



Szent István Egyetem

Az élelmiszeripari KKV-k innovációs stratégiái és aktivitása az Észak-magyarországi régióban

Doktori (PhD) értekezés

Készítette:
Bene Andrea

**Gödöllő
2018**

A doktori iskola megnevezése: Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola

A doktori iskola tudományága: Gazdálkodás és Szervezéstudományok

A doktori iskola vezetője: **Prof. Dr. Lehota József DSc**
egyetemi tanár, MTA doktora
Szent István Egyetem,
Gazdaság- és Társadalomtudományi kar
Üzleti Tudományok Intézete

Témavezető: **Prof. Dr. habil Csath Magdolna DSc**
egyetemi tanár
az MTA doktora
Szent István Egyetem
Regionális Gazdaságtani- és Vidékfejlesztési Intézet

.....
A DI vezetőjének jóváhagyása

.....
A témavezető jóváhagyása

TARTALOMJEGYZÉK

Alkalmazott rövidítések magyarázata	1
Előszó	3
A kutatási téma személyes háttere.....	3
1. Bevezetés.....	5
1.1. A kutatás háttere.....	5
1.1. A kutatás célja	7
1.2. A kutatás módszertanának újszerűsége és felépítése	8
2. Irodalomelemzés.....	9
2.1. Az élelmiszeripar.....	9
2.1.1. Az élelmiszeripar fogalmának tisztázása.....	10
2.1.2. A magyarországi élelmiszeripar.....	11
2.1.3. A magyarországi élelmiszeripar főbb pénzügyi mutatóinak alakulása.....	12
2.2. A KKV szektor.....	16
2.2.1. A KKV meghatározása.....	17
2.2.2. A KKV-k gazdasági súlya, helyzete	18
2.2.3. Az élelmiszeripari KKV szektor	20
2.3. Az innováció	23
2.3.1. Az innováció meghatározása	23
2.3.2. Az innováció szerepe a gazdasági növekedésben.....	24
2.3.3. Az innováció és a vállalkozás.....	29
2.3.4. Innováció az élelmiszeriparban.....	31
2.4. Észak-Magyarország	35
2.4.1. Észak-magyarországi régió gazdaságszerkezeti áttekintése.....	37
2.4.2. Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások helyzete	40
2.5. Irodalomelemzés összegzése	43
3. Az empirikus kutatás kérdései és módszertana	46
3.1. A kutatás kérdései	46
3.2. A kutatás hipotézisei	47
3.3. Adatgyűjtés.....	50
3.2. Külső (NAV) adatbázis bemutatása	53
3.3. Adatok feldolgozásának módszertana	53
4. Eredmények.....	57
4.1. Első hipotézis: Az innováció jellegére irányuló vizsgálata	57
4.2. Második hipotézis: A vállalkozás jellemzőire irányuló vizsgálata.....	61
4.3. Harmadik hipotézis: Az innováció akadályára irányuló vizsgálata.....	75
4.4. Negyedik hipotézis: A K+F tevékenységre irányuló vizsgálata.....	89

4.5. A kutatás hipotézisinek ellenőrzése	92
5. Új és újszerű tudományos eredmények.....	93
6. Következtetések és javaslatok.....	96
Összefoglalás	100
Summary.....	102
Mellékletek	104
M1. – IRODALOMJEGYZÉK.....	105
M2. – Ábrák, táblázatok jegyzéke.....	114
M3. – Élelmiszeripar szakágazatai.....	119
M4. – A nemzeti innovációs rendszer modellje.....	120
M5. – Kérdőív	121
M6. – A vállalkozások méretkategóriáinak kritériumai	129
M7. – Mintában szereplő vállalkozás alapításának éve.....	130
M8. – Statisztikai számítások.....	131
Köszönetnyilvánítás	136

ALKALMAZOTT RÖVIDÍTÉSEK MAGYARÁZATA

AKI	Agrárgazdasági Kutató Intézet
BRC	British Retail Consortium – Brit Kiskereskedelmi Társulás
EAAE	European Association of Agricultural Economists
EC	Entropy Coefficient
ÉFOSZ	Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetsége
EU	European Union – Európai Unió
EuroStat	EU statisztikai adatbázis
EVA	Egyszerűsített Vállalkozói Adó
FAO	Az ENSZ Élelmezési és Mezőgazdasági Szervezete (Food and Agricultural Organisation of the United Nations)
FDI	Foreign Direct Investment – Külföldi Közvetlen Beruházások
FM	Földművelésügyi Minisztérium
GDP	Gross Domestic Product
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points – Veszélyelelemzés és Kritikus Szabályozási Pontok
IFS	International Featured Standards – Kiemelt Nemzetközi Szabványok
IMF	International Monetary Fund
ISO	Organisation Internationale de normalisation – Nemzetközi Szabványügyi Szervezet
K+F	Kutatás és Fejlesztés
KAP	Közös Agrárpolitika
KKV	(Mikro-) Kis- és középvállalkozások
KSH	Központi Statisztikai Hivatal
NAV	Nemzeti Adó- és Vámhivatal
NACE Rev. 1	Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes (A gazdasági tevékenységek Európai Unióban használt statisztikai besorolása, 1. revideált változat)
MKIK	Magyar Kereskedelmi és Iparkamara
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PPP	Purchase Power Parity
ROA	Return on Assets / Eszközarányos adózás előtti eredmény
ROE	Return on Equity / Sajátőke arányos adózott eredmény
ROI	Return on Investment / Beruházás arányos adózás előtti eredmény
ROS	Return on Sales / Árbevétel arányos adózás előtti eredmény
SME	Small and Medium Enterprises
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences / Társadalomtudományok Számára Kifejlesztett Statisztikai Programcsomag
WIR	World Investment Report
WTO	World Trade Organisation
CSTP	Committee for Scientific and Technological Policy – OECD Tudományos és Technológiapolitikai Bizottsága
TEÁOR	Gazdasági Tevékenységek Egységes Ágazati Osztályozási Rendszere
TIP	The Working Group on Innovation and Technology Policy – Innováció- és Technológiapolitikai Munkacsoportja
NIS	National Innovation System – Nemzeti Innovációs Rendszer
RIS	Regional Innovation System – Regionális Innovációs Rendszer
SZMSZ	Szervezeti és Működési Szabályzat

ICT	Information and Communication Technology – Információs és komputertechnika
GERD	Gross Domestic Expenditure on R&D – K+F-ráfordítások GDP-hányada
NUTS	Nomenclature of Territorial Units for Statistics – Statisztikai Célú Területi Egységek Nómenklatúrája
PPS	Purchasing Power Standard - Vásárlóerő egység
Vm	Megoszlási viszonyszám

ELŐSZÓ

Napjainkban az élelmiszer gazdasági vonatkozásában leginkább az élelmiszergazdaság megnevezés hallható, ami szűkebb értelemben a mezőgazdaság és az élelmiszeripar, tágabban értelmezve a két iparág és az élelmiszerkereskedelem szerves összefonódását tükrözi. Magyarországon az élelmiszergazdaság versenyképessége elmarad számos Európai Unió (EU) tagállaméhoz képest annak ellenére, hogy az ország természeti adottságai lehetővé teszik a nemzetközi piaci előnyök kiaknázását. A mezőgazdaság és az arra épülő élelmiszeripar a rendszerváltás, majd az Európai Unióhoz történő csatlakozás időszakában jelentős visszaesést szenvedett el.

A mezőgazdaság az elmúlt évtizedben stabilizálta helyzetét, azonban az élelmiszeripar jelenleg is válságos időszakot él. Magyarország élelmiszeripara az 1989-es rendszerváltás óta drámai változásokon ment keresztül. Az állami vállalatok átalakulása, a privatizáció, a vállalatalapítások liberalizálása átrajzolta az élelmiszeripar termelés szerkezeti és tulajdonosi viszonyait.

Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében az innovációs tevékenység determinánsainak empirikus vizsgálatokon alapuló elemzését még nem végezték el korábban. Kutatásommal és megállapításaimmal ezt a hiányt kívánom pótolni.

A kutatás megállapításait, az empirikus elemzések eredményét, az értekezés elméleti és analitikus irányvonalakhoz való tudományos hozzájárulását a dolgozat legutolsó, Következtetések és javaslatok című fejezete tartalmazza.

Az értekezés eredményei több hazai gazdasági és társadalmi réteg számára szolgálnak hasznos információkkal. A specifikus ismereteket a magyar élelmiszerverteikum szereplői, közülük is az élelmiszer-feldolgozó vállalkozások szerezhetik. Mindemelett ez a tanulmány jelentős mértékben segítheti az állami döntéshozók fejlesztési politikájának meghatározását.

A kutatási téma személyes háttere

Az egyetemi tanulmányaimat a Miskolci Egyetemen végeztem. Ez idő alatt kerültem közelebbi kapcsolatba a minőségügyi rendszerekkel, majd a versenyszférában helyezkedtem el, ahol élelmiszeripari KKV-k körében végeztem szakmai munkámat. Főállásban, minőségirányítási vezetőként lehetőségem nyílt elmélyedni az élelmiszeripart érintő minőségügyi rendszerek (HACCP, ISO, IFS, BRC) világában, majd számos élelmiszeripari KKV-nál vettem részt rendszerépítésben, auditálás folyamatában, és más jellegű fejlesztésekben. Közel tíz év alatt szerzett élelmiszeripari tapasztalataimat összegezve jutottam el a kutatásom előzményeként megfogalmazott kérdéskörök vizsgálatának igényéhez.

Az Észak-Magyarország régió vizsgálati területnek történő megjelölését több tényező indokolta. Egyrészt egri születésűként a régiót jól ismerem, valamint szakmai munkásságom is ehhez a magyarországi területi egységhez kötődik. Emellett a választásom szakmai relevanciáját leginkább az adta, hogy az EU húsz leghátrányosabb régiói között négy magyar is szerepel, amik közül a legkedvezőtlenebb indikátorokkal az Észak-Magyarország rendelkezik, így e régió versenyképességének javítása nem várhat tovább.

Az élelmiszer-feldolgozás közgazdasági alapjait, jellemző sajátosságait az évek során megismertem. Folyamatosan figyelemmel kísértem az élelmiszeripart érintő szabályozásokat, az általam megismert élelmiszeripari vállalkozások működését, azok működési és fejlődési nehézségeit, lehetőségeit.

Értekezésemben eddigi kutató munkám eredményeit szervezem rendszerbe, kiegészítve az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV szektor hatáselemzésével. A korábban tanulmányozott

elméleti alapok ismeretében, a kutatásban alkalmazott módszertan és a kutatási eredmények számos nem teljesen tisztázott terület határmezsgyéjén helyezkednek el, amik előnye, hogy több új(szerű) és fontos eredmény megszületésére adtak lehetőséget.

1. BEVEZETÉS

1.1. A kutatás háttere

Napjainkban a nemzetek gazdaságpolitikája egyre inkább a fenntartható fejlődésre való törekvések tükrében határozza meg a nemzetek stratégiai fontosságú iparágait. Az élelmiszergazdaság globális stratégiai jelentősége a világméretű élelmiszerigény ugrásszerű növekedése, valamint az élelmiszer jellegből eredő területi, ökológiai korlátok együttes hatása miatt mára vitathatatlan. Az iparág fontos eszköze tehát, a nemzetgazdaságok versenyképességének javításának.

Magyarországon a tradicionálisan jelenlevő mezőgazdaság a kilencvenes évekre jellemző gazdasági-társadalmi átalakulás, majd a 2004. évi EU-s csatlakozás hatásait elszenvedte, de az elmúlt évtizedben stabilizálta működését. Ezt tükrözi az is, hogy az Eurostat¹ 2017-ben kiadott regionális évkönyvében a mezőgazdasági szempontú rangsorokban (pl. hasznosított mezőgazdasági terület, mezőgazdaság nemzetgazdasági részesedése, állatállomány, stb.) több esetben szerepel az első harminc régió között magyar régió is, jellemzően négy, amik a következők: Dél-Alföld, Dél-Dunántúl, Észak-Magyarország, Észak-Alföld. Ezek közül az első három régió azon tíz EU-s régiók közé is tartozik, ahol a mezőgazdaság legnagyobb mértékben tudta növelni a GDP-hez való hozzájárulását 2006 és 2011 között. (Eurostat, 2014) Azonban ez az élelmiszergazdasági potenciál nincs kihasználva Magyarországon. Jelenleg komoly piaci hátrányt jelent, hogy a mezőgazdaság exportra alkalmas többlet termelése alacsony feldolgozási szinten kerül értékesítésre a világpiacon (Kapronczai, 2014). A mezőgazdasági termékek hozzáadott értékének növelése az elsődleges és másodlagos feldolgozás útján nélkülözhetetlenné vált az ágazat versenyképességének javításához. A mezőgazdaságra épülő élelmiszeripar helyzete azonban az EU-s csatlakozást követően folyamatosan romlott, csupán egy-egy ágazat tudott eredményesen működni (Jámbor, 2010; Fertő, 2008). A mezőgazdaság és az élelmiszeripar vertikális integrációjának céljából az élelmiszeripar felzárkóztatása, versenyképességének javítása nélkülözhetetlenné vált.

A magyar élelmiszeripar belföldi piaci részesedése jelentősen csökkent az elmúlt másfél évtizedben. Az ágazatban drasztikus mértékű jövedelemcsökkenés² következett be. Hasonlóan, a foglalkoztatottak száma³ is folyamatosan csökkent. A döntő többségben mikro-, kis- és középvállalkozásokból (KKV-k) álló élelmiszeripari szektor számos versenyképességbeli hátrányt szenvedett el a multinacionális vállalatokkal szemben, amik képzettebb humán tőkét alkalmaznak, nagyobbak, tőkeintenzívebbek és ez által termelékenyebbek. A magyar élelmiszeriparnak jelentős kihívásokkal kell szembenéznie annak érdekében, hogy az ágazatra az utóbbi években jellemző hanyatlást megállítsa, majd a kedvezőtlen folyamatokat megfordítsa. Az élelmiszeripari vállalkozások hatékony fejlesztési eszköze az innováció lehet, azonban a magyar élelmiszeriparban az innováció mértéke, a vállalkozások innovációs hajlandósága, az állami és vállalati K+F ráfordítások mértéke alacsony. Az élelmiszeripar problémái nem jutnak el a K+F szervezetekhez, valamint a kutató helyek tudásbázisa nem hasznosul az élelmiszeripari vállalkozások körében. A jellemzően KKV-kból álló iparágban meghatározó probléma, hogy egy-egy KKV önmagában nem rendelkezik megfelelő pénzügyi forrással és szaktudással ahhoz, hogy a jó ötletet piacképes terméké fejlessze. A sikeres innováció meglehetősen komplex feladat egy KKV számára, amiknek többnyire

¹ Eurostat is the statistical office of the European Union, based in Luxembourg (LU). It publishes official, harmonized statistics on the European Union and the euro area, offering a comparable, reliable and objective portrayal of Europe's society and economy.

A vast range of data is available for the EU as a whole, for Member States and in many cases also for candidate countries, EFTA members and other European countries, down to the level of regions and cities.

² Míg 2002-ben 97 milliárd forintos adózás előtti eredmény realizálódott, addig 2006-ban már csak 52 milliárd forint, majd a tendenciát követve 2007-re 21 milliárd forintra redukálódott, 2008-ra pedig 7,4 milliárd veszteséggel zárt. (FVM, 2009)

³ Az évezred elején a foglalkoztatottak 9 százalékának, míg 2008-ra már csak a 3,6 százalékának biztosított munkát (FVM, 2009).

nincsenek meg az eszközei és tudása a K+F tevékenységekbe való beruházáshoz (Avermaete et al., 2003), vagy egyszerűen nem tudja a K+F eredményeket sikeres innovációvá, terméké, szolgáltatássá, profittá alakítani (Laforet, 2008). És bár az agrár és élelmiszeripari szektorok átlagosan alacsony K+F intenzitásúak, egyes területek igen fejlett tudásbázissal és technológiával (pl. biotech fejlesztések, intelligens anyagok, vertikális szerveződések) rendelkeznek, illetve a technológiai fejlesztéseket gyakorta más szektorokból (pl. a gépeket, a hozzávalókat vagy a csomagolószert beszállító cégektől) importálják. Az élelmiszeripari innováció a termék jellegéből fakadóan egyszerre technológiai, társadalmi és kulturális, az egész élelmiszeripari ellátó láncot felöleli a termeléstől, a betakarításon és feldolgozáson keresztül a gyártásig és a disztribúcióig (Earle, 1999): például a gyártási folyamat fejlesztése vagy a termék minőségének javítása olyan területekre is kihatnak, mint a fogyasztói magatartás, sőt komplex társadalmi és kulturális szokások.

Az élelmiszeripari vállalkozások jellemzően mikro méretűek (ötből négy kevesebb, mint 10 főt foglalkoztat). Jelenleg az ágazat szereplői, leginkább önfenntartó túlélésre vannak berendezkedve, bár ezek a KKV-k a családi szerveződés jellege miatt dinamikusabban reagálnak a piaci hatásokra és pozitívabb a jövőképük is (Kapronczai et al., 2009). A jelenlegi termelői- és fogyasztói oldal által biztosított környezetben nagyon nehéz helytállniuk ezeknek a vállalkozásoknak, hisz a kereskedelem valamennyi termékpályán jelentős nyomást gyakorol a beszállítóira az ár és más feltételek tekintetében. Emellett az alapanyag-termelők is nehéz helyzetbe hozzák a feldolgozókat (gabonár robbanás, időszakos alapanyaghiány, stb.), valamint az egyre kényesebb fogyasztói elvárásoknak is meg kell felelni. Az áttörést eredményező hatékony intézkedések a magyar kormány részéről is váratnak magukra, pedig a vállalkozások versenyképességének javulását leginkább a gazdasági környezet, magas adó- és adminisztrációs terhek, valamint a magas korrupció jelenléte hátráltatja (Csath, 2011). Azoknál az élelmiszeripari KKV-nál pedig, melyek jobb gazdasági helyzetük révén finanszírozási nehézségekkel nem küzdenek, fejlődésük gátlótényezőjeként leginkább a képzett szakemberek hiánya jelenik meg (pl. KKV-k fele készít üzleti tervet, negyede viszont egyáltalán nem rendelkezik papírra vetett jövőképpel, elmarad a márkaépítés, marketing stratégia) (Kapronczai et al., 2009). A forrás- és szakemberhiány és a jelenlegi gazdasági környezet együttesen korlátozza a KKV szektor lehetőségeit, és az ötletek piacépítése sokszor sikertelen próbálkozásokba fullad (Kiss, 2009).

