értéket. A pénz a piac egyik legfontosabb intézménye. Önmaga azonban nem teremt értéket. Csak az általa „működésbe hozott” reálgazdasági termelési tényezők. Ezért csalóka az a pénzügyi reklám, hogy „a pénzem dolgozik helyettem...”.

Önmagában a pénz éppen annyit ér, mint a sivatagban a zacskó arany. Pénztőke reáltőke nélkül nem „fial”. Ugyanakkor a profit, amely megjelenik pénzformában, mégis csak tőkévé válik. Közvetlenül, vagy több lépcsőben. A tulajdonosa maga, vagy valaki más, kölcsönként, megkapott forrásként, előbb-utóbb javak vásárlására fordítja azt. Ez végül elvezet közvetlenül vagy közvetve

a beruházási javak iránti kereslet növekedéséhez. Vagyis reálfelbefektetés valósul meg belőle. Ha a pénztőkét a termelés bővítésére fordítják, avagy új, piacépes termékek és szolgáltatások előállítására használják, akkor a pénzügyi befektetők osztoznak a reáltőkével a termelt értéken. A modern pénzügyi rendszerben még több lépcsőben is közbeiktatódnak pénzügyi befektetési eszközök, amíg a végső felhasználóhoz eljut az eredeti megtakarítás. A pénzügyi szféra gyakorlatilag önálló életet él. De valahol egy reálfelbefektetésből végső soron árutöbblet formájában, vagyoni értékben megtestesül a profit. A pénzügyi befektető a költő szavával az, „ki felhőt elad az egen, - s a földön telket vesz belőle”. (József Attila)

A 2008-as válságot megelőzően valóban ez történt Amerikában. Az értékpapírosodás egy sajátos folyamatként a jelzáloggal fedezett hiteleket a pénzügyi intézmények tőkepiacon adható-vehető értékpapírrá alakították. Ezek iránt komoly kereslet lett, hiszen a szabad pénzeszközök számára vonzó hozamot biztosítottak. Mivel a kormányzat érdekelt volt az olcsó hitelben s az építőipart felpörgető lakásépítésekben, a jelzálogpiac felélénkült, s ezek a jelzáloggal fedezett értékpapírok kapósak voltak. A folyamat felhajtotta végül is a lakásárakat, pénzügyi ingatlanbuborék alakult ki. A széles néprétegek a megnövekedett lakásértékek alapján további hiteleket vettek fel, átcserélték rá korábbi lakáshiteleiket, s a különbözetet elfogyasztották. Erre mondta azt Rajan, hogy a kormányzat politikája ez volt: „Egyenek hitel”. Arra ugyanis nem tudott hatni, hogy a polgároknak magasabb bérük legyen, mivel a globalizmus korában a tőkés nem voltak hajlandók a bérek emelésére. Miért? Mert milliárdos olcsó munkaerő lépett be az elmúlt két évtizedben a világpiacon azáltal, hogy India, Kína s általában a Távol-Kelet dinamikus exporttevékenységet folytatott. Így a fejlett országokon belül, elsősorban az USA-ban, ahol amúgy is gyenge volt a szakszervezeti érdekképviselés, a bérek reálértéke az elmúlt évtizedben csaknem teljesen befagyott.^[11] Nagyarányú jövedelem-differenciák alakultak ki az országban. (Az olló szétnyílása, ha nem is ilyen méreteken, de nálunk is jelentkezett. S nálunk is érdekelt volt a 2010 előtti kormányzat a hitelezés olcsóvá tételében, ezáltal a lakossági fogyasztás növelésében, a devizahiteleken keresztül. A lakosság meg belesétált a csapdába, s a lakáson túl autóra, kisvállalkozásához, fogyasztási célra is egymás után vette fel az olcsó hiteleket.)^[12]

A tőketulajdonosoknál egyre gyarapodott a profittömeg. Ez befektetést keresett, s egyre nagyobb kockázat vállalására volt hajlandó. Nőtt a pénzügyi befektetések aránya, a vállalkozások pénzügyi befektetésből származó jövedelme az összjövedelemhez képest. Nőtt ugyanakkor a kamatjellegű költségek aránya a gazdaságban. Nőtt a pénzügyi szektor aránya a GDP-ben, létszám (foglalkoztatás) és a realizált jövedelmek alapján is.

[11] Erre mutat rá J. Stiglitz hivatkozott művében, gazdag statisztikai tényanyag alapján.

[12] Lentner Csabának a *Devizahitelezés nagy könyve* című alapos munkája, s valamivel korábbról, Asztalos László tartalmas tanulmánya jól bizonyítja a fentieket.

Ezt a folyamatot nevezik finanszírozásnak.^[13] A reálszférában keletkezett tiszta jövedelmekből egyre nagyobb volt a befektetést kereső hányad, amelyet nem igazán tudtak a reálgazdaságba visszaforgatni, mert azt végső soron korlátozta a bérek alacsony színvonala. A fizetőképes kereslet hiánya miatt nem tudnak bővíteni. Csak a hitelre történő fogyasztás hozott piacbővülést, de a hitelek kamatai fokozatosan halmozódva, előbb-utóbb ennek is határt szabnak.

Végső soron ez a finanszírozás a 2008-ban kitört válság gyökere. Számunkra itt most az a fontos, hogy világosan lássuk, az a pénztőke-mennyiség (S), ami a tőkés kezén van, nem képes beruházássá (I) válva növekedést hozni, csak úgy, hogy hitellé válva, a fogyasztás realizált munkajövedelmeken felüli növekedését lehetővé teszi. Hasonló a helyzet a fejlődő országokkal kapcsolatosan is. Ezek az országok képtelenek kitörni a globalizáció során fizetési mérleg-hiányuk ördögi köréből, mert vissztehermentes jövedeleminjekcióra, átadott jövedelemre lenne szükségük.^[14] Ilyet azonban a jótékonykodást nem ismerő tőke nem ad. (Az állami segítségéről itt nem értekeznék.) Ily módon a reáltőke és a pénzügyi tőke valóban elválik egymástól, s ezért él önálló életet a globális pénztőke.

A tőkebőségnek, amelyben korunk fejlett világa él, feltétlen pozitívuma, hogy a jó ötletek mindig találnak maguknak finanszírozót. Hogy milyen feltételekkel, az más téma... Az azonban feltétlenül nagy kérdés, hogy valóban szükség van-e ilyen mértékű jövedelem-differenciákra az innovációban való érdekelttség fenntartásához? Itt már morális kérdések is felvetődnek. Nem is beszélve arról, hogy e jövedelem differenciák nagyon sokszor a járadékvadászat eredményei, és nem a valódi hatékonyság-többletből fakadnak. Itt felvetődik a politika és a gazdaság összefonódásának égető kérdése, amit Stiglitz 2014-es könyvében behatóan elemzett. Egyetérthetünk azzal a megállapításával, hogy a modern gazdaságok társadalmi háttere a demokrácia. A gazdasági fejlődésnek nem önmagában van értéke, hanem csak akkor, ha a piac a magánérdekek szolgálata mellett a közérdeket is szolgálja. S ehhez elkerülhetetlen egy erős és szigorúan szabályozó állam. Nem lehet, hogy ez az állam érdekcsoportok foglyaként, a gazdaság növekedését kizárólag a társadalom 1%-ának szolgálatába állítsa.

Összefoglalva: A világ a 20. században hatalmasat változott. Elkezdte a természet fölélését, a gyermekvállalást a születésszabályozás személyes döntéstől tette függővé, fennáll a népességfogyás jelensége, előregszik a társadalom, a nagy rendszerek finanszírozhatatlanná válnak. A technikai haladás fölöslegessé teszi a képzetlen munkaerőt, magas a munkanélküliség. Az állam lehetőségei a magas eladósodás miatt korlátosak. A fejlett országok demokratikus berendezkedése nem teszi lehetővé, hogy a közérdektől eltekintsen a piaci mechanizmus. Mivel ezt automatikusan nem lehet biztosítani, szükség van a szabályozó államra. A gazdaságpolitika alapját képező elméletnek fel kell ismernie

[13] Szinte egy időben jelent meg Belyácz Ivánnak a Hitelintézeti Szemlében és Botos Katalinnak a Pénzügyi Szemlében e témával foglalkozó tanulmánya.

[14] D. Rodrik: A globalizáció paradoxona behatóan foglalkozik a kérdéssel.

a természet és a humán erőforrás tőkejellegét, s a gazdaságpolitikának a piac játékszabályait ehhez kell igazítania.

Az egyéntől is önkorlátozóbb, felelősebb, hosszabb távban gondolkodó magatartást kíván a fenntartható fejlődés.

IRODALOM

- Asafu-Adjade (2005): *Environmental economics for non economists*. World Scientific Publ.
- Forrester, Viviane (1998): *Gazdasági horror*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Kerekes Sándor (2007): *A környezet-gazdaságtan alapjai*. Aula Kiadó, Budapest.
- Körösi István (2008): A humán erőforrás – a gazdasági fejlődés kulcstényezője. In: *Globális lendkerekek tanulmányok Bager Gusztáv tiszteletére*. Budapest-Szeged.
- Leggett, J. (2008): *A fele elfogyott. Olaj, gáz, forró levegő és a globális energiaválság*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Lentner Csaba (2015): *A devizahitelezés nagy kézikönyve*. Nemzeti Közszerkesztési Intézet Könyvkiadó, Budapest.
- Piper, N. (szerk.) (1996): *Nagy közgazdászok az ókortól napjainkig*. Kossuth Könyvkiadó, Budapest.
- Rajan, R. (2010): *Fault Lines Princetown*. University Press, Woodstock.
- Rodrik, D. (2014): *A globalizáció paradoxona*. Corvina Kiadó, Budapest.
- Schultz, Th. W. (1971): *Beruházás az emberi tőkébe*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Schumacher, E. F. (2013): *A kicsi szép*. Katalizátor Könyvkiadó, Budapest.
- Stiglitz, J. (2013): *The Price of Inequality*. Norton & Co. New York-London.

ENGLISH ABSTRACT

In the last century world has changed a lot. It isn't valid today that the factors of production, nature and labour force is available without any limit. On the contrary, financial capital is abundant in the world economy. Limiting factor to growth is the volumen of final consumption. All the three factor of production is capital, their value is to be saved. We need to develop ecological economics to save natural capital. To develop human capital we have to invest in education. In the developed countries the birth rate is too low, it needs support from the state and the reform of the pension system What concerns the real capital, it is not equal with the financial capital ($S=I$), because of the fenomenon of financialization. If we shall not enlarge the labor income and the consumption, economic growth will be hampered, real capital cannot grow.

A Stiglitz-Bizottság jelentése és a társadalmi fejlődés mérése



„A GDP-be értékékként számít bele a levegőszennyező tevékenység, a cigarettareklám, az erdők kivágása és természeti csodák feláldozása a növekedésért. De nem számít bele gyermekeink egészsége, oktatásunk minősége, vagy az az öröm, amelyet a szülőkkel való játék okoz nekik. És nem növeli a GDP-t költészetünk szépsége, a házasságok ereje. Röviden, a GDP mindent figyelembe vesz, csak azt nem, ami az életben fontos.”
Robert Kennedy, 1968.

A tanulmány vizsgálja a GDP fogalmát, korlátait és kritikáit, egyúttal bemutatja a Stiglitz-Bizottság létrehozásának okait, célját és felvázolja a bizottság által kidolgozott 12 ajánlást. A GDP mérésére kidolgozott alternatív mutatók közül részletesen elemzi a Better Life Indexet (BLI) és a Humán Development Indexet (HDI). A jólét és a fenntartható fejlődés egy időben történő megvalósításával kapcsolatban vizsgálja a Bhutáni Királyság gyakorlatát és Németország kezdeményezését. A tanulmány konklúziója az, hogy a Stiglitz-Bizottság ajánlásai szakmailag nagyon korrektek és megalapozottak, de minden dokumentum annyit ér, amennyit abból a gyakorlatban megvalósítanak.

A transzatlanti/nyugati világban és a befolyása alatt álló országokban olyan uzsoracivilizáció (Drábik János) és fantomgazdaság (C. D. Korten) jött létre, amelynek nem volt meg és a mai napig sincs meg a gazdasági-pénzügyi alapja. A nemzetközi pénzvilág és irányító elitje, a nemzetközi pénzügyi oligarchia minden előtte álló korlátokat igyekezett/igyekszik lebontani az erőforrás-szivattyúk minél magasabb szintű működtetése érdekében. Ily módon arra törekedett/törekszik, hogy mindenütt meggyengítse az államot, a nemzetet, nemzeti kultúrákat, a vallásokat és a különböző szintű civil szerveződések, közösségek. Alapvetően két embertípusra van szüksége: egyrészt végrehajtókra, másrészt olcsó munkaerőre és fogyasztókra, vagyis helóákra (jogfosztott rabszolgákra).

[1] Nyugat-magyarországi Egyetem, tanszékvezető, habilitált egyetemi docens (szretyko@atif.hu).

Ezért a nyugati civilizáció különösen az elmúlt 30 évben az individualizmusra épült/épül, amely az ösztönök kiélésében, az egyéni szintű fogyasztásban és az egyéni érdekérvényesítés mindenhatóságában fejeződik ki.

A kapitalizmusnak ez a modellje a piaci fundamentalizmusra épült, amelyről kiderült, hogy szabályozás nélkül óriási károkat okoz a természeti és emberi erőforrások gazdálkodása terén. Ez a neoliberális világrendszer jelenleg felbomlóban van.

A jelenlegi globális pénzimpérium tevékenységének eredményeként hatalmas társadalmi egyenlőtlenségek jöttek létre és termelődnek újra, egyrészt a világ gazdaságilag eltérő fejlettségű országai között, másrészt az egyes országokon belül. Ennek a pénzuralmi rendszernek az egyik következménye, hogy „a világ lakóinak a fejlett ipari országaiban élő 20%-a fogyasztja el a világ erőforrásainak 86%-át, míg a világ többi lakójának jut az erőforrások 14%-a.”^[2] Továbbá jelentősen nő a szegények és társadalmi kirekesztettségben élők száma, amelynek következménye a gazdasági, etnikai és szociális konfliktusok felerősödése/kiéleződése. Mindezekkel kapcsolatban kiemelendő Ferenc pápa 2015. július 9-én, a bolíviai Santa Cruzban a Népi Mozgalmak Világtalálkozóján elhangzott beszéde, amelyben markánsan vázolta fel Földünk válságos helyzetéről, annak alapvető okairól és a sürgető tennivalókról szóló gondolatait. Ebben a beszédében a katolikus egyházfő hangsúlyozta, hogy az egész világra kiterjedő alapvető szerkezeti változásra van szükség. „Olyan pozitív változásra, amely a „profit mindenáron” uralta folyamatokat feltartóztatva a földi életet és az emberi közösségek szolgálatát állítja előtérbe.”^[3]

Ferenc pápa a globális problémák enyhítésére és részleges megoldására három feladatot jelölt meg:

- A gazdaságot állítsuk az emberek szolgálatába. Ennek érdekében javasolja, hogy a munkások és a parasztok hozzanak létre szövetkezeteket, gazdasági társulásokat.
- Egyesítsük az embereket a béke és az igazságosság útján.
- Föld Anyánk védelme.^[4]

Mindezeket a gondolatokat azért tartottam fontosnak, hogy a GDP-vel és a társadalmi fejlődéssel kapcsolatos vitákat szélesebb társadalmi-gazdasági összefüggésekbe tudjuk helyezni, illetve értelmezni.

A GDP FOGALMA, KORLÁTAI ÉS KRITIKÁI

A bruttó hazai termék (GDP-Gross Domestic Product) fogalmát és mint mutatót az 1930-as nagy világgazdasági válság hívta életre. A közgazdaságtanban a GDP egy bizonyos terület (általában egy adott ország) meghatározott időszak

[2] Drábik János (2002): *Uzsoracivilizáció. A kamatkapitalizmus új világgrendje*. Gold Book Kft., Debrecen. 18.

[3] greenpeace.blog.hu 2015.

[4] Uo.

(általában 1 év) alatt létrehozott azon termékek és szolgáltatások együttes értéke, amely a gazdaságban végső felhasználásra fordítható.

Mindezekből megállapítható, hogy a $GDP = \text{a háztartások fogyasztása} + \text{beruházás} + \text{a közszektor fogyasztása} + (\text{export} - \text{import})$.

Ez a mutató, annak ellenére, hogy a mainstream közgazdaságtan egyik kulcsfogalma, nem tökéletes, mert a gazdasági termelés mérésére kiválóan alkalmas ugyan, de egy sor tényezőt nem vesz figyelembe.

A nemzetközi és hazai szakirodalomban a DGP korlátaival és kritikájával kapcsolatban az alábbi markáns megállapítások fogalmazódnak meg:

- A GDP növekedése nem egyenlő a jólét és a jólét növekedésével, hiszen ehhez megfelelő gazdasági- és társadalompolitikára van szükség.
- Nem méri a fenntarthatóságot.
- A feketegazdaság által termelt jövedelem szintén kimarad a hivatalos kimutatásokból. A GDP értékét ilyen esetekben becslésekkel próbálják pontosítani.
- Figyelmén kívül hagy továbbá számos olyan háztartási tevékenységet (pl. gyermeknevelés, idősgondozás), amely gazdasági szempontból is fontos.
- A nem piaci jellegű tevékenységek értékelése és a GDP-ben történő számbavétele nehézkes (pl. a rendőrség vagy a honvédelem tevékenysége).
- Nem alkalmas az egyének közötti egyenlőtlenségek mérésére.
- Nem veszi figyelembe az ember okozta természeti károk negatív hatásait (környezetszennyezés, az emberek egészségi állapotának rombolását).
- Nem vesz figyelembe számos olyan tényezőt, amely befolyásolja a társadalom jólétét (egészség, gazdasági biztonság, szociális kapcsolatok minősége stb.).

A STIGLITZ-BIZOTTSÁG CÉLJA ÉS AJÁNLÁSAI

2008 februárjában Franciaország köztársasági elnöke, Nicholas Sarkozy felkért három Nobel-díjas közgazdászt (Joseph Stiglitz, Amartya Sen és Jean-Paul Fitoussi), hogy alakítsanak egy bizottságot, amelyet később „Bizottság a Gazdasági Teljesítmény és a Társadalmi Fejlődés Mérésére” neveztek el. A Stiglitz-Bizottság a fent említett három Nobel-díjas professzor mellett közgazdászokat és társadalomtudósokat is magában foglalt, akiknek a szakértelme jól kiegészítette egymást. A Bizottság három munkacsoportot hozott létre, amelyek a következő témákat kutatták: klasszikus, GDP-hez kapcsolódó kérdéseket, az életminőséget és a fenntarthatóságot. A Bizottság célja: felmérni a GDP korlátait és elemezni az alternatív mérési módszereket.

A Stiglitz jelentés legfontosabb kulcsüzenete: eljött az idő, hogy mérési rendszerünkben áttegyük a hangsúlyt a gazdasági teljesítmény méréséről az emberek jólétének a mérésére.

A jóllét mérését pedig a fenntarthatósággal összefüggésben kell vizsgálni.^[5]
A Bizottság az alábbi 12 ajánlást fogalmazta meg:

- Az anyagi jólét értékelésekor a termelés helyett inkább a jövedelem és a fogyasztás kerüljön előtérbe.
- A háztartások nézőpontjának hangsúlyozása.
- A jövedelmet és a fogyasztást a vagyonnal együtt kell vizsgálni.
- Nagyobb hangsúlyt kell fektetni a jövedelem, a fogyasztás és a vagyon eloszlására.
- A jövedelem mérése terjedjen ki a nem piaci tevékenységekre.
- Az emberek életminősége objektív körülményeiktől és adottságaiktól függ. Lépéseket kell tenni azért, hogy az emberek egészségére, személyes tevékenységeire és környezeti feltételeire vonatkozó mérések jobbak legyenek. Különösen alapos erőfeszítéseket kell tenni olyan szilárd és megbízható mérési módszerek kifejlesztésére és végrehajtására, amelyek a társadalmi kapcsolatokra, a politikai képviselőkre és a bizonytalanságra – amelyek kimutathatóan befolyásolják az étellel való megelégedettséget – irányulnak.
- Az életminőséget leíró indikátoroknak minden területre kiterjedően, átfogó módon kell értékelniük az egyenlőtlenségeket.
- A felméréseket olyan módon kell megtervezni, hogy meg lehessen állapítani az egyes személyek különböző életminőségi területei közötti kapcsolatokat, és ezeket az információkat kell felhasználni a különböző területeket érintő stratégiák tervezésekor.
- A statisztikai hivataloknak biztosítaniuk kell azokat az információkat, amelyek az életminőség egyes dimenzióinak összekapcsolásához, és ezáltal különböző indexek megalkotásához szükségesek.
- Az objektív és a szubjektív jóllét mérésére egyaránt kulcsfontosságú információkat szolgáltat az emberek életminőségéről. A statisztikai hivataloknak saját felméréseikbe olyan kérdéseket kell beépíteniük, amelyek révén megfoghatóvá válna az emberek életértékelése, a boldogságérzettel kapcsolatos tapasztalataik és a prioritásaik.
- A fenntarthatóság értékeléséhez szükség van egy jól meghatározott indikátor rendszerre. A rendszer elemeinek azzal a megkülönböztetett sajátossággal kell rendelkezniük, hogy értelmezhetőek legyenek az általuk jellemzett „tölkék” változóiként. A fenntarthatóság pénzügyi indexének is megvan a helye a rendszerben, de a jelenlegi legkorszerűbb megközelítések szerint alapvetően a fenntarthatóság gazdasági szempontjaira kell koncentrálnia.

[5] Stiglitz, E. J. – Sen, A. – Fitoussi, J. (2010): *A bizottság jelentése a gazdasági teljesítmény és a társadalmi fejlődés méréséről*. Statisztikai Szemle 3. sz.

- A fenntarthatóság környezeti szempontjait elkülönítve kell nyomon követni, amihez jól kiválasztott fizikai indikátorok sora szükséges. Különösen szükség van egy olyan egyértelmű indikátorra, amely a környezetkárosodás veszélyes szintjének közelségére utal (pl. az éghajlatváltozáshoz vagy halállomány csökkenéséhez kapcsolódik).^[6]

A dokumentum hangsúlyozza, hogy olyan adatgyűjtésekre lenne szükség, amelyek segítenek a döntéshozóknak, politikusoknak megalapozott válaszokat adni arra, hogy milyen irányban kell tovább haladni. Ezért a Stiglitz-Bizottság ajánlásainak kidolgozása után az Európai Közösségek Bizottság 2009 augusztus 20-án kiadta „A GDP-n innen – és túl. A haladás mérése a változó világunkban” című közleményét a Tanács és az Európai Parlament számára. Ebben a dokumentumban az Európai Közösségek Bizottsága a következő öt intézkedés végrehajtását fogalmazta meg:

- A GDP kiegészítése környezeti és társadalmi mutatókkal.
- Közel valós idejű információ a döntéshozatalhoz.
- Pontosabb jelentés a javak társadalmi elosztásáról és az egyenlőtlenségekről.
- Az európai fenntartható fejlődési eredménytábla kidolgozása.
- A nemzeti számlák kiterjesztése a környezetvédelmi és társadalmi kérdésekre.^[7]

ALTERNATÍV MUTATÓK A GDP MÉRÉSÉRE

A nemzetközi és hazai szakirodalomban a jólét és a fenntarthatóság mérésére alapvetően hét alternatív mutatót különböztetnek meg a szerzők. Ezek a következők: az Emberi Fejlődés Indexe (HDI), Nemenkénti Egyenlőtlenségi Index (GII), a Többdimenziós Szegénységi Index (MPI), a Környezeti Teljesítmény Index (EPI), Éghajlatvédelmi Teljesítmény Mutató (CCPI), az Ökológiai Lábnyom (EFP) és a Boldog Bolygó Index (HPI).^[8] A kutatók ezeken kívül más mutatókat is alkalmaznak. Mivel a GDP nem lehet a társadalmi jólét egyetlen és legfőbb mutatója, ezért a teljesség igénye nélkül felvázolok két olyan alternatív mutatót, amelyeket leginkább a GDP kiegészítéseként lehetne használni.

BETTER LIFE INDEX – A JOBB ÉLET INDEXE

A BLI mutató az életminőséget, a jólétet próbálja megragadni, méghozzá úgy, hogy számos dimenziót vesz figyelembe. Ez a mutató lehetne a GDP egyik kiegészítő

[6] Uo. 312–320.

[7] *A GDP-n innen és túl. A haladás mérése változó világunkban* (2010). Statisztikai Szemle. 3. sz. 4–11.

[8] Szigeti Cecília (2012): *Alternatív mutatók, jólét és fenntarthatóság Magyarországon*. Polgári Szemle. 3–6. sz.

mutatója, bár a GDP egyik alternatívájának szánták. Összefügg a GDP nagyságával, de annál több, és azt méri, ami az életben valóban számít. Értelmezése sem könnyű, viszont 11 dimenzióból összesít 26 mutatót. Ezek a dimenziók a következők:

- lakás,
- jövedelem,
- munka,
- közösség,
- oktatás,
- egészség,
- biztonság,
- elégedettség,
- környezet,
- társadalmi részvétel, (A választási részvétel és a törvényhozásba épített társadalmi konzultáció mértéke, valamint a folyamatok átláthatósága.)
- munka és magánélet egyensúlya (Az időmérleg módszerével mérik, amelynek során azt vizsgálják, hogy mekkora a jelentős túlórákat végzők száma és mennyi a szabadidő).

A fentiekén kívül szerepel még a foglalkoztatási ráta, a bérek nagysága, az iskolázottság szintje, a készségeket mérő PISA tesztek eredményei, az öngyilkosságok száma, a légszennyezés és a vízminőség. Az OECD a saját kutatásai-ban minden dimenziót egyformán fontosnak tart.^[9]

HUMAN DEVELOPMENT INDEX - AZ EMBERI FEJLŐDÉS INDEX

Ezt a mutatót Mahbub ul Haq pakisztáni közgazdász dolgozta ki 1990-ben és az ENSZ már több, mint két évtizede használja a világ országainak összehasonlítására. A HDI előnye az, hogy egyrészt jól használható a különböző fejlettségi országok elkülönítéséhez, másrészt mérhetővé teszi az egyes országok gazdaság-politikájának az életszínvonalra gyakorolt hatását. A HDI mutató három fontos részből tevődik össze:

- A hosszú és egészséges életet a születéskor várható élettartam felhasználásával közelíti meg.
- A következő összetevő az oktatásban megszerzett tudás, amelyet két változó felhasználásával mér. Az első változó a 15 éven felüliek írás-olvasás tudása, amelyet kétharmados súllyal vesz számításba, a második pedig a kombinált iskolázottsági arány, azaz az alap-, közép- és felsőfokú iskolázottság összevont mutatója, amely egyharmados súllyal szerepel.
- A harmadik összetevő az életszínvonal, amelyet a vásárló erő - paritáson számított GDP-vel mér, egy főre kifejezve (wikipedia.org. 2015).

[9] *Mérjük a jobb életet!* Elérhető: lelkesen.wordpress.com 2012.

Ezekon túlmenően felhasználhatóak még az Eurostat és a KSH adatszolgáltatásai, a fenntartható fejlődés indikátorai, az időmérleg módszerével végzett empirikus kutatások eredményei, valamint a jövedelemegyenlőtlenségekről és a demográfiai helyzet alakulásával foglalkozó kiadványok.

Megállapítható, hogy az alternatív mutatók bevezetésére irányuló kezdeményezések elsősorban szemléletváltásuk miatt rendkívül hasznosak. Természetesen a GDP-t sem szabad negligálni, hanem más mutatókkal együtt célszerű használni.

POZITÍV GYAKORLATOK? KEZDEMÉNYEZÉSEK

A jóllét és a fenntartható fejlődés egy időben történő megvalósítására már több ország is tett kísérletet, több-kevesebb sikerrel. Ezek közül két ország, a Bhutáni Királyság gyakorlatát és Németország kezdeményezését mutatom be.

Bhutáni Királyság

Bhután a Himalája vonulatai között fekvő távoli ország, amelynek lakossága kb. másfél millió fő. A világ átlagát tekintve az ország lakosai a legszegényebbek közé tartoznak, de ismeretlen az éhezés, nincs munkanélküliség, nincsenek koldusok és a bűnözés is teljesen ismeretlen jelenség. A bhutániak 95%-a földműves, mezőgazdaságból él. A bhutániak igyekeznek magukat távol tartani a vagyontól, mert tudják, hogy a pénz tönkretethetné kulturális hagyományait. Ebben az országban is használnak pénzt, de az üzletek túlnyomó részét még mindig cserekereskedelmi alapon kötik.^[10]

Amíg a világ nyugati felében istenítik a gazdasági növekedést, a GDP-t és a profitot (pénzt), addig Dzsizme Keszar Namgjel Vangcsuk király Bhutánban alkotmányban fogadtatta el, hogy az ország 60%-át erdőnek kell borítania, és tilos az állatokra vadászni. Ugyancsak a Bhutáni Királyság a világon elsőként, 1972-ben vezette be a Bruttó Nemzeti Boldogság mutatót. A buddhista szellemben fogant GHN szerint az igazi jólétet az jelenti, ha a materiális és a spirituális fejlődés kéz a kézben jár, vagyis egymást kiegészítik. Mindezekből kiindulva megállapítható, hogy a Bruttó Nemzeti Boldogság mutató négy tényezőn alapszik: a fenntartható fejlődésen, a kulturális értékek és a természeti erőforrások megőrzésén, valamint a megfelelő kormányzáson. Ez azt jelenti, hogy nem közvetlenül akarja mérni a nehezen számszerűsíthető emberi jóllétet és boldogságot, hanem a hozzá vezető tényezőket igyekszik megragadni kvantitatív eszközökkel.^[11]

[10] Palmer, J. (1998): *Világjárók lexikona*. Reader's Digest Kiadó Kft., Budapest. 93.

[11] index.hu/gazdasag/vilag/2009.

Németország

Egy 2013-ban megjelent tanulmány szerint Németországban is új módszert vezetnek be, amely a lakosság jóléte helyzetét mélyrehatóbban és alaposabban képes feltérképezni, mint a GDP.

A német lakosság jólétét három dimenzió és tíz mutató alapján mérő módszert két év alatt dolgozta ki egy parlamenti bizottság, amelyben politikusok és szakértők vettek részt. Eme bizottság véleménye szerint a GDP önmagában nem nyújt kellően árnyalt képet a lakosság helyzetéről, éppen emiatt az anyagi szempontok mellett társadalmi és ökológiai szempontokat is be kell vonni a vizsgálatba.

Az első, az anyagi jólét elnevezésű dimenzió, amelynek feltárásához a GDP alakulása mellett vizsgálják az államadóság alakulását is, mert ez mutatja meg, hogy mekkora az állam mozgástere. Továbbá elemzik a jövedelem eloszlását is, amelynek eredményeként láthatóvá válnak az anyagi helyzet alapján kialakuló társadalmi rétegződés változásai is.

A társadalom és részvétel elnevezésű dimenzióhoz négy mutató tartozik. Az első a foglalkoztatási ráta, amely az egységes számítási módszer révén nemzetközi összehasonlításra is alkalmat ad. A második a születéskor várható élettartam, amely az egészségügyi helyzetről szóló láttelelet jelenti. A harmadik a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya, amely a társadalom képzettségi szintjének alakulását fejezi ki. A negyedik mutató az ún. szólásszabadság és számon kérhetőség indikátor, amely a politikai szabadság és az állam működés átláthatóságának szintje alapján vizsgálja a társadalom helyzetét.

A harmadik, ún. ökológiai dimenzióban három mutatóval jellemzik a lakosság jólétét. Az egyik mutató az országban hasznos madárfajok számának alakulása, a második szén-dioxid -, a harmadik pedig nitrogén-kibocsátás alapján mutatja meg, hogy milyen állapotban van a természeti környezet (hvg.hu/gazdasag/2013).

Az eljárástól azt remélték, hogy sokoldalúan, de érthetően mutatja be a lakosság helyzetének alakulását és 2014-től kezdve évente fogják végezni a felmérést.

Összegzésképpen megállapítható, hogy a Stiglitz-Bizottság ajánlásai szakmailag nagyon korrektek és megalapozottak, s a jövőbe mutató pozitív változásokat irányozhatnak elő. Ugyanakkor történelmi tapasztalatokból tudjuk, hogy minden dokumentum annyit ér, amennyit abból a gyakorlatban megvalósítanak. A nemzetközi pénzümpérium, a különböző gazdasági társaságok/korporációk azonban nem biztos, hogy lehetővé teszik ezeknek a hasznos javaslatoknak a gyakorlatban való alkalmazásukat. Éppen ezért napjainkban minden korábbi időszakhoz képest időszerűbbek Ferenc pápának a Föld Anya védelmével, a szegénység és a társadalmi kirekesztettség elleni küzdelemmel, valamint az alulról történő szövetkezéssel kapcsolatos javaslatai.