A KKV-k gyengeségeiket (pl.: K+F, szaktudás- és menedzser kompetenciák hiánya) kiküszöbölve, jól szervezett, hatékony összefogás révén javíthatják versenyképességüket. A technológia- és tudáshiány leküzdésének több olyan lehetősége ismert már (pl.: vállalati együttműködés, klaszter-szerveződés, szövetkezés, nyitott innováció stb.), amelyek hatékony és fenntartható működésüket igazolták számos esetben különböző nemzeteknél más és más iparágban. Az állam számára az innovációt ösztönző vállalkozói környezet megteremtése az egyik legfontosabb feladat. Támogató környezetben, egymással és más társadalmi-gazdasági szereplőkkel (pl. kutatóközpontok, felsőoktatási intézmények, iparkamarák, stb.) együttműködve, illetve fogyasztóközpontú innovációs stratégiával tehát az innováció sikerre vihető, a KKV-k, valamint az gazdaság teljes vállalati szektorának versenyképessége fejleszthető.

Az interaktív tanulás és az interakciók közegét alkotó szabályok, normák és attitűdök megteremtését elősegítő regionális innovációs rendszer (RIS)⁴ koncepció azt vizsgálja, hogy a regionális környezet – ideértve a regionális szervezeteket és intézményi feltételeket, a tudásletréhozó oktatási- és kutatási intézményeket, a bizalmat, a kooperációt, az interakciót – hogyan befolyásolja a régió innovációs kapacitását. A kis vidéki iparágak – ilyen az Észak-Magyarország régió élelmiszeripara is – olyan sajátos problémákkal állnak szemben, mint a kisméretű helyi piacok, az izoláció, az ipari mainstream-től, a nagy volumenű termeléstől való távolság. Ebben a vállalalkozói szektorban még fontosabb az innováció tanulmányozása, hogy sajátos problémáikra megoldást talál-

⁴ Trippel, A. (2012): How to create supportive systems of innovation in different types of regions? Tagung Regionalentwicklung 2012, Bern, Schweiz.

junk (Kwamena, 2008). Az Észak-Magyarország régió vizsgálata azért is érdekes, mert a periférián lévő régiók rendszerint jelentős eltéréseket mutatnak a központi régióktól innovációs aktivitásukat, hálózatiásodásukat és intézményi környezetüket illetően, ezért különös figyelmet kell fordítani ezen régiók innovációs politikájának megtervezésére (Aradóttir et al., 2005). Ezt igazolja, hogy a magyar K+F ráfordítások 3,5 százaléka az Észak-magyarországi régióhoz tartozik, míg Közép-Magyarországhoz azok 66,2 százaléka (KSH, 2013).

Az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari KKV szektor innovációs tevékenységének vizsgálata mára stratégiai jelentőséggel bíró feladatkör.

1.1 A kutatás célja

Kutatásomban az Észak-Magyarország mikro-, kis- és középvállalkozásainak innovációs tevékenységnek vizsgálatára koncentrálok. Eközben elkerülhetetlen az élelmiszeripar mint iparág, a KKV szektor mint vállalkozói csoport, az innováció mint gazdaságfejlesztési lehetőség, valamint az Észak-Magyarország mint régió sajátosságainak figyelembevétele, elemzése. Az élelmiszeripari vállalkozásokat ugyanis szervezeti és regionális jellemzők is befolyásolják innováció aktivitásuk mértékében.

Cél:

- 1) Minden tudományos kutatás a külvilág működési mechanizmusával kapcsolatos modellek felírását célozza meg, és én is ezt a célt tűztem ki magam elé. Az eredmények között kiemelem **az élelmiszeripari KKV-k innovációs aktivitását meghatározó modell leírását.**
- 2) Célom, hogy az Észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációs tevékenységének minél pontosabb feltárása által **hozzájáruljak 1) a jelenleginél hatékonyabb innovációt segítő intézményrendszer létrehozásához, valamint 2) a helyi igényekhez jobban illeszkedő regionális politikai eszközök és kezdeményezések kifejlesztéséhez.**

A kutatás irodalmi alapját mind magyar, mind idegen nyelvű szakirodalmi anyagok feldolgozásával kívánom megadni. A kutatás során fontos szerepet szánok annak, hogy TQM szakközgazdászként több éven át dolgoztam élelmiszeripari KKV-k körében tanácsadóként, így a vállalkozások mellett rendszeres kapcsolatot tartottam fenn szakhatóságokkal és olyan információs szervezetekkel is, amik adataikkal a kutatásomhoz eredményesen hozzájárulhatnak. Szintén nagy segítségemre lehet kutatásom során az is, hogy jelenleg az Agrárgazdasági Kutató Intézet, Élelmiszerlánc Kutatási Osztály munkatársaként dolgozom. Pozícióból fakadóan tehát, építke a résztvevőként történő megfigyelés (participant observation) módszerére is, amely hatékonysága abban rejlik, hogy hosszútávon és spontán módon teszi lehetővé a KKV-k és képviselőik innovációs tevékenységének és attitűdjének feltérképezését. A megfigyelés rugalmas és magas validitású módszer, alkalmas a mélyreható információk gyűjtésére, illetve a szakirodalmi kutatással és személyes interjúkkal együtt segíti a hipotézisek megfogalmazását. A megbízhatóság és általánosíthatóság dimenzióiban azonban gyenge, ezért a kutatásom során kvantitatív felmérésre is sor kerül. A kvantitatív felmérés során az elemzéshez eszköztárul a változók mérési szintjének megfelelően induktív statisztikai tesztek használata, illetve olyan módszereket mint a keresztábra-elemzés és a korreláció-számítás, a látens struktúrák feltárásához a főkomponens-elemzés, a KKV-k szegmentálására a klaszteranalízis.

A kutatásom a következő részekből áll: irodalomelemzés, empirikus feltáró és empirikus kauzális kutatás. A feltáró kutatás több észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozás felkere-

sését jelentette, amit a szakirodalom-elemzéssel párhuzamosan folytattam le. A szakirodalmi kutatás során feltártam az innovációs tevékenység sajátosságait, az élelmiszeripari vállalkozások körében lefolytatott interjúsorozat során pedig azonosítottam annak embrionális állapotát az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében. A kutatás harmadik részét, a kérdőíves felmérést, az interjúsorozat és a szakirodalmi kutatás eredményei alapján végeztem el. Az irodalmi és az empirikus kutatás során vizsgálni szándékoztam az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációs stratégiáját, innovációs tevékenységének sajátosságait és determinánsait.

A kutatásom során felvázolt kérdések és kutatási irányok több új(szerű) és fontos eredmény megszületésére adnak lehetőséget. Az eredményeket egyrészt a kormányzati döntéshozók, másrészt az élelmiszeripari vállalkozók tudják majd hasznosítani, még hozzá a – jelenleginél – hatékonyabb vállalkozói környezet kidolgozásában, illetve a vállalkozókkal való együttműködés hatékonyságának növelésében. A megjelölt célokat és kérdéskörök megválaszolását az élelmiszeripari vállalkozások tevékenységével, illetve a gazdasági környezetről alkotott véleményeinek összegyűjtésével, elemzésével és értékelésével igyekeztem elérni. Emellett az eredmények rávilágítanak az EU által propagált innovációs irányvonalak esetleges problémáira, (kelet-)európai környezetben való alkalmazásának ellentmondásaira, valamint a tudományos elméletek integrálása kapcsán felszínre kerülő egyéb fontos kérdésekre.

1.2 A kutatás módszertanának újszerűsége és felépítése

Kutatásom módszertanának újszerűsége három tényezőre is visszavezethető:

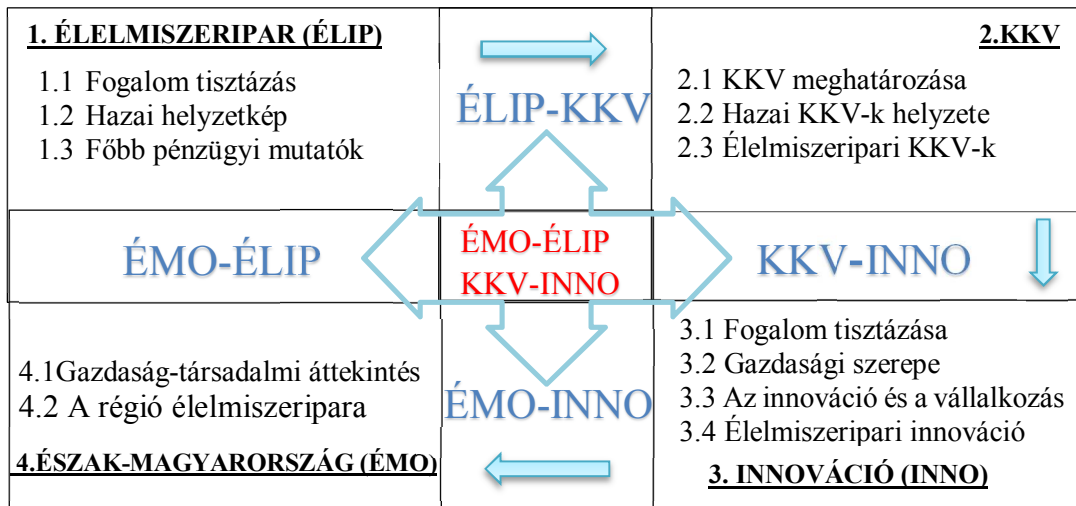
1. **Elsőként:** az innovációs aktivitást az élelmiszeriparban vizsgálom empirikus kauzális kutatás útján.
2. **Másodszor:** az élelmiszeripari mikro-, kis- és középvállalkozásokra koncentrálok, azaz kutatásom vizsgálati egysége az élelmiszeripari mikro-, kis- és középvállalkozó, ami meglehetősen ritka.
3. **Harmadszor:** tudomásom szerint hazánkban még sem ilyen körűen, sem ebben a vonatkozásban nem tanulmányozták még az innovációs aktivitást az Észak-magyarországi élelmiszeri vállalkozások körében.

A dolgozat két fő részből áll: irodalomelemzés és empirikus kutatás.

1. Az irodalomelemzés első részében az **élelmiszeripar** (2.1. fejezet), a **KKV szektor** (2.2. fejezet), az **innováció** (2.3. fejezet), illetve az **Észak-Magyarország régió** (2.4. fejezet) értelmezését, jellemzőit, valamint a témához tartozó egyéb szakirodalmat mutatom be.
2. A disszertáció második nagy része négy fejezetből áll, és az empirikus kutatásomat tartalmazza. Elsőként a kutatásom **kérdéseit**, **hipotéziseit**, a felhasznált **adatbázisokat**, valamint az elemzések során alkalmazott **módszertant** mutatom be (3. fejezet). Az **Eredmények** (4. fejezet) részben a megjelölt hipotézisek mentén vizsgálom az azonosított változókat, illetve a köztük lévő összefüggéseket. Az elemzést követően az eredményeket a korábban felírt hipotézisek tükrében értékelem. Végül összefoglalom a kutatás **főbb megállapításait** (5. fejezet) és **konklúziót** vonok le a jövőre vonatkozóan (6. fejezet).

2. IRODALOMELEMZÉS

Jelen fejezetben a kutatási téma szakirodalmi háttérét kívánom bemutatni. Az élelmiszeripar, a KKV szektor, az innováció és az Észak-Magyarország régió szakirodalmát vizsgálom. Elsőként a kulcsfogalmakat értelmezem, illetve meghatározom azok egymáshoz való viszonyát az egyes témakörökben. A szakirodalmi háttér feldolgozásának szisztematikus rendszerét a 1. ábra alapján összegzem, azzal is segíteni kívánom az összefüggések megvilágítását.



1. ábra: A szakirodalom vizsgálatának szisztematizált modellje

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

Elsőként az élelmiszeripart kívánom vizsgálni. Az élelmiszer vállalatspecifikációja okán a következő nagyobb témakörben a KKV fogalmkörét és gazdasági-társadalmi helyzetét tekintem át, majd részletesen foglalkozom az élelmiszeripari KKV szektorral. Jelenleg az élelmiszeripar gyenge pontja az innováció, amit a jellemzően mikro- és kisvállalkozásokból álló iparág kapcsán a következő témakörnek tekintek. Az innováció fogalmának tisztázását leginkább azért tartom fontosnak, mert a témakör megközelítése még napjainkban sem egyértelmű. Az élelmiszeriparban megjelenő innováció iparág-specifikussága szintén olyan terület, amit kutatásom megalapozásához fontos tisztázni. Az Észak-Magyarország mint régió vizsgálati területnek jelölését leginkább a régió fontosságának bemutatásával kívánom indokolni, amihez nélkülözhetetlen a szakirodalom részletes bemutatása.

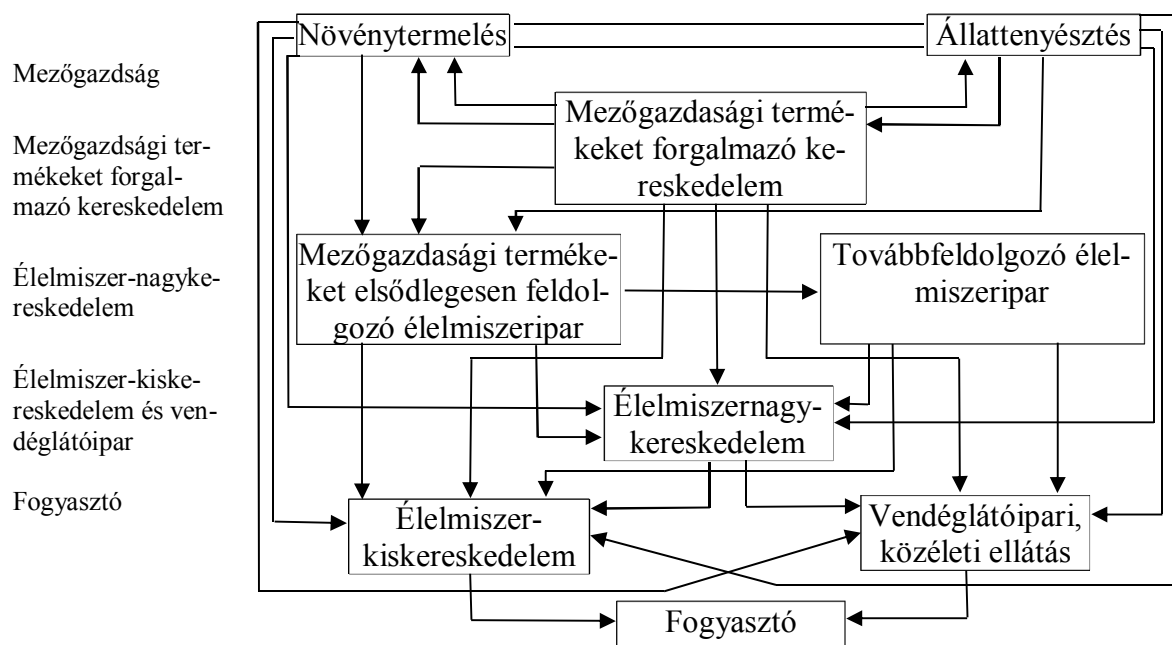
2.1. Az élelmiszeripar

Az élelmiszeripar elsősorban a feldolgozóipar alága, mely a gazdasági tevékenységek egy-egy ágazati osztályozási rendszere alapján - figyelembe véve a hagyományokat és az újabb követelményeket - az emberi vagy állati felhasználású élelmiszerek és italok, illetve dohánytermékek és számos, élelmiszernek közvetlenül nem minősülő köztes termék üzemi előállításával foglalkozik. Alapanyagai főként a mezőgazdaság és a halgazdálkodás termékei. Az élelmiszeripar 2014-ben a nemzetgazdaság második legjelentősebb feldolgozó alága volt. Az Európai Unióban az iparágak kapcsolati rendszere a Magyarországon kialakult gyakorlattól némiképp eltérő, így már a csatlakozás előtt, 1994-től megindult egy átalakulási folyamat. Az Uniós rendszert 2007. után a termékek tevékenység szerinti, új statisztikai osztályozása (CPA: Classification of Products by Activity, magyarul TESZOR: termékek tevékenység szerinti osztályozása) foglalja magába. Magyarországi megfelelője a TEÁOR, ami szerint – 2009 óta – az élelmiszeripar a hazai nemzet-

gazdasági ágakon belül a „CA” (feldolgozóipari, illetve mezőgazdaság-, erdőgazdálkodás-, halászati aggregátumok) ágazatcsoportban, elsősorban az Élelmiszergyártás (benne feldolgozás, tartósítás, gyártás), Italgyártás és Dohánytermék gyártása alatt jelenik meg. Az élelmiszeriparnak tizenegy aláága és 41 szakágazata van (M3. melléklet). Ez az iparág az egyik legősibb az emberiség történetében. A legrégebbi szakágazata a malomipar. Az élelmiszeripar sokáig háziipar-jellegű volt, majd kisipari jelleget öltött. A tömeggyártás bevezetésével az élelmiszeripar is rohamos fejlődésnek indult, nagyipari jelleget kapott. (Dióspatonyi, 2009)

2.1.1. Az élelmiszeripar fogalmának tisztázása

A mezőgazdaság és az élelmiszeripar a hozzá kapcsolódó élelmiszer-kereskedelemmel együtt szerves egészet képez. Az élelmiszer-termelés a növénytermesztéssel kezdődik. A növénytermesztés termékeit nyersen vagy feldolgozva fogyasztjuk, a takarmányokat pedig az állati szervezetek alakítják át emberi táplálkozásra alkalmas élelmiszer⁵ terméké. Az élelmiszeripar egyfajta közvetítő szerepet játszik a fogyasztóknak és a kereskedelem által felmért igényei és a nyersanyagot szolgáltató mezőgazdaság között. A kapcsolat rendszerét a 2. ábra mutatja.



2. ábra: A mezőgazdasági alaptevékenység, az élelmiszer-feldolgozó ipar, az élelmiszer-kereskedelem és a fogyasztó kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés Varga (1989) nyomán, 2016

A lakosság napjainkban elszakadt a természettől, egyre kisebb hányada termeli meg az élelmiszer-nyersanyagokat. A mezőgazdaság által megtermelt nyersanyagoknak el kell jutnia a fogyasztóhoz anélkül, hogy elromlana, tönkremenne. A mezőgazdaság termékeit óvni kell a belső és külső hatásoktól, tartósítani kell, míg fogyasztásra nem kerül. Ezeket az igényeket elégíti ki az élelmiszer-feldolgozás, azaz az élelmiszeripar.

⁵ Az élelmiszerekről szóló 1995. évi XC. törvény 2.§-ának első pontja kimondja, hogy az élelmiszer minden olyan növényi, állati - beleértve a mikroorganizmusokat is - vagy ásványi eredetű anyag, amely változatlan, előkészített vagy feldolgozott állapotban emberi fogyasztásra alkalmas. Nem minősül élelmiszernek a gyógyszer, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású anyag és készítmény, gyógytápszer, az anyatejet pótló tápszer, a gyógyvíz, továbbá a nem csomagolt ivóvíz és ásványvíz.

2.1.2. A magyarországi élelmiszeripar

Az államok általában arra törekszenek, hogy a legfontosabb élelmiszeripari termékekből minél magasabb önellátottsági szintet érjenek el. Az önellátás során biztosítható leginkább lakosság ellátása, az erőforrások kihasználása és a foglalkoztatás egyaránt. A magyar élelmiszeripar 1998-ban mindegy 80 százalékban volt önellátó, emellett az iparág exportteljesítménye is jelentős volt. A nagy, saját áruházláncsal is rendelkező élelmiszeripari világcégek térhódítása a kilencvenes években elindult. Az ezredfordulóra a magyar élelmiszeripar helyzete romló tendenciát mutatott, majd a szektor versenyképessége az Európai Unióhoz való csatlakozás óta egyértelműen visszaesett. Bár az élelmiszeripar termelési értéke 2004 és 2013 között csaknem 50 százalékkal növekedett, volumenváltozásban kifejezve ez csaknem 14 százalékos visszaesést jelentett. (Bene, 2016) A kedvezőtlen helyzet kialakulásához számos tényező vezetett. A magyar élelmiszeripar belföldi piaci részesedése jelentősen csökkent, a rendszerváltás után megbomlottak azok az együttműködési kapcsolatok, amik kölcsönös előnyöket jelentettek a termékpályák meghatározó szereplői, a mezőgazdaság és az élelmiszeripar számára. Ugyancsak nehezítette a helyzetet, hogy a lényegében befejezettnek tekinthető iparági privatizáció után nem alakult ki olyan együttműködés és érdekvédelem, ami megvédte volna az élelmiszeripari vállalkozásokat a kereskedelmi láncok jövedelemelcsívásától, és ez végeredményben mind az alapanyag-termelőkre, mind a feldolgozókra kedvezőtlenül hatott (Kapronczai, 2014).

Az ágazat teljesítményét jellemző mutatók a rendszerváltást követően még sokáig kedvezőek maradtak, aminek hátterében a dinamikus külföldi tőkebeáramlás állt. A külföldi tőkebefektetések növekedése 2000-ig töretlen volt, aránya ekkor a 60 százalékot is meghaladta. A tendencia 2002-ben megtört (Rontóné, 2005), azt követően minden évben kisebb-nagyobb mértékben csökkent, vagy stagnált a külföldi tulajdonban lévő jegyzett tőke. A külföldi tőke hiányát a belföldi tőke nem tudta pótolni, vagyis annak visszaesése következtében az ágazat jegyzett tőkéje is markánsan csökkent. A külföldi tőke beáramlása egyben a fejlett technológia alkalmazásával is összekapcsolódott, így a külföldiek szerepének visszaszorulásával a technológiai fejlesztések is elmaradtak.

Az ágazatban drasztikus mértékű csökkenés következett a jövedelem és a foglalkoztatottak számának tekintetében. A tőkeerős multinacionális vállalatokkal szemben a hazai élelmiszeripari szereplők nem tudtak helytállni. A kihívásokkal való szembenézéshez hiányzott a forrás, illetve a tudás, így elmaradtak a fejlesztések, az innovációk. A horizontális és vertikális szakmai szerveződések száma csekély, amelyek nélkülözhetetlenek az utóbbi évtizedre jellemző hanyatlás megállításához, a kedvezőtlen folyamatok visszafordításához.

Az élelmiszeripar az EU csatlakozás után fokozatosan veszített a dinamizmusából. Ennek legfontosabb okai a következők: az uniós csatlakozás után beszűkültek az iparág támogatási lehetőségei, hihetőségek csak magas kamatok mellett álltak rendelkezésre, valamint a forint árfolyamának nominál- és reáleffektív felértékelődése is kellemetlenül érintette az iparág szereplőit. A Közös Agrárpolitika (KAP) a mezőgazdasági termelés szabályozásának és támogatásának lehetőségeivel foglalkozik, az élelmiszeripart – az élelmiszerkereskedelemmel együtt – a versenyszféra részének tekinti, így azt kiemelten nem támogatja. Magyar viszonyok között csupán a vidékfejlesztési támogatások részeként adódik lehetőség kisebb élelmiszeripari pályázatos támogatások odaítélésére. Magyarország – a lengyel példával ellentétben – más uniós forrásokból nem fordított jelentős fejlesztési pénzeket az ágazatra (Potori et al., 2014). A 2014-2020. közötti tervezési időszakban részben a Vidékfejlesztési Program, részben pedig a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program keretében juthat forráshoz az ágazat.

Az élelmiszeripar fokozatosan kettős szorításba került egyfelől az alapanyag-termelő ágazatok, másfelől a fogyasztók részéről. Ez a tendencia a 2009-2012 közötti időszakban mutatkozott meg igazán, amikor az alapanyagárak meredekebb emelkedésbe kezdtek. Az élelmiszer-feldolgozók igyekeztek a növekvő inputárakat termékeik árában érvényesíteni, azonban a gazdasági válság

okán stagnáló-szűkülő fogyasztás és alacsony fizetőképes kereslet mellett ez csak korlátozott mértékben vált lehetségessé. Az ágazat mozgásteret így nagymértékben beszűkült. Kitorési pontot a külpiazi értékesítés jelentett, amellyel nagyrészt a jellemzően külföldi tulajdonban lévő nagyvállalatok tudtak élni. Ezt a folyamatot segítette a forint jelentős mértékű gyengülése is.

Hosszabb időszakra visszatekintve vélhetően azoknak van igazuk, akik szerint a nemzetközi tőke terjeszkedésének folyamatában három szakasz figyelhető meg. Az első szakaszt a növekedést hozó beruházás, a fejlesztés, a nagyarányú tőkebeáramlás jellemzi. A második periódus a termelés felfutása és vele együtt a jövedelem kiáramlása. A harmadik szakasz pedig a leépüléssel járó kivonulás a magasabb profitot hozó térségekbe, országokba. (Takács, 2008) Egyes vélemények szerint Magyarországon a meghatározó külföldi érdekeltségű vállalkozások közül több is a harmadik szakaszba lépett.

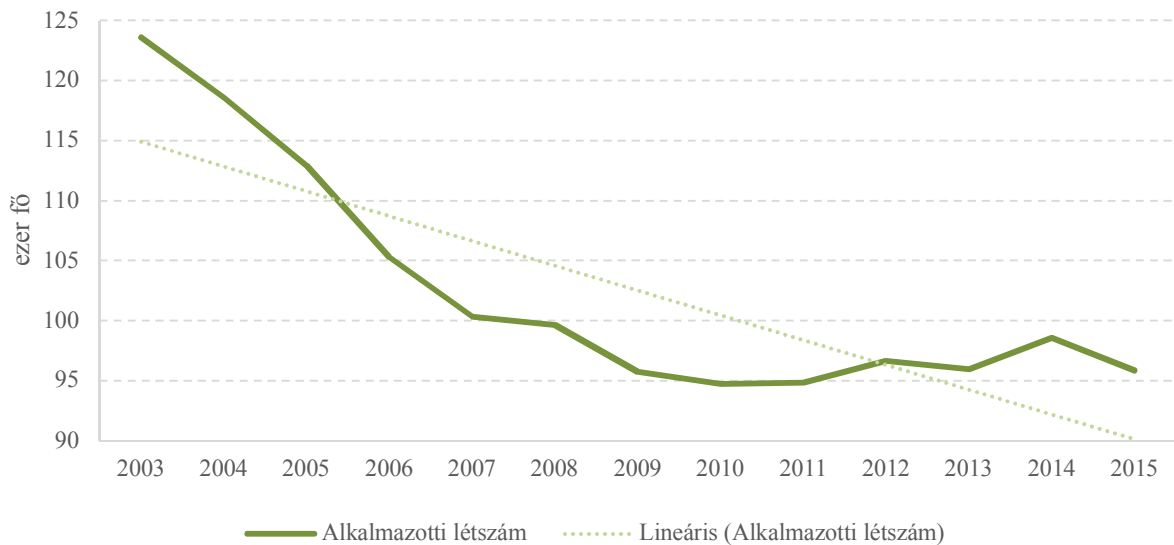
A magyar élelmiszeripar szintén jelentős problémája, hogy az innováció mértéke jelenleg a szükségesnél lényegesen kisebb, a vállalatok innovációs hajlandósága, az állami és vállalati K+F ráfordítások mértéke alacsony, az ipar problémái nem jutnak el a K+F szervezetekhez, azok kutatási eredményei nem hasznosulnak az iparban (Biro et al., 2014). A vállalkozások innovációs tevékenységét leginkább a gazdasági környezet, magas adó- és adminisztrációs terhek jelenléte hátráltatja. Ezek a problémák hozzájárulnak ahhoz is, hogy a nagy élelmiszeripari multinacionális cégek regionális ellátó központjai nem itt, hanem a környező országokban épültek fel az elmúlt évtizedben, a más országokban tapasztalható kedvezőbb általános gazdasági klíma és feltételek miatt. Az EU-csatlakozás további hozadéka volt, hogy az áruházláncoknak az uniós környezetben még nagyobb terük nyílt az olcsóbb külföldi élelmiszerek forgalmazására, kizorítva ezzel a hazai termékek jelentős részét a magyar piacról.

Ugyanakkor a magyar természeti adottságok, a nyersanyagok minősége, íze, a szaktudás és a szakmai hagyományok, a technológiai felszereltség, a táplálkozástani hatások és az ízlés szempontjából személyre szabott élelmiszerek iránt várhatóan jelentősen megnövekvő igény lehetővé teszi, hogy a magyar élelmiszeripar versenyképes új termékekkel, termelési eljárásokkal, módszerekkel és szolgáltatásokkal növekvő mértékben legyen jelen a hazai és nemzetközi piacon. (MNÉP, 2006)

2.1.3. A magyarországi élelmiszeripar főbb pénzügyi mutatóinak alakulása

Az élelmiszeripar a GDP előállításából 2,0 százalékkal részesedett 2014-ben, az ágazat bruttó hozzáadott értéke 2,4 százaléka volt a teljes nemzetgazdaságnak. A 2015-ös előzetes adatok szerint a beruházások 2,3, a foglalkoztatottak 3,3 százaléka származott innen. A GDP-hez való hozzájárulás az EU csatlakozás előtti 2,7-ről 2008-ra 2,0 százalék alá csökkent, azóta lényegében e körül stagnál. Ebben jelentős szerepet játszott a beáramló import megnövekedése. Az ágazat részesedése az összes beruházásból a világgazdasági válság kezdetekor érte el a mélypontot. Azóta valamelyest növekedett a súlya. A 2015-ben az előző évihez képest számottevően csökkent a beruházási teljesítmény, ami visszavetette az ágazat nemzetgazdasági részesedését is. (KSHa, 2017) Az élelmiszeriparban az alkalmazotti létszám az elmúlt évtizedben jelentősen visszaesett, míg 2003-ban 123,6 ezer főt foglalkoztattak, 2015-ben már csak 95,8 ezer főt. (3. ábra) A feldolgozóipari alágak közül – csakúgy, mint az előző években – továbbra is az élelmiszer ital, dohánytermék gyártása volt a legnagyobb foglalkoztató.

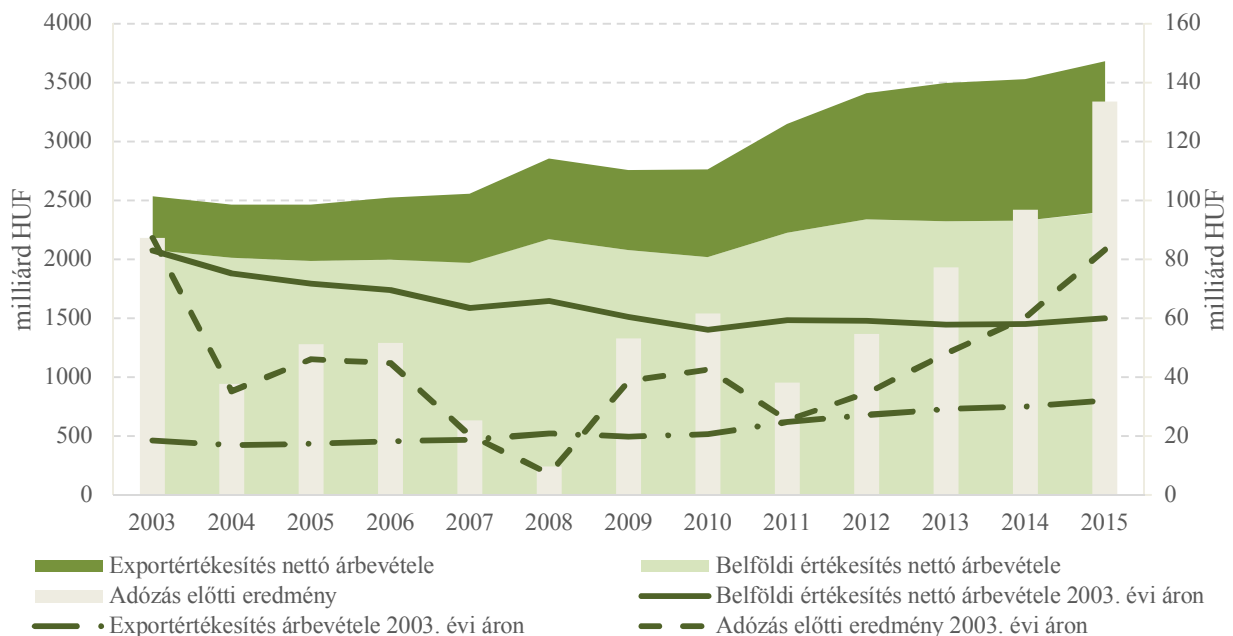
A magyarországi élelmiszeripar nettó árbevétele 2003 és 2015 között több mint 1000 milliárd forinttal emelkedett. Ez a növekedés elsősorban az exportnak volt köszönhető, ami 822,4 milliárd forinttal nőtt, miközben a belföldi értékesítés csupán 326,5 milliárd forinttal bővült a vizsgált időszakban. Ezáltal az export részesedése az ágazat összes árbevételéből 18,1 százalékról 34,8 százalékra nőtt 2003 és 2015 között, vagyis az időszak végén a kivitel már az összes bevétel egy-harmadát is meghaladta.



3. ábra: Alkalmazotti létszám alakulása a magyarországi élelmiszeriparban (2003-2015)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis⁶ alapján, 2017

A magyarországi élelmiszeripar nettó árbevétele 2003 és 2015 között több mint 1000 milliárd forinttal emelkedett. Ez a növekedés elsősorban az exportnak volt köszönhető, ami 822,4 milliárd forinttal nőtt, miközben a belföldi értékesítés csupán 326,5 milliárd forinttal bővült a vizsgált időszakban. Ezáltal az export részesedése az ágazat összes árbevételéből 18,1 százalékról 34,8 százalékra nőtt 2003 és 2015 között, vagyis az időszak végén a kivitel már az összes bevétel egyharmadát is meghaladta. (4. ábra)



4. ábra: A magyarországi élelmiszeripar árbevételének és adózás előtti eredményének alakulása folyó és 2003. évi áron, 2003–2015

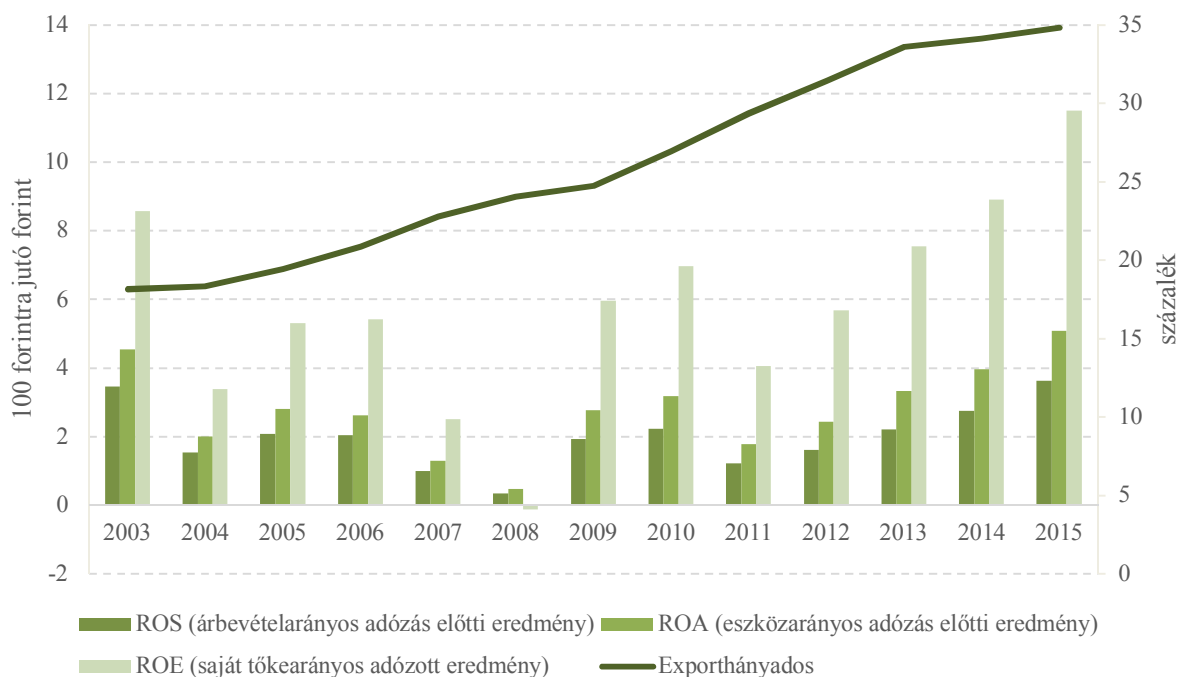
Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

⁶ A Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) adatbázisban a társasági adóbevallásainak mérleg és eredménykimutatás adatai szerepelnek. A NAV adatbázis részletes bemutatását a 3.2. fejezet tartalmazza.