IRODALOM

- *A GDP helyett új mérőszámot találtak ki Németországban.* Elérhető: http://hvg.hu/gazdasag/2013_0128 Letöltés: 2013.06.19.
- *A GDP-n innen és túl. A haladás mérése változó világunkban* (2010). Statisztikai Szemle. 3. sz.
- Csath M.: (2010): *A társadalmi fejlődést is mérni kell.* Magyar Nemzet, szeptember 6.
- Drábik János (2002): *Uzsoracivilizáció. A kamatkapitalizmus új világrendje.* Gold Book Kft., Debrecen.
- *Emberi fejlettségi index.* Elérhető: <http://hu.wikipedia.org/wiki/> Letöltés: 2015.08.23.
- *Ferenc pápa teljes bolíviai beszéde most először magyarul.* Elérhető: <http://greenpeace.blog.hu/2015/07/28/> Letöltés: 2015.08.05.
- *GDP kontra Bruttó Nemzeti Boldogság.* Elérhető: <http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/10/29/gdp-fixacis> helyett boldog bolygó index. Letöltés: 2013.06.19.
- Gore A. (1993): *Mérlegen a Föld. Ökológia és az emberi lélek.* Föld Napja Alapítvány, Budapest.
- Korten C. D. (1996): *Tőkés társaságok világhuralma.* Kapu Kiadó, Budapest.
- Korten C. D. (2009): *Gyilkos vagy humánus gazdaság?* Kairosz Kiadó, Budapest.
- Kulcsár Zsuzsanna (szerk.) (2003): *Bhután. Világjárók lexikona.* Reader's Digest Kiadó Kft., Budapest.
- *Merjünk jobb életet! Better Life Index és a GDP.* Elérhető: <http://lelkesen.wordpress.com/2012/12/09/> Letöltés: 2013.06.19.
- Palmer, J. (1998): *Világjárók lexikona.* Reader's Digest Kiadó Kft., Budapest.
- Perkins J. (2006): *Egy gazdasági bérgyilkos vallomása.* Ráció Kiadó, Budapest.
- Stiglitz E. J. – Sen A. – Fitoussi J. (2010): *A bizottság jelentése a gazdasági teljesítmény és a társadalmi fejlődés méréséről.* Statisztikai Szemle. 3. sz.
- Szigeti Cecília (2012): *Alternatív mutatók, jólét és fenntarthatóság Magyarországon.* Polgári Szemle. 3-6. sz.

ENGLISH ABSTRACT

The subjects of this essay are definition, limits and critique of GDP. At the same time it presents the reasons and goals of creating of Stiglitz Committee, sketches 12 suggestions developed by the Committee. Among the alternative indexes elaborated for measurement of GDP, this essay gives detailed analyses of Better Life Index (BLI) and Human Development Index (HDI). Regarding welfare and sustainable development realised at the same time, the essay analyses the practice of Bhutan Kingdom and initiative of Germany. Conclusion is that the suggestions of the Stiglitz Committee are very correct and well-established, but every document worth as much as it realised in practice.

Az ellátási lánc menedzsment problémái az élelmiszeripari és -kereskedelmi KKV-k működésében



Több nemzetközi kutatás foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy milyen hatást gyakorol a kis- és középvállalkozások működésére a hálózatokban és az ellátási láncokban való részvétel. A kutatások jó része a szívasos rendszerekre való átállás költség- és időmegtakarításával, illetve a készletcsökkentési lehetőségekkel foglalkozik.

A cikk az ellátási láncok menedzseléséből származó nehézségek és potenciális előnyök összetett kapcsolatrendszerét mutatja be. Az elméleti áttekintést nemzetközi kutatási eredményekre alapozzuk. Saját vizsgálatunkban 196, az élelmiszeriparban és élelmiszer-kereskedelemben működő hazai kis- és középvállalkozás egy-egy stratégiai vezetőjét kérdeztük meg interjú módszerrel. Kutatásunk központi témája, hogy mennyire képesek ezek a vállalatok megfelelni az ellátási láncok versenyé követelményeinek (alkalmaznak-e korszerű ellátási láncbeli módszereket, mekkora a bizalom szintje a vevőik és a szállítóik vonatkozásában, milyen mértékű a kölcsönös haszonnal kecsegtető - információmegosztási hajlandóság, melyek az együttműködés területei, mekkora az együttműködés szorossága stb.). Az eredmények újszerűek, ui. tudomásunk szerint ez az első ilyen irányú kutatás ebben az iparágban. Tanulmányunk hazai kutatásunk eredményeit összeveti a németországi KKV-k körében végzett - jelenleg is zajló - kutatás részeredményeivel.

BEVEZETÉS

Az elmúlt években egyre hangsúlyosabbá váló időalapú verseny felértékelte az ellátási lánc menedzsment szemléletet, illetve a vállalatok közötti együttműködés jelentőségét. Az ellátási láncok versenyében a vállalatok határok részben elmosódnak, az anyag-, az információ- és a pénzáramlás zökkenőmentesebbé válhat, a vállalatok pedig közelebb kerülhetnek

[1] Egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem (szegedi.zoltan@sze.hu).

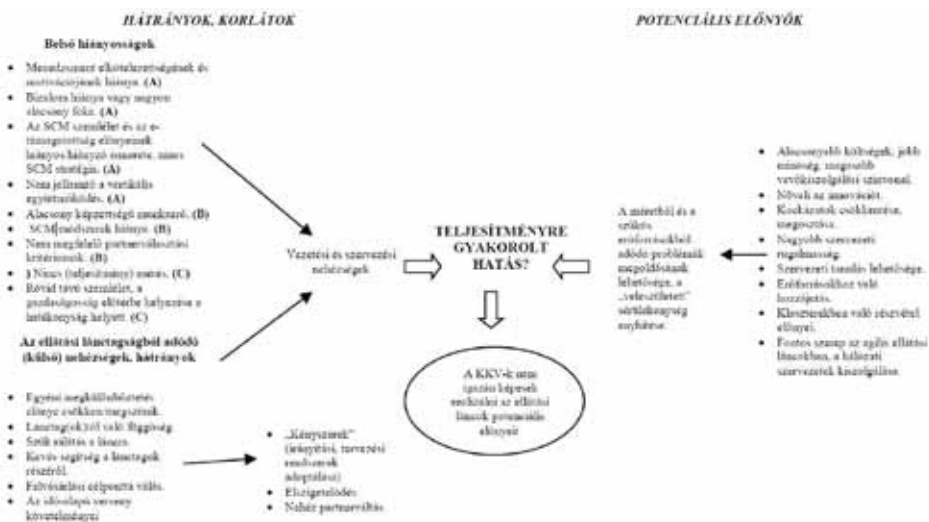
[2] PhD, Finance coordinator, British International School Budapest (morvai.robert@freemail.hu).

vevőikhez és beszállítóikhoz egyaránt. Az ellátási láncok kialakulása számos potenciális előnyt rejt magában a kis- és közepes vállalkozások számára, ugyanakkor komoly problémát jelent a szervezetek közötti kapcsolatok kialakítása és működtetése. A láncok működésének (akár két vagy három vállalat kooperációjának) addicionális hatékonyságát nehéz objektíven mérni. Tanulmányunk szakirodalmi háttérnek vizsgálata során az ellátási lánc menedzsment és a KKV-k összetett kapcsolatrendszerének bemutatására fektettük a hangsúlyt.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A kiterjedt ellátási láncokat vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a kis- és középvállalkozások jellemzően nyersanyagbeszállítóként, alapanyag/alkatrészbeszállítóként, kereskedőként vagy a késztermékek elosztóiként (disztribútorok) veszik ki részüket az ellátási láncbéli folyamatokból.^[3] Számos kutatás foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy a kis- és középvállalkozások működésére, teljesítményére milyen hatást gyakorol az ellátási lánc menedzsment. A kettő kapcsolatrendszerét az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra: A KKV-k és az ellátási lánc menedzsment kapcsolata



Forrás: saját szerkesztés.

[3] Sabbaghi, A. - Vaidyanathan, G. (2005): *Small to Medium Size Enterprises and Supply Chain Strategies*. <http://www.docstoc.com/docs/20134026/Small-to-Medium-Size-Enterprises-and-Supply-Chain-Strategies>. Letöltés dátuma: 2010. 04. 04. 1-9.

A kapcsolatrendszer felvázolásához összegyűjtöttük a KKV szektor szereplőire jellemző belső vállalati problémákat, az ellátási lánctagságból adódó (általunk külsőnek nevezett) nehézségeket, valamint az ellátási láncok nyújtotta potenciális előnyöket.

Az alábbiakban bemutatjuk az ellátási lánc menedzsment szempontjából általunk legfontosabbnak tartott belső hiányosságokat. Ezeket három csoportba soroltuk:

- A.) stratégiai hiányosságok,
- B.) operatív vezetési (pl. folyamatszervezési) módszerbeli hiányosságok,
- C.) mérési hiányosságok (ezt a tényezőt külön kiemelve a folyamatszervezési hiányosságokból).

Az 1. ábra egyes tényezőinek „indoklására” empirikus felméréseken nyugvó kutatások szakirodalmi áttekintését végeztük el. Az alábbiakban ezeket ismertetjük.

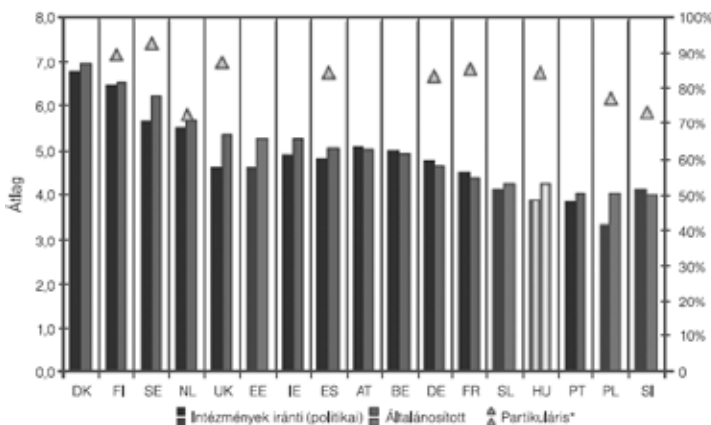
1. Az ellátási lánc menedzsmenthiányosságainak szakirodalmi áttekintése

Belső hiányosságok. A belső hiányosságok közül elsősorban a stratégiai hiányosságok azok, amelyek a hatékony ellátási láncbeli partnerkapcsolatok kialakításának akadályát képezik. Ezek a következők:

- A1. A menedzsment elkötelezettségének és motivációjának hiánya az ellátási láncbeli együttműködések iránt.
- A2. A bizalom hiánya vagy nagyon alacsony foka. A bizalom ellátási lánc menedzsmentben betöltött növekvő jelentősége miatt ehelyütt több korábbi empirikus kutatási eredményt ismertetünk. A bizalom megítélését a potenciális partnereket illetően a vállalatok és azok tagjainak szociális hálói irányítják. A magyar társadalomban bekövetkezett törések (világháborúk, forradalmak, rendszerváltás) következtében a társadalmi struktúrák gyakran változtak. Mindezek következtében alacsony szinten vannak a hosszú távú társadalmi kapcsolatok, az információcsere, a társadalmi interakciók, a társadalmi tőke. A történelmi kontextusnak köszönhetően hazánkban más a vállalati kapcsolatokhoz való hozzáállás (nagyobb a bizalmatlanság, 2. ábra). Ez pedig alapvetően meghatározza a partnerkapcsolatok hatékonyságát, élettartamát.^[4]

[4] Szegedi Z. (2012): *Ellátási lánc-menedzsment - Elmélet és gyakorlat*. Kossuth Kiadó, Budapest. 160-162.

2. ábra: A bizalom szintje néhány európai országban



Forrás: Giczi-Sik.^[5]

A hazai KKV szektorra jellemző bizalmatlanságot gyakorlati tapasztalataink is megerősítik, a vállalatok bizalom hiányában több esetben nem voltak hajlandók kitölteni kérdőívünket.

A magas fokú bizalmon alapuló vállalkozói kapcsolatok számos előnyt hordozhatnak. Murray és Kotabe^[6] a bizalom mértéke és az együttműködésben részt vevő vállalatok teljesítménye és versenyképessége között mutattak ki pozitív kapcsolatot. Azt is megállapították, hogy a bizalom magas foka mellett a vállalatok hajlandók saját stratégiai céljaikon is változtatni a közös célkitűzések megvalósítása érdekében. Cullen et al.,^[7] illetve Nyaga et al.^[8] kutatási eredményei szintén a bizalom vállalati teljesítményre, illetve a partnerkapcsolatba vetett elkötelezettségre gyakorolt pozitív hatásáról számolnak be.

Handfield és Bechtel^[9] beszállító-vevő kapcsolatokat vizsgálva megállapították, hogy a lánc tagok közötti bizalom fokozódásával javul a lánc reagálóképessége: minél magasabb a beszállító-vevő kapcsolatban a bizalom foka, a beszállítók annál gyorsabban képesek reagálni a vevői igényekre.

[5] Giczi J. – Sik E. (2009): *Bizalom, társadalmi tőke, intézményi kötődés*. Tárci Európai Társadalmi Jelentés. 67.

[6] Murray, J. Y. – Kotabe, M. (2005): *Performance Implications of Strategic Fit Between Alliance Attributes and Alliance Forms*. Journal of Business Research. 58. 1525-1533.

[7] Cullen, J. B. – Johnson, J. L. – Sakano, T. (2000): *Success Through Commitment and Trust: The Soft Side of Strategic Alliance Management*. Journal of World Business. 35/3. 223-240.

[8] Nyaga, N. G. – Whipple, M. J. – Lynch, F. D. (2010): *Examining supply chain relationships: Do buyer and supplier perspectives on collaborative relationships differ?* Journal of Operations Management. 28. 101-114.

[9] Handfield, B. R. – Bechtel, C. (2002): *The role of trust and relationship structure in improving supply*. Industrial Marketing Management. 31. 2002. 367-382.

Panayides és Lun^[10] kutatásaik során gyártók és beszállítók kapcsolatát vizsgálták, és bebizonyították, hogy minél magasabb a gyártók beszállítóikba vetett bizalma, annál magasabb a gyártó-beszállító kapcsolatokban az innovációs hajlandóság.

Mentzger et al.^[11] empirikus kutatásai igazolták, hogy erőteljes pozitív kapcsolat mutatható ki a bizalom foka és a stratégiai szövetségben való együttműködésre való hajlandóság között.

A bizalom mértéke eltérő lehet a mikro-, illetve a kis- és középvállalkozások esetén. Például Redondo és Fierro^[12] kutatásaik során igazolták, hogy a mikrovállalkozásoknál a bizalom és a partnerkapcsolatok iránti elkötelezettség erősebb és nagyobb szerepet játszik, mint a kis- és közepes vállalkozásoknál.

Ugyanakkor Sodhi és Son^[13] szerint a partnerkapcsolatok teljesítményét rövid és hosszú más-más tényező határozzák meg. Empirikus kutatásaik során igazolták, hogy a bizalom döntően a működési (rövid távú) teljesítményre gyakorol hatást, a stratégiai (hosszú távú) teljesítmény kialakulásában már kevésbé játszik szerepet.

A bizalom rendkívül nehezen mérhető, „szoft” partnerkapcsolati tényező. A fent bemutatott eredmények szinte mindegyike azt feltételezi, hogy minél magasabb a bizalom foka, annál kedvezőbb hatást gyakorol az együttműködésre. Noha a kellően szoros bizalmon alapuló ellátási láncbeli együttműködés számos előnyt hordoz magában, véleményünk szerint a bizalom fokának is (hasonlóan a folyamatok sebességének, idejének, lásd MVT) van egy határértéke, amin túl a vállalat már túlságosan sérülékennyé, a partnerének kiszolgáltatottá válhat.

- A.3. Az SCM szemlélet és az e-támogatottság előnyeinek hiányos/hiányzó ismerete. Általában nincs ellátási lánc menedzsment stratégia, az ellátási lánc menedzsmentet nem stratégiai eszközként kezelik a kis- és középvállalkozások. Quale^[14] szerint az ellátási lánc menedzsment a legtöbb KKV szektorbeli vállalkozásnál meg sem jelenik az üzleti tervben. Továbbá Szegedi^[15] vizsgálatai szerint a kis- és középvállalkozásoknál a logisztikai funkció a legtöbb esetben középvezetői szinten jelenik meg a szervezetben belül, illetve nagyon kevés esetben fordul elő, hogy önálló menedzsment funkcióként kezelik.
- A.4. Nem jellemző a vertikális együttműködés.

[10] Panayides, M. P. – Lu, Y. H. V. (2009): *The impact of trust on innovativeness and supply chain performance*. Int. J. Production Economics. 122. 35–46.

[11] Mentzger, T. J. – Min, S. – Zacharia, G. Z. (2000): *The Nature of Interfirm Partnering in Supply Chain Management*. Journal of Retailing. Vol. 76(4). 549–568.

[12] Redondo, Y. P. – Cambra Fierro, J. J. (2007): *Importance of company size in long-term orientation of supply function: An empirical research*. Journal of Business and Industrial Marketing. 22(4). 236–248.

[13] Sodhi, M. S. – Son, B. G. (2009): *Supply-chain Partnership Performance*. Transportation Research Part E. 45. 937–945.

[14] Quayle, M. (2000): *Supplier development for UK small firms and medium-sized enterprises*. Journal of Applied Management Studies. 9(1). 117–133.

[15] Szegedi Z. (2008): *Logistics in Small and Medium Companies in Central and Eastern Europe*. Int. J. Procurement Management. Vol. 1. No. 3. 359–370.

A belső problémák második csoportjába a logisztikai tudás és módszerbeli hiányosságokat soroljuk. Ilyenek lehetnek:

- B.1. Alacsony képzettségű munkaerő, az ellátási láncbéli, valamint logisztikai ismeretek hiánya. Gyakorlati tapasztalataink alátámasztják a vonatkozó nemzetközi szakirodalmi eredményeket, ugyanis az általunk felkeresett vállalatoknál ritkán volt lehetőségünk a logisztika, vagy az ellátási lánc menedzsment területén jártas szakemberrel interjút készíteni.
- B.2. A KKV-k nem igazán ismerik az ellátási láncbéli módszerek jelentőségét, ahol megvan a kellő ismeret, ott lassan vezetik be. Nyhuis és Hasenfuss^[16] német KKV-kat és partnereiket vizsgálták, s azt állapították meg, hogy meglehetősen alacsony a korszerű SCM módszerek (QR, CR, ECR, VMI stb.) alkalmazása a kis- és középvállalkozások körében. A felsorolt módszerek valamelyikét a megkérdezett vállalatoknak mindössze 20-25%-a alkalmazta.
- B.3. Helytelen partnerválasztási kritériumok alkalmazása, amelynek középpontjában az egyszerű és gyors alkalmazkodás áll (rövidtávú szemlélet), a hosszabb távú, átfogóbb partnerkapcsolatra való törekvés helyett.

A mérési hiányosságokat jelentőségük miatt – kiemelve a folyamatszervezési hiányosságokból – külön csoportként kezeljük. Ide sorolható:

- C.1. Nincs logisztikai (teljesítmény- és egyéb) mérés. Goh^[17] vizsgálatai szerint a KKV-k töredéke helyez hangsúlyt a vevői igények mérésére, illetve a vevői információk elemzésére, noha többségük jelentős vevői bázissal rendelkezik (vevőik nagy része például weben keresztül vásárol). Továbbá a KKV-k egyik legnagyobb problémája, hogy figyelmen kívül hagyják a beszállítói minősítését, fejlesztését.
- C.2. Rövid távú szemlélet, a gazdaságosság előtérbe helyezése a hatékonyság helyett. Kumaran és Ganesan^[18] kutatásai szerint ennek a következményei lehetnek a gyenge minőségű termékek, késői kiszállítások, készletezési problémák és jelentős eltérések a valós kereslet és az előrejelzések között.

A fent felsorolt sajátosságokat támasztják alá Calipinar^[19] kutatásai, miszerint az ellátási lánc menedzsment alkalmazásának problémái, nehézségei a KKV-k esetében a következők: képességbeli hiányok a beszállítói és a vevői

[16] Nyhuis, P. – Hasenfuss, K. (2006): Supply Chain Management in Small and Medium-sized Enterprises. International Federation for Information Processing (IFIP). Vol. 207. In: Wang, K.-Kovacs, G. – Wozny, M. – Fang, M. (eds.): *Knowledge Enterprise: Intelligent Strategies in Product Design, Manufacturing, and Management*. Springer, Boston. 386-392.

[17] Goh, M. (2002): *Issues Facing Asian SMEs and their Supply Chains*. Asian Cases on Supply Chain Management on SME. Asian Productivity Organization, Tokyo. 35-52.

[18] Kumaran, L. A. – Ganesan, R. (2011): *Influence of E-Business in SME's Supply Chain Management: A Status Review*. European Journal of Social Sciences. Vol. 23. No. 3. 493-501.

[19] Calipinar, H. (2007): *A Theoretical Model Proposal in Supply Chain Management for Turkish SMEs*. Problems and Perspectives in Management. Vol. 5. Issue 2. 1-9.

menedzsment területén, távolságtartó hozzáállás, alacsony fokú együttműködési hajlandóság mind vevői, mind szállítói oldalon, az információs technológiába történő beruházások hiánya vagy nagyon alacsony foka. Boumediene és Kawalek^[20] számos tényezőt vizsgáltak, többek közt, hogy mi befolyásolja a KKV-k hajlandóságát az információs technológiákba történő beruházásokra. Kutatásaik szerint a legfontosabb tényezők a (felső) vezetés elkötelezettsége, a szervezeti felkészültség és a vállalati méret. Az első kettő vonatkozásában a KKV-knál gyakran jelentős lemaradás tapasztalható.

„Külső” nehézségek. A belső hiányosságok mellett a kis- és középvállalkozásoknak számos egyéb nehézséggel kell szembenézniük, amelyek ellátási láncbéli tagságukból fakadnak. Például az ellátási hálózatbéli tagságból eredő összetett kapcsolatrendszer növelheti a vállalati folyamatok számát, bonyolultsági fokát, az együttműködések pedig csökkentik az egyéni megkülönböztetésből származó előnyöket.^[21] A kis- és középvállalkozások méretükből és alárendelt pozíciójuknál fogva nem látják át a teljes ellátási láncot, hanem annak csak egy kis szakaszát. A kis- és középvállalkozások egyik legnagyobb problémája a „veleszületett” sérülékenység, miszerint ellátási láncbéli partnereikre vannak utalva. Ugyanakkor Harland^[22] szerint általában alacsony fokú segítségnyújtás tapasztalható a nagyobb lánctagok részéről.

A nagyobb vállalatokkal kialakított szorosabb kapcsolat is hordozhat hátrányokat a KKV-k számára. Abban az esetben, ha egy ellátási lánc sikeresen működik, az adott kisvállalkozás a nagyvállalat felvásárlás célpontjává válhat. Ez nem feltétlenül jelent rosszat az adott kisvállalkozás számára, viszont ha nem sikerül megegyezni, a nagyvállalat erőfölényének köszönhetően más potenciális vevők előtt kevésbé értékesnek tűntetheti fel az adott céget. Következésképpen alacsonyabb áron kelhet el a vállalat. Másfelől a kapcsolat szorosabbra fűzése eseténként egyfajta kényszer lehet, amennyiben a nagyvállalat partnerváltással fenyegetőzik az esetleges tiltakozás ellen. A nagyvállalat így méginkább kihasználhatja partnere erősségeit, nem beszélve arról, hogy a kisvállalatok számára a partnerváltás egyébként is nehezebb a nagyokhoz képest.

Mindezekon túl a kis- és középvállalkozások gyakran kerülnek szembe azzal a helyzettel, hogy domináns partnereik „nyomására” új tervezési vagy irányítási rendszert kell(ene) bevezetniük.^[23] A KKV szektorba tartozó szállítók világszerte arra kényszerülnek, hogy ellátási láncbéli megrendelőik

[20] Boumediene, R - Kawalek, P. (2008): *Predicting SMEs Willingness to Adopt ERP, CRM, SCM & E-Procurement Systems*. ECIS 2008 Proceedings, Paper 115. 214-227.

[21] Li, S. - Ragu-Nathan, B. - Ragu-Nathan, T. S. - Rao, S. S. (2006): *The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance*. Omega - The International Journal of Management. 34. 107-124.

[22] Harland, C. M. - Caldwell, N. D. - Powell, P. - Zheng, J. (2007): *Barriers to supply chain information integration: SMEs adrift of eLands*. Journal of Operations Management. 25. 1234-1254.

[23] Hvolby, H. H. - Trienekens, J. (2002): *Supply Chain Planning Opportunities for Small and Medium Sized Companies*. Computers in Industry. 49. 3-8.

információs rendszeréhez kapcsolódjanak. A Wal-Mart – mely az EDI használatában az élen jár – kiterjesztette alkalmazását a világ különböző pontjain elhelyezkedő beszállítóira, s így biztosította, hogy a saját közvetlen hálózatán kommunikáljon közel az összes beszállítójával.^[24] Véleményünk szerint ez azonban nem feltétlenül jelent hátrányt, hiszen a kezdetben általában jelentős beruházást igényelő IKT eszközök hosszú távon a vállalati működés és eredményesség javulását eredményezik.

Wynarczyk és Watson^[25] szerint a KKV-k teljesítményét általában növeli a nagyobb vállalatokkal kialakított együttműködés, ugyanakkor néhány vállalatot ez a kényelmes, bizalmi (esetenként túlságosan szoros) partnerkapcsolat elvág a külső piaci történésektől. Ez információhiányhoz és gyengébb alkupozícióhoz vezethet, ami a hatalmi viszonyokat még inkább a nagyobb vállalat javára változtatja.

Az eddig felsorolt „külső” nehézségeken túlmenően a kis- és középvállalkozásoknak a nagyobb vállalkozásokhoz képest nagyobb kihívást jelent az időalapú verseny követelményeinek való megfelelés (ugyanakkor a nagyvállalatokkal együttműködve előnyöket is realizálhatnak, lásd 2.2. alfejezet). A korábban bemutatott belső hiányosságok következtében a KKV-k többsége gyakran azzal sincs tisztában, hogy milyen típusú ellátási láncban tevékenykedik. Blackburn^[26] az idő vonatkozásában az ellátási láncok két típusát különbözteti meg: „érzékeny” (időalapú) és (költség)hatékony ellátási lánc. A funkcionális termékek ellátási láncai lehetnek költséghatékonyak. A funkcionális termékek előre jelezhető kereslettel, hosszú életciklussal és alacsony időhatárértékkel (MVT) jellemezhetők. Az időalapú ellátási lánc az innovatív termékek esetén versenyképes, amelyekre a változó kereslet és a rövid életciklus jellemző. Ezek a termékek időérzékenyek, magas az idő-határértékük. A magas időhatárértékű termékeknél az ellátási lánc középpontjában a reagálóképességnek, a gyorsaságnak kell állnia, míg az alacsony időhatárértékkel jellemezhető termékeknél a költséghatékonyság fontosabb, mint a sebesség. A KKV-k azonban, az ellátási lánc típusától függetlenül, általában a költségek alacsonyan tartását tartják szem előtt.

Az idő határértéke szektoronként eltérő lehet. Az általunk vizsgált szektor (FMCG/Food) sajátosságai még inkább megnehezítik a kis- és középvállalkozások helyzetét, ugyanis az ellátási láncok mentén többségében romlandó termékek áramlanak, amelyek igen érzékenyek a hőmérsékletre és a páratartalomra is. A romlandó áruk időhatárértéke nem állandó az ellátási lánc mentén.

[24] Grean, M. – Shaw, M. J. (2000): *Supply-Chain Integration through Information Sharing: Channel Partnership between Wal-Mart and Procter & Gamble*. http://citebm.business.illinois.edu/IT_cases/Graen-Shaw-PG.pdf., Letöltés dátuma: 2010. 04. 04. 1–21.

[25] Wynarczyk, P. – Watson, R. (2005): *Firm Growth and Supply Chain Partnerships: An Empirical Analysis of U.K. SME Subcontractors*. *Small Business Economics*. 24. 2005. 39–51.

[26] Blackburn, J. D. (2012): *The Value of Time (and the Value of Waste): Time-based Supply Chain Design*. *Pannon Management Review*. Vol. 1. Issue 1. December. 49–65.

2. Az ellátási lánc menedzseléséből származó előnyök szakirodalmi megjelenése

A fent felsorolt belső és külső nehézségek komoly szervezési és vezetési problémák elé állítják a KKV-kat. Ugyanakkor az ellátási lánc szemlélet megvalósítása számos potenciális előnyt hordoz magában, amelyek realizálása kitörési lehetőséget jelenthet a KKV szektor tagjaira általánosságban jellemző hátrányos versenyhelyzetből (lásd 1. ábra). A következőkben azokat a legfontosabb előnyöket mutatjuk be, amelyeket nemzetközi felmérések szerint az ellátási lánc menedzsment szemlélet alkalmazásával a kis- és középvállalkozások elérhetnek.

Gélinas és Bigras^[27] szerint az ellátási lánctagokkal való együttműködés számos előnyt nyújthat a kis- és középvállalkozások számára a minőség, a költségek, a vevőkiszolgálási színvonal emelése, illetve a kockázatok csökkentésének vonatkozásában. Beekman és Robinson^[28] szerint az ellátási lánc menedzsment a kis- és középvállalkozások számára a következő fontosabb előnyöket biztosítja: központosított döntéshozatal, magasabb szervezeti rugalmasság, nagyobb teret biztosít a vevőkiszolgálásra és a vállalati növekedésre való koncentrálásra, lehetőséget teremt bizonyos erőforrásokhoz való hozzájutásra és a szervezeti tanulásra.

A hálózati szervezetek (például Zara, Benetton stb.) megjelenése nagy jelentőséget tulajdonít az ellátási lánc menedzsmentnek és egyben teret nyit a kis- és középvállalkozásoknak mint alvállalkozóknak. Az alvállalkozói szerződéses kapcsolatok hosszú távú együttműködésen, a munkaintenzív tevékenységek KKV-knak történő kiszervezésén és a multinacionális vállalatok részéről erőteljes felügyeleten alapulnak. Mindez növeli a láncok hatékonyságát és rugalmasságát, beleértve ebbe a kis- és középvállalkozások működését is. Hasonlóan vélekedik Goh is, aki szerint a kis- és középvállalkozások meghatározó szerepet játszhatnak az agilis ellátási láncokban, mert méretükből kifolyólag rugalmasabban reagálhatnak a gyorsan változó fogyasztói igényekre.

Chiarvesio és Di Maria,^[29] illetve Belso-Martínez^[30] szerint a klaszterekben történő működés a KKV-k számára lehetőséget teremt a lánctagokkal történő szorosabb együttműködésre, a tudás és tapasztalatok megosztásából származó előnyök realizálására, illetve olyan piacok elérésére, amelyeket egyedül nem lennének képesek kiszolgálni. Didonet^[31] kutatásai során igazolta, hogy

[27] Gélinas, R. – Bigras, Y. (2004): *The characteristics and features of SMEs: Favorable or unfavorable to logistics integration*. Journal of Small Business Management. 42(3). 263–278.

[28] Beekman, A. V. – Robinson, R. B. (2004): *Supplier partnerships and the small, high-growth firm: Selecting for success*. Journal of Small Business Management. 42(1). 59–77.

[29] Chiarvesio, M. – Di Maria, E. (2009): *Internationalization of Supply Networks Inside and Outside Clusters*. International Journal of Operations & Production Management. 29(11). 1186–1207.

[30] Belso-Martínez, J. A. (2006): *Do Industrial Districts Influence Export Performance and Export Intensity? Evidence for Spanish SMEs Internationalization Process*. European Planning Studies, 14(6). 791–890.

[31] Didonet, S. (2011): *Perspectives of SMEs Within and Outside of Clusters: A Comparison between Supply Chain Management Strategies and Performance*. The 56th Annual ICSB World Conference, Stockholm, 15-18 June 2011. 340–369.

a klaszterekben részt vevő kis- és középvállalkozások sokkal inkább nyitottak a lánctagokkal való szorosabb együttműködésre, továbbá a klaszterekben való részvétel elősegíti a különböző SCM módszerek adaptálását és alkalmazását.

Összességében elmondható, hogy az ellátási lánc menedzsment szemlélet alkalmazása, azaz a lánctagokkal való együttműködés elviekben hozzájárulhat a mérethez és a szűkös erőforrásokból adódó problémák hatékony kezeléséhez, illetve a KKV-kra jellemző „veleszületett” sérülékenységek enyhítéséhez. Ugyanakkor a gyakorlati kutatási eredmények igencsak ellentmondásos képet mutatnak.

McDowell et al.^[32] szerint szoros kapcsolat mutatható ki a KKV-k által létesített hosszú távú kapcsolatok és a működés időtartama között. Harris et al.^[33] kutatásukkal igazolták, hogy pozitív kapcsolat mutatható ki a KKV-k vevők iránti bizalmának mértéke és teljesítményük között. Wyncarczyk és Watson is pozitív kapcsolatot találtak a KKV-k teljesítménye és a szoros partnerkapcsolatok megléte között, amikor az Egyesült Királyságban működő KKV szektor szereplőit vizsgálták: azok a vállalatok, amelyek az ellátási láncok többi tagjával szoros partnerkapcsolatot alakítottak ki (előtérbe helyezve a teljes lánc eredményességét), lényegesen magasabb növekedési rátákkal rendelkeztek. Robson és Bennett^[34] vizsgálataik során pozitív kapcsolatot találtak a kis- és középvállalkozások beszállítókkal való együttműködésének foka és a KKV-k teljesítménye között, ugyanakkor nem találtak szignifikáns kapcsolatot a vevőkkel való együttműködés, illetve a horizontális együttműködés esetében.

Söderberg és Bengtsson^[35] svéd kis- és középvállalkozásoknál az ellátási lánc menedzsment érettség (SCMM: Supply Chain Management Maturity) foka és a vállalati teljesítmény kapcsolatát vizsgálták. Az SCM érettséget illetően öt kategóriát határoztak meg: „ad hoc” (Ad hoc), „kezdetleges” (Defined), „partnerorientált” (Linked), „integrált” (Integrated) és „kiterjesztett” (Extended). Az „ad hoc” érettségi szintnél az ellátási lánc funkciói nem rendezettek. A feladatok és a szervezeti struktúra nem illeszkedik a vertikális ellátási láncbeli folyamatokhoz. Jellemző a kompetenciák hiánya, a siker általában az egyéni „hőstetteknek” köszönhető. A „kiterjesztett” állapotnál az ellátási lánc, vagy annak egy része gyakorlatilag egy csapatként működik közös folyamatokkal, célokkal és széles hatáskörrel.

Empirikus vizsgálataik során megállapították, hogy erős pozitív kapcsolat mutatható ki az ellátási lánc menedzsment „érettség” és a vállalati

[32] McDowell, C. W. – Harris, L. M. – Gibson, G. S. (2010): *The Role of Trust and Dependence in Small Business Performance: Does Size Matter?*. USASBE 2010 Proceedings. 937–950.

[33] Harris, L. M. – McDowell, C. W. – Gibson, G. S. – Cooke, N. B. (2011): *SMEs and Performance, The Role of Trust and Dependence in the Supply Chain*. USASBE 2011 Proceedings. 887–898.

[34] Robson, J. A. P. – Bennett, J. R. (2000): *SME Growth: The Relationship with Business Advice and External Collaboration*. Small Business Economics. 15. 193–208.

[35] Söderberg, L. – Lars Bengtsson, L. (2010): *Supply Chain Management Maturity and Performance in SMEs*. Operations Management Research. 3. 90–97.

teljesítmény között. Ugyanakkor Töyli et al.^[36] nem találtak kapcsolatot az ellátási lánc menedzsment érettség és a pénzügyi teljesítmény között, mivel a vizsgált vállalatok (424 db) többsége az SCM érettség igen alacsony fokán működött. Hasonlóan érvel Arend és Wisner^[37] is a KKV-kat illetően, miszerint azok nem megfelelően kezelik az ellátási lánc menedzsmentet, általában nincs ellátási lánc stratégiájuk, ha van, akkor az nem megfelelő, és többnyire nem saját elhatározásukból döntenek az ellátási láncbeli módszerek alkalmazása mellett. Következésképpen gyenge a harmónia a KKV-k és az ellátási lánc menedzsment között. Hasonló eredményre jutottak Wagner et al.,^[38] amikor Skóciában működő KKV-kat vizsgáltak. Vizsgálatuk eredményei szerint a kis- és középvállalkozások többsége még nem ismerte fel az ellátási lánc menedzsment koncepció jelentőségét, annak a vállalati működésre gyakorolt hatását, ha pedig fel is ismerték, nem sikerült megfelelően alkalmazniuk. A hazai szakirodalomban^[39] is hasonló véleményekkel találkozhatunk, miszerint az ellátási láncok többségét alkotó kis- és közepes méretű vállalkozások nem igazán tudják kihasználni a hatékony ellátási láncok potenciális előnyeit.

A fentiekre alapozva 2011-2012 folyamán egy – a magyar FMCG szektor kis- és középvállalataira kiterjedő – felmérést végeztünk. A komplex felmérés eredményeiből a cikk keretében főként a partnerkapcsolati előnyök és hátrányok alakulását, a bizalom problémáját, ill. a jövedelmezőség kérdését emeltük ki.

A KUTATÁS MÓDSZERTANA

Tanulmányunkban szekunder és primer adatokkal egyaránt dolgoztunk. A korábbi vizsgálatok tapasztalataira, valamint az ezekből levont következtetésekre alapozva kérdőíves megkérdezést végeztünk. Az adatfelvétel során a hazai KKV szektor élelmiszeripari kis- és középvállalataitól 196 darab, a német vállalatoktól 20 darab^[40] értékelhető kérdőív érkezett vissza. Vizsgálattunk az alábbi tevékenységi szektorokban működő vállalkozásokat öleli fel (TEÁOR számok szerinti bontás^[41]):

- 10: Élelmiszergyártás,
- 11: Italgártás,

[36] Töyli, J. – Häkkinen, L. – Ojala, L. – Naula, T. (2008): *Logistics and financial performance: an analysis of 424 Finnish small and medium-sized enterprises*. International Journal Physical Distribution & Logistics Management. 38. 57–80.

[37] Arend, R. J. – Wisner, J. D. (2005): *Small Business and Supply Chain Management: Is There a Fit?* Journal of Business Venturing. 20. 403–436.

[38] Wagner, B.A. – Fillis, I. – Johansson, U. (2003): *E-business and E-supply Strategy in Small and Medium-sized Businesses (SMEs)*. Supply Chain Management. 8. 3/4. ABI/INFORM Global. 343–354.

[39] Kerepeszki I. (2001): *A kis- és középvállalkozások helye az ellátási láncban*. Logisztikai Évkönyv. 75–79.

[40] A kérdőív lekérdezése a német KKV-k körében jelenleg is zajlik.

[41] A gazdasági tevékenységek osztályozása a 2008-as TEÁOR számok alapján történt.

- 12: Dohánytermék gyártása,
 463: Élelmiszer-, ital-, dohányáru nagykereskedelme,
 472: Élelmiszer-, ital-, dohányáru kiskereskedelme.

A kérdőívet kitöltő vállalatok egyharmada kisvállalat, kétharmaduk pedig a közepes méretű vállalkozások kategóriájába tartozik mind a magyar, mind a német minta esetében.

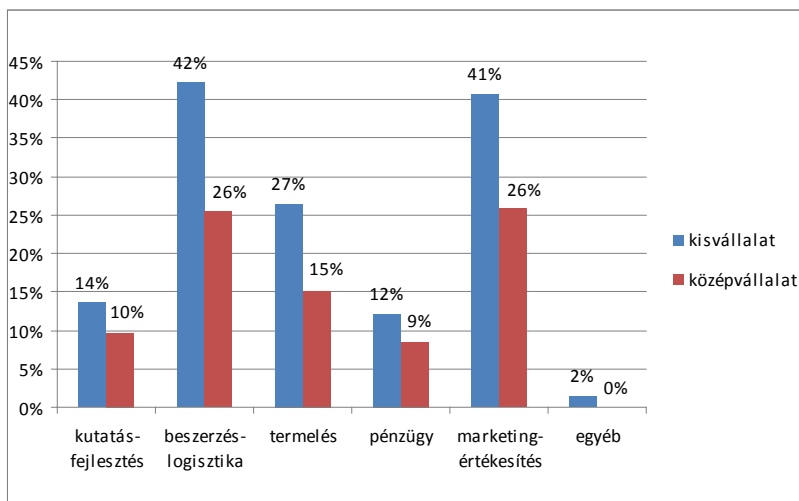
A primer adatforrások mellett szekunder adatokat is felhasználtunk hipotéziseink felállításához, amelyek igazolásához/elvetéséhez a varianciaanalízis módszerét alkalmaztuk. Szekunder adataink a mintában szereplő magyar vállalatok mérlegéből, eredménykimutatásából és kiegészítő mellékletéből származó információk, amelyeket felhasználva jövedelmezőségi mutatókat számoltunk.

EREDMÉNYEK^[42]

A vizsgálatunkban résztvevő kis- és középvállalkozások, valamint ellátási láncbéli partnereik között kialakult együttműködések döntően a beszerzés-logisztika és a marketing-értékesítés területekre terjednek ki, amely eredmény jól tükrözi a logisztikai folyamatok integrációs szükségességét. Előbbi választ 133, utóbbit 131 vállalat jelölte meg az együttműködés területeként. A 3. ábra a kis- és közepes méretű vállalkozások közötti különbségeket szemlélteti. Jól látható, hogy mindkét vállalatcsoport elsősorban a fent említett funkcionális területeken végez közös tevékenységet partnereivel. Ugyanakkor, míg a kisvállalatok valamivel több, mint 40%-a jelölte meg az említett tevékenységeket, addig a közepes méretűeknél ez az arány a vállalatok egynegyedére tehető. Általánosságban elmondható, hogy a kisvállalkozások több területen működnek együtt ellátási láncbéli partnereikkel, mint a középvállalatok, aminek az lehet az oka, hogy gyenge alkupozíciójuk miatt gyakran rákényszerülnek a dominánsabb csatornatagokkal való együttműködésre.

[42] A fejezetben a kutatási eredményeket bemutató ábrák elnevezésénél zárójelben feltüntettük a kérdőívünkben alkalmazott kérdés(ek) számát, amelyek a „Mellékletek” c. fejezetben találhatóak.

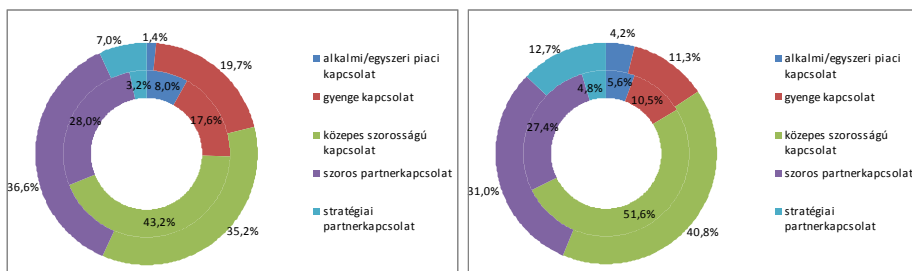
3. ábra: Az együttműködések funkcionális területei (1. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

Vizsgálatunk során kíváncsiak voltuk arra, mennyire szorosak a hazai élelmiszeripari KKV-k ellátási láncbeli partnerkapcsolatai beszállítói, illetve vevői oldalon. A beszállítói és a vevői oldal között lényeges különbség nem mutatható ki. Mind a beszállítói, mind a vevői oldalon a vállalatok a közepes szorosságú kapcsolatot jelölték meg a leggyakrabban (a beszállítói oldalon a válaszadók mintegy 40%-a, a vevői oldalon 47%-a adta ezt a választ). Noha viszonylag sok vállalat tartja szorosnak partnerkapcsolatát (beszállítói oldal 31%, vevői oldal 29%), a stratégiai partnerkapcsolatok igen ritkák a vizsgált vállalatok körében (beszállítói oldal 5%, vevői oldal 8%). A kis- és középvállalkozások összehasonlítását a 3. ábra szemlélteti. A középvállalatok által adott válaszok arányát mindkét esetben a külső körív mutatja, amely alapján kijelenthetjük, hogy a közepes méretű vállalkozásokat sokkal inkább jellemzi a szorosabb együttműködés, hiszen gyakrabban alakítanak ki stratégiai partnerkapcsolatokat, szorosabb vállalatközi együttműködési formákat. Ha összevetjük ezen eredményeket a 3. ábráról levont következtetésekkel, elmondhatjuk, hogy a kisvállalatok ugyan több funkcionális területen működnek együtt ellátási láncbeli partnereikkel, de ezek az együttműködési formák kevésbé szorosak, mint a középvállalatok esetében.

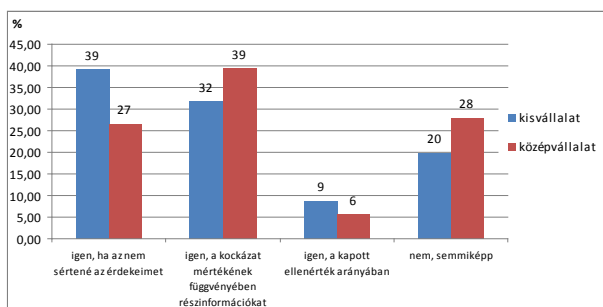
4. ábra: Az együttműködések szorossága beszállítói és vevői oldalon (2. és 3. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

A kapcsolódó szakirodalmi források szerint a hatékony ellátási lánc menedzsment egyik legfontosabb (ha nem a legfontosabb^[43]) feltétele az információk pontos, valós idejű megosztása az ellátási lánc mentén. A megkérdezésben résztvevő vállalatok kétharmada hajlandó lenne megosztani a birtokában lévő információkat, amennyiben az nem sértené az érdekeit, illetve részinformációkat a kockázat mértékének függvényében. Előbbi inkább a kisvállalatokat, utóbbi pedig inkább a középvállalatokat jellemzi (5. ábra). A vállalatok egynegyede bizalmatlan, és semmilyen körülmények között nem osztaná meg információit. A bizalmatlan vállalatok magas aránya egybevág egy korábbi szociológiai kutatás eredményeivel (Giczi – Sik), miszerint a bizalom foka igen alacsony hazánkban (összehasonlítva a többi nyugat-európai országgal), ami az ellátási láncok hatékonysága növelésének egyik legnagyobb akadálya. A bizalomhiány következtében a kisebb vállalatok nem hajlanak a információmegosztásra.

5. ábra: Információmegosztási hajlandóság a vizsgált vállalatok körében (4. kérdés)

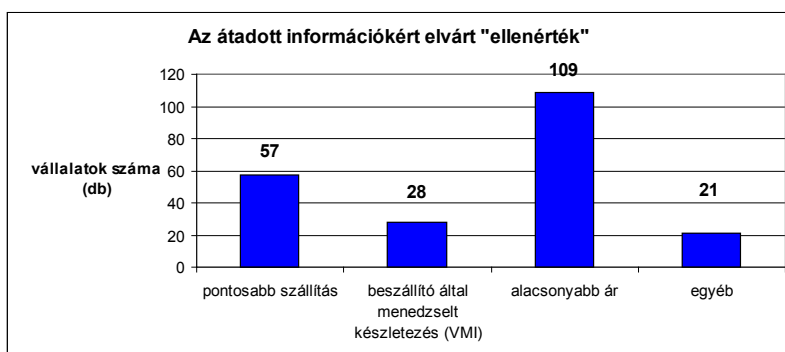


Forrás: saját szerkesztés.

[43] Egyes szerzők (Kumaran – Ganesan, 2011. i. m.) az információt tartják az ellátási lánc menedzsment legfontosabb erőforrásának.

Az információmegosztási hajlandóság megállapítása után arra voltunk kíváncsiak, hogy az átadott információkért cserébe milyen ellenértéket várnak el a vállalatok (6. ábra). A hazai FMCG/Food szektor kis- és középvállalatainak 56%-a alacsonyabb árat szeretne kapni az átadott információkért cserébe. Szembetűnő, hogy a vállalatoknak mindössze 14%-a jelölte meg a beszállító általi készletezést, noha általa szorosabbá válhat az együttműködés, csökkenthetők a készletszintek, s ezáltal a költségek is. A megadott válaszok mellett a KKV-k információt, valamint rugalmas, őszinte, hosszú távú partnerkapcsolatot szeretnének kapni a birtokukban lévő információért cserében. Az eredmények arra utalnak, hogy megvan a vállalatok körében a szorosabb együttműködés irányába való elmozdulás szándéka, de a bizalom megfelelő szintje nélkül ez nem megvalósítható.

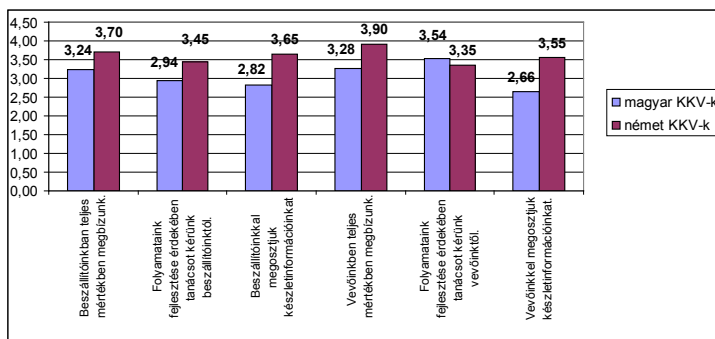
6. ábra: Az átadott információkért elvárt „ellenérték” (5. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

A 7. ábra a bizalom fokának méréséhez használt ismérveket mutatja be, amelyeket a vállalatok 1-től 5-ig értékelhettek (1 – egyáltalán nem jellemző vállalatunkra, 5 – határozottan igaz vállalatunkra). Az ábra a magyar és a német kis- és középvállalkozások válaszainak átlagértékeit szemlélteti. Jól látható, hogy a német vállalatok gyakorlatilag valamennyi szempont esetében magasabb értékeket adtak meg, vagyis jobban bíznak a partnereikben, ennek megfelelően jobban hajlanak például a készletinformációknak az ellátási lánc tagokkal való megosztására is (a legjelentősebb eltérés a készletinformációk megosztására vonatkozó állításonál tapasztalható).

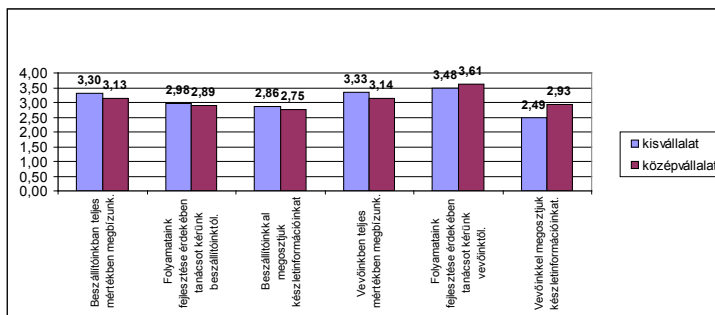
7. ábra: A bizalom foka a magyar és a német élelmiszeripari KKV-k esetében (6. és 7. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

A fenti ábrából azonban nem derül ki, hogy van-e esetleg különbség a kisvállalatok és a közepes méretkategóriába tartozó vállalatok között, ezért mind a magyar, mind a német mintát megvizsgáltuk külön a kis- és külön a közepes méretű vállalatokra vonatkozóan. A magyar KKV-k esetében különösen szembevetendő, hogy a vállalatok mennyire vonakodnak készletinformációik megosztásától, aminek egyik oka lehet, hogy a kisebb vállalatok gyakran vonakodnak a dominánsabb vállalatokkal való információmegosztástól, mert tartanak az alkuerejük gyengülésétől, az információk kiszivárgásától. Általában a birtokukban lévő információt tartják a legfontosabb „fegyvernek” a nagyobb, domináns lánc tagokkal szembeni érdekvédelemben. A magyar mintában szereplő kis- és középvállalkozások között nem mutatkozik túl nagy különbség, leszámítva a vevőkkel történő készletinformáció-megosztást (7. ábra).

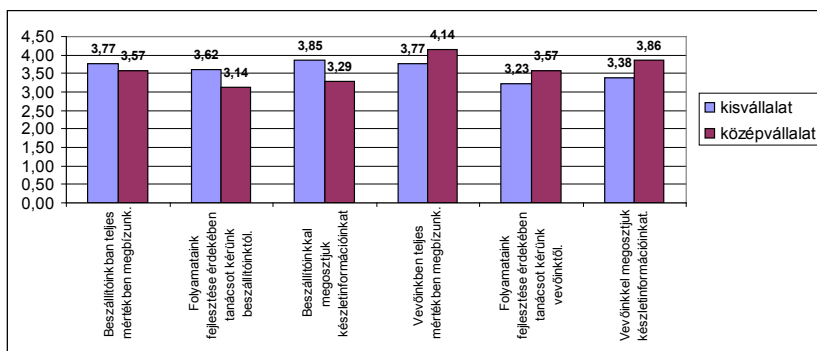
8. ábra: A bizalom mértéke a vizsgált vállalatok körében Magyarországon (6. és 7. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

A német KKV-k esetében láthatóan nagyobb az eltérés a kisvállalatok és a középvállalatok válaszai között (9. ábra). Amíg a kisvállalatok a beszállítói oldalon adtak magasabb értékeket, addig a középvállalatok a vevői oldalra vonatkozó állításokat értékelték magasabb pontszámokkal. Vagyis a kisvállalatok jobban bíznak beszállítóikban, és nagyobb hajlandóságot mutatnak a beszállítóikkal való készletinformációk megosztására, mint a vevőkkel való szorosabb együttműködésre. A középvállalatoknál ennek az ellenkezőjét tapasztalhatjuk: magasabb a bizalom a vevők irányába, mint a beszállítók irányába. Noha a magyarországi KKV-k esetében lényegesen kisebbek a különbségek a két méretkategória között, ugyanez a jelenség gyakorlatilag ott is tetten érhető.

9. ábra: A bizalom mértéke a vizsgált vállalatok körében Németországban (6. és 7. kérdés)

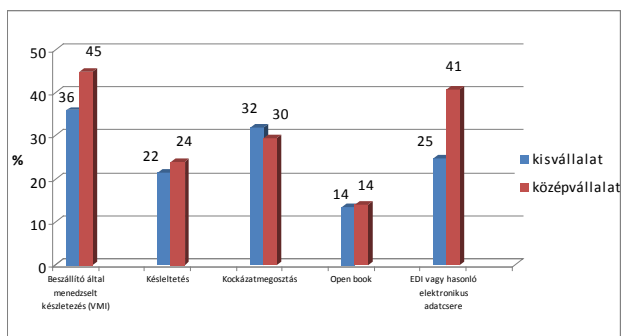


Forrás: saját szerkesztés.

Az eredmények megerősítik korábbi megállapításunkat, miszerint a magyar kis- és közepes méretű vállalatok körében igen alacsony a bizalom mértéke a beszállítók és a vevők irányába egyaránt.

Az FMCG/Food szektorban tevékenykedő kis- és középvállalkozások által (vevői és beszállítói oldalon) alkalmazott ellátási láncbéli módszereket a 10. és a 11. ábrák szemléltetik.

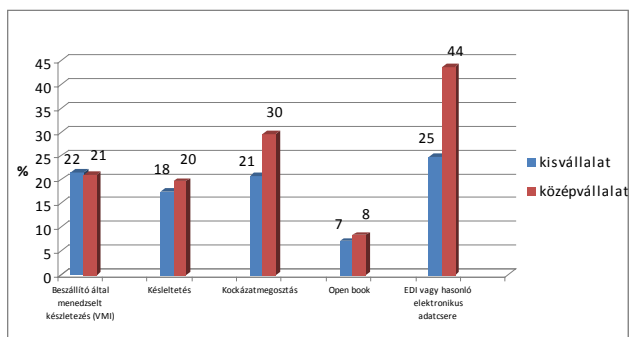
10. ábra: A vállalatok által alkalmazott ellátási láncbeli módszerek beszállítói oldalon (8. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

Beszállítói és vevői oldalon is tapasztalható, hogy a közepes méretű vállalkozások lényegesen gyakrabban élnek az elektronikus adatcsere (EDI) lehetőségével. További különbség a két méretkategória között, hogy a középvállalatoknak gyakrabban szállítanak be beszállítóik a VMI alkalmazásával, valamint gyakrabban osztják meg kockázataikat vevőikkel, mint a kisvállalatok.

11. ábra: A vállalatok által alkalmazott ellátási láncbeli módszerek vevői oldalon (8. kérdés)



Forrás: saját szerkesztés.

Kutatásunk során kíváncsiak voltunk arra, hogy eredményesebben működnek-e azok a kis- és középvállalkozások, amelyek alkalmaznak korszerű ellátási láncbeli módszereket. A kérdés megválaszolásához több hipotézist állítottunk fel, de jelen tanulmány terjedelmi korlátai miatt csak az alábbiak bemutatására térünk ki:

H₁: azok a vállalatok, amelyek beszállítói alkalmazzák a VMI-t, magasabb jövedelmezőségi mutatókkal rendelkeznek.

H₂: azok a vállalatok, amelyek VMI alkalmazása mellett szállítanak be vevőiknek, magasabb jövedelmezőségi mutatókat képesek elérni.

A kutatásunkban szerepelő vállalkozások jövedelmezőségét a ROA (eszköz-arányos nyereség) és a ROE (sajáttőke-arányos nyereség) mutatókkal mértük. A hipotéziseink igazolásához/elvetéséhez a varianciaanalízis módszerét alkalmaztuk. A vizsgálat első lépéseként kizártuk a negatív ROE, illetve ROA mutatókkal rendelkező vállalatokat, továbbá azokat, ahol extrém (kiugró) értékeket tapasztaltunk. Ennek eredményeként 158 (illetve a második vizsgálatnál 157) vállalatra vonatkozóan vizsgáltuk meg hipotéziseinket. A vizsgált függő változók (ROE, ROA) megfeleltek a varianciaanalízis feltételeinek (normál eloszlás, szóráshomogenitás).

A varianciaanalízis nullhipotézise alapján nincs különbség az egyes kezelési csoportok átlagai között. Az 1. táblázat szerint a beszállítói oldal vonatkozásában a nullhipotézist elfogadjuk. Ez azt jelenti, hogy az első hipotézisünket (H₁) elutasítjuk, azaz nincs szignifikáns különbség azon vállalatok jövedelmezőségi mutatói között, amelyek beszállítói VMI alkalmazásával, illetve anélkül szállítanak be. Ez a megállapítás igaz mindkét mutató esetében (ROE: 0,752>0,05, ROA: 0,659>0,05).

1. táblázat: A varianciaanalízis ANOVA-táblája

Beszállítói oldal						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ROE	Between Groups	,012	1	,012	,100	,752
	Within Groups	18,467	157	,118		
	Total	18,479	158			
ROA	Between Groups	,020	1	,020	,195	,659
	Within Groups	16,203	157	,103		
	Total	16,223	158			
Vevői oldal						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ROE	Between Groups	2,902	1	2,902	29,361	,000
	Within Groups	15,420	156	,099		
	Total	18,322	157			
ROA	Between Groups	2,437	1	2,437	27,826	,000
	Within Groups	13,663	156	,088		
	Total	16,100	157			

Forrás: saját számítás.

A második hipotézisünket (H_2) igazolták a varianciaanalízis eredményei (1. táblázat), miszerint azok a kis- és középvállalkozások, amelyek maguk menedzselik vevőik készleteit, jövedelmezőbbben képesek működni (hiszen mindkét vizsgált mutató esetében szignifikáns a különbség), szemben azokkal a szektorbeli vállalatokkal, amelyek nem alkalmazzák a beszállító általi készletezést.

A vizsgálatunkban szereplő élelmiszeripari kis- és középvállalkozások mintegy 20-40%-a él a beszállító által menedzselte készletezés lehetőségével, ugyanakkor azok a vállalatok, amelyek a vevői oldalon alkalmazzák a VMI-t, magasabb jövedelmezőségi mutatókkal rendelkeznek a VMI-t nem alkalmazó KKV-knál. Meg kell azonban jegyezni, hogy elemzésünk arra nem tért ki, hogy a VMI-t (vevői és/vagy beszállítói) alkalmazó vállalatok ellátási láncbéli partnereik mekkora hányada menedzseli önállóan a vállalat készleteit, illetve a vizsgált vállalatok mekkora hányadának szállítanak be VMI alkalmazása mellett. A kérdőív ilyen irányú megváltoztatásával még pontosabb eredményeket kaphatnánk.

ÖSSZEFOGLALÁS, TOVÁBBI KUTATÁSI IRÁNYOK

Vizsgálatunk elsődlegesen arra irányult, hogy kísérletet tegyünk annak a kérdésnek a megválaszolására, hogy a hazai kis- és középvállalkozások képesek-e előnyöket realizálni az ellátási lánc menedzsment révén, ha nem, akkor ennek milyen okai lehetnek. Láthattuk, hogy általánosságban jellemző a szektor kis- és középvállalatainak körében a bizalom alacsony foka, ami megnehezíti az információk megosztását, az ellátási láncbéli együttműködések hatékonyságának növelését. Ugyanakkor ahol megvan a bizalom megfelelő foka, és ez érett ellátási lánc menedzsment szemlélettel párosul (pl. VMI alkalmazása), jövedelmezőbb működés valósulhat meg.

Jelenleg is folyik a hazai vizsgálatunkban használt kérdőív lekérdezése a német FMCG/Food szektor kis- és középvállalkozásai körében, amelynek eredményeit felhasználva a magyarországi és a németországi KKV-szektor élelmiszeripari szereplőinek ellátási lánc menedzsment szemléletű összehasonlító elemzését tervezzük kibővíteni/elkészíteni.

IRODALOM

- Arend, R. J. – Wisner, J. D. (2005): *Small Business and Supply Chain Management: Is There a Fit?* Journal of Business Venturing. 20.
- Beekman, A. V. – Robinson, R. B. (2004): *Supplier partnerships and the small, high-growth firm: Selecting for success.* Journal of Small Business Management. 42(1).
- Belso-Martínez, J. A. (2006): *Do Industrial Districts Influence Export Performance and Export Intensity? Evidence for Spanish SMEs Internationalization Process.* European Planning Studies. 14(6).
- Blackburn, J. D. (2012): *The Value of Time (and the Value of Waste): Time-based Supply Chain Design.* Pannon Management Review. Vol. 1. Issue 1. December.

- Boumediene, R – Kawalek, P. (2008): *Predicting SMEs Willingness to Adopt ERP, CRM, SCM & E-Procurement Systems*. ECIS 2008 Proceedings, Paper. 115. 214–227.
- Calipinar, H. (2007): *A Theoretical Model Proposal in Supply Chain Management for Turkish SMEs*. Problems and Perspectives in Management. Vol. 5. Issue 2.
- Chiarvesio, M. – Di Maria, E. (2009): *Internationalization of Supply Networks Inside and Outside Clusters*. International Journal of Operations & Production Management. 29(11).
- Cullen, J. B. – Johnson, J. L. – Sakano, T. (2000): *Success Through Commitment and Trust: The Soft Side of Strategic Alliance Management*. Journal of World Business. 35(3).
- Didonet, S. (2011): *Perspectives of SMEs Within and Outside of Clusters: A Comparison between Supply Chain Management Strategies and Performance*. The 56th Annual ICSB World Conference, Stockholm, 15-18 June 2011.
- Gélinas, R. – Bigras, Y. (2004): *The characteristics and features of SMEs: Favorable or unfavorable to logistics integration*. Journal of Small Business Management. 42(3).
- Giczi J. – Sik E. (2009): *Bizalom, társadalmi tőke, intézményi kötődés*. Társadalmi Jelentés.
- Goh, M. (2002): *Issues Facing Asian SMEs and their Supply Chains*. Asian Cases on Supply Chain Management on SME. Asian Productivity Organization, Tokyo.
- Grean, M. – Shaw, M. J. (2000): *Supply-Chain Integration through Information Sharing: Channel Partnership between Wal-Mart and Procter & Gamble*. http://citebm.business.illinois.edu/IT_cases/Graen-Shaw-PG.pdf. Letöltés dátuma: 2010. 04. 04.
- Handfield, B. R. – Bechtel, C. (2002): *The role of trust and relationship structure in improving supply*. Industrial Marketing Management, 31.
- Harland, C. M. – Caldwell, N. D. – Powell, P. – Zheng, J. (2007): *Barriers to supply chain information integration: SMEs adrift of eLands*. Journal of Operations Management. 25.
- Harris, L. M. – McDowell, C. W. – Gibson, G. S. – Cooke, N. B. (2011): *SMEs and Performance, The Role of Trust and Dependence in the Supply Chain*. USASBE 2011 Proceedings.
- Hvolby, H. H. – Trienekens, J. (2002): *Supply Chain Planning Opportunities for Small and Medium Sized Companies*. Computers in Industry. 49.
- Kerepeszki I. (2001): *A kis- és középvállalkozások helye az ellátási láncban*. Logisztikai Évkönyv.
- Kumaran, L. A. – Ganesan, R. (2011): *Influence of E-Business in SME's Supply Chain Management: A Status Review*. European Journal of Social Sciences. Vol. 23. No. 3.
- Li, S. – Ragu-Nathan, B. – Ragu-Nathan, T. S. – Rao, S. S. (2006): *The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance*. Omega – The International Journal of Management. 34.
- McDowell, C. W. – Harris, L. M. – Gibson, G. S. (2010): *The Role of Trust and Dependence in Small Business Performance: Does Size Matter?* USASBE 2010 Proceedings.
- Mentzer, T. J. – Min, S. – Zacharia, G. Z. (2000): *The Nature of Interfirm Partnering in Supply Chain Management*. Journal of Retailing. Vol. 76(4).
- Murray, J. Y. – Kotabe, M. (2005): *Performance Implications of Strategis Fit Between Alliance Attributes and Alliance Forms*. Journal of Business Research. 58.
- Nyaga, N. G. – Whipple, M. J. – Lynch, F. D. (2010): *Examining supply chain relationships: Do buyer and supplier perspectives on collaborative relationships differ?* Journal of Operations Management. 28.
- Nyhuis, P. – Hasenfuss, K. (2006): *Supply Chain Management in Small and Medium-sized Enterprises*. International Federation for Information Processing (IFIP). Vol. 207.

In: Wang, K.- Kovacs, G. – Wozny, M. – Fang, M. (eds.): *Knowledge Enterprise: Intelligent Strategies in Product Design, Manufacturing, and Management*. Springer, Boston. 386–392.