A kép jóval kedvezőtlenebb a 2003. évi árakon számítva, ebben az esetben az élelmiszeripar árbevétele 237,1 milliárd forinttal kevesebb volt 2015-ben, mint az időszak elején. A csökkenés főleg a belföldi értékesítés drasztikus visszaesése miatt következett be – a változatlan árú belföldi értékesítés 576,9 milliárd forinttal csökkent a vizsgált időszakban –, míg az export még a 2003. évi árakon számolva is képes volt 339,8 milliárd forint emelkedést produkálni, ami arra utal, hogy a kivitel nem csupán a romló forintárfolyam miatt emelkedett, hanem volumenben is történt növekedés. A kedvezően alakuló exportteljesítmény így részben pótolta a belső értékesítés zuhanását, amit a magyarországi élelmiszer-kereslet visszaesése okozott. Az élelmiszeripar adózás előtti eredménye évről évre hullámzó teljesítményt nyújtott 2003 és 2015 között, a mélypontot a 2008. évi gazdasági világválság idején érte el. Biztató, hogy folyóáron az eredmény 2014-ben a 2003. évi szintre javult, 2015-ben pedig azt jelentősen meghaladta. Azonban változatlan áron számolva még a kedvezőnek tűnő 2015. évben sem sikerült elérni a 2003. évi eredményt, annak csupán a 95,4 százaléka realizálódott (4. ábra).

Az ágazat jövedelmezőségének mélyebb vizsgálata céljából a pénzügyi elemzések során alkalmazott jövedelmezőségi mutatókat is kiszámítottam. A pontosabb tendenciák felállításához háromféle jövedelmezőségi mutatót használtam, amik a következők:

- Az árbevétel-arányos jövedelmezőség (ROS): a 100 forint árbevételre jutó adózás előtti eredményt mutatja meg: $(\text{adózás előtti eredmény} / \text{értékesített nettó árbevétel}) \times 100$.
- Az eszközarányos jövedelmezőség (ROA): a 100 forint eszközértékre jutó adózás előtti eredményt mutatja meg: $(\text{adózás előtti eredmény} / \text{összes eszköz}) \times 100$.
- A sajáttőke-arányos nyereség (ROE): a vállalkozás saját tőkéjének eredményhozamát fejezi ki: $(\text{adózott eredmény} / \text{saját tőke}) \times 100$.



5. ábra: Az élelmiszeripar jövedelmezőségi mutatóinak alakulása, 2003-2015

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

Az élelmiszeripar jövedelmezőségi mutatóinak (ROS, ROA, ROE) értékei majdnem minden vizsgált évben pozitívak voltak. A vizsgált időszakban a 2013. évig az árbevétel-arányos és eszközarányos jövedelmezőségi mutatók, valamint a sajáttőke-arányos nyereség egyaránt romlott, majd 2014-ben a jövedelmezőség minden mutatója javult, végül 2015-ben még a 2003. évi ered-

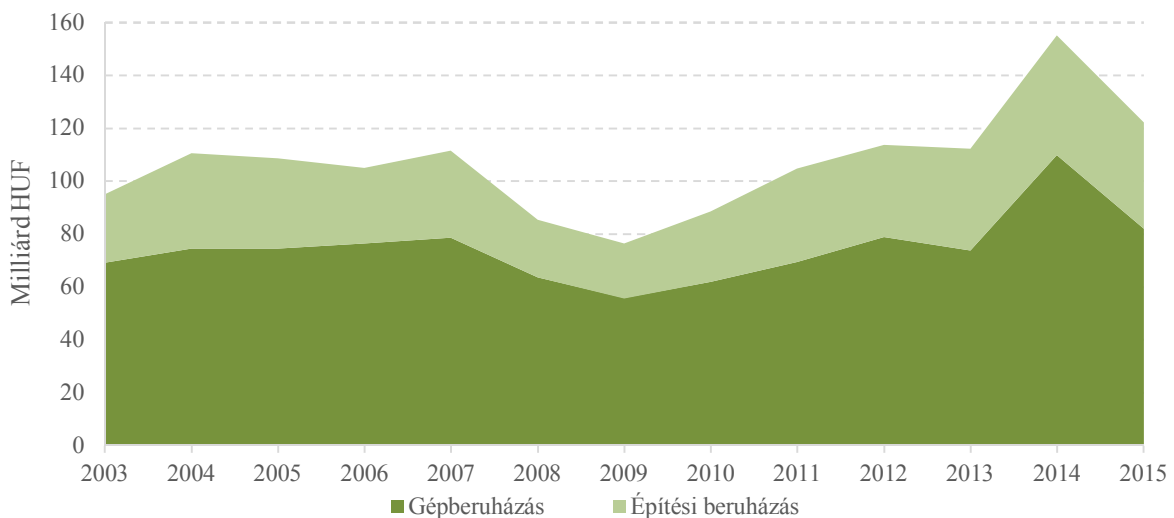
ményeket is felülmúlták. Míg 2003-ban 3,4 forint adózás előtti eredmény jutott 100 forint árbevételre és 4,5 forint 100 forint eszközértékre, valamint évi 8,5 forint adózott eredményt lehetett elérni 100 forintnyi saját tőkével, addig 2015-ben ezek az értékek sorra 3,6, 5,1, valamint 11,5 forint voltak. Az exporthányados – 100 forint árbevételre jutó exportárbevétel – az egyetlen olyan mutató, ami folyamatos növekedést mutatott 2003 és 2015 között, értéke az időszak elején 18,1, majd az utolsó vizsgált évben 34,8 volt (5. ábra).



6. ábra: A magyarországi élelmiszeripar befektetett eszközeinek, beruházásainak és értékcsökkenési leírásainak értéke 2003. évi áron, 2003-2015

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

Az élelmiszeripari beruházások is erősen visszaestek 2003 és 2015 között, ha változatlan áron vesszük figyelembe az értéküket. A befektetett eszközök értéke 2003. évi áron 819,8 milliárd forintról 721,4 milliárd forintra, a beruházások értéke 110,7 milliárd forintról 95,7 milliárd forintra, az értékcsökkenési leírás pedig évi 84,2 milliárd forintról 66,5 milliárd forintra csökkent, vagyis a magyarországi élelmiszeripari cégek egyre kisebb összeget fordítottak technológiai fejlesztésre a vizsgált időszakban (6. ábra).



7. ábra: A magyarországi élelmiszeripar beruházásainak alakulása folyó áron, 2003-2015

Forrás: Saját szerkesztés KSH és NAV adatbázisai alapján, 2017

A KSH beruházási adatai is megerősítik a fentebb vázolt trendet. Az élelmiszeripari vállalkozások gépberuházásai és építési beruházásai folyó áron is alig emelkedtek 2003 és 2015 között, az időszak közepén, 2009-ben pedig értékük erősen visszaesett (7. ábra). Mindez azt támasztja alá, hogy az ágazat romló jövedelmezősége a fejlesztések, technológiai innováció megtorpanása tovább rontotta a vállalkozások versenyképességét, nehezítve a válságos időszakból való kilábalást.

2.2. A KKV szektor

Napjainkban a kis- és középvállalkozások helyzete különösképpen fontossá vált. A KKV-k gazdaság-élénkítő erejét egyre inkább igyekeznek kihasználni az egyes államok. A fejlődő vállalkozások új munkahelyek létrehozásában betöltött szerepét mindenki elismeri, azonban még mindig vitakérdés, hogy milyen szerepe van a kormányzatoknak, gazdaságpolitikának abban, hogy minél több ilyen vállalkozás jöjjön létre. Egyik álláspont szerint a kormányzatoknak inkább passzív szerepet kellene betölteniük, és egy vállalkozásösztönző, versenybarát piaci környezet kialakításán túl nem kellene egyéb segítséget nyújtaniuk a vállalkozásoknak (Levie, 1994, Lohmann, 1988). Ezzel szemben mások azt az álláspontot képviselik, hogy a kormányzatnak aktív szerepet kell vállalnia a vállalkozások támogatásában különböző iparági programok indításával, amelyek elősegítik a cégeket a hullámvölgyeken való túljutásban és a nehézségek leküzdésében (Levy, 1994; Hallberg, 1999; Collinson, 2000). Az aktív illetve passzív álláspont közül általában az aktívabb szerep valósul meg, erről tanúskodik számos tanulmány, publikáció és konferencia. Az EU és a különböző, gazdasági szférával kapcsolatos nemzetközi szervezetek egyaránt stratégiai fontosságúnak tartják a KKV szektor versenyképességének javítását célzó vizsgálati szintek és feladatok pontos meghatározását. Mára egyértelművé vált, hogy a versenyképesség javításának problémáját a kormányok a vállalkozások bevonásával tudják megoldani sokoldalú, hosszú távú feladatok megjelölésével, miközben olyan stratégia kidolgozására van szükség, amely több dimenziós, holisztikus és fenntartható, és nem csak elszigetelt kezdeményezéseket vagy egy-egy politikai lépést takar. (Porter és Rivkin, 2012)

Magyarországon a KKV-k gazdasági súlya ma már a fejlett piacgazdaságokéhoz hasonló. Gyors fejlődésük annak ellenére következett be, hogy a gazdasági feltételek az elmúlt évtizedekben nem igazán kedveztek a KKV-k gazdaságba történő integrálódásának. Az elmúlt másfél évtized fejlődése ellenére a magyar kis- és középvállalkozói szektor teljesítménymutatói elmaradnak az EU országok átlagától. A legnagyobb különbség a jövedelemtermelő-képességben van. A hazai kis- és középvállalkozások nominálisan tizedannyi jövedelmet termelnek, mint az EU átlaga, és az árbevételi összehasonlítás is hasonló arányokat mutat. Hazánkban is a kormány a munkahelyteremtést, mint a gazdasági növekedés és a polgári jólét első számú feltételét tekinti. Az új munkahelyeket a jövőben is döntően a kis-, közepes méretű vállalkozások biztosíthatják, ezért hazánkban is egyre nagyobb hangsúlyt kap az a felfogás, hogy a vállalkozást minden esetben értéknak kell tekinteni.

A feldolgozóiparban, így az élelmiszeriparban is, az erősödő versenyben - a kedvező gazdasági kilátások ellenére - beszűkültek a kisebb vállalkozások fejlődési lehetőségei, s ez magában rejti egy elszakítottan mozgó, polarizált vállalkozási szerkezet kialakulásának veszélyét, amit a gyorsan fejlődő exportképes multinacionális cégek, s a technológiailag elmaradott, leszakadó kis-vállalkozások jellemeznek. (Berde et al., 2006)

2.2.1. A KKV meghatározása

Magyarországon a kis- és középvállalkozások fogalmának meghatározását, fejlődésük támogatását a 2004. évi XXXIV. törvény⁷ szabályozza. Ez a törvény határozza meg azokat az értékhatárokat, létszámkorlátokat, egyéb szempontokat, amelyek alapján eldönthető, hogy egy adott vállalkozás KKV-nak minősül-e, illetve azon belül mikro-, kis- vagy a középvállalkozás méretkategóriájába tartozik-e. A méret szerinti besoroláshoz a vállalkozásra vonatkozó három gazdasági mutató szükséges, melyekre vonatkozóan a KKV törvény felső korlátot határoz meg. (1. táblázat)

A KKV kategóriába történő besoroláshoz a fent említett három gazdasági mutató közül csak kettőnek kell megfelelnie a vállalkozásnak. A foglalkoztatotti létszámra vonatkozó feltételnek mindenképp teljesülnie kell, azonban – tekintettel arra, hogy a feltétel vagylagos – az éves nettó árbevételre vagy a mérlegfőösszegre vonatkozó kritérium közül elegendő, ha csak az egyiket teljesíti a vállalkozás.

A KKV törvényben található úgynevezett kétéves szabály azt rögzíti, hogy amennyiben egy vállalkozás éves szinten túllépi a meghatározott foglalkoztatotti létszám vagy pénzügyi határértékeket (nettó árbevétel, mérlegfőösszeg), vagy elmarad azoktól, akkor ennek eredményeként csak abban az esetben veszíti el, illetve nyeri el a KKV minősítést, ha két egymást követő beszámolási időszakban túllépi az adott határértékeket vagy elmarad azoktól.

1. táblázat: Kis- és középvállalkozások méret szerinti minősítő, 2017

KKV besorolás	Létszám (fő)	és	Éves nettó árbevétel (euró ⁸)	vagy	Mérlegfőösszeg (euró)
Közép-vállalkozás	< 250	és	≤ 50.000.000	vagy	≤ 43.000.000
Kisvállalkozás	< 50	és	≤ 10.000.000	vagy	≤ 10.000.000
Mikrovállalkozás	< 10	és	≤ 2.000.000	vagy	≤ 2.000.000

Forrás: Saját szerkesztés a 2004. évi XXXIV. törvény alapján, 2017

Az a vállalkozás, amelyikben az állam vagy az önkormányzat (magyar vagy külföldi) közvetlen vagy közvetett tulajdoni részesedése meghaladja a 25 százalékot, abban az esetben sem minősülhet KKV-nak, ha a gazdasági mutatók alapján felállított kritériumoknak eleget tesz. Tehát egy vállalkozás csak akkor sorolható a KKV kategóriába, ha benne az állam vagy az önkormányzat közvetlen vagy közvetett tulajdoni részesedése 25 százaléknál nem több. Mindemellett természetesen a fent említett foglalkoztatotti létszámra és a nettó árbevételre vagy a mérlegfőösszegre vonatkozó értékhatároknak is eleget kell tennie.

Nem kell alkalmazni az imént részletezett korlátozást az alábbi befektetők részesedése esetében:

- állami befektető társaságok;

⁷ A 2004. évi XXXIV. tv a kis és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról: A törvény célja a mikro-, kis- és középvállalkozások meghatározása, valamint a fejlődésük előmozdítását szolgáló állami támogatások összefoglalása, és ezáltal olyan gazdasági feltételek kialakítása, amelyek hosszú távon, hazai és uniós szinten egyaránt biztosítják a verseny- és foglalkoztatási képesség növekedését, a versenyhátrányok csökkenését, valamint a vállalkozások Európai Unió követelményeihez való felzárkózását.

⁸ Az euróban meghatározott összegek forintba történő átszámításakor a Magyar Nemzeti Bank (a továbbiakban: MNB) által megállapított, a KKV üzleti évének lezárásakor érvényes deviza középárfolyamot kell alkalmazni. Újonnan alapított vállalkozás esetén a tárgyévet megelőző év utolsó napján érvényes, MNB által megállapított deviza középárfolyamot kell alkalmazni.

- finanszírozáshoz való hozzáférés elősegítése céljából rendszeresen kockázatitőke-befektetést folytató egyének vagy csoportok, akik vagy amelyek a tőzsdén nem jegyzett vállalkozások alaptőkéjébe fektetnek be, azzal a feltétellel, hogy az érdekeltségük az adott vállalkozásban kevesebb, mint 1 250 000 eurónak megfelelő forintösszeg;
- szövetkezeti üzletrészt hasznosító gazdasági társaság;
- felsőoktatási intézmények, nem felsőoktatási intézmény keretében működő oktatási és szaktanácsadási intézmények, a felső- vagy középfokú oktatás gyakorlati háttéréként termelő tevékenységet folytató tangazdaságok és tanüzemek, nonprofit kutatási központok, valamint nem felsőoktatási intézmények szervezeteként – költségvetési formában működő – egyéb kutatóhelyek;
- a tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény 5. § (1) bekezdésének 53. pontjában meghatározott intézményi befektetők;
- az évi 10 millió eurót, illetve az annak megfelelő forintösszeget meg nem haladó költségvetéssel és kevesebb, mint 5000 lakossal rendelkező helyi önkormányzatok.

Az egyéni vállalkozás minősítése az adóbevallása szerint, a foglalkoztatotti létszám alapján történik. Az egyszerűsített vállalkozói adóról szóló 2002. évi XLIII. törvény (EVA tv.) hatálya alá tartozó vállalkozás minősítése a saját nyilvántartása szerint, a foglalkoztatotti létszám alapján történik. Az EVA tv. hatálya alá tartozó vállalkozás KKV-nak történő minősítéséhez a vállalkozásnak foglalkoztatotti létszámra vonatkozó nyilvántartással kell rendelkeznie. Amennyiben az egyéni, illetve a társas vállalkozás működési ideje egy évnél rövidebb, az adatokat éves szintre kell vetíteni.

Magyarországon a KKV-k kialakulását leginkább a rendszerváltozás utáni időszakhoz köthetjük, azonban a fentiekben leírt szabályozást csupán a 2004-es EU-s csatlakozás idején véglegesítették.