- Panayides, M. P. – Lu, Y. H. V. (2009): *The impact of trust on innovativeness and supply chain performance*, Int. J. Production Economics.
- Quayle, M. (2000): *Supplier development for UK small firms and medium-sized enterprises*. Journal of Applied Management Studies. 9(1).
- Redondo, Y. P. – Cambra Fierro, J. J. (2007): *Importance of company size in long-term orientation of supply function: An empirical research*. Journal of Business and Industrial Marketing. 22(4).
- Robson, J. A. P. – Bennett, J. R. (2000): *SME Growth: The Relationship with Business Advice and External Collaboration*. Small Business Economics. 15.
- Sabbaghi, A. – Vaidyanathan, G. (2005): *Small to Medium Size Enterprises and Supply Chain Strategies*. <http://www.docstoc.com/docs/20134026/Small-to-Medium-Size-Enterprises-and-Supply-Chain-Strategies>. Letöltés dátuma: 2010. 04. 04.
- Sodhi, M. S. – Son, B. G. (2009): *Supply-chain Partnership Performance*. Transportation Research Part E, 45.
- Söderberg, L. – Lars Bengtsson, L. (2010): *Supply Chain Management Maturity and Performance in SMEs*. Operations Management Research. 3.
- Szegedi Z. (2008): *Logistics in Small and Medium Companies in Central and Eastern Europe*. Int. J. Procurement Management, Vol. 1. No. 3.
- Szegedi Z. (2012): *Ellátáslánc-menedzsment – Elmélet és gyakorlat*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Töyli, J. – Häkkinen, L. – Ojala, L. – Naula, T. (2008): *Logistics and financial performance: an analysis of 424 Finnish small and medium-sized enterprises*. International Journal Physical Distribution & Logistics Management. 38.
- Udomleartprasert P. – Jungthirapanich C. – Sommechai C (2003): *Supply Chain Management – SMEs Approach*. IEEE. No. 3.
- Wagner, B. A. – Fillis, I. – Johansson, U. (2003): *E-business and E-supply Strategy in Small and Medium-sized Businesses (SMEs)*. Supply Chain Management. 8. 3/4. ABI/INFORM Global.
- Wyncarczyk, P. – Watson, R. (2005): *Firm Growth and Supply Chain Partnerships: An Empirical Analysis of U.K. SME Subcontractors*. Small Business Economics. 24.

MELLÉKLETEK

1. A partnereivel kialakított együttműködések mely funkcionális terület(ek)re terjed(nek) ki? (Kérem X-szel jelölje, több választ is megjelölhet!)

- kutatás-fejlesztés
- beszerzés-logisztika
- termelés
- pénzügy
- marketing-értékesítés
- egyéb:.....

7. Kérem értékelje az alábbi állításokat vevőire vonatkozóan (1 – egyáltalán nem jellemző vállalatunkra és vevőinkre, 5 – határozottan igaz vállalatunkra és vevőinkre)! Válaszait X-szel jelölje!

Vizsgált szempont		1	2	3	4	5
Készlet	Vevőinkkel megosztjuk készletinformációinkat.					
Ellenőrzés	Vevőnk felett formális ellenőrzést gyakorol vállalatunk.					
	Vevőnk felett informális ellenőrzést gyakorol vállalatunk.					
Együttműködés	Vevőinkkel esetenként emberi erőforrásainkat is megosztjuk.					
	Vevőinkben teljes mértékben megbízunk.					
Információ	Folyamataink fejlesztése érdekében tanácsot kérünk vevőinktől.					

8. Milyen korszerű, ellátási láncbeli módszereket alkalmaz az Önök vállalata? Kérem X-szel jelölje válaszait!

Módszer	Beszállítói oldalon	Vevői oldalon
Beszállító által menedzselte készletezés (VMI)		
Késleltetés		
Kockázatmegosztás		
Open book		
EDI vagy hasonló elektronikus adatszere		
Piaci információk szolgáltatása, megosztása		

ENGLISH ABSTRACT

This article presents the complex interrelationship of difficulties and potential advantages arising from the management of supply chains. The theoretical overview is based on international research findings. In the framework of our own inquiry, we used the interview method and questioned strategic managers of 196 Hungarian small- and medium-size enterprises operating in the food industry or food retail. The central topic of our research is how these enterprises can meet the requirements of the competition of supply chains (do they apply modern supply chain methods, what degree of trust do they have towards their customers and suppliers, what is the extent of willingness to share information for the benefit of all chain members, what are the fields of cooperation, how close is the cooperation, etc.). The results are novel because this is the first research in this regard within the industry. The study compares the findings of the Hungarian research with the partial results of our ongoing research with German SMEs.

A társadalmi tőke hatása az együttműködő dunántúli borászati vállalatokra – tudásáramlás és piaci információ terjedése



Napjainkban a vállalati együttműködések a korábbiaknál erőteljesebb piaci jelenléte figyelhető meg a gazdaság számos területén a stratégiai szövetségektől a beszállítói hálózatokon keresztül a klaszterekig. A piaci szereplők együttműködése versenyelőnyt biztosíthat, megkönnyítheti a piaci térnyerésüket, továbbá a vállalati növekedést. Mind a nemzetközi, mind a magyar borágazat dinamikus átalakuláson megy keresztül, sorra jelennek meg a különféle vállalkozói együttműködések, kooperációk. Tanulmányunk célja, hogy feltárja a társadalmi tőke azon „puha” (soft) tényezőit, melyek révén a gazdasági szereplők hajlandóak összefogni, továbbá tipizálja és csoportosítsa az együttműködésben résztvevő borászati vállalatokat az együttműködés jellege szerint. Ez a tipizálás segítséget nyújt a kooperáló borászati vállalatok tudásáramlásának mélyebb megismerésében, különös tekintettel a piaci információk terjedésére.

BEVEZETÉS

Számos szerző (Fukuyama, 1995; Putnam, 2000; Coleman, 1990; Vadasi, 2009; Orbán – Szántó, 2005) a társadalmi tőke alapelemeként határozzák meg a magas szintű bizalmat. Ugyanolyan létfontosságúnak tartják a spontán együttműködések kialakulásában és a hálózatosodásban. Fukuyama a bizalomról szóló közismert művéből idézzük a gondolatot, miszerint a puha tényezők mennyire elválaszthatatlan részét képezik a gazdaságnak. Tehát „a gazdaság nem az, aminek látszik; a társadalmi életben gyökerezik, s egy szélesebb kérdésnek, a modern társadalmak megszerveződésének a vizsgálatától elválasztva nem érthető meg”.^[3]

A gazdasági élet elválaszthatatlan a társadalomtól és a természettől: a gazdasági szereplőket jelentős mértékben befolyásolják azok az elemek,

[1] Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, PhD hallgató (branyi@gmail.com).

[2] Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, egyetemi tanár (jozsal@sze.hu).

[3] Fukuyama, F. (1995): *Trust, the Social virtues and the creation of prosperity*. The Free Press, New York. 74.

struktúrák és funkciók, melyek körbeveszik őket térben és időben, mint például a természet, a történelem, a hagyományok, az erkölcs, a normák vagy akár a személyes kötődések.^[4]

TÁRSADALMI TŐKE ÉS A VÁLLALATKÖZI HÁLÓZATOK KAPCSOLATA

A társadalmi tőke számos mechanizmuson keresztül működik, így például a társadalmi kapcsolathálókon, kollektív cselekvésen, társadalmi együttműködésen, bizalmon és szolidaritáson keresztül; egyúttal elválaszthatatlan a kulturális környezettől, valamint a területi kötődéstől.^[5] A tanulmány szempontjából szükséges kiemelni, hogy mindegyik esetben jelen van a formális és az informális társadalmi kapcsolat valamilyen hálózata, melyek révén az egyének kölcsönhatásba lépnek egymással.

Több kutató is rávilágított már arra, hogy azon régiókban, ahol a közös kulturális háttér, a magas társadalmi tőke és a bizalom mélyen gyökerezik, a regionális fejlesztési stratégiákat és projekteket könnyebben és hatékonyabban végrehajtják, mint olyan régiókban, ahol alacsony a társadalmi tőke és a bizalom.^[6] Vadasi szerint „egy térség versenyképességét növeli a területén megtalálható klaszterek, hálózatok fejlettsége, melyek kialakulásában, fejlettségében és sikerében viszont alapvető szerepet játszik a támogató társadalmi és a kulturális háttéren nyugvó bizalom megléte”, azaz a társadalmi tőke.^[7] Ennek hiánya komoly akadályokat gördíthet egy térség fejlődése elé, hátráltatva a hálózatok kialakulásához nélkülözhetetlen stratégiai együttműködések megszületését és szélesedését. Kutatásában rámutat az alacsony szintű bizalommal rendelkező térségekre, ahol az elkülönült vállalatok kezdetben védekező magatartást vesznek fel, konfliktusokat generálnak,

[4] Paasi, A. (2003): *Region and place: regional identity in question*. Progress in Human Geography, No. 4. 475–485.; Paasi, A. (2009): *The resurgence of the 'Region' and 'Regional Identity': theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe*. Review of International Studies, Vol. 35. 121–146.; Brányi, Á. (2012): *Social capital in regional identity - a snapshot of Hungary*. „Művelődés – Identitás – Egészség” című Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete. Komárno: Seje János Egyetem. 23–34.

[5] Fukuyama (1995): i. m.; Putnam, R. D. (2000): *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster, New York. 296–331.; Bourdieu, P. (1986): The forms of capital. In: Richardson, J. (ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood, New York. 241–258.; Coleman, J. S. (1990): *Social Capital*. Magyar kiadás (1994): Társadalmi tőke. In: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. Aula Kiadó, Budapest.; Burt, R. S. (2001): *Bandwidth and echo: trust, information, and gossip in social networks; Integrating the Study of Networks and Markets*. Russel Sage Foundation, New York.; Vadasi A. (2009): *A bizalom és bizalomhiány hatása a vállalkozói hálózatok működésére*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.; Orbán A. – Szántó Z. (2005): *A társadalmi tőke*. Erdélyi Társadalom. 2. 55–70.

[6] Ray, C. (1998): *Culture, intellectual property and territorial rural development*. Sociologia Ruralis 38.; Roca, Z. – Oliviera-Roca, M. (2007): *Affirmation of territorial identity. A Development Policy Issue*. Land Use Policy. 24. 434–442.; Orbán – Szántó (2005): i. m.

[7] Vadasi (2009): i. m. 53.

és nem hajlandóak az együttműködésre. Megállapítása szerint a közös érdekek és értékek felismerésével nőhet a vállalkozások közötti bizalmi szint és az együttműködésre való hajlandóság is. A kapcsolati rendszer és a bizalom megszilárdulásával létrejöhetnek az érettebb hálózatok.^[8] E hálózatok büntető és jutalmazó szerepet is betöltenek a gazdasági szereplőkkel szemben, továbbá erősítik a kollektív-közösségi tudatot és a szolidaritást.^[9] Tehát a közös érdekek és értékek felismerésével nőhet a vállalkozások közötti bizalmi szint és az együttműködésre való hajlandóság is.^[10]

E felfogás szerint a társadalmi tőke az egyének közötti, valamint a köz- és politikai intézmények iránti magas bizalmon nyugszik. Narayan (1999) ezt normákkal, kötelezettséggel és kölcsönösséggel egészíti ki, melyek segítik az egyéni és közösségi célok elérését. Mértéke azoktól az intézményektől, kapcsolatoktól és normáktól függ, amelyek az adott társadalom társas interakcióinak mennyiségét és minőségét alakítják.

A társadalmi tőke fogalmát Fukuyama (1999; 2000) elméletei alapján vizsgálva az alábbi következtetést vonhatjuk le: társadalmi tőke az emberek közötti társadalmi együttműködést (kooperációt) elősegítő, mozgósított informális társadalmi normák és értékek együttese. Fukuyama szerint a gazdasági élet elválaszthatatlan a kultúrától: azoktól az „irracionális” értékektől, amelyek az erkölchöz, a közösségi szellemhez, a családhoz, a valláshoz kötődnek. Éppen ezért csak bizonyos keretek között érvényes a tiszta racionális választásokon alapuló neoliberais közgazdaságtan szabályrendszere. A modern társadalmak legfőbb feladata eszerint a társadalmi bizalom, a társadalmi tőke magas szintjének megőrzése és/vagy megteremtése, mert ennek hiánya legalább olyan mértékben akadályozza a gazdaság fejlődését, mint a fizikai tőke szűkössége.^[11]

A tudás megosztása és terjedése a vállalatközi hálózatoknál általában lokális tudásbázisra támaszkodik, hiszen a fizikai közelség tartalmazza mindazon agglomerációs - lokalizációs és urbanizációs - előnyöket, amelyek az ismeretek megosztásához, a tapasztalatok cseréjéhez, a tudás túlcseréléséhez, valamint a tovaterjedő hatások (spill-overek) létrejöttéhez elengedhetetlenül szükségesek.^[12]

[8] Granovetter, M. S. (2005): *The Impact of Social Structure on Economic Outcomes*. Journal of Economic Perspectives. 19. No. 1. 33-50.; Caffagi, F. - Iamicieli, P. (2010): *Inter-firm Networks in the European Wine Industry*. Working Paper Law 10. European University Institute, San Domenico di Fiesole.

[9] Putnam (2000): i. m.; Coleman (1990): i. m.; Macke, J. - Sarate, J. A. R. - Vallejos, R. V. (2010): *Collective competence and social capital: a proposal of a model for collaborative network analysis*. Journal of Systems, Cybernetics and Informatics. 8(3). 18-23.

[10] Csizmadia, Z. (2009): *Együttműködés és újítóképesség. Kapcsolati hálózatok és innovációs rendszerek regionális sajátosságai*. Napvilág Kiadó, Budapest. 54-63. Orbán - Szántó (2005): i. m.

[11] Fukuyama (1995): i. m.

[12] Kocsis É. - Szabó K. (2000): *A posztmodern vállalat*. Oktatási Minisztérium, Budapest.; Porter, M. E. (1998): *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, Boston.; Capello - Faggian (2005): *Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes*.

Tomkát (2009) idézve „a közösség tudása mindig nagyobb, mint az egyéneké, és más tudásának a megszerzése, valamint a sajátunk hozzáadása gyorsabb és eredményesebb, mint új megoldások kitalálása. A tudásmegosztás eredményessége ezért nem csupán egy a számos versenyképességi tényező közül, nem a lehetséges stratégiai opciók egyike, hanem a szervezet túléléséhez szükséges”. A tudásmegosztás, illetve a tudásgenerálás a társadalom tagjai közti érintkezések során terjednek, melynek gyorsaságát az érintkezések hálózatának sajátosságai határozzák meg.^[13]

BORÁSZATI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

A hosszú időn keresztül domináns piaci helyet betöltő tradicionális bortermelő országok, így Franciaország, Olaszország, Spanyolország és Portugália komoly kihívással szembesültek az 1990-es évek elejétől. Ezt a hatalmas export teljesítményt felmutató újvilági borok országai jelentették, mint például Ausztrália, Chile, USA, Új-Zéland, Dél-Afrika és Argentína.^[14] Az újvilági bortermelő országok versenyképessége nem csak a hatalmas szőlészeti és borászati beruházásokon, a rendkívül tudatos és célirányos marketingtevékenységen alapszik, hanem a szereplők közötti tudásmegosztás magas fokán is. Az újvilági bortermelő országokban a borászati szereplők szoros együttműködésben, vállalatközi hálózatokban fogják össze a termelőket, a beszállítókat, a K+F tevékenységet végző intézményeket.^[15]

Az újvilági bortermelő országokban éppen a borágazat növekedésével egy időben jelentek meg a vállalatközi együttműködések – hálózatokat és klasztereket – vizsgáló kutatási projektek. Porter (1998) nyitotta a sort a kaliforniai borklaszterek kutatásával, amit aztán számos tanulmány követett Ausztráliában,^[16] Argentínában,^[17] Kanadában^[18] és Chilében.^[19] A tanulmányokból a következőket lehet kiemelni:

Regional Studies, Taylor & Francis Journals. Vol. 39(1).75–87.; Bencsik A. (2009): *A tudásmenedzsment emberi oldala*. Z-Press Kiadó, Miskolc.

[13] Valente, T. W. (1995): *Network Models of the Diffusion of Innovations*. Hampton Press, New Jersey.

[14] Anderson, K. – Nelgen, S. (2011): *Wine's Globalization*. New Opportunities; New Challenges Working paper. No. 0111. Wine Economics Research Centre, Adelaide.

[15] Uo.

[16] Aylward, D. (2002): *Diffusion of R&D within the Australian Wine Industry*. Prometheus, 20 (4). 351–366.; Aylward, D. (2006): *SME innovation within the Australian wine industry: A cluster analysis*; Wine Economics Research Centre, Adelaide.

[17] McDermott, G. A. (2007): *The Politics of Institutional Renovation and Economic Upgrading: Recombining the Vines that Bind in Argentina*. Politics and Society. 35 (1). 103–143.

[18] Wolf, D. A. – Davis, C. – Lucas, M. (2005): Global Networks and Local Linkages: An Introduction. In: Wolfe, D. A. – Lucas, M. (eds.): *Global Networks and Local Linkages: The Paradox of Cluster Development in an Open Economy*. McGill-Queen's University Press, Montreal and Kingston. 1–23.

[19] Gwynne, R. N. (2008): *Firm Creation, Firm Evolution and Cluster in Chile's Dynamic Wine Sector*. Evidence from the Colchagua and Casablanca Regions; AAWE working paper. No. 20. American Association of Wine Economists, New York.; Visser, E. – Langen, Peter de (2006): *The importance and quality of governance in the Chilean wine industry*. GeoJournal. Vol. 65. 177–197.

1. a borászati klaszterek jellemzői nemcsak országonként, hanem régióként is eltérnek egymástól,
2. az innovációs rendszerek szerepe felértékelődik a nemzetközi borpiacon,
3. hangsúlyossá válnak a vállalatok és az állami kutatóintézetek között fennálló kapcsolatok,
4. megjelenik a klaszter kifejezés, ami a gazdasági szereplők (szőlőtermesztők, borászatok, kereskedők, beszállítók stb.), a kutatóintézetek, az állami intézmények és a szakmai szervezetek kapcsolatára utal.

Az újvilági bortermelő országok példáját követve az Európai Unió szintjén alkalmazta a klaszter megközelítést kutatási projektjei során, tanulmány készült a francia,^[20] a spanyol,^[21] az olasz^[22] és a portugál^[23] borászati helyzetkép feltárására. Sajátosságuk, hogy a vizsgálódás középpontjában túlzottan a regionális innovációs rendszerek szerepelnek, és kevés figyelmet fordítanak a KKV-k közötti hálózatok felderítésére, ami a globalizálódott borpiacon való érvényesülés stratégiai alapkövének bizonyul.

Az európai borászati hálózatok kezdetben alapulhatnak szerződéses kapcsolaton, szervezeti együttműködésen vagy e kettő keverékén. A borászati ágazatban a vállalatközi hálózatok, akár vertikálisak akár horizontálisak, gyakrabban az ellátási rendszer felső részéből kerülnek ki, összekötve a szőlőtermelőket és borászatokat, de megtalálhatók az értékesítés vagy a szolgáltatásnyújtás során is.^[24] Az újvilági bortermelő országok által alkalmazott szervezeti stratégiákra már benchmarkként tekintenek a hagyományos európai bortermelő országok. Ezek segítségével ösztönzik a borászati innovációt és versenyképességet. Természetesen az eltérő történelmi, kulturális, termelési tényezőkből eredően e borrhégek különbözően alkalmazzák az újvilági példát.

Írásunkban az újvilágban alkalmazott vállalatközi együttműködés adaptációját vizsgáljuk meg nyolc dunántúli borrhégekben. Az elemzés során fény derül arra, hogy milyen mértékben befolyásolják a borászati vállalatokat a kooperáció kialakításában a társadalmi tőke puha tényezői, így a bizalom, a bizalmatlanság, a regionális identitás, továbbá az együttműködő tagok között hatékonyabbá válik-e a tudásáramlás, különös tekintettel a piaci információk terjedésére.

[20] Ditter, J. G. (2005): *Reforming the French Wine Industry: Could Clusters Work?* Cahiers du Ceren, 13. 39-54.

[21] Larreina, M. - Aguado, R. (2008): *Beyond the Cluster: How Wine Drives Regional Economy to Success: Oenopolis, the case of Rioja.* International Journal of Wine Business Research. 20 (2). 153-170.

[22] Morrison, A. - Rabellotti, R. (2010): *Knowledge and Information Networks in an Italian Wine Clusters.* European and Planning Studies. 17 (7). 983-1006.

[23] Rebelo, J. - Caldas, J. (2011): *The Douro Wine Region: A Cluster Approach.* AAWE working paper, No. 83. American Association of Wine Economists, New York.

[24] Caffagi - Imacieli (2010): i. m.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN, HIPOTÉZISEK

A kutatási módszernek a leíró, egyszeri keresztmetszeti kutatást jelöltük meg, hiszen az adatok egyszeri alkalommal vett egyetlen mintán alapulnak.^[25] A primer kutatás leíró jellegéből eredően az alapprobléma megközelítésére a kutatási módszer kvantitatív típusa mellett döntöttünk. A Magyarországon megtalálható 22 borvidéken tevékenykedő, és egyúttal klaszterben vagy borút egyesületben résztvevő borászatok közül nyolc dunántúli borvidék vállalkozásait választottuk ki. A minta nagysága 179 borászatot foglalt magában, amelyek hiánytalanul bekerültek a mintavételi keretbe. Az anyaggyűjtés során személyes, postai és online kérdőíves megkérdezést is alkalmaztunk. A megkérdezett 179 vállalat közül 128-an válaszoltak, így a válaszadási hajlandóság elérte a 71%-ot, ami reprezentatívnak tekinthető.^[26] A kérdőívek ellenőrzése során a hiányos kitöltés miatt 6 darabot értékelhetetlennek nyilvánítottunk.

A vállalatoknak kérdéseket kellett megválaszolniuk a társadalmi tőkét illetően, mérve az együttműködési hajlandóságot, az együttműködésbe lépés motívációit, a helyi borászati szereplők iránti bizalom szintjét, valamint az együttműködés révén árpolitikájuk változását. A válaszadók a kérdéseket 5 fokozatú Likert-skálán értékelték, ahol 1=egyáltalán nem értek egyet, míg az 5=teljes mértékben egyetértek jelentésű volt. A végleges kérdőív 57 kérdéskombinációt tartalmazott, melyre az összes válaszkombinációt figyelembe véve a mérési szintek típusai a következőképpen alakultak: 11 darab nominális, 1 darab ordinális és 62 darab intervallum skála.

A kutatás hipotézisei a következők voltak:

H₁: A dunántúli borászati vállalatok a társadalmi tőke puha tényezői alapján homogén csoportokba rendezhetők.

H₂: A borászati együttműködésben hasonló profilú tagok között hatékonyabb a tudásmegosztás.

H₃: Az együttműködésben résztvevő vállalatok aszimmetrikusan osztják meg egymással a tudomásukra jutott piaci információkat.

A hipotézisek teszteléséhez és statisztikai kiértékeléséhez a többváltozós módszerek közül a keresztábra-elemzést, a varianciaelemzést és a klaszterelemzést választottuk. A minta nagysága minden esetben N=113, amely a kutatásban szereplő kérdésekre érvényesek.

Eredmények - Puha tényezők rangsorolása

A klaszterelemzés előtti egyváltozós elemzéssel megvizsgáltuk a leíró változók társadalmi tőkére vonatkozó vetületeit, így a gazdasági szereplők ismertségét, kölcsönös bizalmukat, a regionális identitást, mint az együttműködést elősegítő

[25] Malhotra, N. (2005): *Marketingkutatás*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest. 133.

[26] Sajtos L. - Mitev A. (2007): *SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest. 29.

tényezőket. A vállalatközi együttműködésbe történő belépés motivációk mérésére használt 16 változó megoszlása rangsorolva az 1. táblázatban látható.

1. táblázat: Kiemelt országok gazdasági növekedése 2001-től 2010-ig

Rangsor	Puha tényezők	Átlag	Módusz	Szórás
1	Régió pozitív megítélése	4,82	5,00	0,60
2	Régióhoz való kötődés	4,65	5,00	0,82
3	A klasztertagok korábbi ismertsége	4,20	5,00	0,90
4	Közös rendezvényeken aktív részvétel	3,95	4,00	0,84
5	Érdekérvényesítési lehetőségek	3,67	5,00	1,19
6	Erősödik a bizalom a helyi piaci szereplők iránt	3,45	3,00	1,12
7	A kockázatok megoszlása a résztvevők között	3,37	3,00	1,05
8	Korábbi szoros kapcsolat a klasztertársakkal	3,24	3,00	1,11
9	Negatív tapasztalatok könnyebb leküzdése	3,15	3,00	1,00
10	Versenyháttal történő együttműködés elfogadása	3,03	2,00	1,28
11	Munkamegosztás lehetősége	2,77	4,00	1,03
12	Közös fellépés állami intézményekkel szemben	2,74	2,00	1,29
13	Együttműködés kevesebb extra-profitot hoz, mint amennyi időt ráfordítok	2,68	3,00	0,98
14	Üzleti kapcsolatban is vagyok klasztertársaimmal	2,65	3,00	1,22
15	Klaszter révén aktív kereskedelmi kapcsolatok kialakítása a résztvevő vállalkozásokkal	2,65	2,00	0,87
16	Közös fellépés a beszállítókkal szemben	2,53	2,00	0,99

Forrás: Saját kutatás (2014).

Az átlagokat elemezve megállapítható, hogy egy adott régióval való azonosulás és annak pozitív megítélése (4,82), valamint a régióhoz való kötődés (4,65) magas részeredménye egy biztos támogató társadalmi és kulturális hátteret biztosít a vállalatközi együttműködések létrejöttében. Ezt követi a társadalmi kapcsolatok mélysége, vagyis a gazdasági szereplők már az együttműködést megelőző kölcsönös ismerete (4,20). Motiváló tényezőként hat a közös rendezvényeken, kiállításokon való aktív részvétel lehetősége (3,95). E puha tényezők szórása mindenhol 1-nél kisebb, ami azt jelenti, hogy a megkérdezett borászatok közel egységes álláspontot képviselnek.

A sorrendben hatodik változóként jelenik meg a bizalom (3,45), amit a szakirodalom a társadalmi kooperáció építőkövének tekint.^[27] A válaszadók szerint a vállalatközi együttműködésbe történő belépésükkel a helyi piaci szereplők iránti bizalmuk is erősödött. Az együttműködésben résztvevő borászokat a vállalatközi kooperáció létrejöttében közepes mértékben motiválta a kockázatok megosztásának lehetősége (3,37), a negatív tapasztalatok, korábbi sérelmek leküzdése (3,15), a piacon már versenytársként fellépő gazdasági szereplővel történő együttműködés elfogadása (3,03), vagy a munkamegosztás lehetősége (2,77).

A kooperáció létrejöttékor a válaszadók közepesnél gyengébb jelentőséget tulajdonítottak az állami intézményekkel szembeni érdekérvényesítés lehetőségének (2,74), ami egyúttal az alacsonyabb bizalmi szintre utal.^[28] A válaszadók többsége úgy látja, hogy az együttműködésből származó extraprofit mértéke elmarad a kooperációba fektetett időráfordítástól (2,68). Ennél a tényezőnél a módusz 3,00, ami azt jelenti, hogy a válaszadók leggyakrabban semleges állásponton vannak. A nagy többség nem számol a hosszú távú előnyökkel, a későbbi megtérüléssel; fókuszban a kezdeti többlet idő- és erőforrás ráfordítás szerepel. Ahogy az állami szervekkel, úgy a beszállítókkal szembeni közös fellépés, érdekérvényesítés és alkupozíciójuk erősítésének lehetőségét sem tartották mérvadónak (2,53) a borászatok. Meglepő, hogy az együttműködésben résztvevő vállalatok lényegtelennek tartották az aktív kereskedelmi kapcsolatok kialakítását egymással (2,65). E tényező is a rövidtávú gondolkodásmód jelenlétét erősíti.

KLASZTERELEMZÉS

A H_1 hipotézisben arra kerestük a választ, hogy a vizsgált borászatok a fent említett puha tényezők kapcsán képviselnek-e valamilyen hasonló álláspontot, amely alapján azok homogén csoportokba rendezhetők. A klaszterelemzéssel különböző csoportok jöttek létre, melyek elemei hasonlóak egymáshoz, viszont eltérnek más klaszter elemeitől, azaz megfelelnek a homogenitás és heterogenitás kritériumainak.^[29]

A klaszterelemzéskor a fent említett 16 változót használtuk fel. Ahhoz, hogy a hasonló megfigyelési egységek egy csoportba kerüljenek, számszerűsíteni kellett a távolsági és hasonlósági mértéket. A távolság mérésére az Euklideszi távolsági mérték, a borászatok csoportosításához a hierarchikus klaszterelemzésen belül a Ward-féle eljárás került alkalmazásra.^[30]

A klaszterek számáról való döntéskor elemzésre került a klaszterek homogenitása a szórásuk alapján, s mindegyik klasztermegoldás esetén homogén csoportok keletkeztek.

[27] Csizmadia (2009): i. m.; Orbán - Szántó (2005): i. m.

[28] Vadasi (2008): i. m.

[29] Malhotra (2005): i. m. 700.

[30] Uo. 704.

A kapott klaszterek értelmezése és jellemzése

1. Az első klaszterbe (35,40%) tartozó borászatokra jellemző, hogy hosszabb ideje üzleti kapcsolatban állnak klasztertársaikkal, akiket régóta ismernek; szerintük az együttműködés révén megoszlanak a kockázatok a tagok között, valamint részben munkamegosztás is kialakulhat. Regionális identitásuk alapján elmondható, hogy számukra kiemelten fontos az adott régió megítélése, azzal teljes mértékben azonosulnak. Ezen felül nagyobb bizalommal rendelkeznek az állami intézményekkel szemben, a múltbeli negatív tapasztalatokat könnyebben leküzdik és eredményesnek látják az együttműködésben rejlő érdekérvényesítési lehetőségeket. Mindezek alapján az első klaszterbe tartozókról elmondható, hogy nagy bizalommal és optimistán tekintenek az együttműködésre, így ezt a klasztert az optimista barátok klaszterének neveztük el.
2. A második klaszterbe (35,40%) tartozó borászati vállalatok ezzel szemben rövidebb ideje állnak üzleti kapcsolatban társaikkal, akiket szintúgy régóta ismernek; szerintük az együttműködés révén nem oszlanak meg a kockázatok és nem alakul ki munkamegosztás a tagok között. Regionális identitásuk magas, szorosan kötődnek az adott régióhoz és számukra is fontos a régió megítélése. Bizalmatlanok az állami intézményekkel szemben, nem hiszik, hogy a beszállítókkal szemben közösen fel tudnának lépni, a múltbeli negatív tapasztalatokat nehezebben küzdik le és eredménytelennek tartják az együttműködésben rejlő érdekérvényesítési lehetőségeket. Az együttműködés hiánya miatt nem tudnak kialakítani aktív kereskedelmi kapcsolatokat klasztertársaikkal, a közös rendezvényeken való részvétel számukra közömbös. Ezek alapján a második klaszterbe tartozó vállalatokat pesszimista attitűddel lehet a legjobban jellemezni. Hiába fontos számukra az a régió, amiben kifejtik gazdasági tevékenységüket, a társaik és az intézmények irányába bizalmatlanok, számukra az együttműködés elenyésző hozzáadott értéket képvisel. Ők a szkeptikus pesszimisták.
3. A harmadik klaszterben (29,20%) található borászatok hosszabb ideje ismerik társaikat, de csak eseti üzleti kapcsolatban állnak velük. Szerintük az együttműködés révén a kockázatok valamelyest megoszlanak, továbbá csekély mértékben munkamegosztás is kialakulhat. A regionális identitás fontos számukra, teljes mértékben azonosulnak a régióval, közös rendezvényeken szívesen részt vesznek. Állami intézményekkel szemben kissé bizalmatlanok; a múltbeli negatív tapasztalatokat lassabban küzdik le, de szerintük az együttműködés ebben segítséget tud nyújtani. A harmadik klaszterbe tartozók felismerik és bíznak az együttműködésben rejlő érdekérvényesítési lehetőségekben, elfogadják a rivalizáló együttműködést, és reális elvárásaik vannak a kooperációval szemben. Az együttműködéshez való hozzáállásuk alapján ők a realista bizakodók.

Megállapítható, hogy a vizsgált borászati vállalatok egymástól jól elkülönülő, három homogén csoportba rendezhetők aszerint, hogy mióta állnak egymással üzleti kapcsolatban, a tagok ismeretsége mekkora múltra tekint vissza, tapasztalják-e a kockázatok megosztását, milyen mértékű bizalommal fordulnak az együttműködésben résztvevő társaik felé, bíznak-e az állami intézményekben, ápolnak-e aktív kereskedelmi kapcsolatot egymással, az együttműködés jövőjére pesszimistán, realistán vagy optimistán tekintenek, valamint a regionális identitásuk milyen mértéket ölt. A társadalmi tőke puha tényezői alapján tehát három jól elkülönülő klaszter (optimista barátokozók, szkeptikus pesszimisták és realista bizakodók) alakítható ki, vagyis a H_1 hipotézis elfogadható.

EGYÜTTMŰKÖDÉS HATÁSA A TUDÁSÁRAMLÁSRA

A klaszterelemzés után a H_2 és a H_3 hipotézisek a borászati együttműködés tudásáramlásra gyakorolt hatását vizsgálják. A H_2 hipotézissel megvizsgáltuk azt, hogy a dunántúli borászati vállalatok között a tudásmegosztás milyen mértéket ölt, az együttműködés hatására az hatékonyabbá válik-e. A megkérdezett borászatok arra kértük, hogy egy ötfokozatú skálán értékeljék a vállalatok közötti tudásmegosztás hatékonyságát. A válaszok alapján (átlag: 2,77) a borászatok közel fele teljesen vagy részben nem ért egyet, vagyis a tudásáramlás nem fejlődött a kooperációval, míg a válaszadók egyharmada részben, illetve teljesen egyetért az állítással. Ebből azt a következtetést lehet levonni, hogy a tagok egy kis csoportjánál már kezd kialakulni a tudásmegosztás, vagyis az együttműködés által nyújtott működési hatékonyság, amelyet Lengyelnél is láthatunk (2010), de a kutatásban a többségükre ez nem jellemző.