2.2.2. A KKV-k gazdasági súlya, helyzete

A rendszerváltást követően, a magánszektor szinte szabályozatlanul formálódott, majd a multinacionális vállalatok mellett, tudományos alapok nélkül kialakult a kis- és középvállalkozások magánszektora. A szektor nagysága drasztikusan nőtt. Mára a regisztrált vállalkozások száma meghaladja az 1,7 milliót. (KSHb, 2017) A kis- és közép-vállalkozások növekvő gazdasági súlyát mutatja, hogy ma már a KKV szektor adja a hazai vállalkozások 99,8 százalékát hasonlóan az EU átlagához. A KKV-k állítják elő a vállalkozók által létrehozott bruttó hazai termék több, mint felét (52,5 százalék), és a munkahelyek közel kétharmad (69,7 százalék) részét biztosítják. (2. táblázat)

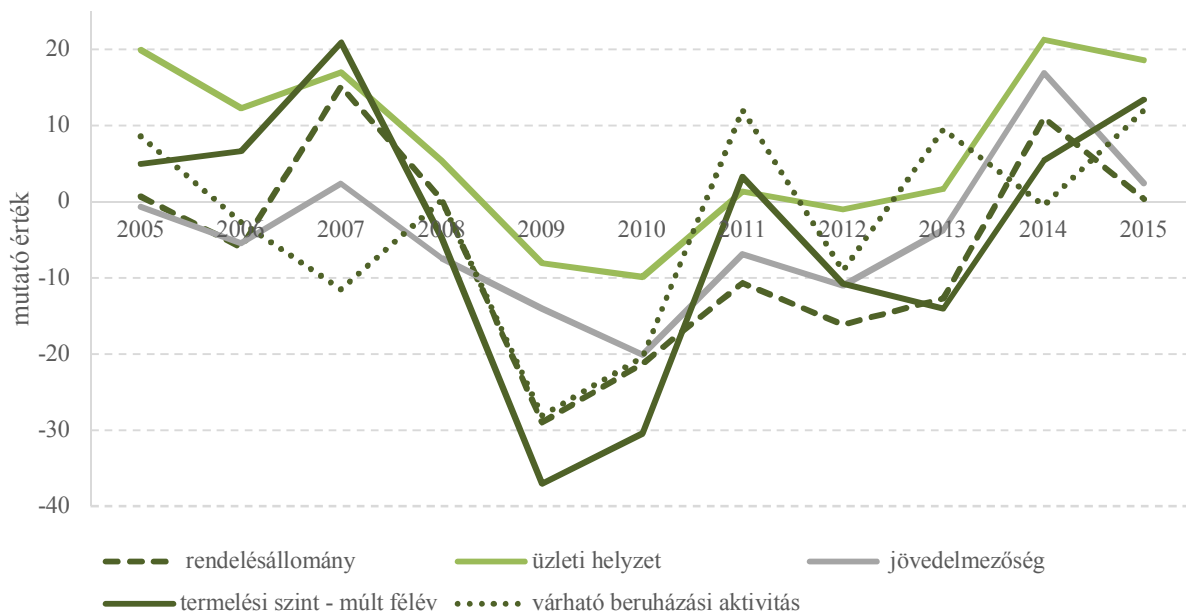
2. táblázat: A magyarországi vállalatok gazdasági súlya méret szerinti megoszlása (%) (2015)

Vállalat mérete	Vállalatok száma		Foglalkoztatottak száma		Hozzáadott érték	
	Magyarország	EU28-átlag	Magyarország	EU28-átlag	Magyarország	EU28-átlag
Mikrovállalat	94,1	92,8	34,4	29,5	18,1	21,2
Kisvállalat	4,9	6,0	19,2	20,2	16,3	18,0
Középvállalat	0,8	1,0	16,2	17,0	18,0	18,2
KKV-k összesen	99,8	99,8	69,7	66,8	52,5	57,4
Nagyvállalat	0,2	0,2	30,3	33,2	47,5	42,6

Forrás: Saját szerkesztés SBA (2016) adatai alapján, 2017

Magyarország az Európai Unió teljes jogú tagjává való válásakor vállalta, hogy működő piacgazdaságot indít el, valamint megteremti annak képességét, hogy az ország gazdasága állni

tudja a versenyt a többi EU-s ország gazdaságával. Azonban annak ellenére, hogy a KKV szektor helyzete, versenyképessége mérhetően befolyásolja a magyar gazdaság teljesítményét, meghatározó módon hat a foglalkoztatásra és jelentős szerepet tölt be a vidékfejlesztésben, az elmúlt évtizedben a kormány nem tett hatékony intézkedéseket a szektor szabályozása érdekében. Ennek következtében a KKV-k intézmény háttérrendszerének fejlődése elmaradt, így több területen is lemaradtunk nemcsak a fejlett országokhoz, de az új EU tagországok KKV szektorainak fejlettségéhez képest is (NFGM, 2009). Ezt támasztja alá az MKIK GVI konjunktúra elemzése. (8. ábra)



8. ábra: A KKV szektor elemi indikátorainak (mutató érték⁹) alakulása (2005-2015)

Forrás: Saját szerkesztés GVI adatok alapján, 2017

A nagy- és multinacionális vállalatok tőkeerejük és a rendelkezésükre álló szakértelem alapján képesek arra, hogy megfelelő módon felkészüljenek a piac kihívásaira és az ebből adódó lehetőségek kihasználására. Ezek a képességek azonban - mind a tőkeerő, mind a megfelelő, ez irányú, rendelkezésre álló szakértelem hiánya miatt - a mikro-, illetve a kis- és középvállalkozások esetében már eltérő nagyságrendben vannak jelen, amil jelentős mértékben veszélyeztetik a hosszú távú fennmaradásukat. Legfőbbképp igaz ez a családi és mikrovállalkozások esetében. Az EU csatlakozás kapcsán a jogszabályok és - a megnyílt piacok által eredményezett - versenykörnyezeti változások komoly kihívások elé állították a KKV szektor szereplőit. A mikro-, kis- és középvállalkozásoknak szembe kellett nézni a multinacionális vállalatok piacfölöző stratégiáival, a jogi környezet változásaiból fakadó megnövekedett adminisztratív terhekkel, versenyképességüket veszélyeztető tudáshiánnyal (pl. menedzsment ismeretek, tervezés, logisztika, minőségbiztosítás, stratégia-alkotás képessége, stb.). A KKV-nál, tehát számos problématerület azonosítható, az alulfiranszírozás pénzügyi gondok csupán markánsabbá teszik a szektor versenyképességének elmaradását. Ezek a vállalkozások jellemzően küzdenek a nyelvtudás hiányával, a továbbképzés és az együttműködés, valamint az innováció alacsony szintjének problémájával. (Szerb et al., 2014)

A KKV-k gazdaságerősítő erejének kiaknázása, tehát nem könnyű feladat annak tükrében sem, hogy más országokkal szemben Magyarországon meglehetősen sok a kényszer-vállalkozó. A kis- és középvállalatok több mint fele rokonokat, családtagokat von be a vállalkozásba. A vállalkozásokra jellemző még az is, hogy rövidtávon gondolkodnak, általában a túléléssel

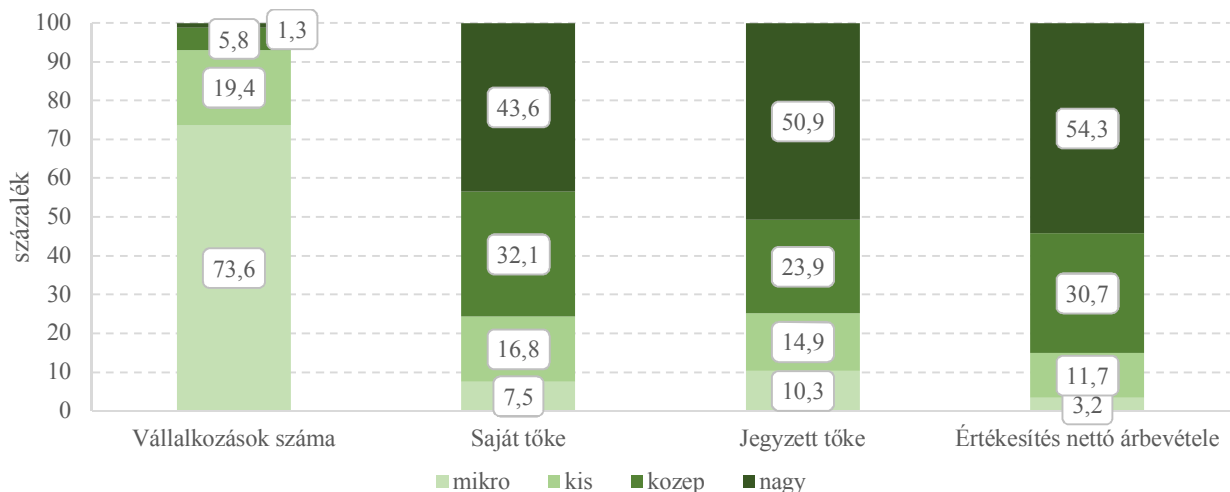
⁹ A mutatók értékét felmérő kérdésekre a vállalatok „Jó/Javul/Nő/Javulni fog/Nőni fog” válasza 100 pontot, „Kielégítő/Nem változik/Azonos lesz/Változatlan” válasza 0 pontot, „Rossz/Romlik/Romlani fog/Csökkenni fog/Csökken” válasza pedig -100 pontot érnek.

küzdnek. Nincsenek formalizált rendszereik, leírt alapelveik. A szervezet mérete miatt sokszor korlátozottak a munkakör gazdagítás, szakmai fejlődés és képzések lehetőségei. Az is jellemzi ezeket a vállalkozásokat, hogy munkaerőhiánnyal küzdnek, és gyakran érezhető a bizonytalanság, kiszolgáltatottság érzése, és a feszültség jelenléte. A nagyvállalatokkal és a multikkal szemben a kereseti lehetőségek is lényegesen alacsonyabbak. (Polgár, 2010) A vállalkozások szintjén jelentkező nehézségek általános gazdaságpolitikai eszközökkel történő kezelése csak korlátozottan lehetséges. (Szerb et al., 2014) A szükséges és hatékony intézkedések meghozatala időszzerű, és az is tény, hogy a feladat komplexitását tekintve, szakmai csoportok és érdek-közösségek együttműködése nélkül, szinte lehetetlen tartós sikereket elérni a KKV szektorban.

2.2.3. Az élelmiszeripari KKV szektor

Magyarországon azokat az ágazatokat még inkább sújtja a KKV szektor lemaradás, amelyekben a vállalkozói kör jellemzően családias, kisebb létszámú, sok esetben tőkeigényes, alacsony tudásintenzitású. Az élelmiszeripar a magyar nemzetgazdaság hagyományosan fontos, jellemzően kislétszámú KKV-kból álló ágazata. Magyarország tekintetében stratégiai fontossága van ennek az iparnak, hisz az élelmiszerek nemcsak gazdasági szempontból lényegesek, vagy mert hazai fogyasztást elégítenek ki, hanem figyelembe véve Magyarország természeti-, mezőgazdasági adottságait, nyersanyagok minőségét, ízét, a szaktudást és a szakmai hagyományokat, az ország versenyképességét jelentősen javíthatja az élelmiszergazdaság, mint stratégiai fontosságú ág talpraállítása. (Szita, 2007)

Az élelmiszeripari vállalkozások 98,7 százaléka KKV-ként működött, ezen belül is közel háromnegyedük (3937 vállalkozás az 5284-ből) mikrovállalkozás volt 2015-ben (9. ábra). A legkisebb méretkategória szereplőinek száma 2003-ban még 2257 volt, 2015-re 74,4 százalékkal emelkedett. A szektor további 19,4 százalékát a kisvállalkozások adták 2015-ben. A mikro- és kisvállalkozások számának ugrásszerű növekedésében 2003 és 2004 között a korábban egyszeres könyvvitelt vezető kettős könyvvitelre történő áttérése játszott nagy szerepet. A közepes méretű vállalkozások 5,8 százalékát képviselték az élelmiszeripari vállalkozásokat 2015-ben, számuk 11,0 százalékkal csökkent 2003-hoz képest. A legnagyobb arányú zsugorodás a méretkategóriák közül a nagyvállalkozásoknál következett be, számuk a 2003. évi 118-ról 2015-re 67-re (45,8 százalékkal) esett. Ez a nagymértékű csökkenés oka egyfelől valódi csökkenés (időközben számos gyárbezárás történt), másfelől az, hogy a méretkategória szerinti besorolás értékhatárai euróban vannak kifejezve, és a forint árfolyamának gyengülésével egyre kevesebb vállalkozás éri el a nagy méret alsó küszöbét, (9. ábra)



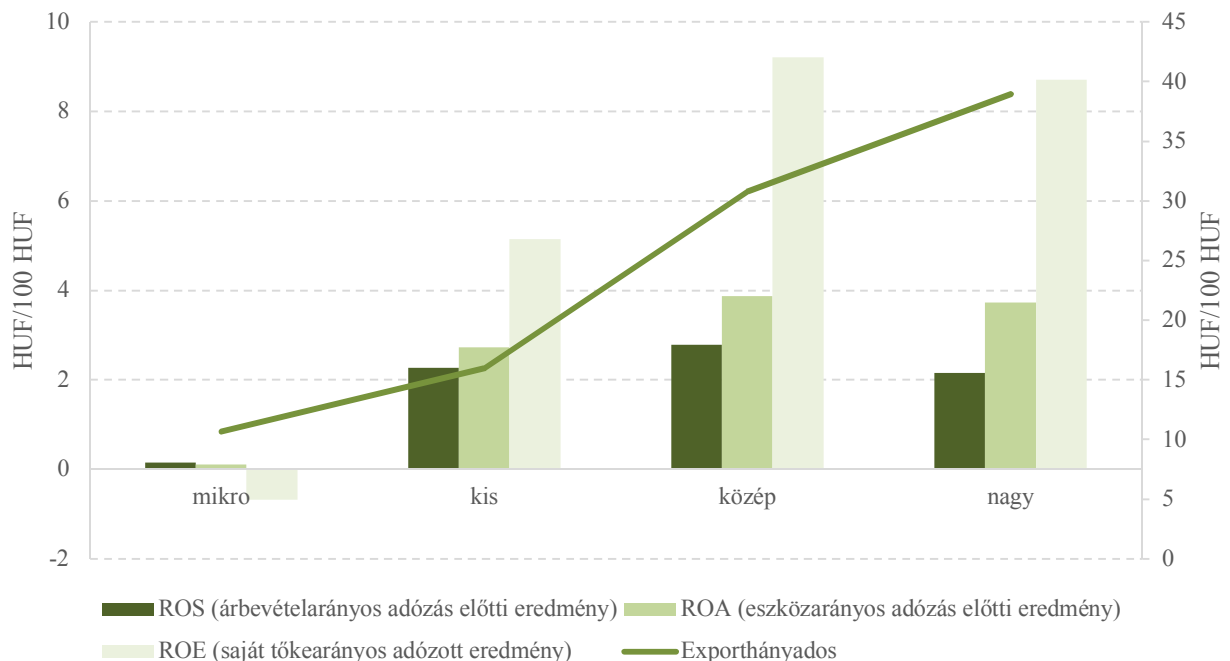
9. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások méretkategória szerinti megoszlása, 2015

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

A vállalkozások száma méretkategóriánként, azon belül szakágazonként is máshogy alakult. Egyedül a mikrovállalkozások száma növekedett jelentősen, azonban a méretkategórián belül szakágazonként eltérően változott a vállalkozások számának alakulása. A pékáru-, tésztafélek gyártásában, az italgyártásban, a gyümölcs-, zöldségfeldolgozásban 2013-ban az előző évhez képest több vállalkozás működött. A sörgyártásban és a malomiparban viszont kevesebb vagy változatlan számú mikrovállalkozás tevékenykedett. A kisvállalkozások számának enyhébb bővülése volt megfigyelhető elsősorban a gyümölcs-, zöldségfeldolgozás és az italgyártás alágazatokban. A nagyvállalkozások esetében szinte minden szakágban csökkent a vállalkozások száma a 2003. évhez képest (Bene et al., 2016).

A méretkategóriák között nem csak a vállalkozások száma tér el jelentősen. A mikrovállalkozások – jelentős számuk ellenére – gazdasági súlya a pénzügyi mutatók tükrében lényegesen kisebb volt 2003 és 2015 között. Árbevételük az élelmiszeripar összes árbevételének 3,2 százalékát tette ki, az iparág saját tőkéjének 7,5 százalékát, jegyzett tőkéjének pedig 10,3 százalékát tudhatták magukénak 2015-ben. Ennél nem sokkal nagyobb a kis- és középvállalkozások gazdasági súlya. A kisvállalkozások az iparági értékesítésből kivett aránya 11,7 százalék volt 2015-ben, míg a középvállalkozások közel egyharmadát (30,7 százalék) biztosították.

A 2011-2015 közötti évek átlagát¹⁰ véve a vállalkozások méretkategóriák szerinti pénzügyi mutatóinak alakulása is jelzi a markáns különbségeket. Az exporthányados (100 forint árbevételre jutó exportárbevétel) a vállalati mérettel egyenes arányban növekvő tendenciát jelzett, vagyis minél nagyobb méretű egy adott cég, árbevételének annál nagyobb része származik külföldi értékesítésből. A jövedelmezőségi mutatók, a ROS (árbevételre vetített adózás előtti eredmény) és a ROA (az összes eszközre vetített adózás előtti eredmény), valamint a nyereségességet kifejező ROE (a saját tőkére vetített adózott eredmény) is emelkedő trendet mutattak, leszámítva némi visszaesést a nagyvállalkozások esetében, azaz a nagyobb méretű cégek jellemzően jobb jövedelmi helyzetben voltak 2011–2015. évek átlagát tekintve, mint a kisebb méretű vállalkozások (10. ábra).

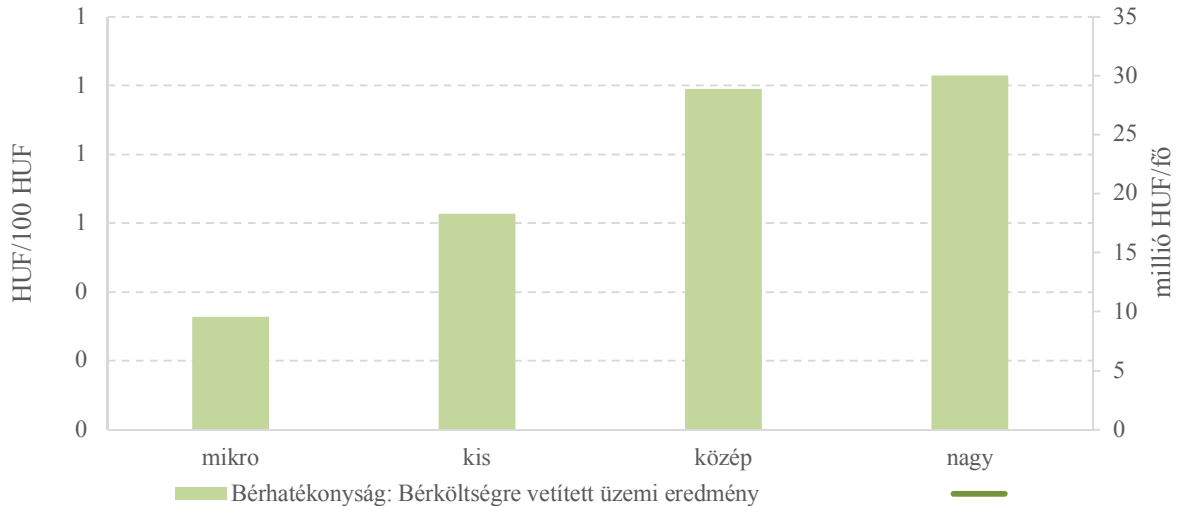


10. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások főbb pénzügyi mutatóinak alakulása a vállalkozások mérete szerint, 2011-2015. évek átlaga

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

¹⁰ Az öt év átlagát az egyes években esetleg fellépő egyedi hatások kiszűrése érdekében történt.