Annak kimutatására, hogy mely borászati vállalatok esetén jelentkezik a hatékonyabb tudásmegosztás, ANOVA vizsgálatot futtattunk le. Az állítást, mint függő tényező, míg a három klaszter, mint független tényező választottam. A varianciaanalízis alapján szignifikáns eltérés fenn állt ($F = 4,883$; $df_1 = 2$; $df_2 = 1109$; $p = 0,009$; $\eta^2 = 0,082$), az eredményeket a következő táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Klaszterek a tudásmegosztás tükrében

	Optimista barátokozók (n=40)		Szkeptikus pesszimisták (n=40)		Realista bizakodók (n=33)		Összesen (n=113)	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
Együttműködés hatására hatékonyabb a hasonló profilú vállalkozások közötti tudásmegosztás	3,18	1,238	2,36	1,038	2,76	1,200	2,77	1,200

Forrás: saját kutatás (2014).

A varianciaanalízis igazolta azt, hogy az optimista barátokozók klasztert alkotó borászok tudásmegosztását (átlag: 3,18) minimálisan javította a kooperáció, vagyis hozzájárult az ismeretek megosztásához és a tudás átadásához. Ezzel szemben a szkeptikus pesszimistákra nem jellemző a tudásmegosztás javulása (átlag: 2,36), míg a realista bizakodók átlagon aluli, gyenge közepes mértékben (átlag: 2,76) tapasztalják azt. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a dunántúli borászati vállalatok kétharmadánál az együttműködés hatására nem lett hatékonyabb a tudásmegosztás, harmaduknál elenyésző mértékben tudott az fejlődni. A H_2 hipotézist tehát elutasítom.

EGYÜTTMŰKÖDÉS HATÁSA A PIACI INFORMÁCIÓK MEGOSZTÁSÁRA

Miután a H_2 hipotézis eredményei igazolták, hogy az együttműködéssel a tudásmegosztás összességében nem lett hatékonyabb, megvizsgáltam, hogy vannak-e olyan tagok, akire jellemzőbb a tapasztalatok megosztása, akik többletinformációval látják el együttműködő társaikat. A H_3 hipotézis a piaci információk megosztására irányul.

A hipotézis alapján feltételeztük, hogy az együttműködő tagok különböző mértékben osztják meg egymással tudásukat, ami igaz lehet annak ellentétére, annak megszerzésére is. A szakirodalomból kiderült, hogy a tudás az együttműködő tagok közti érintkezések során terjed, melynek gyorsaságát az érintkezések és kapcsolatok száma, és azok erőssége befolyásol.^[31] Mivel a tagok között fennálló kapcsolatok eltérő minőségűek, ezért a tudásátadás és a tudás megszerzése is különböző mértéket ölthet.

E feltételezés eldöntése érdekében első lépésként korrelációval vizsgáltuk a piaci információk megosztása és megszerzése, valamint az együttműködő tagok érintkezése között fennálló kapcsolatot. Az elemzés eredménye értelmében szignifikáns kapcsolat van a korábban is kapcsolatban álló borászati vállalatok és a tudás átadása (Pearson-féle $r^2 = 0,382$; $p = 0,000$), valamint a tudás megszerzése között (Pearson-féle $r^2 = 0,429$; $p = 0,000$). A korreláció alapján megállapítottuk, hogy az együttműködő dunántúli borászati vállalatok minél régebben kapcsolatban állnak együttműködésben résztvevő társaikkal,

1. annál inkább megosztják társaikkal a tudomásukra jutott piaci információkat,
2. annál inkább megszerzik társaik tudását.

A szakirodalom állítása tehát a dunántúli borászati vállalatok esetén is igazolt.

A hipotézis elbírálásához második lépésben egyváltozós statisztikai módszerrel kiértékeljük a kérdőívben kapott eredményeket. A borászatokat arra kértük, hogy értékeljék^[32] a következő kijelentést: „Megosztom az együttműködő

[31] Valente, T. W. (1995): *Network Models of the Diffusion of Innovations*. Hampton Press, New Jersey.

[32] Az adott változónál az ötfokozatú Likert-skálát alkalmaztam, ahol az 1=egyáltalán nem értek

társaimmal a tudásomra jutott piaci információkat.” Az állítással a tagok tudásátadását mértük. A kapott eredmény átlaga 3,72, ami azt jelzi, hogy a tagok megosztják együttműködő társaikkal a piaci információkat. Az eloszlás alapján a válaszadók 70%-a részben vagy teljes mértékben megosztja a tudására jutott piaci információkat.

A következő kérdés már a tudás megszerzésére irányult, vagyis az előző állítást fordítva tettük fel: „Társaim a tudásukra jutott piaci információt megosztják velem”. A kijelentés átlaga (2,78) meglepően eltér az előző kérdéstől, a borászatok az együttműködésben résztvevő vállalatoktól kevesebb információt kapnak, mint amennyit ők adnak. Ez azért is érdekes, hiszen egy zárt csoportról beszélünk, ahol a tagok azt állítják, hogy ők megosztják társaikkal az információt, viszont jóval kevesebb információt kapnak cserébe. A válaszok eloszlása alapján a borászatok csupán 31%-a érzi úgy, hogy velük részben vagy teljes mértékben megosztották az információt, tehát aránytalannak érzik a tudásmegosztást az együttműködésen belül. Szignifikáns kapcsolat mutatkozik a két változó vizsgálatakor, amely alapján minél inkább átadják az információt, annál inkább el is várják azt (Pearson-féle $r^2 = 0,702$; $p = 0,000$).

A harmadik kérdésnél a piaci információk megosztása mellé beemeltük a bizalmatlanságot, mint puha tényezőt, hogy fényt derítsünk a bizalom tudásátadásra gyakorolt hatására. Az állítás kimondja, hogy „Az együttműködő tagok közötti bizalomhiány miatt a vállalatok kevésbé osztják meg egymással a piacra vonatkozó információkat”. A kapott eredmény átlaga 2,55, ami alapján megállapítható, hogy az együttműködő tagok részben nem értenek egyet az állítással, vagyis a bizalomhiánynak összességében közepesenél gyengébb hatása van a tagok közötti tudásátadásra. Az eredményt az eloszlási görbe már jobban árnyalja, hiszen a tagok 44%-a egyáltalán vagy többnyire nem ért egyet az állítással, vagyis náluk igaz, hogy nincs kihatással a bizalmatlanság a tudásmegosztásra. Míg a tagok 37%-a semleges állásponton van, addig a fennmaradó 19% szerint a bizalomhiány nagymértékben kihat a tudásmegosztásra. Hogy mely tagokat befolyásol a bizalomhiány, azt a következő lépésben többváltozós vizsgálattal tárjuk fel.

ANOVA elemzés segítségével azonosíthattuk az együttműködő tagokat tudásmegosztásuk és tudásszerzésük alapján, felhasználva a három klasztercsoportot. A varianciaanalízis alapján mind a három esetben adott volt a szignifikáns eltérés, az eredményeket a következő táblázat tartalmazza.

egyed, az 5=teljes mértékben egyetérték.

3. táblázat: Klaszterek a piaci információ megosztása és megszerzése tükrében

	Optimista barátokozók (n=40)		Szkeptikus pesszimisták (n=40)		Realista bizakodók (n=33)		Összesen (n=113)	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
Megosztom az együttműködő társaimmal a tudomásomra jutott piaci információkat	4,33	,730	3,03	1,423	3,88	,927	3,73	1,203
Társaim a tudomásukra jutott piaci információt megosztják velem	3,53	1,012	1,90	,900	2,94	,966	2,78	1,178
Az együttműködő tagok közötti bizalomhiány miatt a vállalatok kevésbé osztják meg egymással a piacra vonatkozó információkat	2,60	,982	2,98	,974	1,97	1,015	2,55	1,061

Forrás: saját kutatás (2014).

1. Jelentős eltérés mutatkozik a tudásmegosztás esetén a három klasztercsoport között. Míg az átlag 3,72, vagyis a tagok a tudásukra jutott piaci információkat megosztják egymással, addig az optimista barátokozók felül-, a skeptikus pesszimisták alulteljesítenek ezen a területen. Az optimista barátokozók klaszterébe tartozó borászati vállalatokra jellemző a tudásátadás (átlag: 4,33), míg a skeptikus pesszimisták közömbös állásponton vannak. A realista bizakodó tudásmegosztási hajlandósága az átlagtól minimálisan tér el ($F = 17,385$; $df_1 = 2$; $df_2 = 110$; $p = 0,000$; $\eta^2 = 0,215$).
2. Ahogyan azt az egyváltozós statisztikai vizsgálat során megállapítottuk, a borászatok kevesebb információt kapnak társaiktól, mint amennyit ők adnak. Míg a kapott átlag értéke (2,78) is ezt támasztotta alá, addig a varianciaanalízissel a tagok közötti eltérésekre is fény derült. Az optimista barátokozók közepesnél erősebb mértékben (átlag: 3,53) azt tapasztalják, hogy társaik velük megosztják az információt. Ezzel szemben a skeptikus pesszimisták közel egyöntetűen úgy érzékelik, hogy az együttműködésben résztvevőktől nem kapnak információt (átlag: 1,90). A realista bizakodók semleges állásponton (átlag: 2,94) vannak ($F = 29,238$; $df_1 = 2$; $df_2 = 110$; $p = 0,000$; $\eta^2 = 0,347$). Tehát kimutatható, hogy a tudás átadásnál alulteljesítő skeptikus pesszimisták a tudás megszerzésnél is gyengébb eredményt érnek el.
3. A harmadik kérdésnél már a bizalmatlanság is megjelent, ami gátolhatja a tudásátadást és a tudás szabad áramlását a tagok között. Egyváltozós statisztika is jelezte, hogy a tagok közel egyötödénél a bizalomhiány nagymértékben kihatott

a tudásmegosztásra. A szkeptikus pesszimisták átlaga (2,98) alapján kiderült, hogy a bizalomhiány közepes mértékben befolyásolta e klaszter tagjait a tudásmegosztásban. Meglepő, de az optimista barátok értéke (átlag: 2,60) – a szkeptikus pesszimistákhoz képest gyengébb mértékben ugyan – de azt jelzi, hogy őket is befolyásolja a bizalom hiánya a tudásmegosztásukban. Ezzel szemben a realista bizakodók a bizalmatlanságot szinte neglectálva megosztják az együttműködésben résztvevő vállalatokkal a tudásukra jutott piaci információt ($F = 9,429$; $df_1 = 2$; $df_2 = 110$; $p = 0,000$; $\eta^2 = 0,146$).

A kapott eredmények alapján a dunántúli borászati vállalatok kétharmadára igaz, hogy a piaci információt jellemzően megosztják társaikkal, viszont azt tapasztalják, hogy velük mindössze közepes mértékben osztják meg társaik a tudásukra jutott információt. A kutatással kimutattuk, hogy a tudást kevésbé átadó tagok a tudás megszerzésénél is rendre alulteljesítettek, egyfajta bezárkózó attitűdöt tanúsítottak. Továbbá a tanulmány igazolta, hogy a bizalmatlanság még azon tagokat is gátolta a tudásátadásban, akik azt önzetlenül megtették. A dunántúli borászati együttműködés tagja között a tudás átadása és megszerzése eltér egymástól, vagyis aszimmetrikusan osztották meg egymással a piaci információkat. A H_3 hipotézis ezzel elfogadást nyert.

ÖSSZEFOGLALÁS

Tanulmányunk a társadalmi tőke olyan puha tényezőit vizsgálta, amelyek ösztönzik vagy befolyásolják a borászatokat a vállalkozói együttműködések kialakulásában. Bebizonyosodott, hogy a dunántúli borrégiókban a vállalkozói együttműködések nagyban befolyásolja a bizalom, a regionális identitás, a helyi szereplők kölcsönös ismerete, amit a puha tényezők rangsorolása is alátámasztott. A klaszterelemzést lefuttatva a vizsgált borászati vállalatokat egymástól jól elkülönülő, de homogén csoportokba lehetett rendezni. Az együttműködés tudásáramlási vetületét tekintve megállapítottuk, hogy a borászati kooperációkban a hasonló profilú tagok között nem alakul ki hatékony tudásmegosztás. Az ANOVA statisztikai elemzés igazolta, hogy a piaci információt jellemzően megosztják társaikkal a vállalatok – jellemzően az optimista barátok – viszont az nem kölcsönös, velük mindössze közepes mértékben osztják meg társaik a tudásukra jutott piaci információt.

VEZETŐI KÖVETKEZTETÉSEK

Habár Magyarországon is megtalálhatók a különböző borászati együttműködések, azok száma még mindig elenyésző. Ezt több tényezőre lehet visszavezetni: az elmúlt kommunista rendszerre jellemző erőltetett együttműködések – termelői szövetkezetek – rossz tapasztalataira, a borágazat tőkehiányára, a helyi szereplők közti bizalmatlanságra, valamint egyes gazdasági szereplők

rövid távú, opportunista gondolkodásmódjára.^[33] E nehézségek leküzdésére olyan támogató kulturális és társadalmi háttér kell, ami a meglévő bizalomra, tágabb értelemben a társadalmi tőkére építkezik. A tanulmány megválaszolta azt a kérdést, hogy a regionális identitás, a bizalom, a gazdasági szereplők kapcsolathálózatai milyen mértékben befolyásolják a borászatokat abban, hogy aktívan részt vegyenek vállalatközi együttműködésben.

Az eredmények a következőkre világítanak rá:

- a helyi szereplőbe, a köz- és az állami intézményekbe vetett bizalom, a regionális identitás megkönnyíti a vállalatközi együttműködések létrejöttét;
- habár a bizalmatlanság még mindig fellelhető, az már önmagában nem képes megakadályozni a hálózatok kialakulását, viszont lelassíthatja a tudástranzfert a tagok között;
- a dunántúli borászati vállalatokat három jól elkülönülő, de homogén csoportba lehet rendezni, amit 1. optimista barátkozók, 2. szkeptikus pesszimisták és 3. a realista bizakodók klaszternek neveztünk el. A rendszerezés az alapján történt, hogy a tagok mióta állnak egymással üzleti kapcsolatban, ismeretségük mekkora múltra tekint vissza, tapasztalják-e a kockázatok megosztását, milyen mértékű bizalommal fordulnak az együttműködésben résztvevő társaik felé, bíznak-e az állami intézményekben, ápolnak-e aktív kereskedelmi kapcsolatot egymással, valamint a regionális identitásuk milyen mértéket ölt.
- a három klaszter egyértelműen utal az együttműködés jövőképre: optimista, pesszimista vagy realista;
- együttműködés révén nem alakul ki hatékony tudásmegosztás a tagok között, amit különböző workshopokkal, fórumokkal és szakmai napokkal javítani lehetne;
- pozitív korreláció bizonyítja, hogy az együttműködő dunántúli borászati vállalatok minél régebben kapcsolatban állnak kooperáló társaikkal, annál inkább megosztják társaikkal a tudomásukra jutott piaci információkat és annál inkább megszerzik társaik tudását;
- az optimista barátkozók esetén kimutatható, hogy a piaci információt jellemzően ők megosztják társaikkal;
- a piaci információ megosztása és annak megszerzése a tagok között aszimmetrikus, amit a közösen megrendezett taggyűlésekkel, szakmai napokkal egyenlőbbé lehet tenni.

A tanulmány lehetséges jövőbeli kiterjesztése során érdemes lenne a kutatást időszakosan megismételni, hogy hosszabb időszíkon követni lehessen a társadalmi tőke alakulását, valamint az együttműködés elmélyülésével a kapott eredmények változásait.

[33] Cafaggi - Iamicieli (2010): i. m.

IRODALOM

- Aylward, D. (2002): *Diffusion of R&D within the Australian Wine Industry*. Prometheus. 20 (4). 351–366.
- Aylward, D. (2006): *SME innovation within the Australian wine industry: A cluster analysis*; Wine Economics Research Centre, Adelaide.
- Anderson, K. – Nelgen, S. (2011): *Wine's Globalization. New Opportunities; New Challenges* Working paper, No. 0111. Wine Economics Research Centre, Adelaide.
- Ben-Porath, Y. (1980): *The F-connetions: Families, Friends, and Firms, and the Organization of Exchange*. Population and Development Review. Bd. 6. 1–30.
- Bencsik A. (2009): *A tudásmenedzsment emberi oldala*. Z-Press Kiadó, Miskolc.
- Brányi, Á. (2012): *Social capital in regional identity – a snapshot of Hungary*. „Művelődés – Identitás – Egészség” című Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete. Komárno: Seje János Egyetem. 23–34.
- Bourdieu, P. (1986): The forms of capital. In: Richardson, J. (ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood, New York. 241–258.
- Bourdieu, P. (1997): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Angelusz R. (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei*. Új Mandátum. 156–177.
- Burt, R. S. (2001): *Bandwidth and echo: trust, information, and gossip in social networks; Integrating the Study of Networks and Markets*. Russel Sage Foundation, New York.
- Capello – Faggian (2005): *Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes*. Regional Studies, Taylor & Francis Journals. Vol. 39(1). 75–87.
- Caffagi, F. – Iamicieli, P. (2010): *Inter-firm Networks in the European Wine Industry*. Working Paper Law 10. European University Institute, San Domenico di Fiesole.
- Coleman, J. S. (1990): *Socail Capital*. Magyar kiadás (1994): Társadalmi tőke. In: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. Aula Kiadó, Budapest.
- Coleman, J. S. (1998): A társadalmi tőke az emberi tőke termelésében. In: Lengyel Gy. – Szántó Z. (szerk.): *Tőkefajták. A társadalmi és a kulturális erőforrások szociológiája*. Aula Kiadó, Budapest. 11–13.
- Csizmadia, Z. (2009): *Együttműködés és újítóképesség. Kapcsolati hálózatok és innovációs rendszerek regionális sajátosságai*. Napvilág Kiadó, Budapest. 54–63.
- Ditter, J. G. (2005): *Reforming the French Wine Industry: Could Clusters Work?* Cahiers du Ceren, 13. 39–54.
- Fukuyama, F. (1999): *Social Capital and Civil Society*. 13–14. Elérhető: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm> Letöltés ideje: 2012.04.16.
- Fukuyama, F. (2000): *A nagy szétbomlás. Az emberi természet és a társadalmi rend újjászervezése*. Európa Könyvkiadó, Budapest.
- Fukuyama, F. (1995): *Trust, the Social virtues and the creation of prosperity*. The Free Press, New York.
- Granovetter, M. S. (2005): *The Impact of Social Structure on Economic Outcomes*. Jorunal of Economic Perspectives. 19. No. 1. 33–50.
- Gwynne, R. N. (2008): *Firm Creation, Firm Evolution and Cluster in Chile's Dynamic Wine Sector*. Evidence from the Colchagua and Casablanca Regions; AAWE working paper. No. 20. American Association of Wine Economists, New York.
- Hanifan, L. J. (1916): *The Rural School Community Center*. Annales of the American Academy of Political and Social Science. 67. 130–138.
- Jacobs, J. (2000): *The Nature of Economies*. Modern Library, New York.

- Józsa, L. (2005): *Marketingstratégia*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest.
- Kocsis É. – Szabó K. (2000): *A posztmodern vállalat*. Oktatási Minisztérium, Budapest.
- Larreina, M. – Aguado, R. (2008): *Beyond the Cluster: How Wine Drives Regional Economy to Success: Oenopolis, the case of Rioja*. International Journal of Wine Business Research. 20 (2). 153–170.
- Lengyel I. (2010): *Regionális gazdaságfejlesztés: Versenyképesség, klaszterek és alulról szerveződő stratégiák*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Loury, G. (1977): A Dynamic Theory of Racial Income Difference. In: Wallace, P. A. – LeMund, A. (eds.): *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Lexington Press.
- Macke, J. – Sarate, J. A. R. – Vallejos, R. V. (2010): *Collective competence and social capital: a proposal of a model for collaborative network analysis*. Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics. 8(3). 18–23.
- Malhotra, N. (2005): *Marketingkutató*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest.
- McDermott, G. A. (2007): *The Politics of Institutional Renovation and Economic Upgrading: Recombining the Vines that Bind in Argentina*. Politics and Society. 35(1). 103–143.
- Morrison, A. – Rabellotti, R. (2010): *Knowledge and Information Networks in an Italian Wine Clusters*. European and Planning Studies. 17(7). 983–1006.
- Narayan, D. (1995): *Designing Community Based Development*. Social Development Paper, Number 7. Environmentally and Socially Sustainable Development Network. World Bank, Washington D. C.
- Orbán A. – Szántó Z. (2005): *A társadalmi tőke*. Erdélyi Társadalom. 2. 55–70.
- Paasi, A. (2003): *Region and place: regional identity in question*. Progress in Human Geography. No. 4. 475–485.
- Paasi, A. (2009): *The resurgence of the 'Region' and 'Regional Identity': theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe*. Review of International Studies. Vol. 35. 121–146.
- Porter, M. E. (1998): *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, Boston.
- Putnam, R. D. (1993): *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*. The American Prospect. 13. 35–42.
- Putnam, R. D. (2000): *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster, New York. 296–331.
- Ray, C. (1998): *Culture, intellectual property and territorial rural development*. Sociologia Ruralis 38.
- Rebelo, J. – Caldas, J. (2011): *The Douro Wine Region: A Cluster Approach*. AAWE working paper. No. 83. American Association of Wine Economists, New York.
- Roca, Z. – Oliviera-Roca, M. (2007): *Affirmation of territorial identity. A Development Policy Issue*. Land Use Policy. 24. 434–442.
- Sajtos L. – Mitev A. (2007): *SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Tomka J. (2009): *A megosztott tudás hatalom*. Harmat Kiadó, Budapest. 12.
- Vadasi A. (2009): *A bizalom és bizalomhiány hatása a vállalkozói hálózatok működésére*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.
- Valente, T. W. (1995): *Network Models of the Diffusion of Innovations*. Hampton Press, New Jersey.

- Visser, E. – Langen, Peter de (2006): *The importance and quality of governance in the Chilean wine industry*. GeoJournal. Vol. 65. 177-197.
- Wolf, D. A. – Davis, C. – Lucas, M. (2005): Global Networks and Local Linkages: An Introduction. In: Wolfe, D. A. – Lucas, M. (eds.): *Global Networks and Local Linkages: The Paradox of Cluster Development in an Open Economy*. McGill-Queen's University Press, Montreal and Kingston. 1-23.

ENGLISH ABSTRACT

Nowadays a wide range of cooperations can be observed from strategic alliances through networks of suppliers till clusters, due to the fact that market players through collaboration can gain competitive advantages, can facilitate their market penetration and corporate growth. Wineries, while currently going through a dynamic transformation, are no exceptions to this trend. The objective of this paper is to measure how social capital can influence network or cluster formation through soft factors such as trust and confidence, connectedness and regional identity. The paper also focuses on clustering and characterizing cooperation among wine growers and cellars. This typology serves then as a basis for analyzing knowledge transfer between cooperating members.



Útszéli szitakötő - *Sympetrum flaveolum*

Az aspirációs csoportok hatása a fogyasztói döntésekre



A vállalatok munkafolyamatainak hatékonyságjavítása napjaink központi kérdése. Az értékesítési tevékenység esetében ennek egyik eszköze a fogyasztók jobb megismerése. A döntési motivációk racionális és emocionális indíttatásúak lehetnek. A fogyasztói aspirációk a vásárló személyes törekvéseiről szólnak: arról, hogy mely csoportokba szeretne tartozni, és ezért milyen erőfeszítésekre hajlandó. A szerző egyik hipotézise, hogy az aspirációs csoport megválasztása elsősorban az egyén korától, iskolai végzettségétől és társadalmi státuszától függ. Ugyanakkor azt is feltételezi, hogy a csoportkövető magatartásformák csak bizonyos élethelyzetekben, például a vásárlások során érvényesülnek. A tervezett kutatások célja annak igazolása, hogy a vállalatok együttműködése az aspirációs csoportok tagjaival marketingeszköznek tekinthető és módszertanilag leírható.

BEVEZETÉS

A piacgazdaság és a fogyasztói társadalom logikai sajátossága az a kényszer, hogy a termelő és szolgáltató cégek minél nagyobb áruvolumen tudjanak értékesíteni. Ha egy cég letér a növekedés pályájáról, akkor előbb-utóbb lemarad a konkurensek piaci versenyében, s a csőd felé veszi az irányt.^[2] Ez a kényszer motiválja a vállalatokat - valamint a többi értékesítési kényszerben lévő gazdasági szereplőt is - arra, hogy az értékesítési és marketingtevékenységet prioritásként kezeljék.

A folyamatos fejlődés több eszközzel is megvalósítható. Ezek közé tartozik a K+F tevékenység, a működési folyamatok hatékonyságának javítása, az új piacok keresése és a meglévő piacokon történő terjeszkedés is. Azt mondhatjuk, hogy a fogyasztói - illetve ezen belül a vásárlási - motivációk jobb megismerése is ebbe

[1] Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, PhD hallgató.

[2] A csőd felé vezető út állomásai: Hibás marketingdöntés → sikertelen termék → csökkenő bevétel → csökkenő profit → alacsonyabb K + F büdzsé → elavuló, versenyképtelen termék → csökkenő piaci részesedés → kiszorulás → elsorvadó cég → csőd (saját szerkesztés).

a csoportba tartozik, amelyet leginkább az értékesítési folyamat hatékonyság javításának tekinthetünk.

A racionális szempontok szerint viselkedő és döntő vásárló fogalma napjainkra már a múlté. Új fogalom került előtérbe: az irracionalitás. Ugyanakkor be kell látnunk, hogy nem sorolhatunk ebbe a kategóriába minden olyan döntési tényezőt, amelyet nem értünk meg. A cselekvési motivációk többsége ugyanis – dacára annak, hogy a döntéshozó környezete számára esetleg nem tűnik ésszerűnek – belülről igenis racionális. Ha elfogadjuk, hogy a jövőben a vásárlók döntéshozatali mechanizmusát a vállalatok értékesítőinek és marketing szakembereinek sokkal jobban meg kell ismerniük, akkor kijelenthetjük, hogy a marketingen belül az egyik legfontosabb kutatási terület a lélektan, illetve a két tudományterület határmezsgyéje lesz.

Ha a fogyasztáshoz kapcsolódó döntéshozatali mechanizmust egy teljesen más szemszögből közelítjük meg, akkor azt mondhatjuk, hogy a vásárlók marketingüzenetekkel való túlterhelése, valamint az ennek következtében kialakuló reklámfáradtság szintén abba az irányba mutat, hogy az eddigi, kvantitatív marketingtevékenységet – bizonyos termékek esetében – át kell alakítani kvalitatívvá. A hétköznapiok nyelvére lefordítva mindez annyit jelent, hogy a nagy mennyiségben érkező pillanatnyi impulzusok már nem érnek célt, s helyettük sokkal célravezetőbb módszer lesz a fogyasztók tudatában történő lassú építkezés.

Az ember személyiségét elsősorban az őt körülvevő világ határozza meg. Ettől függ ugyanis, hogy az illető egyáltalán milyen információkhoz jut, milyen behatások érik, és mely kérdésekre kell választ adnia vagy mely szituációkra szükséges reagálnia. Ez a tény oda vezet, hogy az önállóságot többé nem tekinthetjük többnek egy illúziónál, s be kell látnunk, hogy mindannyian a környezetünk produktumai vagyunk. Az előbbi információ azonban ahelyett, hogy válaszként szolgálna valamely kérdésre, egy sor újabbat vet fel: Kikre hallgatunk? Mennyire figyelünk oda ezekre az emberekre? Mindenben hallgatunk azokra, akikre valamiért figyelünk? Csoportok, csoporttagok, intenzitás és relevancia. Kulcsszavak és vizsgálódási szempontok, amelyek kiindulási pontot jelentenek nemcsak egy szacikkhez vagy doktori disszertációhoz, de egy egész tudományterület számára is. A későbbiekben e cikk szerzője szerény kísérletet tesz rá, hogy a teljesség igénye nélkül az olvasó elé tárja az aspirációs csoportok fogyasztói döntésekre gyakorolt hatásának alapjait.

FOGYASZTÓI ASPIRÁCIÓK

Mielőtt megvizsgálánánk a vásárlók aspirációs törekvéseit, először azt kell megnéznünk, hogy mekkora a kérdés gazdasági relevanciája – és ennek alapján – a pusztá létjogosultsága. Törőcsik Mária *Vásárlói magatartás* c. könyvét^[3]

[3] Törőcsik M.: (2007): *Vásárlói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

olvasva két fogyasztási kategóriát különíthetünk el: a racionálisan indokolható és az emocionális töltetű vásárlásokat.

Az első csoportba tartozik a funkcionális fogyasztás, amely esetében a vásárlók a legtöbb esetben csak olyan prózai szempontok alapján hoznak döntést, mint a kényelem és az olcsó ár. A racionális vásárlások esetén az érzelmi érintettség meglehetősen alacsony, bár nem minden esetben. Például: ilyenkor is felmerülhet az olcsó ár felett érzett öröm és elégedettség.

A második csoportba tartozik a látszólag érthetetlen, emocionális alapon nyugvó fogyasztás, amely lehet önmegnyugtató vagy önkifejező típusú.^[4] Az ilyen, emocionális indíttatású vásárlások szükségessége nem minden esetben érthető meg elsőre, de erre is létezik magyarázat: az önmegnyugtató fogyasztás a vásárlóban vált ki érzelmeket, az önkifejező fogyasztás viszont a vevő környezetének szól, hiszen az illető ezen keresztül szeretné láttatni, definiálni magát és helyzetét a közösségben belül.

Mielőtt továbblépnénk, tisztáznunk kell, hogy a funkcionális és az emocionális töltetű vásárlások nem különülnek el élesen egymástól. A vásárlások során a vevők döntési szempontjai között a legtöbb esetben mindkét szempont megjelenik, csak éppen az egymáshoz viszonyított arányuk tér el egymástól.

A jelen cikk szempontjából a csoportba tartozás tekinthető a legfontosabb, vizsgált emocionális döntési motivációnak. (Azt persze nem jelenthetjük ki egyértelműen, hogy a csoportba tartozás kizárólag emocionális szempont volna, hiszen lehet racionális is, amennyiben az egyén arra számít, hogy egy szűkebb közösség teljes jogú tagjaként az élet valamely területén előnyre tehet szert.) Ha az egyén egy csoport elismert tagja, akkor egyrésztől számíthat a többi csoporttag támogatására, másrésztől ezzel üzenetet küldhet a csoporton kívüliek felé is. A küldött üzenet tárgya lehet például a személy társadalomban elfoglalt státusza, az érdeklődési köre, a világnézete vagy az általa képviselt értékek kinyilvánítása.

A közösségbe tartozás kritériumai közül két dolgot fontos kiemelni: a csoporttagok elfogadását és beleegyezését az egyén csatlakozását és tagságát illetően, illetve az egyén belső, személyes viszonyát, amely a tagsághoz fűződik. Számunkra e legutóbbi dolog a fontos, mivel a fogyasztói aspiráció ehhez kapcsolódik. A fogyasztói aspiráció a törekvésekben, az illető attitűdjében, döntéseiben, illetve tényleges tetteiben egyaránt megnyilvánulhat. Ugyanakkor, ezzel még mindig csak a csoport-aspirációnál járunk, amely azt jelenti, hogy az illető csak a csoporttagságra aspirál. A fogyasztói aspiráció ehhez képest annyiban jelent szűkebb vagy leginkább más kategóriát, hogy az illető a csoporthoz való csatlakozási vágyát a fogyasztáshoz kapcsolódó döntéseiben keresztül fejezi ki.

Az aspiráció mint tevékenység arról szól, hogy az illető egy vágyott csoporttagság érdekében tesz erőfeszítéseket. Más szavakkal, az illető még nem

[4] Uo.

érte el a célját, tehát a mi esetünkben még nem vált a kiválasztott csoport részévé. Ezt csak szeretné megtenni, s ennek érdekében olyan emocionális töltetű vásárlásokat hajt végre, amelyekkel egyrészt megnyugtatja magát, hogy helyes úton jár, másrészt kifejezi szándékait a közösség többi tagja felé.

ASPIRÁCIÓS CSOPORTOK

Ha elfogadjuk, hogy a fogyasztói döntésre hatással van az egyén környezete, akkor a következő lépés, hogy azonosítsuk azokat a személyeket vagy csoportokat, amelyek képesek befolyást gyakorolni az illető elhatározásaira. Ennek során két fő csoportot határozhatunk meg: a referenciacsoportokat és az aspirációs csoportokat. A referenciacsoport tagjai közé sorolhatjuk azokat az egyéneket, akik az egyén mikrokörnyezetében megtalálhatóak, és akikkel a személy kapcsolatban áll. Például: családtagok, rokonok, barátok, kollégák, munkatársak. A példaként hozott személyek olyan emberek, akiktől a vásárló a fogyasztási döntés meghozatala előtt tanácsot kérhet, ha akar.