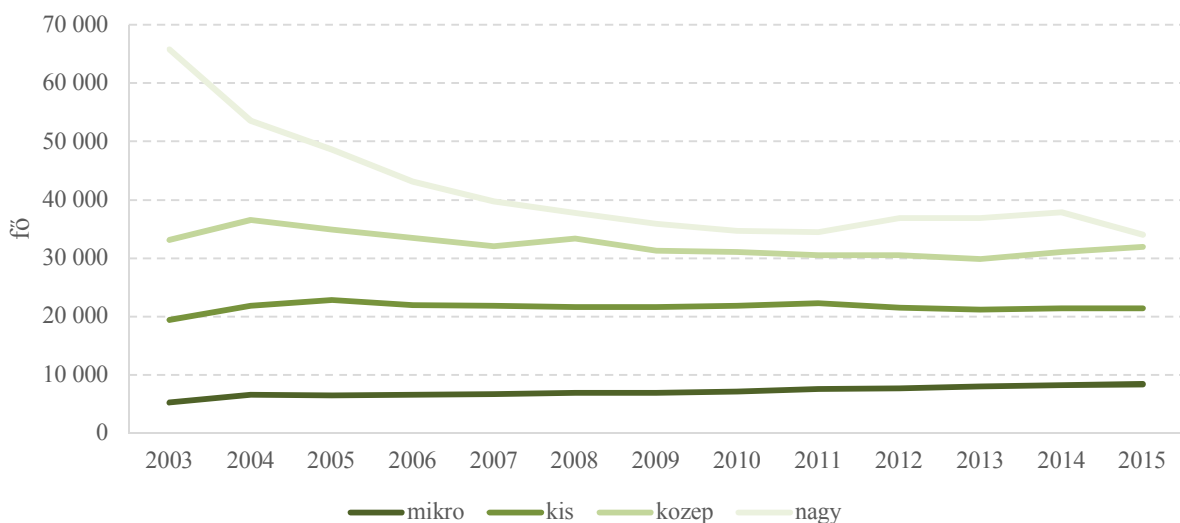
Hasonló tendencia érvényesült a munkaerő-felhasználás hatékonysága tekintetében. Az élőmunka-hatékonyság (egy munkavállalóra jutó adózás előtti eredmény) és a bérhatékonyság (a bérköltségre vetített üzemi eredmény) egyaránt egyenes arányban nőtt a vizsgált vállalkozások méretével (11. ábra). Mindezek alapján kijelenthető, hogy a méretgazdaságossági hatás a magyarországi élelmiszeripari vállalkozások esetében a mutatók tükrében érvényesül.



11. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások bér- és élőmunka-hatékonyságának alakulása a vállalkozások mérete szerint, 2011-2015. évek átlaga

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

Az élelmiszeriparban alkalmazott munkaerő létszámának alakulása alapján azonban a méretgazdaságossági hatás érvényesülését egyértelműen nem jelenthetjük ki napjainkban. Az EU csatlakozást megelőzően a nagyvállalati szektor közel kétszer annyi főt (65,7 ezer) alkalmazott, mint a középvállalkozások, a kis- és középvállalkozások pedig együttesen sem érték el a középvállalatok által foglalkoztatottak számát. A már említett gyárbezárások következtében a nagyvállalatok alkalmazotti létszáma jelentősen csökkent, 2015-ben pedig közel annyi főt alkalmaztak, mint a középvállalatok. A vizsgált időszakban a KKV szektorban foglalkoztatottak száma csupán a mikrovállalkozások körében nőtt csekély mértékben, ami leginkább annak tudható be, hogy egyre több kezdő vállalkozás jelent meg családi jelleggel az élelmiszeriparban. (12. ábra)



12. ábra: Az élelmiszeriparban alkalmazottak létszámának alakulása, 2003-2015

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

A KKV-k hátrányt jelentő szervezeti mérete egyben előnyt is jelenthet az élelmiszeriparban. Közvetítői és innovatív szerepük lényeges, hisz a kis- és középvállalkozások rugalmasságuknál fogva, ami elsősorban méretüknek köszönhető, a leghatékonyabban képesek a társadalom alkotó és innovatív energiáit hasznosítani, és azt a gazdaság egésze felé közvetíteni (Mikecz, 2007).

2.3. Az innováció

Az élelmiszeripari KKV-k esetében jelentős áttörésre van szükség, minek eredményeként a múltbeli (leginkább a nagyvállalatokkal szemben elszendvedett) sérelmek elhagyása és jelen nehézségeinek feledése mellett, a jövőbeli tervek megvalósítására kerül a hangsúly. Mindehhez szükség van az innovatív gondolkodásra, az innovatív tervezésre és magának az innovációnak a megvalósítására. Ebben a fejezetben az innováció témakörét kívánom megvilágítani és feltárni az innovációnak az élelmiszeriparban betöltött fontos szerepét.

2.3.1. Az innováció meghatározása

Az innováció fogalmának megalapozójaként J. A. Schumpeter¹¹ osztrák közgazdászt tekintjük, aki már 1939-ben az innovációt, mint az újítás valamilyen formájú megjelenésének fogalmi meghatározásaként használta. Azonban az innováció megfogalmazása során a sokféleség problémájával szembesülhetünk. Mára az innovációnak számos definíciója ismert. Az egyik - a Frascati kézikönyv¹² korábbi változatában közölt - meghatározása a következő: „**Az innováció egy ötlet átalakulása vagy a piacon bevezetett új, illetve korszerűsített terméké, vagy az iparban és kereskedelemben felhasznált új, illetve továbbfejlesztett műveletté, vagy valamely társadalmi szolgáltatás újfajta megközelítése.**” (OECD, 1993-96 19. oldal). Ezt a definíciót használja az Oslo Kézikönyv¹³ (Oslo Manual, 2005) korábbi változata is, amely az innovációk vizsgálati módszereinek összefoglalásával foglalkozó OECD dokumentum.

Az Európai Unió meghatározása szerint „az innováció a tudás alkalmazásának folyamata, a termékek és szolgáltatások, valamint ezek piacainak megújítása és növelése, új eljárások alkalmazása a termelésben, az elosztásban és a piaci munkában, a menedzsmentben, a szervezetekben és a munkafeltételekben, a munkaerő szakmai ismereteinek bővítése és megújítása” (EC, 2004).

A szakirodalomban az innováció hatóköre, megvalósításának ideje, szervezeti és társadalmi hatása sokféle lehet, így az innováció fajtáinak rendszerezése több módon történhet, tudományos konszenzus alapvetően nincs a típusok megjelölése kapcsán. Tárgyköre, célja szerint szoktak beszélni termék/szolgáltatás-, eljárás innovációról, az Oslo kézikönyv harmadik kiadásában megjelent a marketing és szervezeti innováció is.

Termék-innováció olyan áru vagy szolgáltatás bevezetése, amely – annak tulajdonságai és rendeltetése vonatkozásában – új, vagy jelentősen megújított. Ez magában foglalja a fejlesztésre vonatkozó részletes műszaki leírásokat, az összetevőket és anyagokat, a beépített szoftvert, a felhasználóbarát jelleget, vagy más funkcionális tulajdonságokat.

¹¹ Schumpeter, J.: The Theory of Economic Development. Harvard UP. Cambridge, Mass. 1934. Először kiadva 1911-ben.

¹² A Frascati kézikönyv javaslat a kutatás és kísérleti fejlesztés felméréseinek egységes gyakorlatára. A könyv elkészítését és időszakos frissítését az OECD koordinálja, a magyarországi vonatkozásokkal a Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal (továbbiakban: NKTH) foglalkozik.

¹³ Az Oslo kézikönyv az ún. „Frascati család” kidaványok egy tagja. A Frascati kiadványsorozat módszertani kézikönyvek egész sorát jelenti. Ezek között szerepelnek kézikönyvek pl. a K+F-ről (Frascati kézikönyv), az innovációról (Oslo kézikönyv).

Eljárás-innováció új, vagy jelentősen megújított termelési vagy szállítási módszer megvalósítása. Felöleli a technikában, a berendezésekben és/vagy a szoftverben bekövetkező jelentős változásokat.

Marketing-innováció olyan új marketing-módszerek alkalmazása, amelyek jelentős változást hoznak a terméktervezésben, a csomagolásban, a termék piacra dobásában, a termék reklámozásában, vagy az árképzésben.

Szervezési-szervezeti innováció új szervezési-szervezeti módszerek megvalósítását jelenti a cég üzleti gyakorlatában, a munka szervezésében vagy a külső kapcsolatokban.

Az innováció kapcsán leginkább egy folyamatról beszélünk, aminek hatásait, illetve a folyamatot befolyásoló tényezőit több aspektusból kutatják napjainkban is. A különböző korszakokat Rothwell (Rothwell, 1994) munkássága alapján jól definiálhatjuk, így a második évezred elejére már az ötödik generációs innovációs folyamatot emlegetjük. Az első generációs innovációs folyamatokra a technológiafejlesztés, a másodikra a technológia és a piaci igények összehangolása, a harmadikra pedig a technológia és a vállalkozás integrálása volt jellemző. Idővel az innovációs folyamat még tágabb értelmezést nyert, így a negyedik generációnál a technológia, a vállalkozás, a beszállítók és a vevők (piac) együttműködése vált meghatározóvá. Az együttműködések hatékonynak bizonyultak, ezért a sikeren tovább fejlődve, mostanra az ötödik generációs innovációs folyamatról beszélünk, amiket leginkább az együttműködő innovációs rendszerek kiépítése jellemez.

A napjainkban az innováció rendszerszemléletű megközelítése nem csupán a cégek egyéni teljesítményét hangsúlyozza, hanem komplex társadalmi és gazdasági kölcsönhatásokat vizsgál azok és környezetük között. Mikro szinten tehát a vállalat gazdasági változásokra tett reakcióit, makro szinten pedig a különböző régiók vagy országok növekedési pályagörbéit érdemes vizsgálni az innováció kapcsán. Az OECD Tudományos és Technológiapolitikai Bizottsága (CSTP) és az Innováció- és Technológiapolitikai Munkacsoportja (TIP) közreműködésével, 1997-ben megindult kutatási munka révén vált ismerté a nemzeti innovációs rendszer (NIS) és kapcsolatait tükröző modell. (Buzás, 2007; OECD, 1998, M4. melléklet) A nemzeti innovációs rendszer (NIS) koncepció azt vizsgálja, hogy nemzeti környezet – ideértve a hazai szervezeteket és intézményi feltételeket, a tudáslétrehozó oktatási- és kutatási intézményeket, a bizalmat, a kooperációt, az interakciót – hogyan befolyásolja az ország innovációs kapacitását. A modell segítségével az egyes országok könnyen azonosíthatják rendszer-problémáikat, majd a modellt elméleti-módszertani eszközként használva, hatékonyabbá tehetik gazdaság-, oktatás-, tudománypolitikájukat, valamint regionális politikájukat egyaránt. (Buzás, 2007) Ez a koncepció regionális szinten is megjelenik természetesen (Regionális Innovációs Rendszer - RIS). Az ország vagy régió - és természetesen vállalati szinten is értelmezzük továbbra is - problémáinak rendszerszemléletű megközelítése, azok komplex, integrált kezelésével lehet a folyamatos megújulását biztosítani, a változó körülmények közötti versenyképességet elérni, illetve megtartani. (Kleinheincz, 2002)

Ezen kapcsolati rendszerek értelmezése során egyetérthetünk abban, hogy a tudás és annak áramlása, azaz az innováció, befolyásolja egyrészt a nemzetgazdasági növekedést, a régiók versenyképességét, valamint a vállalatok piaci szerepvállalásának hatékonyságát.

2.3.2. Az innováció szerepe a gazdasági növekedésben

A feldolgozott irodalmak alapján elmondható, hogy a gazdasági növekedés tényezőit már a kezdetektől fogva a közgazdaságtan egyik súlyponti megválaszolendő kérdésének tekintették. A

neoklasszikus növekedési modellekben¹⁴, a keynesi és a neo-keynesi növekedési modellekben¹⁵ a tőke (illetve beruházások) és a munkaerő mellett a meg nem testesült technikai haladás szerepelt a növekedés magyarázó változójaként. Ez a három tényező azonban sohasem magyarázta meg teljesen a gyakorlatban tapasztalt növekedést. További kutatások révén, a növekedési elméletekben is lényeges változások következtek be.

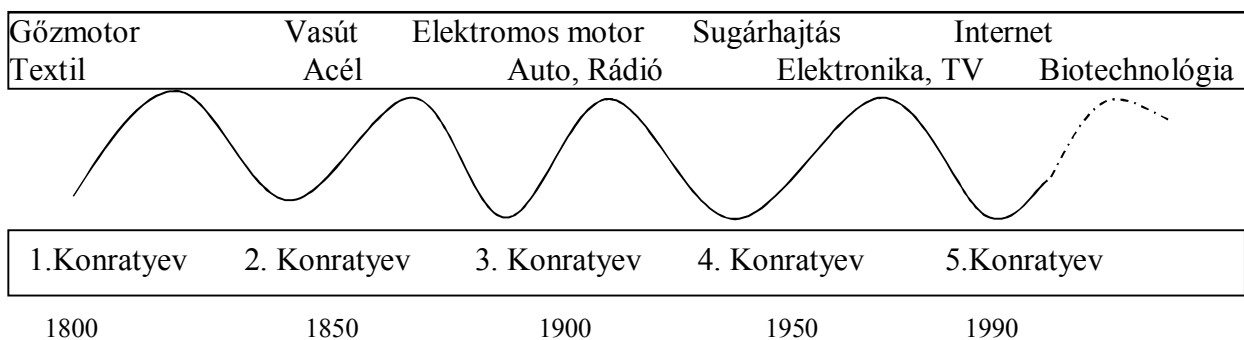
A húszas években alkotó Kondratyev¹⁶ nevéhez fűződik annak a felfedezése, hogy a gazdaság fejlődését alapozó átfogó rendszerek – például a mezőgazdaság és az ipar, vagy az iparon belül az egyes iparágak, később a szolgáltatások, az oktatás – beruházási részesedései generálják a siker és a kudarc ciklusait. Kondratyev szerint a ciklusok motorja a beruházásokat hajtó innovációs verseny, és egy-egy szakasz hossza pedig maguknak az újításoknak az életgörbéjétől függ. (3. táblázat)

3. táblázat: Kondratyev ciklus elmélet

Megnevezés	1. ciklus	2. ciklus	3. ciklus	4. ciklus	5. ciklus	6. ciklus
Kulcstechnológia	Gőzgép	Vasút	Elektromosság	Olaj Autó	Informatika Léz- zer	Űrkor- szak
Ciklus első éve	1970	1830	1870	1900	1970	2008
Ciklus utolsó éve	1830	1870	1900	1970	2008?	?
Eltelt évek	60	40	30	70	38	?

Forrás: Saját szerkesztés Grinini és szerzőtársai nyomán (Grinini et al., 2012), 2013

Ez a ciklus elmélet azt igazolja, hogy az egyes nemzetgazdaságok sikerét az innovációs láncban betöltött pozíció határozza meg. Az első ciklus az ipari forradalommal indul, a gőzgép megjelenésével. Ekkor az innováció területe a textilipar, tehát a gazdaság versenyképességét az ebben az ágazatban megvalósult beruházások alakították. Ezt követte (2. ciklus) a harmincas évektől a szintén gőzenergiára alapozott vasút fejlesztések, vasútépítési korszak, majd ebből fejlődött ki az acél, a nehézipar, és a villamosenergia (3. ciklus) korszaka. A XX. század elejét az olajipar és az autógyártás, valamint a tömegtermelés pörgette (4. ciklus). (13. ábra) A ciklusokra jellemző, hogy a fellendülési ág időszakát azok élvezhették, akik innovatív hozzáállással irányították gazdaságukat, vállalkozásukat.



13. ábra: Kondratyev ciklikusság elmélete

Forrás: Saját szerkesztés Kondratyev (1911) nyomán, 2013

¹⁴ neoklasszikus növekedési modell: a gazdaságot természeténél fogva stabilnak, teljes foglalkoztatásra törekvőnek tartották, ahol a munkaerő és tőkeinput és a termelés közötti összefüggést egy aggregált termelési függvénnyel lehet leírni.

¹⁵ keynesi és a neo-keynesi növekedési modell: a tőkés gazdaságot természetétől fogva instabilnak tartották és főleg a munkanélküliség problémájára koncentráltak.

¹⁶ Kondratyev-ciklus: A ciklus a nevét Nyikolaj Dmitrijevics Kondratyev (1892–1938) szovjet–oroszgazdászról, az elmélet megalkotójáról kapta. Kondratyev a Szovjetunió első öt éves tervének kidolgozásában vett részt, és ezzel kapcsolatos kutatásai alapján publikálta a Hosszútávú ciklusok a gazdaságban című tanulmányát.

A Kondratyev-ciklust többféleképpen szokták magyarázni. E gyesekek szerint azért létezik, mert egy generáció aktív munkában töltött élete 23-30 év, vagyis a ciklus egy alperiódusának időtartama. Mások viszont a nagy technikai találmányok, vagy a nagyberuházások (vasút, oktatás) hatásának a gazdaságban való végighullámozásához kellő időt rendelik a Kondratyev-ciklusokhoz. Vannak, akik szerint a következő Kondratyev-ciklus a nanotechnológiai forradalomra alapozott időszak lesz majd. Az eddigi ciklusok mindegyikének megvan a technológia vezér innovációja, ami mindig képes volt egy új korszakot nyitni a történelemben. (Marján, 2010)

Az innováció gazdasági és társadalmi hatásaival több nemzetközi és hazai vizsgálat is foglalkozik. Magyarországon is számos kutató tanulmányozza ezt a kérdéskört. Közülük említeném Inzelt Annamáriát¹⁷, Pakucs Jánost¹⁸, Papanek Gábort¹⁹ és Jávorka Editet²⁰, akik az innováció általános kérdéseivel foglalkoznak, valamint Tamás Pált és Hargitai Gábort²¹, akik az innováció ágazati és regionális jellemzőit tanulmányozzák. Fontos kiemelnem Csath Magdolnát²², aki ezt a kérdést az EU csatlakozás függvényében vizsgálja (MISZ, 2003).

Az innováció gazdasági növekedéssel való összekapcsolásában Robert Solow²³ végzett munkája hozta meg az első paradigmaváltást. Solow a Harrod-Domar-féle növekedési modell²⁴ problémáinak megoldását keresve egy olyan modellt javasolt, ami független változóként a szélesebb értelemben vett technológiai haladást, az innovációt is magában foglalta. Solow a technológiai fejlődés növekedésben játszott döntő szerepét hangsúlyozta. Magyarországon pedig Jánossy Ferenc²⁵ volt az, aki a hatvanas évek közepén elsőként hívta fel a növekedés és az innováció összefüggésére a figyelmet. A gazdasági trendvonalról és a helyreállítási periódusokról szóló elméletében Jánossy megkülönbözteti a fejlődés bázisul szolgáló, azonos szinten folyamatosan megisméltető, újratermelést magától a fejlődéstől, melynek első fázisa az újdonság születése, amely az új vívmány kitalálásától annak első megvalósulásáig tart, ezt követi az expanziós folyamat, melynek során az új termékek használata elterjed. (MISZ, 2003) Itt fontos megjegyezni Csath Magdolna gondolatait, aki a kilencvenes években fogalmazta meg annak vizsgálati kérdését, hogy az adott újítás milyen fejlődési potenciált jelent az adott környezetnek. Gondolatait arra alapozta, hogy a hazánkba behozott termelő berendezések, technológiák, termelési tényezők többsége életgörbéje lehajló ágában van azokban az országokban, ahonnan azok származnak. „A berendezéseket otthon már leírták, költség nem merül fel rájuk... Magyar bérek mellett extraprofit termelését teszik lehetővé. Lehet, hogy ezek a termékek és technológiák ennek ellenére magasabb színvonalúak, mint amit nálunk felváltottak. Ahhoz azonban nem segítenek hozzá bennünket, hogy a technológiai lemaradásunkat ledolgozzuk. Sőt, éppen hogy további hosszú időre lemerévítenek bennünket egy adott szinten, miközben a fejlett világban óriási sebességgel halad előre a műszaki-technologiaifejlődés.” (Csath, 1996)

¹⁷ Inzelt Annamária (alkotó szerkesztő): Bevezetés az innováció menedzsmentbe. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1988.

¹⁸ Pakucs János: MISZ (2006) Magyar Innovációs Szövetség: Innovációs Menedzsment Kézikönyv c. kiadványnak, Budapest, 2006

¹⁹ Papanek Gábor (szerző, szerkesztő): A magyar innovációs rendszer főbb összefüggései OMFB, Budapest, 1999., 6

²⁰ Jávorka Edit: A kutatási-fejlesztési tevékenység és a műszaki értelmiség helyzete 1988-1993. években, 1995

²¹ Tamás Pál, Hargitai Gábor: A kutatás-fejlesztés és innováció regionális és szakági feltételei a gépgyártásban az északnyugati és északkeleti régiókban, 1997

²² Csath Magdolna: Innovációs helyzetünk és EU-tagságunk: Mit kellene tennünk? Ipargazdasági Szemle, 1996, 2-3 sz. p. 259-267. oldal.

²³ Solow kimutatta, hogy a GDP gyorsabb ütemben nő, mint ahogy az a munkaerő és a tőke fizikai növekedésének hozzájárulásából következne. A különbség a technikai haladás vagy szélesebb értelemben, az innováció következménye. Az általa javasolt modell segítségével lehetővé vált a növekedéshez hozzájáruló faktorok hatásának számszerű meghatározása is. 1987-ben közgazdasági Nobel-díjjal tüntették ki munkájáért. A Solow által javasolt modell, amely a Cobb-Douglas féle termelési függvényre épül alapjává vált a növekedés összetevőit kutató további munkáknak.

²⁴ Harrod-Domar-féle növekedési modell: A modell azt állítja, hogy a gazdasági növekedés legalapvetőbb stratégiája a megtakarítás növelése.

²⁵ Jánossy Ferenc (1914-1997) mérnök közgazdász. Lukács György nevelt fia. Eredetileg gépészmérnök, majd közgazdász végzettséget is szerez.

A gazdaságok növekedést befolyásoló tényezők feltárására az OECD is nagy hangsúlyt helyez. Az OECD rendszeres kiadványokban ad számot a tagországok innovációs jellemzőiről és több tanulmány foglalkozik az egyes fejlett ipari országok innovációs rendszerével, az innovációk hatásaival. Azonban a vizsgálandó tényezők és azok befolyásoló erejének tekintetében egyhangú konszenzus még nem született, napjainkban is számos neves egyetem professzorai vitatják a gazdasági növekedés összetevőit. Általános megállapítás, hogy a gazdasági növekedés kapcsán fontos hangsúlyt kell kapniuk a következő indikátoroknak: az információs és komputer technika (ICT), a „kreatív rombolás”, az oktatás, az intézmények, a társadalmi tőke, a pénzügyi szektor, a kereskedelem és a külföldi közvetlen beruházások (FDI) szerepének fontossága. Az OECD megállapítása szerint, az innováció gazdasági növekedéshez való hozzájárulása közvetlenül nem mérhető, mérhető viszont az a termelékenységnövekedés, amely az innováció hatására bekövetkezik. Ezért az innováció gazdasági növekedéshez való hozzájárulásának mérése többtényezős termelékenység mérését feltételezi. (OECD, 2000)

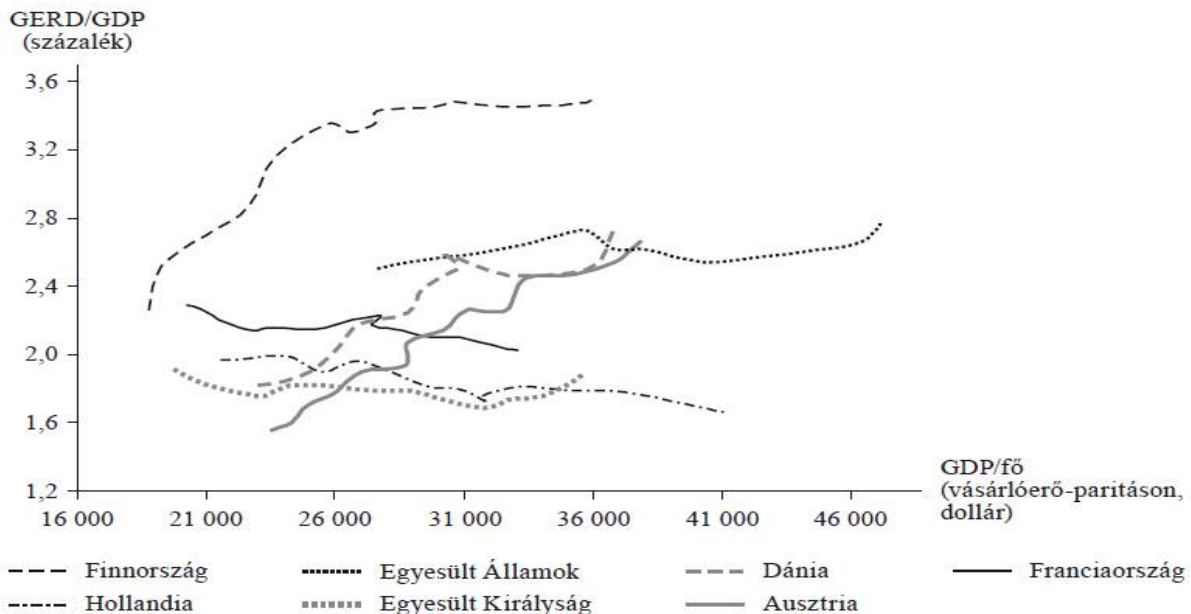
A termelékenység-mérés azonban más fontos célok érdekében is felhasználható. Így például gyakori cél, hogy a termelékenység szintjének mérésével egy-egy iparágban meghatározzák a leghatékonyabb technológiát (best practice – legjobb gyakorlat) annak érdekében, hogy az iparág többi részében a technológiai és szervezési hiányosságokat kiküszöbölhessék. A termelékenységbeli különbségek információt szolgáltathatnak az adott ágazatnak a jövőben várható termelékenység-növekedésére is. A maximális és az átlagos termelékenység közötti különbség ugyanis jelzi, hogy mekkora lehetőség van, egy-egy ágazaton belül, a termelékenység növelésére.²⁶

A gazdasági növekedés mérését illetően azonban mindenki által elfogadott mérési módszer máig nem született. Abban egyetértenek a kutatók, hogy az innovációs aktivitás befolyásolja a nemzetgazdaság fejlődését, annak üteme szoros kapcsolatban van a műszaki-technikai haladással, az innováció színvonalával. A tanulmányok többsége indikátorokat tartalmazó adattáblák alapján végeznek összehasonlításokat az egyes országok között, valamint tárnak fel összefüggéseket az egyes teljesítménymutatók kapcsolatában. Ilyen jellegű kiadvány például az Európai Bizottság 2003-ban először kiadott Third European Report on Science and Technology Indicators, 2003 című tanulmánya, amiben egy 49 országra kiterjedő és 37 különböző mutatót tartalmazó adatbázist állítottak össze. Ennek alapos elemzése is azt mutatta, hogy pozitív összefüggés van a tudományos-műszaki tevékenység és a gazdasági növekedés, illetve a termelékenység növekedése között, a korrelációs együtthatók 0,4–0,6 között mozognak. A K+F-ráfordítások GDP-hányada (GERD/GDP) és a gazdasági, illetve termelékenységnövekedés közötti kapcsolat szorosságát mérni kívánó elemzések napjainkban is rendre azt állapítják meg, hogy az utóbbi változó jóval nagyobb kilengéseket mutat, mint az előbbi (14. ábra).

Az 14. ábra az egy főre jutó GDP alakulását a K+F-ráfordítások függvényében mutatja be az 1995–2008 közötti időszakban. Az ábra jól mutatja, hogy a két változó közötti összefüggés nem érvényesül automatikusan. Franciaországban és Hollandiában a vizsgált időszakban a K+F-ráfordítások GDP-hányada tendenciaszerűen csökkent, az egy főre jutó jövedelem ellenben folyamatosan emelkedett. Az összefüggés, tehát nem egyértelmű a K+F aktivitás és a GDP által meghatározott növekedés között. Ezt más vizsgálatok is igazolják, amik arra világítanak rá, hogy a műszaki fejlődés és a gazdasági növekedés, termelékenységemelkedés között nem egyértelmű a kapcsolat, csupán a termelékenységemelkedés egy bizonyos hányada vezethető vissza tisztán technológiai hatásokra. Az növekedés innováció-vezéreltségének kimutatásához a technológiai fejlődés és az innovációk nem adnak egyértelmű támpontokat. „A tudásba irányuló beruházások mértéke nem csupán a gazdasági növekedéssel és a termelékenységemelkedéssel függ szorosan össze, hanem az innovációvezérelt fejlődés fogalmával is.”... Szalavetz arra hívja fel a figyelmet,

²⁶ Ez a metodikai leírás nagyrészt az OECD „Productivity Manual”-on alapszik, amelyet az OECD Statisztikai Főigazgatóságának munkatársa Paul Schreyer állított össze számos más anyag felhasználásával. Ezért e fejezet irodalmi hivatkozásai az esetek többségében az OECD metodikában található hivatkozások.

hogy a műszaki fejlődés inputjaiból, a tudásba irányuló beruházásokból érdemes kiindulni, azaz a tudományos munka hasznának vizsgálatából. Ennek azért is van nagy jelentősége, mert... „nem pusztán elméleti problémáról van szó, hiszen ha elfogadjuk, hogy a növekedés döntően a beruházásoktól, vagyis a megtestesült műszaki fejlődéstől függ, akkor a fejlődő országokban világbanki finanszírozással megvalósított óriási beruházási projekteknek már régen jelentős növekedést kellett volna generálniuk (Aghion–Howitt, 2006)”. (Szalavetz, 2011)



14. ábra: Egy főre jutó GDP és a K+F ráfordítások arányának alakulása néhány kiválasztott országban 1995 és 2008 között

Forrás: OECD Factbook 2010 alapján szerkesztette Szalavetz, 2011

A tudáshoz való hozzáférés, a tanulás hatékony módszerei a napjainkban dinamikusan fejlődő tudás menedzsment szakirodalom vizsgálatának középpontjában állnak. A tudás a K+F inputja, az tudományos munka forrása. Az innovációt fontos megkülönböztetni a kutatás-fejlesztéstől (K+F). A tudományos kutatás, kísérleti fejlesztés, „az a tevékenység, amelynek célja az ismeretanyag bővítése, beleértve a természetre, az emberre, a társadalomra, kultúrára vonatkozó ismereteket, a tudományos eredmények felhasználását, új alkalmazási lehetőségek kidolgozását”. (NKTH, 2009) Mivel az innovációt napjainkban nem statikusan, hanem egy úgynevezett folyamatként, egy innovációs láncként értelmezik, ezért a K+F-t az innováció egy láncszemének tekinthető. (Pakucs, 1999)

A kilencvenes évek végén világszerte felfigyeltek a tudás-előállítás folyamataira. Nonaka-Takeuchi (1995) sikeres japán innovációk példái alapján hangsúlyozza, hogy a szervezeti tudás létrehozása folyamatos és dinamikus interakciót és transzfert igényel a tacit, illetve az explicit tudástípusok között. Malecki (1997) összefoglalója szerint a szerzők megkülönböztetik például a cselekvés közbeni tanulást (learning by doing), az alkalmazás keretében történő tanulást (learning by using), a próbálkozással tanulást (learning by trying), az értékesítésből tanulást (learning by selling), valamint a saját hibáinkból tanulást (learning by failing). A tudás terjedésének folyamatait azok a formális és nem formális folyamatok jelentik, amelyek segítségével az alap- és alkalmazott kutatási eredmények közkinccsé válnak. Egyrészt a felsőfokú és posztgraduális képzési programok, az értekezletek, szemináriumok, konferenciák, publikációk stb., másrészt a tudástermékek minél szélesebb körű értékesítése sorolhatók ide. A K+F szervezetek szempontjából a tudás terjedése lehet belső vagy külső. Belső terjedésről akkor beszélünk, ha a létrejött új tudást a szervezet egy másik része kezdi el használni. Külső a terjedés, ha a szóban

forgó K+F szervezet határain kívül másik szervezet(ek) vagy személy(ek) kezdi el használni a tudást. A tudás alkalmazására akkor kerül sor, ha például a vállalatok bevezetnek egy új gyártási technológiát (szervezési módot), vagy ha új termék jelenik meg a piacon. Ez a formális és nem formális folyamatokhoz sorolhatók: a „házon” belüli alkalmazás, a kutatóknak az iparral való együttműködése, a kutatási eredmények piacosításának szervezése, a marketing és hasonlók. Az alkalmazás felőleli továbbá azokat a technikákat, amelyek segítségével a K+F szervezet – lehetővé téve a kutatási eredmények piacosítását – javítja ipari kapcsolatait. (Pálmai, 2008)

Az innovációknak Európában a fentieknél is nagyobb fontosságot ad az, hogy a világpiacon az EU is versenyképességi gondokkal küzd. Bár az európai tudósok magas teljesítménye (amint ezt az úgynevezett „európai paradoxon²⁷” kiemeli) vitathatatlan, és a valóban színvonalas publikációk száma is magas, ez nem mutatkozik meg az Unió gazdaságában. Az európai K+F szektor világszínvonalú „tudása” ellenére a tudományos eredmények gyakorlati alkalmazása vontatott, a szabadalmak száma alacsony, s így az amerikai és japán termékek piacképessége számos szférában jobb, mint az európaiaké. Fokozza a nehézségeket az erősödő kínai és indiai verseny is. Ezért az Unió a 2001-2010 közötti időszakra szóló úgynevezett Lisszaboni Programban (EC, 2000) a versenyképesség javítását célzó innovációs erőfeszítésekről, a tudás-gazdaság intenzív fejlesztéséről határozott. A program időszak felénél készített áttekintő Kok-jelentés²⁸ azonban kis mértékű előrehaladást mutatott, és megállapította, hogy újabban az olcsó kínai és indiai termékek importja is nehezíti a gazdaság versenyképességének javulását.

Ez a problémakör Magyarország számára az unióban érzékeltnél is nagyobb jelentőségű. A magyar gazdaság ugyanis – immár évszázadok óta – kettős (sőt, számos térségében hármas) lemaradás problémáival küzd. A tudomány és a gyakorlat közti európai szakadék is létezik, és mélyebb, mint az Unióban. A K+F eredmények nem hasznosulnak az iparban, így az innováció nem valósul meg. Több tudományterületen vannak nemzetközileg elismert kutatóintézetek, és az elmúlt évtizedben számos külföldi tulajdonba került vállalatnál jelentős korszerűsítéseket is megvalósítottak. A nemzeti tulajdonban maradtak szférájában azonban az innováció nem csak az USA-ban, vagy Japánban, hanem az Európában szokásosnál is ritkább (Borsi-Papanek, 2002, EC, 2004). Alapvető problémának számít, hogy az innováció szempontjából elengedhetetlen saját kutatás, a szabadalomvásárlás, valamint a technológiatranszfer iránti igény rendkívül alacsony Magyarországon. Nemzetközi szinten is új technológiákat még mindig csak hosszú évekkel a világpiacon versenytársaikat követően honosítanak meg a magyar vállalkozások. Többek között ezért is lassú az innovációk terjedése. (Pakucs, 2005)

A regionális innovációs folyamatok terjedése kapcsán pedig szintén jelentős problémaként jelentkezik, hogy a legtöbb magyarországi régió egy főre jutó GDP-je messze elmarad a fővárosnak és vonzáskörzeteinek mutatóitól is. Egyes keleti határ közeli térségeknek, így az Észak-magyarországi régió teljesítménye az Unióban a legalacsonyabbak egyike (Eurostat, 2017).

2.3.3. Az innováció és a vállalkozás

A vállalkozások szerepe az innováció kapcsán kiemelkedő jelentőségű. A nemzetgazdaságoknak fontos a nagy számú, stabil hátterű, növekedésorientált és innovatív KKV szektor jelenléte.