Az aspirációs csoport tagjai egy olyan közösséghez tartoznak, amelynek az egyén a vizsgált pillanatban nem tagja. Ezzel kapcsolatban nem válaszolható egyértelműen sem az, hogy a csoporthoz való csatlakozás lehetetlen-e vagy pedig lehetséges, sem az, hogy az illetőnek van-e valamilyen kapcsolata a csoport valamely vagy több tagjához, vagy pedig nincs. Az egyetlen dolog, ami biztos, az az elismert csoporttagság hiánya.

Amennyiben az illető az élet valamely területén előnyöket remél attól, hogy a választott aspirációs csoporthoz közelebb kerüljön vagy szerencsés esetben a tagjává váljon, akkor feltételezhetjük, hogy a vágyott változás érdekében hajlandó erőfeszítéseket tenni. Ha az erőfeszítések az illető fogyasztási döntéseiben is megjelennek, akkor a magatartás marketing szempontból is érdekessé válik.

Aspirációs csoporttá bármilyen közösség vagy azonos tulajdonságok alapján jellemezhető embercsoport válhat, s ennek szinte csak a fogyasztók fantáziája szabhat határt. Kis túlzással azt is mondhatjuk, hogy ahány ember, annyi féle vágyakozás. Ezzel kapcsolatban semmilyen további kritériumot nem állíthatunk fel, csupán példaként nevezhetünk meg olyan személyeket vagy közösségeket, amelyek a föld valamely lakója – és egyben fogyasztója – számára aspirációs csoportot jelentenek.

A cikk írója fontosnak tartja tisztázni, hogy az aspirációs csoport semmi esetre sem korlátozódik az elit tagjaira. Ennek deklarálása rendkívül fontos, mivel egy ilyen félreértés szükségtelenül és az eredményre károsan szűkítené le a kutatás területét, s minden bizonnyal torz megállapításokhoz vezetne. Szerencsére a fenti felvetést igen egyszerűen meg tudjuk cáfolni: mivel a fogyasztóknak az elithez tartozáson kívül egyéb vágyaik, aspirációik is lehetnek, ezért máris igazolni tudjuk, hogy az aspirációs csoportok a gazdasági vagy a tudás-eliten kívül más közösségek is lehetnek. Például: környezetvédők, zenerajongók vagy egy tetszőleges szabadidős tevékenység köré szerveződő emberek.

Az alábbiakban nézzünk néhány példát arra, hogy a különböző fogyasztók, vagy társadalmi csoportok mely közösségeket tekinthetnek aspirációs csoportnak! Minden bizonnyal népszerű közösség a történelmi személyeké. Ebben az esetben még az sem feltétel, hogy a csoporttagok az élők sorában legyenek megtalálhatók, hiszen a hátramaradt leírásokból, kordokumentumokból ma is megismerhetjük tetteiket, gondolataikat, szokásaikat, s ennek alapján döntést hozhatunk arról, hogy aspirálni szeretnénk-e a majdani csoporttagságra. Szintén népszerű aspirációs csoportnak tekinthető az elit. Az elit tagjai köztünk élnek, és életük, szokásaik az őket figyelemmel kísérők számára könnyen megismerhetőek. Az elit tagjai az élet valamely területén kiemelkedő eredményeket értek el, s ennek köszönhetően a társadalom kitüntetettjeinek tekinthetők. Azonban nem csak olyan emberek életébe pillanthatunk be könnyen, akik valamivel kivívták a környezetük elismerését. A média folyamatos sztárgyártásának köszönhetően a rendszerváltás után Magyarországon is kialakult a hírességek, divatos szóval celebek világa. A celebek fő feladata, hogy témát adjanak a szórakoztató és bulvársajtó számára, amellyel a szerkesztők napról napra megtölthetik tartalommal a fizetett hirdetések között tátongó üres helyeket, legyen szó akár televíziós műsorról, akár a nyomtatott vagy az online médiáról. Mivel a hírességek életéről, tetteiről szóló tudósítások szintén sokakhoz eljutnak, ezért okkal feltételezhető, hogy lesznek olyanok, akik csatlakozni szeretnének hozzájuk.

A fentiek ismeretében az olvasóban jogosan merül fel a kérdés, hogy a leírt jelenség miként értelmezhető a marketing és tágabb értelemben a közgazdaságtan számára.

AZ ASPIRÁCIÓS CSOPORTOK SZEREPE A MARKETINGBEN

Amint korábban már szó volt róla, az aspirációs csoportok követése, valamint a marketing összefüggése egyelőre több kérdést vet fel, mint amennyire választ ad. A teljesség igénye nélkül, önkényesen választva közülük a cikk szerzője csak az alábbiakat sorolja fel:

1. Az egyének és közösségek milyen aspirációs csoportokat választanak maguknak?
2. Az aspirációs csoportokon belül meghatározhatók-e konkrét, követett egyének?
3. A fogyasztóknál mi határozza meg a csoportkövető magatartás intenzitását?
4. A csoportkövetés milyen hatással van az emberek fogyasztási döntéseire?
5. A vállalatok számára – a marketing és értékesítési tevékenység szervezése és végzése során – jelent-e újabb eszközt az aspirációs csoportokkal kialakított együttműködés (amennyiben ez lehetséges)?

A fent leírt kérdések megválaszolása bizonyosan túlmutat a rendelkezésünkre álló publikációs felület méretén, s ezért itt nem is vállalkozunk rá. Helyette a szerző inkább felvázol néhány hipotézist, amelyeket a későbbi munkája során igyekszik majd bebizonyítani.

Első hipotézis: Az aspirációs csoportválasztást az egyén kora, iskolázottsága és társadalmi státusza határozza meg. A kor előre haladtával, az iskolázottsági szint emelkedésével, valamint a társadalmi státusz változásával az aspirációs csoportok is cserélődnek.

A fenti hipotézis hátterében az a gondolat áll, hogy a társadalom különböző csoportjait más és más impulzusok érik. Más információk jutnak el egy kisdíákhoz, egy tinédzserhez, egy fiatal felnőtthez, egy középkorúhoz vagy egy idős emberhez, mivel ezek az emberek eltérő helyekről tájékozódnak, és más csoportok tagjaival ápolnak kapcsolatot. Például: egy kisdíák a televízióban díák-műsorokat néz délutánonként, egy tinédzser inkább zenés ifjúsági műsorokat, egy fiatal felnőtt életmód-műsorokat, egy középkorú ismeretterjesztő vagy vitaműsorokat, egy idős ember pedig kulturális ismeretterjesztő filmeket vagy rosszabb esetben dél-amerikai sorozatokat. Az információkat persze senki sem kizárólag a televíziós műsorokból szerzi: más emberekkel is érintkezünk, könyveket olvasunk és múzeumokba, könyvtárakba járunk. Itt sem mindegy azonban, hogy melyik kiállítás mellé tesszük le a garast, vagy mely könyvet emeljük le a polcra. Ugyanakkor, akár csak a televíziós műsorok esetében, a többi információforrásnak is megvan a maga célközönsége, amely kor, iskolázottság és társadalmi helyzet alapján jól körülírható. Mindez azért fontos, mert a televíziós műsoroknak, az újságoknak, a könyveknek, a kiállításoknak, de még az utcán vagy a klubban elcsípett félmondatoknak is megvan a maga információtartalma. Sőt, ez az, amire a közönség kíváncsi: ezért kapcsolja be a televízió készüléket, ezért választ csatornát, ezért vesz belépőjegyet vagy vált tagsági igazolványt. Szerencsére a legtöbb orgánumnak megvan a kialakult irányvonala és tisztán megismerhető az általa képviselt értékek, illetve az azok mögött álló vagy azokat képviselő személyek. Például tudjuk, hogy az egyik kereskedelmi csatornán szombat esténként elérhető műsor olyan humoristákat tömörít, akik politikaközeli témákat tárgyalnak ki, időnként cseppet sem választékos stílusban. Azt is tudjuk, hogy a Magyar Nemzeti Galériában mire számíthatunk, ha oda látogatunk. A kérdés csak az, hogy mi szeretnénk-e oda látogatni, vagy kíváncsiak vagyunk-e hét humorista szombat esti televíziós műsorára? Ez talán rajtunk is múlik, illetve azon, hogy hol tartunk az életben. Ahogyan egyre idősebbek leszünk, vagy egyre iskolázottabbak, illetve amiként araszolunk felfelé a társadalmi ranglétrán, más dolgok válnak fontossá a számunkra, mint korábban. Új emberek életét, értékeit ismerjük meg, és olyan emberekre kezdünk el felnézni, akikről előtte alig tudtunk valamit.

Második hipotézis: Az aspirációs csoportok döntésekre gyakorolt hatása csak bizonyos helyzetekben, többnyire a fogasztással kapcsolatos elhatározások során érvényesül.

Egyre inkább felfoghatatlan evidencia, hogy az ember sokkal inkább a környezete produktuma, semmint önálló individuum. A kérdés ezek után már csak az, hogy kik alakítják a személyt, és miben, hogyan hatnak rá? A legjelentősebb hatás

természetesen a referencia csoportoké: a családé, a rokonoké, a barátoké, a munkatársaké és az ismerősöké. Velük találkozunk minden nap, és az ő véleményüket, gondolataikat halljuk a leggyakrabban. Ugyanakkor a hallottak alapján, illetve a más forrásokból származó információk hatására bennünk is kialakul egy kép a világról, s világossá válik számunkra, hogy a saját mikrokörnyezetünkön túl is van élet. A felfedezéssel egyidejűleg azzal is szembesülni kényszerülünk, hogy az Univerzum végtelen, s nem kísérhetjük figyelemmel minden rezdülését. Ha csak nem szeretnénk teljesen elaprózni a figyelmünket, ki kell választanunk néhány dolgot és személyt, akikre a továbbiakban koncentrálni fogunk.

A fent leírt folyamat néha csak egy pillanat műve, de máskor évekbe telik. Ha egy személy vagy csoport valamiért a figyelmünk középpontjába kerül, akkor az idő múlásával elkezdjük összegyűjtögetni a róla szóló információkat, és lassan kialakul bennünk egy kép. Lassan kirajzolódik az illető munkássága, életútja, az általa képviselt értékek, de egy idő után már az életmódja is, sőt, akár az otthonába is bepillantást nyerhetünk. Az, hogy a kialakult kép mennyire áll összhangban a valósággal, szinte teljesen mellékes, mert a lényeg, hogy a bennünk keletkező gondolatok milyen tettekre készítetnek minket.

Ha valakire valamiért felnézünk (vagy csupán felfigyelünk), az a legtöbb esetben azért történik, mert az illető valamivel elismerést vált ki belőlünk. Ez azt jelenti, hogy mi is szeretnénk hozzá hasonló eredményeket elérni az élet valamely területén: annyira szórakoztatónak lenni, olyan sokat tenni a hazánkért vagy annyira gazdagnak, netán befolyásosnak lenni, mint a választott személy. Mivel úgy gondoljuk, hogy az illető az eredményeit a tetteinek köszönheti, ezért aztán kialakul bennünk az utánzásra való készítés, hiszen abban bízunk, hogy ha követjük a megfigyelt személyt, akkor magunk is hasonló eredményeket érhetünk majd el.

Az emberek többsége azonban előbb-utóbb, sőt, sok esetben már egészen korán belátja, hogy ő maga bizony nem rendelkezik azokkal a tulajdonságokkal, mint azok a csoporttagok, akiknek a követésére aspirál. Ha belegondolunk, ez szinte magától értetődő: nem válhat mindenkiből médiasztár, a legnagyobb magyar, vagy a világ leggazdagabb embere, sőt, még egy szabadidős tevékenység köré szerveződő közösség vezetője sem. Az emberek többségét azonban ez nem keseríti el, mivel a saját világában ő válhat központi személyiséggé:

- ha a történelemkönyvekbe nincs is esélye bekerülni, attól még vásárolhat régi bútorokat vagy drága könyveket;
- ha a Grand Prix-n még a rajtvonalra sem állhat, még lehet sportkocsija (vagy legalább egy erős motorral szerelt szériaautója);
- ha nem is lesz egy zenei televíziós műsor „menő” házigazdája, attól még az ő ruhatárát is színesíthetik hasonló ruhadarabok.

A fogyasztással utánozni ugyanis könnyű, legfeljebb az utánzás mértéke válhat korlátossá attól függően, hogy kinek mekkora a szabadon elkölthető jövedelme.

Harmadik hipotézis: A vállalatok - és más szervezetek - marketing szakemberei és értékesítői számára az aspirációs csoporttagokkal való együttműködés marketingeszköznek tekinthető, amely módszertanilag leírható.

„A piacon manapság bevett gyakorlatnak számít, hogy az eladandó tárgyhoz egy álmot is kapcsolnak, mely jócskán megkönnyíti az eladást. Ha megvesszük például egy híres ember egykori tulajdonát, az kicsit olyan, mintha felvennénk a papucsát, vagy az ő nyomában járnánk, tehát nekünk is jut egy kis morzsa a körülötte lengő mítoszból. Egy jó „márkájú” gyűjtemény a vásárló számára biztosíték arra nézve, hogy jól választott. Ennek azonban ára van... A Sotheby's és a Christie's mesterei annak, hogyan lehet jól eladni a műtárgyhoz kapcsolódó történetet. Az árak a tulajdonos személye körüli felhajtás mértékének megfelelően emelkednek.”^[5] Bár a fenti idézet a műkereskedelem világából származik, a fogyasztói aspirációk marketing célú kiaknázása korántsem csak ebben a gazdasági ágazatban lehetséges.

Az aspirációs csoportok tagjaival való együttműködésre jó példát ad az oktatás világa. Minden intézmény szeretne feljebb kerülni a ranglétrán, mivel bízik benne, hogy az elitképzés tehetségesebb diákokat és az adott pillanatban rendelkezésre állónál bőségebb anyagi forrásokat jelent majd a számára. Ahhoz, hogy ez sikerüljön, szükség van rá, hogy az adott intézmény minél népszerűbb legyen a potenciális hallgatók körében, és minél többen akarjanak ott tanulni. Ha a dolgot a potenciális diákok szemszögéből nézzük meg, akkor azt látjuk, hogy ezek az emberek a jelentkezés előtt azt mérlegelik, hogy mi vár rájuk a megjelölt intézménynél. Amennyiben szeretnének hasonlítani valakire, akkor megnézik, hogy az illető hol tanult, és milyen foglalkozást választott magának (például egy elismert ügyvéd vagy gazdasági vezető). Ha a választott személy vagy csoport követésére aspiráló diákoknak sikerül kideríteni, hogy a példaképük mely intézmény padjait koptatta, akkor valószínűsíthető, hogy ők maguk is megvizsgálják az adott hely által kínált lehetőségeket. Visszakanyarodva az oktatási intézményekhez, az előbb leírtak miatt nekik is érdekük, hogy a későbbiekben híressé vált egykori diákjaikkal kapcsolatban maradjanak, és együttműködjenek velük. Erre több módon is sor kerülhet: vendéglelőadói meghívásokon keresztül, öregdiák nyilvántartásokban való szerepeltetéssel és ezek publikálásával, vagy éppen közös sajtószerelésekkel, amennyiben erre lehetőség adódik.

Ha további példákat keresünk, akkor az idegenforgalom szintén több ilyet szolgáltat. A sztárok pihenési szokásaival számos bulvármagazin foglalkozik, amelyek többsége akár oldalakon keresztül is tudósít arról, hogy ki hol tölti a nyarat. Az ilyen írásokban - a nagyobb hatás elérése végett - a helyszín bemutatása sem maradhat ki, különös tekintettel az olyan lokális adottságokra, amelyeket csak az oda látogatók élvezhetnek. Amennyiben egy idegenforgalmi lokáció

[5] Benhamou-Huet, J. (2002.): *A művészet mint üzlet*. Glória Kiadó, Budapest.

számos híres vendéggel rendelkezik, akkor kiaknázhathja az ebben rejlő lehetőségeket, vagyis a sztárokon keresztül tudósítást adhat létezéséről és értékeiről a hírességet figyelemmel kísérők csoportjának.

Ahhoz azonban, hogy az aspirációs csoportok tagjaival kialakított együttműködés gyümölcsözővé váljék, tudatos kapcsolatépítésre, jól megtervezett cselekvéssorozatra és folyamatos hatékonyságmérésre van szükség.

IRÁNYOK ÉS LEHETŐSÉGEK AZ ASPIRÁCIÓS CSOPORTOK FOGYASZTÓI DÖNTÉSEKRE GYAKOROLT HATÁSÁNAK MEGISMERÉSÉHEZ

Az aspirációs csoportok fogyasztói döntésekre gyakorolt hatásának megismeréséhez számos kutató korábbi munkája jelent kiindulási és hivatkozási alapot, amelyek közül a szerző a terjedelmi korlátok figyelembevételével mindössze néhányat emel ki a teljesség igénye nélkül.

Csikszentmihályi Mihály *Tárgyaink tükrében* c. könyve^[6] remek kiindulási alapot jelent annak megértéséhez, hogy a személy miként viszonyul az őt körülvevő tárgyakhoz. Bár Csikszentmihályi és Eugene Halton csak az otthon tárgyait vizsgálták, arra világosan sikerült rámutatniuk, hogy az ilyen típusú tárgyak fogyasztásával az emberek nem csak a fizikai szükségleteiket elégítik ki, hanem számos emocionális igényüket is. „A tárgyak hozzájárulnak a szelf műveléséhez azáltal, hogy segítenek rendet tenni a tudatban a személy, a közösség és a természeti rend mintázatainak szintjén.”^[7]

Szakál Gyula^[8] írásai a társadalmi minták követéséről hozzásegítenek minket annak megértéséhez, hogy az emberek miként tanulnak egymástól, és hogyan várják e folyamatból saját boldogulásukat, fejlődésüket. E helyen kell megemlíteni Fülöp Márta^[9] kutatásait is, amelyek középpontjában a versengés áll. Az emberek között folyó verseny megértése két dolog miatt fontos: egyrésztől így ismerhetjük meg az emberi előrelépés motivációit és mozgatórugóit, másrésztől megérthetjük, hogy a különböző embercsoportok miként viszonyulnak egymáshoz. Például a divat mibenléte is a versengésen keresztül fejthető meg. A divatban ugyanis két csoport vesz részt: a divatdiktátorok és a divatkövetők csoportja. A diktátorok folyamatosan a kitüntetett szerepüket hangsúlyozzák, s őrzik elkülönült, kiváltságos státuszokat. A divatkövetők irigylik a diktátorok kiváltságos helyzetét, ezért mindent megtesznek, hogy utánozzák azokat, s lecsökkenítsék a két csoport közötti távolságot. Ha ez sikerülne, akkor a diktátorok kiváltságos helyzete csorbulna, s ezért azoknak mindent meg kell tenniük, hogy

[6] Csikszentmihályi M. – Eugene H. (2011.): *Tárgyaink tükrében*. Libri Kiadó, Budapest.

[7] Uo.

[8] Szakál Gy. (2006.): Az álmok és az új életmód árusítása. In: Hudi J. (szerk.): *A fogyasztás társadalomtörténete*. Hajnal István Kör Társadalomtörténeti Egyesület, Budapest. 237-255.

[9] Fülöp M. (2005.): Versengés öregkorban: szociálpszichológiai és pszichoanalitikus megközelítésben. In: Pető K. (szerk.): *Életciklusok*. Magyar Pszichoanalitikus Egyesület – Animula. Budapest. 57-77.

a távolságot fenntartsák. A fent leírt magatartás szinte menekülők és üldözöttek hajszájaként írható le, amely mindkét csoportot folyamatos mozgásban, sőt, versenyben tartja. A jelenséget a saját, hétköznapi életünkben is megfigyelhetjük, hiszen a divat folyamatosan változik, sosem torpan meg, mert ha mindenki utolérné, akkor már nem lenne divatos.

Szeles Péter kutatási területe, a hírnévmenedzsment abban segít minket, hogy megérthessük a vállalatok szempontjait és érdekeit. Ma már elfogadott tény, hogy a vállalatok értékén belül egyre nagyobb részesedéssel bírnak az immateriális vagyontárgyak. Ezek közé tartozik a cég ismertsége, de még inkább a jóhíre. Ahhoz viszont, hogy a cég külső megítélése pozitív legyen, időről időre meg kell jelennie a kívülvilág előtt. Erre sor kerül a termékeken keresztül, de részt vesz benne a vállalat vezetője, az értékesítők, a vevőszolgálati munkatársak, a reklámokban szereplő személyek, és mindenki, aki a cég képviseletében kapcsolatba kerül a kívülvilággal. Hamish Pringle *A sztárok is ezt ajánlják!* c. könyvében^[10] azt mutatja be, hogy a hírességek a saját, személyes tekintélyükkel miként állhatnak az üzleti világ szolgálatába, és miként értékesíthetik azt a figyelmet, amelyvel rajongóik megtisztelik őket.

A rendelkezésre álló erőforrások figyelembevételével a cikk szerzője legfeljebb arra vállalkozhat, hogy a saját kutatásaival alátámassza vagy árnyalja a fent ismertetett kutatók és vezető szakemberek által elének tárt képet. Ennek egyik lehetősége a különböző fogyasztói célcsoportok döntési mechanizmusainak részletesebb megismerése, különös tekintettel az aspirációs csoportok szerepére. A válaszok összegyűjtéséhez kérdőíves vizsgálatot tartunk megfelelőnek, amely a válaszadókat demográfiai adatok (kor, iskolai végzettség, lakhely) kategorizálja. A kérdések között szerepeltetni kívánunk olyanokat, amelyek a fogyasztási döntések mögött álló emocionális motivációkról megismeréséhez kötődnek, különös tekintettel a fogyasztói aspirációkra és a csoportkövetésre. Az aspirációs csoportkövetést esetében annak relevanciáját, irányát és intenzitását kívánjuk vizsgálni.

A kutatás gyakorlati hasznossága attól függ, hogy az milyen fogadtatásban részesül a vállalatok marketingszakemberei és értékesítői részéről. A szerző számára kiemelt fontossággal bír, hogy a kutatás eredményei – legalább a gazdaság néhány szereplője számára – a gyakorlatban alkalmazhatók legyenek. Az előbbieket biztosítása érdekében a kutatás során szeretnénk folyamatos kapcsolatot tartani a cégek képviselőivel, és mélyinterjúk, valamint fókuszcsoportos beszélgetések segítségével fel kívánjuk tárni azokat a lehetőségeket, amelyek a vállalatok számára az aspirációs csoportokkal való együttműködés során rendelkezésre állnak.

[10] Pringle, H. (2005): *A sztárok is ezt ajánlják!* Geomédia Kiadó, Budapest.

IRODALOM

- Benhamou-Huet, J. (2002): *A művészet mint üzlet*. Glória Kiadó, Budapest.
- Csíkszentmihályi M. – Halton, E. (2011): *Tárgyaink tükrében*. Libri Kiadó, Budapest.
- Fülöp M. (2005.): Versengés öregkorban: szociálpszichológiai és pszichoanalitikus megközelítésben. In: Pető K. (szerk.): *Életciklusok*. Magyar Pszichoanalitikus Egyesület – Animula. Budapest. 57–77.
- Hámori B. (2003): *Érzelémgazdaságtan*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Lorenz, K. (1985): *Összehasonlító magatartáskutatás*. Gondolat Kiadó, Budapest.
- McRaney, D. (2013): *Rejtett éniünk*. HVG Kiadó, Budapest.
- Pringle, H. (2005): *A sztárok is ezt ajánlják!* Geomédia Kiadó, Budapest.
- Rechnitzer J. – Smahó M. (2011): *Területi politika*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Szakál Gy. (2006): Az álmok és az új életmód árusítása. In: Hudi J. (szerk.): *A fogyasztás társadalomtörténete*. Hajnal István Kör Társadalomtörténeti Egyesület, Budapest. 237–255.
- Szeles P. – Szűcs T. – Varga Zs. (2014): *Hírnévmenedzsment*. Révai Digitális K., Budapest.
- Törőcsik M.: (2007.): *Vásárlói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Vincze L. – Vincze F. (1983): *Tömegelektan. Lélektani-pedagógiai tanulmányok*. Athenaeum, Budapest.

ENGLISH ABSTRACT

The process development is a central question in the companies' operation. In the sales activity one of the key possibilities is to learn more about the customer's decision factors. The customer's motivation in decision can be based on rational and emotional factors, too. The consumer aspirations are related to emotional motivations: they depend on the customer's desire to be a member of a target group and their ability to reduce the distance. The authors hypothesis says, that choosing an aspiration group depends on the persons age, educational and social status. It is also assumed, that this behavior works only in some situations, mostly in purchases. The goal of the planned research is to demonstrate, how a cooperation between companies and the members of the aspiration group can be a marketing method, which is possible to be written by steps. The article is based on the results of Mihály Csíkszentmihályi, Márta Fülöp, Balázs Hámori, János Rechnitzer, Gyula Szakál, Péter Szeles and Mária Törőcsik.

Tehetségmenedzsment a „legjobb munkahely” felmérések alapján 2014-ben



A tanulmány a 2014. év világ-, európai- és hazai „Legjobb Munkahely” felmérésein első három helyen szereplő vállalat tehetségmenedzsment rendszerét mutatja be összehasonlító elemzéssel. Kutatásunk újdonságértékét az adja, hogy olyan nagy és elismert vállalatok HR vezetőihez és partnerkapcsolatokért felelős igazgatóihoz jutottunk el, mint a Boston Consulting Group, SAS Institute Kft., Microsoft Magyarország Kft., SAP Hungary Kft. és a Milupa Nutrica. Vizsgáltunk elméleti háttereként a tehetség fogalmának, modelljeinek és a tehetségmenedzsment történetének és folyamatának tudományos és részletes ismertetése szolgált. Következtetésként megállapítottuk, hogy a kutatott vállalatok a tehetségmenedzsment területén is példaértékű stratégiát folytatnak, de a jövőben az egyre fokozódó generációs sokszínűséggel jellemezhető munkaerő-piaci helyzet a még intenzívebb generáció-specifikus tehetségmenedzsment rendszer kialakítását és alkalmazását várja el a szervezetektől.

BEVEZETÉS

A vállalatoknak a folyamatosan változó piaci körülményekhez, trendekhez, fogyasztói elvárásokhoz kell igazodniuk. Ezért töretlenül bővítik K+F tevékenységüket és a legújabb technológiákat alkalmazzák, így biztosítva az adott ágazaton belüli vezető pozíció elérését és megtartását. De egyre több szervezet felismeri, hogy eredményességük mögött a humán tőke áll, amely egyszeri és megismételhetetlen szellemi kincs, immateriális vagyon.

Mindez szorosan összefügg a tehetségmenedzsmenttel, amelyet egyre inkább a versenyképesség egyik legmeghatározóbb tényezőjeként azonosítanak. A tevékenység a legtehetségesebbnek ígérkező pályázók vonzását, toborzását, kiválasztását, fejlesztését és megtartását foglalja magában. A tehetségfejlesztés kritikus pontjai azonosak mind az iskolai fejlesztések során, mind a

[1] Széchenyi István Egyetem, alumni hallgató (pooradri99@gmail.com).

[2] Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudomány és Szervezeti Kommunikáció Tanszék, egyetemi docens (kszm@sze.hu).

munkahelyi HR-szakemberek tevékenységében. Ezek az alábbiakban azonosíthatók: a tehetség azonosítása, felismerése; a programok célkitűzései; tervkészítés tehetségeseknek; a tréner/mentor/vezető szerepe; együttműködés.^[3] Az új ismeretekre nyitott, motivált, elkötelezett, tehetséges munkavállalók egyéni törekvéseit összehangolva a vállalat stratégiai céljaival egy olyan értéktanteremtési folyamat valósul meg, melynek hatására dolgozói elégedettség és erős piacvezető vállalati pozíció jön létre. A kutatások bizonyították, hogy a tehetségösszeteveket nem készen kapjuk születésünk által, hanem ezek hosszas (élet-hosszig tartó?) fejlesztő munka eredményeként formálódhatnak.^[4]

Jelen tanulmányban a 2014. év világ-, európai- és hazai szintű „Legjobb Munkahely” felméréseken kiemelkedő eredményt elért vállalatoknál jelen levő tehetségmenedzsment rendszereket vizsgáltuk meg, rávilágítva az erősségekre és a kevésbé kihasznált lehetőségekre.

IRODALMI HÁTTER

Az élet minden területén kiemelt jelentőséggel bír az emberi tehetség felismerése és kibontakoztatása, hiszen nélküle nem jöhetnének létre technikai újítások, magas szinten elismert művészi alkotások, töretlenül sikeres vállalkozások, eredményes kutatás-fejlesztést megcélzó tevékenységek.

A tehetség definiálása jelentősen több egy fogalom meghatározásánál, amely arra vezethető vissza, hogy a különböző korokban eltérő módon gondolkodtak a tehetségről.

Négy nagy tehetségkorszakot különböztethetünk meg. A legősibb a transzcendentális, misztikus felfogás, amely szerint az átlagon felüli szellemi képesség isteni eredetű misztikus erőt jelentett. A második korszakot (19. század) a szellemi képességek elismerése jellemezte, viszont negatív fizikai adottságokat társítottak a tehetségesnek számító emberekhez. A pszichometriai korszak (20. század) gondolati áttörést jelentett, „Superman”-ként definiálták a talentumokat. Leweis Terman^[5] vizsgálatai alapján a szellemileg kiemelkedő teljesítményű egyén fizikai és szociális téren is kiemelkedő. E korszak nagy alakja volt Francis Galton^[6] is, az ő nevéhez köthető az egyének közötti különbségek

[3] Balogh László (2011): A tehetséggondozás pszichológiai és pedagógiai alapvetése. In: Baranyai Zoltánné (szerk.): *Színvonal a tehetséggondozásban*. Balatonfelvidéki Szín-VonalAlapfokú Művészetoktatási Intézmény, Badacsonytomaj, 7-45., 11.

[4] Konczosné Szombathelyi Márta (2014): Tehetség- és motivációs modell kidolgozásának kérdései a Tudományos és Művészeti Diákkör kapcsán. In: Mészáros Attila (szerk.): *A felsőoktatás tudományos módszertani és munkaerő-piaci kihívásai a XXI. században*. Széchenyi István Egyetem. Győr. 68-81., 71.

[5] Terman, L. M. (1916): *The Measurement of Intelligence*. Houghton Mifflin, Boston.

[6] <http://www.psych.utah.edu/gordon/Classes/Psy4905Docs/PsychHistory/Cards/Galton.html>.; Galton, F. (1869). *Hereditary Genius*. Macmillan, London. Ez volt az első könyv, amely a tehetséget és a nagyságot tanulmányozta.

fontosságának kutatása, ő alkotta meg az első tesztet a szellemi képességek mérésére, ő alkalmazott elsőként kérdőívet erre, és elsőként alkotta meg azt a tesztet, amellyel mérhetők az asszociációk. Ebben az időben jelentek meg az első intelligencia tesztek, amelyek Alfred Binet^[7] nevéhez köthetők.

„A modern kori (hazai) tehetségmozgalom első időszaka a századfordulótól 1931-ig, az állami intézményesített tehetségvédelem korszakáig, főleg személyekhez kapcsolódik. A teljesség igénye nélkül, a tehetséggondozásért sokat tevő személyek ezen időszakából Fáy András, Zákány József, Dezső Lajos, Révész Géza, Imre Sándor és Nagy László voltak.”^[8]

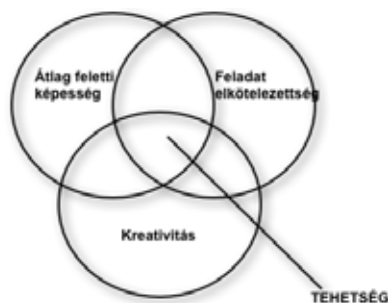
A 21. századi kognitív elméletek középpontjában pedig a gondolkodás mint tevékenység állt.^[9]

A tehetség fogalmának széleskörű megértését segítik a különböző tehetségmodellek, amelyek túlmutatnak a két alapvető összetevőn, az intelligencián és kreativitáson.

1919-es években a már említett Révész Géza zenepszichológus – a pszichológia első hazai egyetemi tanára – kutatásai során megállapította,^[10] hogy a tehetség legfontosabb ismérvei az intuíció, a spontaneitás és a magatartás.

Joseph Renzulli^[11] 1978-ban fejlesztette ki háromkörös modelljét (1. ábra), mely szerint a tehetség három tulajdonságcsoporthoz tartozik: átlag feletti képesség, feladat-elkötelezettség és kreativitás.

1. ábra: Renzulli háromkörös modellje



Forrás: Gyarmathy (2006): i. m. 22.

[7] 1905-re Binet és Theodore Simon létrehozták az első intelligencia mérésére alkalmas tesztet (Binet-Simon-skála). <http://study.com/academy/lesson/alfred-binet-theory-intelligence-test-quiz.html>.

[8] Dávid Mária – Gefferth Éva – Nagy Tamás – Tamás Márta (2014): *Mentorálás a tehetséggondozásban*. http://tehetseg.hu/sites/default/files/konyvek/geniusz_35_net.pdf.

[9] Gyarmathy Éva (2006): *A tehetség összetevői, típusai és azonosítása*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest. 9–14.

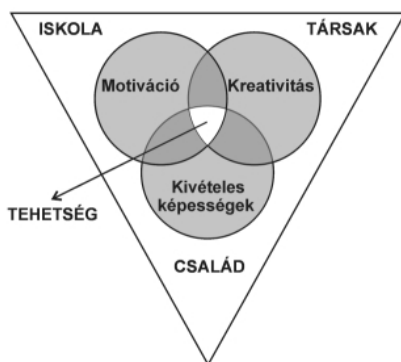
[10] Révész Géza (1918): *A tehetség korai felismerése*. Benkő Gyula Császári és Királyi Könyvkiadó, Budapest.

[11] Renzulli, J. S. (1978). *What Makes Giftedness? Reexamining a Definition*. Phi Delta Kappan, 60(3). 180–184.; Renzulli, J. (1977): *The Enrichment Triad Model. A guide for developing defensible program for the gifted and talented*. Creative Learning Press, Mendfield Center.

Franz Mönks továbbgondolta Renzulli modelljét, s létrehozta hattényezős modelljét^[12] (2. ábra), amelyben elsőként a tehetségmodellek közül a környezeti tényezők mint meghatározó tényezők (család, iskola, társak) is megjelentek.

A család az első szociális környezet, ahol a gyermek olyan impulzusokat, szülői normákat kap, amelyek a személyiségét kiemelt mértékben formálják, fejlődésében döntő szerepet játszanak. Később az oktatási intézmények nem csak tudást, ismereteket, hanem szociális értékeket is közvetítenek. A társak sok esetben, mint legerősebb befolyással bíró szociális faktorok hatnak az egyénre. Mönks további módosítást hajtott végre Renzulli modelljén, mely szerint a feladat-elkötelezettség helyett a motivációt emelte ki. A két fogalom szorosan összefügg, mert a motivációnak döntő szerepe van a feladat iránti elkötelezettség kialakulásában.

2. ábra: Mönks-Renzulli tehetségmodell



Forrás: Balogh László (2010): Erősségek és gyenge pontok a magyar tehetséggondozásban. Nyíregyháza, Eötvös Géniusz Nyitókonferencia, 2010. augusztus 30.
<http://eotvos.nyf.hu/geniusz/item/dr-balogh-laszlo-eloadasa>. Letöltés: 2012. május 10.

Abraham J. Tannenbaum (1983)^[13] pszichoszociális tehetségmodellje (3. ábra) szintén túlmutat az egyéni sajátosságok vizsgálatán: ő is felismerte, hogy a kiemelkedő teljesítményre a környezeti tényezők is hatással vannak, és a tehetség fejlődésében az elemek hatással vannak egymásra. Modellje az általános képességeket (problémák megoldását segítő intellektuális adottságok), speciális képességeket (speciális területre fókuszáló ismeretek), nem intellektuális

[12] Mönks, F. J. (1992). Development of gifted children: The issue of identification and programming. In: Mönks, F. J. - Peters, W. A. M. (eds.): *Talent for the future*. Proceedings of the Ninth World Conference on Gifted and Talented Children. Van Gorcum, Assen, The Netherlands. 191-202.

[13] Tannenbaum, A. J. (1983): *Gifted children: Psychological and educational perspectives*. Macmillan, New York.; Tannenbaum, A. J. (2003): Nature and nurture of giftedness. In: N. Colangelo - G. A. Davis (eds.): *Handbook of gifted education*. 3rd edition. Allyn and Bacon, Boston. 45-59.

facilitátorokat (személyiségjegyek, motiváció), környezeti tényezőket (az egyént körülvevő szociális környezet) és a véletlen tényezőket (körülmények, születési adottságok) foglalja magában.

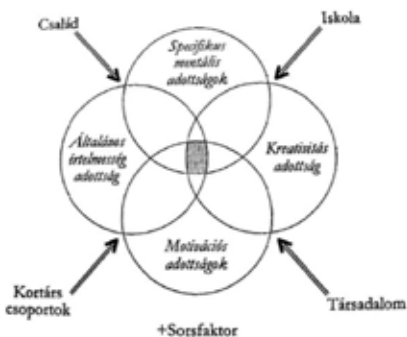
3. ábra: Tannenbaum pszichoszociális modellje



Forrás: Gyarmathy Éva (2006): i. m. 26.

Czeizel Endre, magyar orvos genetikus talentum modelljét 1997-ben fejlesztette ki (4. ábra), melyben a genetikai tényezők közt az általános értelmesség, a specifikus mentális, a kreativitás és a motivációs adottságok kerültek megemlítésre.

4. ábra: Czeizel 4x2+1 faktoros modellje

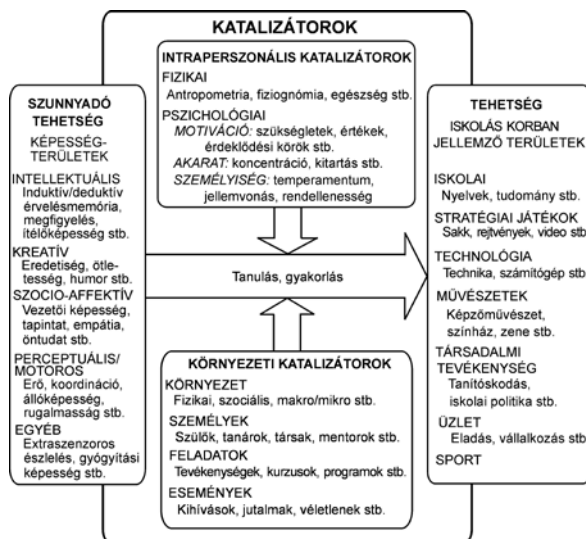


Forrás: Czeizel Endre (2004): Sors és tehetség, Urbis Könyvkiadó, Budapest, 43.

Czeizel „megállapítása szerint mind a négy szellemi képességben (általános értelmi, specifikus szellemi, kreativitási és motivációs) külön kell választani az adottságokat és az ezeket befolyásoló külső hatásokat (család, iskola, társadalom, kortárs csoportok). A kivételes adottság, tehát a tehetség megnyilvánulásának külső feltételei vannak, amelyek lehetnek pozitív és negatív hatások egyaránt. A kivételes társadalmi teljesítményt a négy adottság és a négy környezeti tényező

együtthatásának eredményeként értelmezi.”^[14] Plusz környezeti tényezőként a sors faktort jelöli meg, amely párhuzamba állítható a Tannenbaum modelljében szereplő véletlen tényezőkkel.

5. ábra: Gagné-modellje a tehetség kibontakozásáról



Forrás: Balogh László (2011): i. m. 10.

Francoys Gagné^[15] elhatárolja egymástól modelljében a természettől kapott (öröklött) tényezőket (adottságok) és a tehetséget (szisztematikusan fejlesztett készségek). Úgy véli, tehetség csak a tanulási/fejlődési folyamat által fejleszthető ki, amely folyamatra az intraperszonális és a környezeti katalizátorok is hatással vannak.

A tehetség fogalmának és a hozzá kapcsolódó modellek széleskörű vizsgálata kiválóan megalapozta a vállalati tehetségmenedzsment tudományos hátterének feltárását.

Az 1990-es évek második felében kezdtek felismerni a humán erőforrás menedzsmentben rejlő lehetőségeket, melyet az is alátámaszt, hogy a HR feladatok túlmutattak az általános, szűkre szabott gazdasági tevékenységeken, és kiterjedtek a személyzetfejlesztési lehetőségek kiaknázására.

1997-ben alkalmazta első ízben a tehetségmenedzsment, valamint a

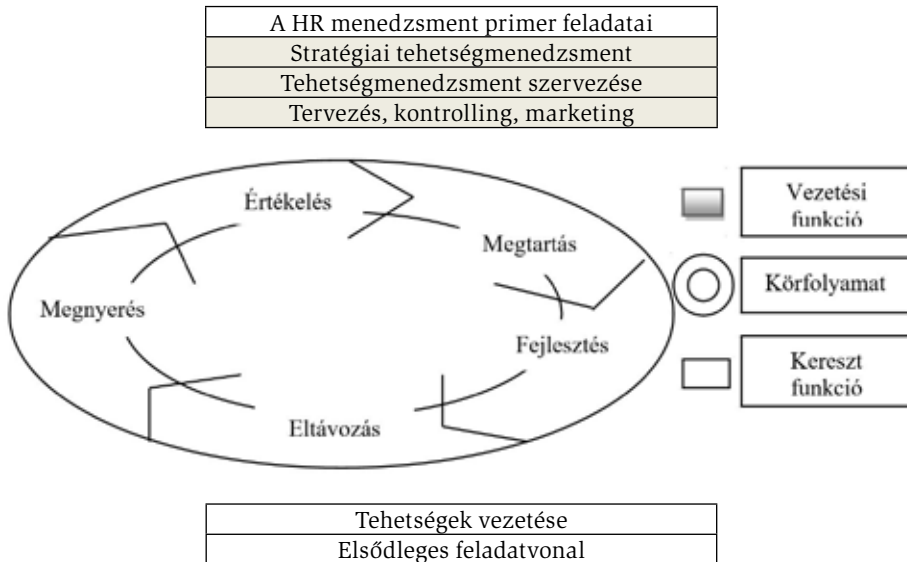
[14] Konczosné Szombathelyi Márta (2012): Tehetségmenedzsment, avagy a HR felelőssége. In: Róbert Péter (szerk.): *Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság*. Kautz Gyula Emlékkonferencia 2012. június 12. elektronikus formában megjelenő kötete, Menedzsment szekció: 1-10., 4.

[15] Gagné, F. (1991): Toward a differentiated Model of Giftedness and Talent. In: Coangelo - Davis (eds.): *Handbook of Gifted Education*. Allyn and Bacon, Boston. 64-80.

„The war for talent” (harc a tehetségekért) kifejezést Steven Hankin, a McKinsey & Company-tól, majd Ed Michaels és társai könyvükben is leírták.^[16] A tehetségekért folytatott háború kifejezés utal a tehetséges munkavállalók megszerzéséért és megtartásáért folytatott növekvő versenyre.

„A tehetségmenedzsment rendszer azoknak az eljárásoknak és folyamatoknak az összessége, amelyek egy szervezet tehetséggel kapcsolatos hitvallását és stratégiáját lefordítják diagnosztikai és végrehajtási programmá, annak érdekében, hogy elérjék a szervezeti kiválóságot.”^[17]

6. ábra: Tehetségmenedzsment koncepció



Forrás: Ritz, A. - Thom, N. (2011): i. m. 11.

A 21. század első éveiben az alacsony eredményeket mutató makrogazdasági mutatók, a gazdasági válság és az ebből eredeztethető negatív hatások következtében a tehetségmenedzsment háttérbe szorult. Napjainkban újra töretlenül erősödő versenytényezővé vált a vállalati tehetségmenedzsment.

A munkavállalói és szervezeti szükségleteken alapuló tehetséggondozás kiemelt stratégiai feladat a cégek életében, melynek célja a legjobb munkavállalók megnyerése, ezzel szorosan összefüggő minőségi toborzási és kiválasztási

[16] Michaels, Ed - Handfield-Jones, Helen - Axelrod, Beth (2001): *The War for Talent*. Harvard Business Press.; Ritz, A. - Thom, N. (2011): *Talent Management*. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden. 3.

[17] Berger, Lance A. - Berger, Dorothy, R. (2011): *The talent management handbook*. McGraw-Hill Co. 6.

rendszer kifejlesztése, ebből következő toborzási és kiválasztási költségek csökkentése, a meglévő és hiányzó kompetenciák egyértelmű azonosítása, eredményes egyéni és csoportspecifikus fejlesztés, karriertervezés.^[18]

Ezen célkitűzések a tehetségmenedzsment koncepció (6. ábra) alapjaként szolgálnak.

Ritz és Tom modellje szerint a tehetségmenedzsment koncepcióra a humán erőforrás menedzsment primer feladatai (stratégiai tehetségmenedzsment, tehetségmenedzsment szervezés és a tehetségmenedzsmenten belül megvalósuló tervezés, kontrolling, marketing) bírnak befolyással. A stratégiai tehetségmenedzsment kiterjed a szervezeti stratégia és a tehetségmenedzsment közti kapcsolat megteremtésére, a tehetségekkel szemben támasztott követelmények definiálására, valamint az erőforrások biztosítására. A szervezet rövid-, közép- és hosszú távú tervei nagymértékben befolyásolják a tehetségmenedzsmentet, mert összefüggnek a szervezet költségvetésével, az innovációs tervekkel, valamint a munkaerő-gazdálkodásra vonatkozó tervekkel. A kommunikáció (marketingkommunikáció és szervezeti kommunikáció) pedig olyan lehetőségek „tárháza”, amely képes megalapozni a vállalati image-t, ezáltal vonzóvá téve a jelenlegi és jövőbeni munkavállalók számára.

A körfolyamat a tehetségek megnyeréséből, értékeléséből, megtartásából, fejlesztéséből és eltávozásából áll.

- megnyerés: kimagasló presztízserértékű vállalati arculat, hatékonyan kommunikált szervezeti értékek;
- értékelés: a kiválasztás során a különböző interjútipusok alkalmával azonosíthatók a potenciális jelöltek szakmai és személyes kompetenciái. Sikeres felvétel esetén fontos a pontos karrierterv kidolgozása, a beolvasztást, valamint beillesztést követően pedig elengedhetetlen a dolgozók teljesítményének folyamatos értékelése. Ezáltal a vezető számára megismerhetővé válik az egyén fejlődési iránya, valamint meghatározhatóvá válnak a további fejlődési lehetőséget kínáló képzések, tréningek;
- megtartás: a gazdasági szervezetek formájától, méretétől függetlenül minden munkakörnyezetben rendkívül fontos a munkavállalók motivációjának kialakítása, folyamatos növelése, mert ez az alapja cég iránti elkötelezettségük létrejöttének. Az eredményes motiválás érdekében személyre szabott ösztönző eszközöket – anyagi és nem anyagi motivátorokat – kell alkalmazni, melynek alapja, hogy a vezető figyelembe vegye az egyéni sajátosságokat (pl. életkor, nembéli különbségek, az adott munkahelyen eltöltött idő.)
- fejlesztés: személyes-, szakmai-, vezetői-, szociális kompetenciák fejlesztése különböző tréningek és képzések által;
- eltávozás.

[18] Enaux, C. – Henrich, F. (2011): *Strategisches Talent-Management*. Haufe-Lexware GmbH, Freiburg. 11.

A tehetségmenedzsment a vállalati stratégiaalkotás szerves részét képező, a humán erőforrás menedzsmenten belül döntő jelentőségű vezetői kihívás.

Tanulmányunk további részében a 2014. év világ-, európai-, és hazai „Legjobb Munkahely” felmérésein első három helyen szereplő vállalat tehetségmenedzsment rendszerét állítottuk kutatásunk középpontjába. Célunk ezen szervezetek tehetségmenedzsment rendszerének összehasonlító vizsgálata. Munkánkban azért kap kiemelt szerepet a „Legjobb Munkahely” felmérés, mert eredményei olyan alapot jelentenek, amelyek az egy iparágra koncentrált primer kutatással szemben lehetővé teszik a különböző gazdasági ágazatban vezető pozíciót betöltő vállalatok vizsgálatát.

MÓDSZERTAN ÉS MINTA

A világ legjobb munkahelyei

A „Legjobb Munkahely” felmérést az Amerikai Egyesült Államokban alkalmazták először. A Great Place to Work globális humán erőforrás tanácsadással foglalkozó cég, amely több mint 25 éve végez világviszonylatban „Legjobb Munkahely” kutatást, mely 45 országra és 6 kontinensre terjed ki, és kérésükre több, mint 10 millió munkavállaló nyilvánítja ki véleményét. A vállalatok magán-, állami- és non-profit szektorból is részt vehetnek a versenyen. Az eredmény két részből tevődik össze: 2/3-át a munkavállalók bizalmi indexe (dolgozói elégedettség, az elvégzett munkából eredeztethető büszkeség, csoportmunka öröme), míg 1/3-át a menedzsment által képviselt kultúra audit (a beosztott és vezető közötti kapcsolat) adja. Az eredményeket minden évben a Fortune magazin teszi közzé. A 2014-ben kialakult rangsort az 1. táblázat mutatja.^[19]

1. táblázat: A világ legjobb munkahelyei 2014-ben

A legjobb 100 munkahely	
Hely	Cégnév
1.	Google
2.	SAS
3.	The Boston Consulting Group

Forrás: <http://www.greatplacetowork.com/best-companies/100-best-companies-to-work-for/year/2014> alapján saját szerkesztés. (Letöltés ideje: 2015.01.05.)

[19] <http://www.greatplacetowork.com/index.php> (Letöltés ideje: 2015.01.05)

Európa legjobb munkahelyei

2002-ben az Európai Bizottság is támogatta a Great Place to Work európai felmérését, melyen 15 ország képviseltette magát. Egy évvel később már három kategóriában (nagy-, kis- és középméretű, valamint multinacionális) versenyeztek a vállalatok. Az elmúlt év multinacionális kategória eredményeit a 2. táblázat mutatja.

2. táblázat: Európa legjobb munkahelyei 2014-ben multinacionális méretű vállalatok kategóriájában

Multinacionális vállalatok	
Hely	Cégnév
1.	Microsoft
2.	W.L. Gore & Associates
3.	Admiral Group

Forrás: <http://www.greatplacetowork.net/best-companies/europe/europe/100-best-workplaces-in-europe/1925-2014> alapján saját szerkesztés. (Letöltés ideje: 2015.01.05.)

Magyarország legjobb munkahelyei

Magyarországon a Hewitt Human Tanácsadó Kft. első alkalommal 2001-ben végezte el a „Legjobb Munkahely” felmérést. 2009-től a foglalkoztatott létszám alapján kategorizálják a cégeket: 50-250 fő közötti, 250-1000 fő közötti és 1000 fő feletti csoportokba. A felmérésen azon vállalatok vehetnek részt, amelyek legalább 2 éve működnek és több mint 50 főt foglalkoztatnak. A munkavállalók három típusú kérdőívet (dolgozói elkötelezettség kérdőív, HR audit kérdőív, felsővezetői audit kérdőív) töltenek ki, az ezekből származó együttes eredmény szolgál a rangsor felállításának alapjául. A 3-4. táblázatok ismertetik a hazai rangsort.

3. táblázat: Magyarország legjobb munkahelyei 2014-ben 250 fő alatti vállalatok kategóriában

250 fő alatti vállalatok	
Hely	Cégnév
1.	Hilti Hungaria Kft.
2.	Milupa Nutrica
3.	AbbVie Gyógyszerkereskedelmi Kft.

Forrás: http://lmf.hu/legjobb_munkahelyek/2014 alapján saját szerkesztés. (Letöltés ideje: 2015.01.05.)

4. táblázat: Magyarország legjobb munkahelyei 2014-ben 250-1000 fő közötti vállalatok kategóriájában

250-1000 fő közötti vállalatok	
Hely	Cégnév
1.	Microsoft Magyarország Kft.
2.	Fundamenta Lakáskassza Zrt.
3.	SAP Hungary Kft.

Forrás: http://lmf.hu/legjobb_munkahelyek/2014 alapján saját szerkesztés
(Letöltés ideje: 2015.01.05.)

Csak azon kategóriák kerültek a fentiekben bemutatásra, melyeken belül a szervezetek (táblázatokban sötét színnel jelöltek) nyitottak voltak kutatásunkra. Tehát vizsgálatunk mintavétele öt, világviszonylatban is elismert cégre terjed ki.

Módszertani szempontból a primer kutatási technikák közül a strukturált interjú módszere került alkalmazásra. A Microsoft Magyarország Kft., valamint az SAP Hungary Kft. HR vezetőjével személyes beszélgetés keretében, míg a Milupa Nutrica, SAS Institute Kft. HR Managereivel és a The Boston Consulting Group Partner and Managing Directorával telefonos megkeresés formájában valósult meg az interjú 2015 februárjában.

A kérdések a tehetségmenedzsment folyamatán (vonzás, toborzás, kiválasztás, fejlesztés, megtartás) haladtak végig, összeállításuk alapját a 2011-ben a Tower Watson (vezető tanácsadó cég) által készített „2011/2012 Talent Management and Rewards Study, North America”^[20] című kutatása adta. A tanácsadó cég megfogalmazta a „Fenntartható tehetségmenedzsment és javadalmazási modell elkészítésének alapelvei”-t, amely az integrációra (tehetségmenedzsment, a juttatási rendszer, a vállalati stratégia, valamint a munkaerő vonzására és megtartására fókuszáló törekvések összehangolása), a szegmentációra (tehetséges dolgozók azonosítása), valamint az agilitásra (az üzleti folyamatok megváltoztatását célzó programok adaptálása) helyezi a hangsúlyt.^[21]

Interjúívünk kérdései közt szerepeltek az X és Y generáció munkahelyválasztási sajátosságaira, a juttatási rendszer és tehetségmenedzsment kapcsolatára vonatkozó kérdések is.

[20] <http://www.towerswatson.com/Insights/IC-Types/Survey-Research-Results/2011/10/2011-Global-Talent-Management-and-Rewards-Study> (Letöltés ideje: 2015.01.03.)

[21] Konczosné Szombathelyi Márta (2012): i. m. 1-10. Kránitz É. (2012): *Tehetségmenedzsment: aktuális kihívások*. Human Resources Magazin (HRM), IV. évf. 1. szám, 34-36.

EREDMÉNYEK

A vizsgált vállalatok mindegyike stratégiai feladatként kezeli a tehetségmenedzsmentet, legfőbb céljuk a legígéretesebb tehetségek vonzása, fejlesztése és megtartása, szem előtt tartva a szervezeti és munkavállalói igényeket. Az eredmények a szegmentáció, integráció, valamint az agilitás elvére építve kerülnek bemutatásra.

Szegmentáció – tehetséges munkaerő azonosítása, amely szorosan összefügg a vonzás, toborzás, fejlesztés és megtartás területével.

Vonzás

A válaszok alapján a tehetségek vonzására irányuló legdominánsabb tényezők a vállalati image, kultúra, hiteles vezetés, kapcsolati tőke, a kínált karrier- és szakmai fejlődési lehetőségek, juttatási rendszer.

Az interjúbeszélgetések alkalmával kapott információk szerint a tehetségmenedzsment folyamatának további elemei (toborzás, kiválasztás, fejlesztés, megtartás) – az általános jellemzőkön túl – ágazat- és ebből következő generáció-specifikációikból eredeztethető sajátosságokkal, egyediségekkel írhatók le.

Toborzás

Ezek alapján a cégek által alkalmazott toborzási technikák a következőképpen oszlanak meg.

Az IT szektorban domináns Microsoft Magyarország Kft., SAP Hungary Kft., valamint a színvonalas statisztikai adatelemzést végző SAS Institute Kft., továbbá a tanácsadás területén kimagasló Boston Consulting Group elsősorban az Y generációra fókuszálnak („make” stratégiát követnek, amely azt jelenti, hogy a kevés szakmai tapasztalattal rendelkező, tehetséges fiatalokat részesítik előnyben a toborzás során, akiket a vállalat a saját igénye, stratégiája szerint fejleszthet). Jó kapcsolatot ápolnak a felsőoktatási intézményekkel, továbbá belső ajánlás útján, valamint a social (közösségi) médián keresztül érik el a legtehetségesebbnek ígérkező fiatal, sok esetben pályakezdő, frissdiplomás jelölteket.

A Milupa Nutrica „buy” stratégiát folytatva (amelynek lényege az adott területen kimagasló jelöltek vonzása, akik már birtokában vannak a cég számára, és a munkakör betöltéséhez szükséges ismeretekkel) az X generációt képviselő kimagasló szakmai tapasztalatokkal felvértezett pályázókat részesíti előnyben, ennek megfelelően fejedelmű cégeken, valamint a profession.hu internetes felületen keresztül toborozza a jövőbeni munkatársakat. Bár a kiválasztásnál is vannak különbségek, mégis a tehetségmenedzsment folyamaton belül ez az a terület, amely a leginkább hasonló a kutatott cégeknél (több körös interjúk, különböző személyiség- és logikai tesztek, Assessment Centre).

Fejlesztés

A fejlesztés területén mind a munkakör alapú, mind az egyéni fejlődési igényekre koncentráló képzések a jellemzőek mind az öt esetben. De itt is felismerhetők a generáció-specifikus sajátosságok. Míg a Microsoft Magyarország Kft.-nél, a SAS Institute Kft.-nél, az SAP Hungary Kft.-nél, valamint a Boston Consulting Groupnál jellemzőek a gyakornoki és mentor programok, ezzel szemben a Milupa Nutrica-nál kimondott mentor program nincs, viszont a coaching rendkívül népszerű a vállalatban belül. A tehetségmenedzsmenten belül kínált lehetőségek eltérő kihasználását illetően a demográfiai tényezőket, ezen belül is az életkort említették a HR vezetők, mint legbefolyásolóbb faktort. Az idősebb munkavállalók körében a korból következő értékrend és életforma változás miatt alacsonyabb az érdeklődés, nyitottság a képzések, a külföldi kiküldetések és tapasztalatszerzés iránt.

Megtartás

A tehetséges munkaerő megtartásával kapcsolatban anyagi-, és nem anyagi (hiteles vezetés, vállalati kultúra, minőségi munkahelyi kapcsolatok, munkamagánélet egyensúlya, home office lehetőség, rugalmas munkaidő, karrierlehetőség, munkahely biztonsága) ösztönző eszközök egyaránt megemléítésre kerültek.

Integráció - tehetségmenedzsment és juttatási rendszer összehangolása

Mind az öt cég összehangolja a tehetségmenedzsment és juttatási programját.

Agilitás - rugalmasan reagálni a változásokra, a lehetőségek gyors felismerése és kihasználása

Ez olyan elengedhetetlen tényező, amely nélkül nem tudna eredményesen működni a tehetségmenedzsment. A kutatás során vizsgált vállalatok a rövid távú motivációs eszközök (felismerték a szakmai fejlődéssel egyenes arányban összefüggő anyagi ösztönzők is fontosak a munkavállalók számára), valamint a rugalmas munkakörülmények (home office, minden igényt kielégítő munkakörnyezet, alternatív munkaidő) esetében is hatékonyak, és eredményesek, melyet a dolgozói elégedettség, valamint elkötelezettség is bizonyít.

KÖVETKEZTETÉSEK

Az interjúeredmények alapján megállapítható, hogy a 2014. év világ-, európai-, hazai-, „Legjobb Munkahely” felmérésein kiemelkedő eredményt elért és kutatásunkra nyitott vállalatok mindegyike a tehetségmenedzsment területén is kimagasló. Az interjúk során kapott válaszokból egyértelműen következtethető, hogy filozófiájuk egyik központi eleme a munkavállaló mint ember,

aki értéknek számít, ezért mindent megtesznek és biztosítanak szakmai kibontakozása, fejlődése érdekében.

A vizsgált cégeknél jelen levő toborzással, képzéssel, karrierút tervezéssel, mentor programmal kapcsolatos különbségek a vállalat profiljára, kultúrájára, és a foglalkoztatottak átlagéletkorára vezethető vissza.

Kutatásunk feltevéseivel kapcsolatban a válaszok alapján az alábbi következtetések állapíthatók meg.

H.1. A vizsgált vállalatok a tehetségmenedzsmentet stratégia feladatként kezelik. A tanulmányban szereplő vállalatok felismerték, hogy a hosszú távú versenyelőnyt számukra a szakmailag magasan képzett munkaerő biztosítja. Ezt példázza az is, hogy nagy figyelmet fordítanak a legtehetségesebb munkaerő megnyerésére, képzésére és megtartására. Megállapítható, hogy tehetségmenedzsment rendszerük a vállalati stratégia kiemelt területe.

H.2. A vizsgált vállalatok a tehetségmenedzsment kialakítása során a munkavállalói és szervezeti szükségleteket egyaránt figyelembe veszik. Következtetésként megfogalmazható, hogy a tanulmányozott szervezetek a toborzás során az adott cégnél jelenlévő munkaerő generációjára jellemző módszereket alkalmaznak, összhangba állítva a vállalati célokkal. Továbbá a képzés, fejlesztés, megtartás azok a területek, amelyeknél a szervezeti igények mellett az egyén szükségleteit is figyelembe veszik.

H.3. A vizsgált vállalatok a tehetségmenedzsment folyamatának egyes szakaszait egyaránt kiemelt fontossággal kezelik. Az eredmények azt mutatják, hogy a tehetségmenedzsment minden elemét nagy odafigyeléssel kezelik, ezt példázzák a körültekintően alkalmazott toborzási és kiválasztási módszerek, valamint a stratégiaileg megalapozott fejlesztésre és megtartásra koncentráló tevékenységek.

H.4. A tehetségmenedzsment lehetőségeit különböző módon használják ki a munkavállalók, melyet demográfiai, kulturális és egyéni tényezők is befolyásolnak.

Ezen feltevésünk is beigazolódott. Az interjúkból kiderült, hogy az általunk vizsgálni kívánt elemek (kulturális, demográfiai, egyéni sajátosságok) közül a demográfiai tényezők, azon belül is az életkor kap hangsúlyos szerepet, mint befolyásoló faktor. Az életkorból eredeztethető jellemzők a tehetségmenedzsment teljes folyamatát érintik. Az X nemzedékbe tartozó korosztály tagjai széleskörű szakmai tapasztalattal rendelkeznek, hűek és lojálisak a vállalat-hoz, de nehezen nyitnak az új lehetőségek felé. Számukra ösztönző erővel bír a munka-magánélet egyensúlya. Az Y generációt képviselő kollégákra a tanulás iránti igény, a fejlesztés területén a képzések iránt nyitottság, a nagyfokú mobilitás, lendületesség, bátorság a jellemző.

Vállalati oldalon összegző következtetésként levonható, hogy példaértékűen kialakított és fenntartott tehetségmenedzsment rendszer van jelen mind az öt

vizsgált szervezetnél, melynek minden területével (vonzás, toborzás, kiválasztás, fejlesztés, ösztönzés, megtartás) kiemelten foglalkoznak. A vizsgálat alapján munkavállalói oldalon megfogalmazható, hogy a megtartás, képzés, fejlesztés területén különböznek leginkább a munkavállalók generációi. Erre fókuszálva és a generációk egyensúlyát megtartva tehetségmenedzsment rendszerük a jövőben is szerves részét fogja képezni a vizsgált cégek vállalati stratégiájának.

A Z generáció munkaerőpiacra történő belépésével új kihívásokkal kell szembenézni a munkaadóknak, és tovább fog fokozódni a nemzedékek közti különbség, melyre a vállalatoknak fel kell készülniük. Ezért a kutatást a különböző gazdasági ágazatokban a generáció-specifikus tehetségmenedzsment területén lenne célravezető folytatni.

IRODALOM

- Balogh László (2010): *Erősségek és gyenge pontok a magyar tehetséggondozásban*. Előadás, amely elhangzott: Nyíregyháza, Eötvös Géniuszt Nyitókonferencia, 2010. augusztus 30. <http://eotvos.nyf.hu/geniusz/item/dr-balogh-laszlo-eloadasa>. Letöltés: 2012. május 10.
- Balogh László (2011): A tehetséggondozás pszichológiai és pedagógiai alapvetése. In: Baranyai Z. né (szerk.): *Színvonal a tehetséggondozásban*. Balatonfelvidéki Szín-Vonal Alapfokú Művészetoktatási Intézmény, Badacsonytomaj. 7–45.
- Berger, Lance A. – Berger, Dorothy, R. (2011): *The talent management handbook*. McGraw-Hill Co. 2nd ed.
- Czeizel Endre (2004): *Sors és tehetség*. Urbis Könyvkiadó, Budapest.
- Dávid Mária – Gefferth Éva – Nagy Tamás – Tamás Márta (2014): *Mentorálás a tehetséggondozásban*. http://tehetseg.hu/sites/default/files/konyvek/geniusz_35_net.pdf.
- Enaux, C. – Henrich, F. (2011): *Strategisches Talent-Management*. Haufe-Lexware GmbH, Freiburg.
- Gagné, F. (1991): Toward a differentiated Model of Giftedness and Talent. In: Coangelo – Davis (eds.): *Handbook of Gifted Education*. Allyn and Bacon, Boston. 64–80.
- Galton, Francis (1869). *Hereditary Genius*. Macmillan, London.
- Gyarmathy Éva (2006): *A tehetség fogalma, összetevői, típusai és azonosítása*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- Konczosné Szombathelyi Márta (2012): Tehetségmenedzsment, avagy a HR felelőssége. In: Róbert Péter (szerk.) (2012): *Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság*. Kautz Gyula Emlékkonferencia 2012. június 12. elektronikus formában megjelenő kötete Menedzsment szekció. 1–10. <http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2012/menedzsment/konczosne.pdf>
- Konczosné Szombathelyi Márta (2014): Tehetség- és motivációs modell kidolgozásának kérdései a Tudományos és Művészeti Diákkör kapcsán. In: Mészáros Attila (szerk.): *A felsőoktatás tudományos módszertani és munkaerő-piaci kihívásai a XXI. században*. Széchenyi István Egyetem, Győr. 68–81.
- Kránitz É. (2012): *Tehetségmenedzsment: aktuális kihívások*. Human Resources Magazin, 4. évf. 1. sz. 34–36.

- Michaels, Ed – Handfield-Jones, Helen – Axelrod, Beth (2001): *The War for Talent*. Harvard Business Press.
- Renzulli, J. (1977): *The Enrichment Triad Modell. A guide for developing defensible program for the gifted and talented*. Creative Learning Press, Mendfield Center.
- Renzulli, J. S. (1978). *What Makes Giftedness? Reexamining a Definition*. Phi Delta Kappan 60(3). 180–184.
- Révész Géza (1918): *A tehetség korai felismerése*. Benkő Gyula Császári és Királyi Könyvkiadó, Budapest.
- Ritz, A. – Thom, N. (2011): *Talent Management*. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden.
- Tannenbaum, A. J. (1983): *Gifted children: Psychological and educational perspectives*. Macmillan, New York.
- Tannenbaum, A. J. (2003): Nature and nurture of giftedness. In: Colangelo, N.- Davis, G. A. (eds.): *Handbook of gifted education*. 3rd edition. Allyn and Bacon, Boston. 45-59.
- Terman, Lewis. M. (1916): *The Measurement of Intelligence*. Houghton Mifflin, Boston.
- <http://www.greatplacetowork.com/index.php>
- <http://www.greatplacetowork.com/best-companies/100-best-companies-to-work-for/year/2014>
- <http://www.greatplacetowork.net/best-companies/europe/europe/100-best-workplaces-in-europe/1925-2014>
- <http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2012/menedzsment/konczosne.pdf>
- http://lmf.hu/legjobb_munkahelyek/2014
- <http://www.towerswatson.com/Insights/IC-Types/Survey-Research-Results/2011/10/2011>
- [Global-Talent-Management-and-Rewards-Study](http://www.psych.utah.edu/gordon/Classes/Psy4905Docs/PsychHistory/Cards/Galton.html)
- <http://www.psych.utah.edu/gordon/Classes/Psy4905Docs/PsychHistory/Cards/Galton.html>
- <http://study.com/academy/lesson/alfred-binet-theory-intelligence-test-quiz.html>

ENGLISH ABSTRACT

This paper presents the talent management systems of the companies, won the “Best Workplaces” award in 2014, with comparative analysis. We conducted interviews with the HR Managers, with the Partner and Managing Director of following big and world famous companies, like Boston Consulting Group, SAS Institute Ltd., Microsoft Hungary Ltd., SAP Hungary Ltd, and Milupa Nutrica. It gives the novelty value of our research.

As the theoretical background, the literature of concept, models and history of talent and talent management was explored.

As we conclude, the examined organisations are excellent in the area of talent management, but the diverse generations – are presenting on the labour market- force these organisations to develop a generation-specific talent management system in the future.

Informatikus hallgatók a tudományos diákkörben



Jelen cikkben a magas minőségű tudományos diákköri munkák elkészítésének lehetőségeivel foglalkozunk az informatika területén. Kiemelten tárgyaljuk a tehetséges hallgatók megtalálásának, motiválásának lehetőségeit, elemezzük az itt dolgozó kollégák helyzetét. Mindeközben áttekintjük azokat a – nem feltétlenül közismert – körülményeket, amelyek speciálisan az informatikai területre érvényesek. A cikket javaslatokkal zárjuk: mit lehet tenni azért, hogy eredményesebbek legyünk, hogyan lehet javítani a mutatóinkon?

ELŐZMÉNYEK, KÖRÜLMÉNYEK

Ha fellapozzuk a Széchenyi István Egyetem (korábban: Sz. I. Főiskola) történetét leíró „nagykönyvet”, láthatjuk, hogy az 1990-es évek elején beindult mérnök-informatikus képzés (az alapítók közül érdemes kiemelni dr. Marton László és dr. Jámbor Attila tanszékvezetőket) folyamatosan fontos szerepet tölt be az intézmény életében. Nem túlzás az a kijelentés sem, hogy a szak és a hozzá tartozó oktatói bázis, ill. kiszolgálói kör (személyzet, technika) – mind mennyiségi, mind minőségi mutatóit tekintve – nagyon erős, meghatározó „bástya” a képzési profilban, emellett jelentős tudományos és ipari kisugárzással, kapcsolattalrendszerrel is bír.

Egy BSc-s, ill. MSc-s képzés sikeressége, eredményessége közismert módon többféle kritérium szerint is mérhető. A kibocsátás után nézhetjük a végzett hallgatók elhelyezkedését, végezhetünk pályakövetést, megkérdezhetjük az ipari partnereket stb. A képzési időszak alatt figyelhetjük a megfelelő tanulmányi statisztikákat (pl. az elit aránya), a kollégák és a hallgatók értékelését, véleményét (pl. az egyes tárgyak szakmai értéke az ő megítélésük szerint) stb. Végezhetünk a hasonló profilú társegyetemek között összehasonlításokat, régióként vagy az országon belül. Az ilyen jellegű mérések természetesen egyetemünkön is általánosan alkalmazottak.

[1] Széchenyi István Egyetem, Gépészmérnöki, Informatikai és Villamosmérnöki Kar, Matematika és Számítástudomány Tanszék, egyetemi docens (kallós@sze.hu).

Az utóbbi években az OTDK eredményesség tölt be egyre hangsúlyosabb szerepet a képzés minőségét univerzálisan jelző indikátorok között. Ezt a statisztikai mutatót a releváns időszakban (mondjuk 1994-től) vizsgálva azt láthatjuk, hogy a jelenlétünk az országos „porondon” állandó, de az utóbbi időszakban a teljesítmény valamivel szerényebb, mint 10-15 évvel ezelőtt.

Jelen cikkben a magas minőségű, jó eséllyel országos szinten is elismert TDK munkák elkészítésének lehetőségeivel foglalkozunk az informatika területén. A fő csapásirány tehát nem a „köz-felsőoktatás” (tömegoktatás), hanem az elitképzés. Kiemelten tárgyaljuk a tehetséges hallgatók megtalálásának, motiválásának lehetőségeit, elemezzük az itt dolgozó kollégák helyzetét. Mindeközben áttekintjük azokat a – nem feltétlenül közismert – körülményeket, amelyek speciálisan az informatikai területre érvényesek. A cikket javaslatokkal zárjuk: mit lehet tenni azért, hogy eredményesebbek legyünk, hogyan lehet javítani a mutatóinkon?

A szerző természetesen nem gondolja azt, hogy nála lenne a „bölcsek köve”. Az itt mondatokba formált gondolatok, ötletek évtizedes gyakorló tédékás „terepmunka” során fogalmazódtak meg, és szükségszerűen szubjektív elemeket is tartalmaznak. Nem volt cél most a munka rendkívül precíz elméleti környezetbe ágyazása sem – bár természetesen a megfelelő szakirodalmi háttér megjelenik; a hangsúly az egyedi ötletek bemutatására került.

MILYEN A JÓ INFORMATIKUS HALLGATÓ?

Bár a felsőoktatásban résztvevő hallgatók – természetesen – rendkívül heterogén csapatot alkotnak, meg lehet határozni olyan tulajdonságokat, amelyek szakonként, szakterületenként gyakran alkalmasak a diákok átfogóbb jellemzésére. A jó informatikus hallgatókat vizsgálva is találunk ilyen jellegzetességeket.

Mivel ezek a diákok (felsőbb évesek; a képzést elkezdő teljes csapatnak csak kb. 20-30%-a jut el ideig) már átestek több komolyabb „szűrőn”, ezért általában ügyesek, önálló munkára alkalmasak és érettek, jó a problémamegoldó képességük. Ennek következtében az sem ritka, hogy már – részben vagy akár teljesen – állásban vannak, és ezzel nem kevés pénzt keresnek. Ezzel viszont az iskolai tevékenységekre fordítható idő lecsökken, és leggyakrabban csak a feltétlenül szükséges szintre korlátozódik. Sok esetben tapasztaljuk, hogy a hallgatóknak vannak jó ötleteik, és szívesen dolgoznának TDK feladatokon, de a megvalósításra nem jut idő.

Szintén az informatikus területre jellemző sajátosság a „dokumentáció-undor”. Az egyes hallgatók általában (nagyon) szeretnek programozni (értenek is jól hozzá), de az eredmények dokumentálásától már sokszor tartanak, nem szívesen foglalkoznak az írással és a fogalmazással. Sajnos sok esetben ezen képességekkel baj is van a túlzottan szakmai és esetlegesen szegényesebb

szókincs miatt.^[2] A szakdolgozatot/diplomamunkát muszájból megírják valahogy, de ezen túlmenően nem szeretnek ilyen tevékenységekkel „vesződni” (más filozófiájú szakoknál, pl. jogászoknál ez nyilvánvalóan máshogy van).

Jelen cikk szerzőjének türelmét többször is keményen próbára tette az a „tanítási folyamat”, amelynek során egy-egy kiválasztott – szakemberként egyébként feltétlenül megsüvegelendő – hallgatóval sikerült eljutni a kezdeti, szinte „kaotikus jellegű szóhalmaztól” az értelmes, összefüggő magyar mondatokat tartalmazó „gördülékeny” dokumentációig. Bár a kiindulási állapothoz képest ez már feltétlenül jelentős siker, és a helyi TDK-n való eredményes szerepléshez akár elég is lehet, a továbblépéshez (OTDK) még ennél is jobban szerkesztett írásműre van szükség (pl. a bírálati szempontoknak való minél jobb megfelelés – de ezek a finomítások már csak a most leírt folyamat abszolválása után következhetnek).

Tudjuk, hogy a számítógéppel való intenzív munka hat az ember személyiségére, ill. a személyiség jellegzetességei is befolyásolják az orientálódást valamely szakma felé. Közismert sztereotípa, hogy az informatikusok furcsa, „elvarázsolt figurák”, akiket nehéz megközelíteni, ugyanakkor a saját zárt világukban jól „elvannak”. Ez persze erős túlzás, de tény, hogy a sokat programozó embereknél (is) jelentkezhetnek ilyen típusú problémák. Ezt a tanárnak fel kell ismerni, és ennek megfelelő speciális megközelítést kell alkalmazni (a tanár szerepével később részletesen foglalkozunk). A különféle típusú személyiségekről – k, h, sz és d (állandóságra, ill. változásra való hajlam, távolságra, ill. közelségre való hajlam) – kiváló áttekintést ad F. Riemann munkája.^[3]

A SZOFTVERTERMÉK SAJÁTOSÁGAI

Az informatikai fejlesztés célja leggyakrabban egy konkrét futó alkalmazás (szoftver) létrehozása. A szoftver/program mint termék speciális jellegzetességekkel rendelkezik, és elkészülésének körülményei is speciálisak.^[4] Bár ezt mindenki „érzi”, de mindennek a – fontos – következményeit már jóval kevesebben képesek pontosan megfogalmazni. Tekintsük át ezeket a specialitásokat!

A klasszikus mérnöki munkával előállított produktumok kézzelfoghatóak, és elkészülésük fázisai is látványosak. Például egy híd építése közben a laikus szemlélő is meg tudja becsülni, hogy nagyjából hány százalékos a készültség, vagy várható-e jelentős csúszás a kivitelezésben. A szoftvertermék azonban nem kézzelfogható. Tréfás anekdoták terjednek programozói körökben a mindig

[2] Ez jelenség a „facebook-, ill. sms-generációnál” különösen hangsúlyosan jelentkezik, szakterülettől függetlenül.

[3] Riemann, F. (1999): *A szorongás alapformái (Grundformen der Angst)*. Háttér Kiadó, Budapest. 24., 74., 134., 199.

[4] Sommerville, I. (2002): *Szoftver-rendszerek fejlesztése (Software Engineering, Sixth edition)*. PANEM Kiadó, Budapest. 27-28.

90%-os készütségű programokról, de a kérdés természetesen komoly: hogyan lehet ellenőrizni megbízható módon a program(rendszer) készütségi állapotát (akár abban az esetben is, ha még nincs futó kód)? Megnyugtató választ természetesen a dokumentálástól remélhetünk (kiegészítő megoldásokkal, pl. részletes kódellenőrzés).

Természetes, hogy a mérnöki produktumokra szigorú minőségellenőrzési szabályok vonatkoznak. A szoftver mint termék szintén mérnöki munkával készül. Ennek ellenére sokan hajlandók sokkal „lazább” megközelítést alkalmazni egy programra, mint egy klasszikus mérnöki alkotásra. Senki nem vitatja, hogy egy híd vagy egy gépkocsi esetében komoly kritériumrendszernek kell megfelelni, és ez nemcsak a kész termék minőségére vonatkozik, hanem az előállítási folyamatra vagy a kivitelező cégre is. Ugyanakkor az emberek a szoftverekkel és előállítóikkal szemben sokszor elnézőbbek (vagy a körülmények miatt kénytelenek azok lenni...). Előfordul az is, hogy sürgető határidő miatt a fejlesztők tudatosan vállalják azt, hogy hibák maradnak a programban.^[5]

A probléma oka itt alapvetően az, hogy míg a klasszikus mérnöki folyamatok hosszú ideje jól szabályozottak, a(z ipari) szoftverfejlesztés hozzájuk képest fiatal tudomány, mondhatjuk azt is, hogy szinte még „gyerekipőben jár”. A szabályozás egy része még nem is valósult meg teljes mértékben (pl. a gyártókra/előállítókra vonatkozóan – autót csak kevesen készíthetnek vs. eladható programot elvileg bárki előállíthat?), más területeken léteznek ugyan teljesen megfelelő szabványok és előírások,^[6] de ezek még nem feltétlenül egységesen alkalmazottak (szoftvertermékek előállítási folyamatának minőségellenőrzése). Időnként maguk a fejlesztők is érdekeltek lehetnek abban, hogy a meglévő „fehér foltok” ne tűnjenek el nagyon gyorsan.

Hasonló problémaként vetődik fel a szoftverfejlesztési folyamat munkaidő-szükségletének a becslése, illetve az a kérdés, hogy pontosan mikor tekinthető egy ilyen projekt befejezettnek (az elért funkcionalitás mellett megfelelő fenntartás/karbantartás is szükséges). Ez utóbbi két faktor azonban a TDK folyamatban kevésbé hangsúlyos.

AZ INFORMATIKAI TUDOMÁNYTERÜLET, KOLLÉGÁK

Ahogy a szoftvertermék, úgy maga az informatikai terület is speciális, és jellegzetességei folytán nagy kihívás elé állítja azt az oktató kollégát, aki magas szinten szeretné művelni a szakmáját.

Már egy alapozó számítástechnikai/informatikai kurzus anyagának^[7] átte-

[5] Uo. 231.

[6] Uo. 592–595.

[7] MSZT oktatói munkaközösség (2013): *Informatikai rendszerek alapjai*. (elektronikus jegyzet, tankonyvtar.hu); Fülep Dávid – Pusztai Pál – Szörényi Miklós (2013): *Informatikai eszközök alkalmazása mérnöki számításokhoz*. (elektronikus jegyzet, tankonyvtar.hu)

kintése során is jól felismerhető, hogy az „informatika” az évek során gyűjtőfogalommá vált. Sok résztudomány jelenik meg itt együtt, és mindegyikük önállóan is alkalmas a komoly elmélyedésre (hardver ismeretek, hálózatok, képszerkesztés, internetes alkalmazások, táblázatkezelés, szöveg- és kiadványszerkesztés, képszerkesztés, adatbázis-kezelés stb.). Nem túlzás az a kijelentés, hogy a területen dolgozó oktatónak-kutatónak valódi polihisztnak kell lennie, és a résztudományok szinte hónapról-hónapra lesznek egyre szerteágzóbbak és bonyolultabbak. Egyes alterületek extrém gyorsan növekednek („információrobbanás”). Az egész tudományágra jellemző, hogy egy viszonylag statikus szakmában tevékenykedő szakember számára itt szinte elképzelhetetlenül gyors változások zajlanak.

A nagyon gyors változások fontos kísérőjelensége – ez szintén sok más tudományterülettől eltér –, hogy a korábban megszerzett tudás – kisebb vagy nagyobb részben – gyorsan megkopik („tudásamortizáció”). A tanárnak is állandóan, intenzíven képeznie kell magát, folyamatos tanulás szükséges. Mindezt nehezíti, hogy meg is kell „érezni” azt, hogy a változások/újítások mely része az, amit nagyon fontos beépíteni, és mely részük az, ami kevésbé életbevágó, mert minden egyszerűen nem fér bele a napi 12-14 órás munkaidőbe sem.

Gyakran halljuk, hogy az informatika a „fiatalok tudománya”. Fel sem merül, hogy egyes „konzervatív” tudományokról, például a mechanikáról ilyen kijelentéseket tegyünk, a számítástechnikai vonallal kapcsolatban azonban ez általánosan elfogadott. A magyarázat jelentős részben fiziológiai jellegű. A szakember kifejlődésének, érésének klasszikus modellje szerint 45-50 éves kor környékén van az ember a csúcson: ekkora már megszerezte mindazt a tudást és munkatapasztalatot, amit a szakma megkövetel, családi élete (általában) rendezett, egészsége, fizikai terhelhetősége pedig jó. Az informatika azonban itt is kivétel: a számítógép előtt az ember 20-25 éves kora körül van a csúcson. Már akár 35 évesen sem bírja úgy a szem és a gerinc a hosszú számítógépes munkát (és az esetleges éjszakázást), mint korábban. Emellett a rendkívül gyors változások szerves elfogadásának képessége is romlásnak indul a 30-as korosztályban, a felnőtt ember természetes, állandóság és nyugalom iránti igénye emiatt.

Az előző pont következménye az is, hogy az informatikai tudomány nem illeszthető könnyen a hagyományos akadémiai szemléletbe. Más konzervatív tudományokkal (pl. matematika) ellentétben itt valóban könnyen előfordulhat, hogy egy konkrét részterületen a fiatal doktorandusz olyan tudással rendelkezik, amellyel szó szerint „leiskolázhatja” a 60-as professzort. Ez viszont komoly feszültséghez, konfliktusokhoz vezethet, amit sokszor nehéz megfelelő módon kezelni. (A szerző személyes véleménye az, hogy nagyon értékelni kell azt az idősebb kollégát, aki itt „up-to-date” tud maradni, lépést tartva a fiatalokkal).

Szinte megoldhatatlan problémát okoz az informatikai területen az anyagi elismertségben mutatkozó óriási különbség a versenyszféra és az akadémiai szféra között. Ez az elszívó hatás mára már oda vezetett, hogy kimondottan nehezen lehet csak tehetséges új kollégákat találni, és emellett is jó páran

csak néhány éves átmeneti munkahelynek tekintik a felsőoktatást. Aki fiatal mégis stabilan dolgozóként „gyökeret ereszt” nálunk, az csak pályázatokból, plusz munkából (vagy éppen szülői támogatásból) tud normális életszínvonalat biztosítani magának. Ilyenkor persze tőle nehezen várható el, hogy miután már „2-3 bőrt lehúztak róla”, a továbbiakban még ingyen, pusztán lelkesedésből tehetséges hallgatókkal foglalkozzon. (A megoldási lehetőségekről később lesz szó.)

HOGYAN LEHET MEGSZÓLÍTANI A HALLGATÓT?

A hallgatók elérésénél nyilvánvalóan lehet és kell is építeni a szokásos és a modern általános technikákra (figyelemfelkeltő, fiatalos, színes honlap; vonzó/csábító témakiírások; központi egyetemi rendezvények; TDK-s sikertörténetek bemutatása; gerillamarketing stb.). Ezek a módszerek természetesen egyetemünkön is széles körben alkalmazottak, sőt külön kiemelendő, hogy ilyen téren az utóbbi néhány évben komoly pozitív változások történtek.^[8]

Mindezen felül azonban itt is találhatunk néhány olyan speciális jellegzeteséget, amely gyakran általánosan is vonatkoztatható az informatikus hallgatók táborára. Az egyik ilyen fontos tényező – a példakép-hiány – az informatikai tudományterület fenti leírásából (fiatalok tudománya) következik. Az emberbe beoltott ősi parancs, természetes igény az idősek tisztelete. Bár az interneten és a híradásokban hemzsegnék a sikeres és rendkívül gazdag „ősz hajú” informatikusok, ők általában távoliak és megfoghatatlanok. Ehelyett a fiatal azt látja, hogy a környezetében szinte minden középkorú vagy idősebb ember (akár rokon) számára nehézséget jelent az, amivel ő a legszívesebben foglalkozik, és ebben gyakran meg nem értést (rosszabb esetben elutasítást) is tapasztal (mondhatjuk, hogy a mai felgyorsult világ ebben sem kedvez a hagyományos mintáknak). Ezért tudják különösen értékelni az ilyen fiatalok, ha a tanár/témavezető velük dolgozik, az ő területükön, és a közös munka élménye kimondottan felszabadító módon hat rájuk. Az ilyen (senior) kolléga hamar sikeres mentorrá válhat, majd a következő lépésben igazi példakép lehet belőle.

Kijelenthető, hogy a tehetséges diák és a jó konzulens egymásra találása talán a legfontosabb lépés a sikeres TDK dolgozat elkészüléséhez vezető úton. Itt egyrészt a tanárnak észre kell vennie a kiemelkedő hallgatót („csiszolatlan gyémánt”) – leggyakrabban a tanórán –, másrészt viszont a diák részéről is egyfajta választási folyamat zajlik, általában magának a leendő konzulensnek is át kell mennie néhány „szűrőn”. A témavezetőnek mindehhez szakmailag és pedagógiailag megfelelően felkészültnek kell lennie. A szakmai tudás megmutatható az órán (szakkollégiumban) vagy a konzultáción, de érzékeltethető akár

[8] Konczosné Szombathelyi Márta (2014): Tehetség- és motivációs modell kidolgozásának kérdései a Tudományos és Művészeti Diákkör kapcsán. In: Mészáros Attila (szerk.): *A felsőoktatás tudományos módszertani és munkaerő-piaci kihívásai a XXI. században*. SZE, Győr. 68-81.

érdekes TDK vagy szakdolgozati témák kiírásával is. A pedagógiai felkészültség az órák mellett (a tehetséges hallgató azonosítás utáni „bevonzása”, akár játékos, szórakoztató plusz feladatokkal, külön kezeléssel),^[9] már főként a tényleges közös munka során csillogtatható meg.

A zártabb személyiségű hallgatók különösen pozitívan fogadják, ha a konzulens jó empátiás képességgel rendelkezik. Kedves, őszinte érdeklődés a hallgató szabadidős tevékenységeiről (hobbik), esetleg bizonyos ismeretek a diák lakhelyének a nevezetességeiről (pl. egy kirándulás emlékének a felidézése) – mindez jelentősen hozzájárulhat a gyümölcsöző és kellemes hangulatú munkakapcsolat kialakításához, ill. elmélyítéséhez.

NÉHÁNY TOVÁBBI FONTOS/ÉRDEKES KÉRDÉS

A tudományos diákköri mozgalom egyik legnagyobb értéke az önkéntesség és a direkt anyagi méréstől való – viszonylagos – függetlenség (ugyanakkor természetesen a magas erkölcsi elismerés). Ez a különleges alapozás ad a TDK-nak egy speciális romantikus, szinte a lovagkor hangulatát idéző színezetet, amely üdítő kivétel a mai – túlzottan materiális – világban.

Mivel az OTDK-mutatók szerepe az intézmények értékelésében jelentős, ezért az utóbbi években – természetesen tekinthető módon – erősödött a kívülről érkező „nyomás”, amelynek részét képezik az elvárt eredmények: pl. legyen a karon 2 év múlva 15%-kal több OTDK 1. helyezés. A következmények addig tekinthetők egyértelműen pozitívnak, amíg nem sérül érezhetően az önkéntesség. A szerző tapasztalata szerint ilyen munkára sem diákot, sem tanárt nem lehet erővel rábírni (legalábbis eredményesen nem). Mondhatjuk, hogy a TDK munka alapja egy olyan vonzalom, ami a szerelemhez hasonlít: ez vagy megvan valakiben az adott területhez kapcsolódóan, vagy nincs (utóbbi esetben nem is fog kijönni sikeres output).

Az informatikai tudomány velünk, magyarokkal kapcsolatban is tartalmaz sztereotípiákat. Neumann János és társai alapozták meg azt a hitet, hogy „a magyarok zsenik az informatikában”, ezzel szemben gyakran elhangzik manapság, hogy „nincs sok értelme ezzel foglalkozni, mert a kínaiak már úgymeg csinálták”. Természetesen most is vannak „szuperzsenik” köztünk, találkozhatsz olyan kivételes hallgatókkal, akik később – oktatójukon messze túlnöve – akár valamelyik neves amerikai kutatóintézetben építik majd kiemelkedő karrierjüket.

Az igazi kirobbanó tehetség azonban ritka, ezt a konzulens tanárnak el kell fogadni (ez a szituáció hasonlít ahhoz, amikor értékes bélyeget keresünk egy gyűjteményben: egy-egy igazán kiemelkedő darabra akadhatunk rá sok átnézett példány között). Leggyakrabban lelkes, érdeklődő, dolgozni akaró, de nem

[9] Báthory Zoltán (1985): *Tanítás és tanulás*. Tankönyvkiadó, Budapest. 61.

kimondottan zseni kategóriájú hallgatókkal fogunk találkozni. A helyi TDK-n sok esetben van értelme a(z egyelőre még) kevesebb eredményt tartalmazó dolgozatok megmérettetésének is, mert a diák ebből sokat profitálhat a későbbiekben (fontos az építő szándékú kritika). Tudomásul kell venni azt is, hogy az eredményes helyi TDK és a sikeres OTDK szint közötti „ugrás” leküzdése csak a hallgatók egy (kisebb) részének sikerülhet.

Hasonló gondolatmenet érvényesíthető az eredeti ötletekre: igen, jó eséllyel megoldották már mások (az adott informatikai feladatot), de ettől még lehet értelme (megfelelő irodalmazás, alapos keresés, felderítés után!) az újbóli fejlesztésnek. Könnyen előfordulhat például, hogy speciálisan a helyi sajátosságok tekintetében hozzá tudunk tenni valamit egy Amerikában felépített rendszerhez, ill. akadhatnak olyan kisebb részek, „fehér foltok”, amik elkerülték az eredeti fejlesztők figyelmét.

Az új témák kijelölésénél, ill. a hozott témák befogadásánál egyre inkább el kell gondolkodni azon is, hogy az adott kutatásnak milyen hosszabb távú haszna/hatása lehet. „Az informatika jobbá teszi a világot?” – bár a kérdésre adandó precíz válasz megfogalmazása nem lehet reális cél ezen cikk keretein belül, azt mindenki érzi, hogy bolygónk és az emberiség jelenlegi helyzete megköveteli, hogy gondolkozzunk az ilyen felvetéseken.^[10] A fenntarthatóság, az élhető (tiszt) környezet, a család (és a rendezett emberi viszonyok) – nélkülözhetetlen elemei az emberi életnek, ha egy elképzelt fejlesztés ezeket nem szolgálja, akkor válasszunk másikat.

JAVASLATOK – MIT LEHET TENNI?

Az eredményes OTDK szerepléshez vezető úton érdemes felhasználni a sikeres társintézmények tudását, tapasztalatát. A jó konzulens elemzi a kiemelkedő dolgozatokat (a máshol készülteteket is), és – ahogy már fent is említettük – erősen igyekszik az aktuális dolgozat készítése közben érvényesíteni azokat az elveket, amelyek a bírálati folyamatban meghatározóak.

Itt azonban elég kézenfekvően adódik az a – nyilvánvaló – felismerés, hogy az OTDK eredményesség valóban a képzés minőségének egyfajta tükré! (Nézzük meg egyetemünk/képzésünk helyzetét/helyezését az országos listán!) Ha egy intézmény jobb hallgatói bázisból építkezik, akkor a magasabb színvonalú helyi válogató után sikeresebb OTDK szereplés is várható. Ezért ha nem vagyunk teljes mértékben elégedettek az országos megmérettetésen elért eredményeinkkel, akkor emelni kell a képzés színvonalát (felvételi pontok, elbeszélgetés a jelentkező diákokkal, oktatott tárgyak tartalma és követelményrendszere stb.)! Az ilyen stratégiai tervek kidolgozása persze nem a beosztott oktató feladata, de javaslatokat meg lehet fogalmazni.

[10] Somogyi Ferenc (2015): *Tigrislovaglás – avagy a globalitás áfiuma ellen való orvosság*. Kairosz Könyvkiadó, Budapest.

Gyakran halljuk oktató kollégáktól, hogy az oktatás-kutatás projektek „szentháromságban” igen nehéz, sőt szinte lehetetlen megfelelni az egyszerre érkező intenzív elvárásoknak (a fiatalokra nehezedő terhekről külön szoltunk már korábban). Ezért lehet különösen jó megoldás – ha az adott tanszék, ill. szervezeti egység összterhelése ezt lehetővé teszi – egyes (célszerűen: fiatalabb) lelkes oktatók óraterhelésének határozott csökkentése, munkájuk átstrukturálása a tehetségek felé: ők ne a tömeggel foglalkozzanak, hanem az ittel, önkéntes alapon. Itt persze óhatatlanul szükséges valamilyen eredményességi mérés (lásd: elvárt eredmények problémája, fent), ennek a részleteit pontosan rögzíteni kell.

A már említett „idősek tisztelete” elvhez kapcsolódik a következő jelentős javaslat. Hívjuk vissza, vonjuk újra be a munkába a lelkes nyugdíjas kollégákat! A bevezetésben említett (eredményességünkben mutatkozó) visszaesés egyik oka pontosan az, hogy több – korábban nagyon lelkes –, idősebb kolléga visszavonult, és kiszállt a TDK munkából. Ne hagyjuk a nagy tapasztalatot elveszni, építsünk az elérhető távolságban levő bázisra! Sok esetben 70-es kollégák is remek ötletekkel állnak elő, és naprakész tudással tudják támogatni a fiatalokat.

Ezzel TDK-s „kalandozásunk” most véget ért. Megjegyezzük, hogy a rendelkezésre álló keretek között nem törekedhettünk teljességre. A felvetések egy része újabb felvetéseket generálhat, másik részük esetleg szakmai vitát indukálhat. A szerző szívesen részt vesz minden további közös gondolkodásban.

A szerző végül köszönetét és elismerését fejezi ki mindazon kollégáknak és diákoknak, akik a Széchenyi Egyetemen és a társegyetemeken/főiskolákon dolgoznak önkéntesen, lelkesen a tudományos diákkörökben.

IRODALOM

- Báthory Zoltán (1985): *Tanítás és tanulás*. Tankönyvkiadó, Budapest.
- Boros Norbert – Fehérvári Arnold – Fülep Dávid – Kallós Gábor – Lovas Szilárd – Pukler Antal – Szörényi Miklós (MSZT oktatói munkaközösség) (2013): *Informatikai rendszerek alapjai* (elektronikus jegyzet, tankonyvtar.hu).
- Fülep Dávid – Pusztai Pál – Szörényi Miklós (2013): *Informatikai eszközök alkalmazása mérnöki számításokhoz* (elektronikus jegyzet, tankonyvtar.hu).
- Konczosné Szombathelyi Márta (2014): Tehetség- és motivációs modell kidolgozásának kérdései a Tudományos és Művészeti Diákkör kapcsán. In: Mészáros Attila (szerk.): *A felsőoktatás tudományos módszertani és munkaerő-piaci kihívásai a XXI. században*. Széchenyi István Egyetem, Győr. 68–81.
- Riemann, F. (1999): *A szorongás alapformái (Grundformen der Angst)*. Háttér Kiadó, Budapest.
- Sommerville, I. (2002): *Szoftver-rendszerek fejlesztése (Software Engineering, Sixth edition)*. PANEM Kiadó, Budapest.
- Somogyi Ferenc (2015): *Tigrislovaglás – avagy a globalitás áfiuma ellen való orvosság*. Kairosz Könyvkiadó, Budapest.

ENGLISH ABSTRACT

In this paper we investigate the possible ways of the construction of high quality products in the field of informatics, within the framework of National Scientific Students' Association. We discuss particularly the possibilities of finding and motivating talented students, and analyse the situation of the colleagues being active in this field. Meanwhile, we review the – not obviously well-known – circumstances, which refer to the informatics field especially. We close the paper with some proposals: what can we do to be more effective and how can we improve our indicators?

Minerva baglya csak a beálló alkonnyal kezdi meg röptét.
(G. W. F. Hegel)

A TARTALOMBÓL

- ◆ *Botos Katalin* a közgazdaságtan „szentháromságát”, a természeti, a humán- és a reáltőkét elemzi korunk kihívásainak fényében.
- ◆ *Szretykó György* a Stiglitz-Bizottság által készített jelentést mutatja be, alapot teremtve az ún. uzsoracivilizáció, illetve fantomgazdaság kritikájához.
- ◆ *Szegedi Zoltán* és *Morvai Róbert* az élelmiszeripari és kereskedelmi KKV-k ellátási lánc menedzsment problémáit egy empirikus kutatás révén tárták fel, majd német tapasztalatokkal szembesítették eredményeiket.
- ◆ *Brányi Árpád* és *Józsa László* a társadalmi tőke hatását vizsgálja a dunántúli borászati vállalatok együttműködése során.
- ◆ *Vaszari Tamás* azt igyekszik igazolni, hogy a vállalatok együttműködése az aspirációs csoportok tagjaival marketingeszköznek tekinthető, és módszertanilag leírható.
- ◆ *Poór Adrienn* és *Konczosné Szombathelyi Márta* egy összehasonlító elemzés keretei között a 2014. évi világ-, európai és hazai „Legjobb Munkahely” felmérés első vállalatainak tehetségmenedzsmentjét mutatják be; a generáció-specifikus tehetségmenedzsment fontosságára hívják fel a figyelmet.
- ◆ *Kallós Gábor* igényes, minden érintett számára megfontolásra érdemes elemzést ad a magas minőségű tudományos diákköri munkák elkészítésének feltételeiről; az informatika szakos (gazdaság, műszaki) hallgatók megkülönböztetett figyelmet kaptak.