A vállalkozások jelentőségét Drucker (1985) is hangsúlyozza. Az innováció meghatározása kapcsán Drucker úgy véli, hogy az innováció nem műszaki, hanem sokkal inkább társadalmi

²⁷ Egy 1995-ben készült, „Az európai paradoxon” című tanulmány megállapította, hogy a legmagasabb szintű tudománynak nincs kapcsolata a gazdasággal. Másképpen fogalmazva, az európai tudomány a világ élén áll, mégis az Egyesült Államok és Japán sokkal ügyesebben kamatoztatja az innovációt az üzleti életben. (Maassen, 2007)

²⁸ Wim Kok vezette Foglalkoztatási Speciális Munkacsoport jelentése: Munkahelyek, munkahelyek, munkahelyek – Több munkahelyet teremteni Európában! (Kok, 2004)

jelenség és állítja, hogy a modern társadalmat a vállalkozások menedzsmentje változtatta meg alapjaiban. Ezzel a gondolatával számos vitát gerjesztett a kutatók körében. Drucker szerint az innovativitás az erőforrásokkal elérhető nyereség maximálizálásának lehetősége, valamint a fogyasztók által elvárt igények tökéletes kielégítése. Szerinte az innováció forrásai leginkább 1) a váratlan siker, kudarc, külső esemény; 2) ellentmondás a valóság és a tervek között; 3) a folyamat szükségletei; 4) az ipar- vagy piacstruktúra változása; 5) demográfia változása; 6) szemlélet, hangulat és jelentésváltozások; 7) új tudás megjelenése; 8) egy felvillanó ötlet. Álláspontja az, hogy a sikeres innováció megvalósításában a menedzsmentnek kulcsszerepe van. (Drucker, 1985)

A sikeres innováció azonban meglehetősen komplex feladat, megfelelő képességek, tudás szükséges a K+F tevékenységekbe való beruházáshoz, ami legtöbb esetben nem áll rendelkezésre a vállalkozásoknál (Avermaete és szerzőtársai, 2003; Fagerberg, 2004), így nem képesek a K+F eredményeket sikeres innováció formájában hasznosítani (Laforet, 2008). A vállalkozások innovativitásának fokát „külső” (pl.: tőke, információ, stb.) és „belső” tényezők (menedzsment szakmai- és személyiségjellemzői, stratégia, gazdaságföldrajzi elhelyezkedés, szervezeti kultúra, struktúra és méret, minőségbiztosítási rendszerek, stb.) egyaránt befolyásolják. (Grunert és szerzőtársai, 2005) Mára a gazdasági környezetben a vállalkozásoknak gyorsan és rugalmasan kell igazodniuk a változásokhoz, valamint létfontosságú, hogy készen álljanak az állandó megújulásra mind a technológiai-, termék-, szolgáltatás-, marketinginnováció²⁹, mind az üzletimodell-innováció (stb.) tekintetében (Csath, 2010). Elsősorban a vállalati kultúra, szervezeti fegyelem, innovációs környezet megteremtésével szükséges foglalkozni a vállalkozások esetében. Ezek megteremtése kihat a vállalat egészére, beleértve a humán, marketing és üzleti folyamatok területét. Ebben a folyamatban kulcsfontosságú szerepet játszik a menedzsment.

Szintén jelentős probléma, hogy a KKV-knál rosszul vagy egyáltalán nem működik a közép- és hosszú távú tervezés. A vállalkozás alaptevékenységében jártas, de menedzsment területen kezdő tulajdonos-vezető elvész az operatív problémák sokaságában és nincs ideje stratégiai kérdésekkel foglalkozni. (Fodor, 2005) Bár az innováció legfőbb akadályaként sokszor a pénzügyi problémákat jelölik meg a vállalkozások, általában azok mégsem olyan hangsúlyosak, mint a stratégiai tervezéssel kapcsolatos hiányosságok. A tervezési folyamatok hiánya nehezíti a tőkéhez jutást, valamint a vállalkozás vonzóvá tételét különböző befektetői csoportok számára, így – ha közvetetten is – a pénzhiány ténylegesen gátolja az innovációt.

A vállalkozásoknak a piaci információk által vezérelve sokszor egy időben az innovációt több tárgykörben párhuzamosan szükséges megvalósítaniuk ahhoz, hogy az innováció sikere biztosítottá váljon. Mindezt mára az innovációs folyamatokat komplexen szükséges menedzselni, aminek során a 1) termék, szolgáltatás innovációval párhuzamosan az 2) értékesítési folyamatok innovációjával, a 3) marketing- és PR-tevékenység innovációjával, összességében az egész szervezetre vonatkozó innovációval szükséges foglalkozni. (Scott, 2008) Ezzel összefüggésben ma már az innovatív vállalkozás fogalmát is gyakran emlegetik, miszerint egy vállalkozás leginkább akkor innovatív, ha az innovációs folyamatokat komplexen és minden szervezeti egységre vonatkozóan kezeli. Általában a vállalkozások nem rendelkeznek a rendszerezett és hatékony innovációhoz szükséges, legújabb ismeretekkel és képességekkel, azonban jól menedzselte együttműködés révén a vállalkozás innovációs teljesítménye jelentősen fejleszthető. Az innováció megfelelő menedzselése lehetővé teszi az új tudás, képesség és készségek megszerzését és alkalmazását. (Congdon, 2015) Azonban a KKV-k menedzselési problémáival szembesülve kétségessé válik, hogy az innovációvezérelt irányítás mennyire alkalmazható hatékonyan ezeknél a vállalkozásoknál (Szalavetz, 2011).

²⁹ Az innováció a marketingben, tehát elsősorban nem – nem csak – az információs és kommunikációs technológia által biztosított új feltételek üzleti szempontokból való kihasználást jelenti, hanem a marketingfilozófia újragondolását és annak alkalmazását. (Kotler-Keller, 2015)

A sikeres innovációs folyamatok megvalósítását a nyitott innováció koncepciója jelentősen segítheti a KKV-k körében (Vanhaverbeke 2012). Ez a fajta innovációs elmélet olyan nagyvállalatoktól származik, amelyek sikeresen tudják saját kutatási tevékenységüket külső fejlesztési ötletekkel és technológiákkal integrálni azzal a céllal, hogy minél magasabb gazdasági hasznot realizáljanak (Chesbrough, 2003; Chesbrough et al., 2006). A nyitott innováció tulajdonképpen egy olyan menedzsment megoldás, amelyben a vállalkozás tudatosan törekszik a külső ötletek és a belső elképzelések együttes megvalósítására úgy, hogy mindig a legelőnyösebb megoldás kialakítását célozza meg (Chesbrough, 2003). A nyitott innováció elméletének alkalmazásához szükséges, hogy a vállalkozás interaktív kapcsolatokat tartson fent környezetével, azaz rendszeresen együttműködjön az ügyfelekkel, vevőkkel és különböző felsőoktatási intézményekkel, más szakmai partnerekkel. Számos kutatás rávilágított már arra, hogy a vállalkozások innovációs tevékenységét jelentősen befolyásolja, hogy a szervezet mennyire vesz részt hálózati-, horizontális-, vertikális- és egyéb együttműködésekben (CFMS, 1995). Feltehetően azon csoportosulások mutatnak intenzívebb innovációs tevékenységet, amik nemcsak a beszállító partnerkört ölelik fel, hanem más jellegű intézményeket, kiszolgáló szervezeteket is (pl. egyetemek, kutatóintézetek, regionális tudásközpontok).

A vállalkozások és más szervezetek közötti együttműködések innovációra gyakorolt pozitív hatása ma már nem vitatott. Ezért a KKV-knak versenyképességük javítása érdekében érdemes törekedniük arra, hogy kihasználják az együttműködések, vagy egyéb térbeli szerveződések adta előnyöket. Ilyen például a klaszter³⁰ együttműködés. Az innovációs rendszerekkel foglalkozó tanulmányokban is megjelenik a klaszter-koncepció vagy a klaszterek több jelegzetes eleme, mint vállalati együttműködési modellek.

A szakirodalom szerint, a klaszterek és egyéb együttműködési formák mögött álló kapcsolatok – a vállalkozások, a technológiai központok, az egyetemek, a finanszírozó intézmények, a tanácsadók és a közszféra között – nem csak a vállalkozások, hanem a régió versenyképességének növelését is eredményezhetik (Landabaso, 2002). Az együttműködések kialakulását az Európai Unió állami támogatáspolitikája is prioritásként kezeli, annak fontosságát a vállalkozások innovációs aktivitásának növelése, innovációs képességeinek fejlesztése, az ágazat-specifikus és állami-mgaán partnerségek előmozdítása érdekében hangsúlyozza (NKTH, 2008).

2.3.4. Innováció az élelmiszeriparban

A gazdaságban jelenlevő erős versenypiaci nyomás a vállalatokat arra készíti, hogy folyamatosan készek legyenek az innovációra és a kutatás-fejlesztésre (K+F). Azonban az agrár és élelmiszergyártó szektorok átlagosan is alacsony K+F intenzitásúak, noha egyes területek igen fejlett tudásbázissal és technológiával (pl. biotech fejlesztések, intelligens anyagok, vertikális szerveződések) rendelkeznek, illetve a technológiai fejlesztéseket gyakorta más szektorokból (pl. a gépeket, a hozzávalókat vagy a csomagolószert beszállító cégektől) importálják. Az élelmiszeripari innovációval azért fontos foglalkozni, mert az élelmiszergyártás és -feldolgozás a magyar nemzetgazdaság hagyományosan fontos ágazata. Az élelmiszerek nemcsak gazdasági szempontból lényegesek, fogyasztásuk az emberi egészség szempontjából is kiemelkedő jelentőségű. Szerte a világon egyre nagyobb figyelmet kap a táplálkozás és egészség összefüggése, amely befolyásolja a várható élettartamot és az egészségben eltöltött életszakaszt. Magyarország az egészségügyi mutatókat alapul véve nagyon kedvezőtlen képet mutat európai összehasonlításban. Mindez – amellett, hogy a magyar lakosság egészségére jelentős mértékben hat a több műszakos munka egészségkárosító hatása, valamint a társadalmi tőke kapcsán

³⁰ Kölcsönös együttműködő vállalkozások, szakosodott beszállítók, szolgáltatók, kapcsolódó iparágak vállalkozásainak és velük kapcsolatban álló intézmények (egyetemek, állami szervezetek, ügynökségek, szakmai egyesületek, kereskedelmi szövetségek) földrajzi koncentrációja, amiket egy adott témában/területen hasonlóságaik és egymást kiegészítő jellemzőik kapcsolnak össze. (Porter, 1998)

jelentkező gyenge bizalmi szint – részben az egészségtelen életmódra, a helytelen étkezési szokásokra vezethető vissza. Az élelmiszeripari innováció a termék jellegéből fakadóan egyszerre technológiai, társadalmi és kulturális, az egész élelmiszeripari ellátó láncot felöleli a termeléstől, a betakarításon és feldolgozáson keresztül a gyártásig és a disztribúcióig (Earle, 1999): például a gyártási folyamat fejlesztése vagy a termék minőségének javítása olyan területekre is kihatnak, mint a fogyasztói magatartás, sőt komplex társadalmi és kulturális szokások.

Az élelmiszeripari innovációs tevékenységet vizsgálva kiindulási pontnak tekintem Balogh azon megállapítását, miszerint a magyarországi élelmiszeripar anyagi és emberi erőforrásai egyaránt elégtelenek a radikális fordulatokat előidéző K+F folyamatok elindításához, de még a hagyományos értelemben vett termék innováció fejlesztéshez sem megfelelőek (Balogh, 2013). Ezért nehéz megérteni annak okát, hogy míg az élelmiszeriparban a kutatás-fejlesztési aktivitás rendkívül alacsony, a piacon megjelenő új élelmiszeripari termékek és új élelmiszertechnológiai eljárások száma egyre magasabb. Ennek a jelenségnek az ok-okozati összefüggéseit már évtizedek óta vizsgálják kutatók. Az eddigi kutatások arra a megállapításra jutottak, hogy a vállalkozások K+F kapacitásuktól függetlenül az újításokat fontosnak tartják, törekszenek rá, hogy a termékeiknek új piacot találjanak, vagy az adott terméken kisebb módosításokat végezzenek el, ha pedig a termékkel kapcsolatos lehetőségek kimerültek, akkor a termelési eszközök hatékonyabbá tételének lehetőségével foglalkoznak (Abernathy és Utterback, 1978; Klepper, 1996; Petsas és Giannikos, 2005). Grunert és szerzőtársai arra is rávilágítanak, hogy a vállalkozások innovációs folyamatai nagyon gyakran az imitáció (azaz utánzás) formájában alakulnak ki (Grunert et al., 1997). De már 1996-ban Groff és Christy szerzőpáros arra a megállapításra jutott, hogy az alacsony innovációs hajlandósággal/képességgel párhuzamosan nő a termék-továbbfejlesztés és az imitáció stratégiai fontossága az élelmiszeriparban (Groff és Christy, 1996). Az újítás szerepe a K+F kapacitás meglététől függetlenül jelentős, azaz az innováció különböző formájú megjelenése azoknál a vállalkozásoknál is megfigyelhető, amelyeknél kutatás-fejlesztés nem, vagy csak kisebb mértékben folyik.

Az innováció értelmezése elsőként J. A. Shumpeter nevéhez fűződik, aki az innováció jelentőségét a későbbi munkássága során kiemelten hangsúlyozza (Shumpeter, 1950), de az innováció és a kutatás-fejlesztés kapcsolata csak jóval később vált vizsgálat tárgyává. A '90-es években egyre több kutatási eredmény jelent meg, amik szerint az innováció nem korlátozódik a K+F (know-how) vagyon fejlesztésére, hanem egyre fontosabb szerepet kap a tudás beszerzés módjának, forrásának ismerete (Tarnói, 1997; Haryson és Sigvald, 1998; Iványi és Hoffer, 2011). A kutatók továbbra is egyetértenek azzal az alapgondolattal, hogy az innováció alapja a kutatás-fejlesztés, az innováció pedig a kutatási eredmények gyakorlati alkalmazásának tekinthető. Annak kérdésköre pedig, hogy mikor, hol és milyen formában érdemes K+F tevékenységgel foglalkozni, leginkább a vállalkozás, az iparág, a gazdasági környezet és a piac technológia fejlettségétől függ (Csugány, 2014).

A szakirodalmi értelmezés szerint az innováció jellegének és determinánsainak meghatározását számos tényező befolyásolja, így az innováció fajtáinak szisztematizálása is eltérő lehet. Az élelmiszeripar sajátosságait figyelembe véve is több módon kísérrelhető meg az innováció típusainak bemutatása:

1) Az *innováció tárgya* szerint beszélhetünk termék-, folyamat-, szervezet-, és szociális innovációról is (Wegner, 1991; Sabisch, 1991; Hauschildt, 1997; Pleschak és Sabisch, 1996; Eherer, 1994).

2) Az *innováció mélysége* tükrében pedig elsősorban a radikális (alapvetően új) és inkrementális (kiseb változásokkal járó) innovációt különböztetjük meg (Abernathy, 1978; Kotler és Bliemel, 1999; Pleschak és Sabisch, 1996).

3) A kutatási és fejlesztési tevékenység aktivitását vizsgálva pedig K+F alapú (közvetlen eredménnyel járó), valamint nem K+F alapú (nem közvetlen eredményként megjelenő) innovációt szokás különválasztani (Szabó, 2009).

Az élelmiszeripari vállalkozók a jellemzően alacsony technológiai fejlettségnek és az iparágban megfigyelhető gyorsan változó környezeti tényezőknek köszönhetően leginkább azokat az innovációs stratégiákat képesek érvényesíteni, amik a lehetőségeikhez mérten leggyorsabban, legkisebb erőforrás igényelssel biztosítják az új kihívásokkal (új fejlesztések, új vásárlási szokások, új versenytársak, stb.) szembeni helytállást a hazai és nemzetközi piacokon (Weindlmaier, 2001).

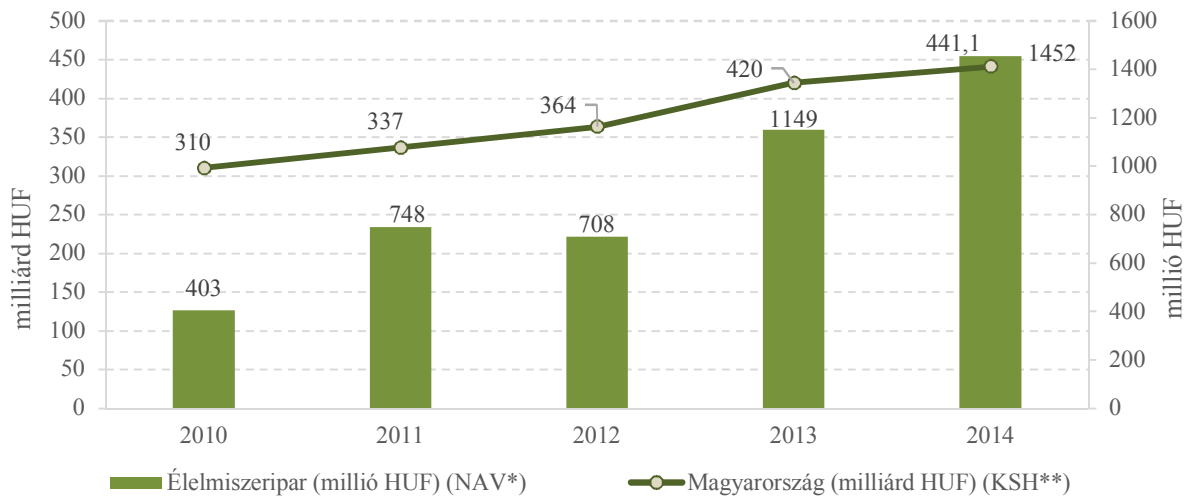
A radikális innovációk általában komplett változtatásokat (pl. termék, szervezet, piac és más területeken) igényelnek, amik meglehetősen magas kockázattal járnak a vállalkozások és a piac számára egyaránt (Kotler és Bliemel, 1999), így ez a fajta innováció ritkán jelenik meg az élelmiszeriparban. Ilyen radikális innováció volt például a Nestlé által 1996-ban a német piacra dobott probiotikus joghurt termék (Wittkopp, 2004).

Az élelmiszeriparra inkább jellemző a kisebb változásokkal, így kisebb kockázattal és költséggel járó *inkrementális innováció*, ami leggyakrabban egy költséghatékonyabb továbbfejlesztés vagy fejlesztés nélküli utánzás, azaz *imitáció* formájában jelenik meg a vállalkozásoknál. Az imitáció lényegesen alacsonyabb szintű technológiai beruházást igényel és meglehetősen gyors és költséghatékony eredményekhez vezethet, aminek köszönhetően a termékfejlesztés kisebb kockázattal jár (Kotler és Bliemel, 1999). Az imitáció a kisebb és szegényesebb erőforrással rendelkező, jellemzően KKV-kból álló élelmiszeripari vállalkozások körében az innováció leggyakoribb formája (Galizzi és Venturini, 1996) még annak ellenére is, hogy míg ezek az inkrementális innovációk inkább rövidtávon vezetnek piaci sikerekhez, addig a radikális változásokat előidéző innovációk sikere egy hosszabb időszakra biztosított (Tushman és O'Reilly, 1997).

A szakirodalmi áttekintést követően megvizsgáltam a magyarországi élelmiszeripari vállalkozások K+F kiadásait a rendelkezésre álló NAV³¹ és KSH adatok alapján. Magyarország vonatkozásában is igazolódott, hogy az élelmiszeripar K+F ráfordítása rendkívül alacsony, ami a magyarországi összes K+F ráfordítás 0,3 százaléka volt 2014-ben (15. ábra). Csupán pár hazai vállalkozás (64 db) foglalkozott 2014-ben kutatás-fejlesztéssel, és azok a vállalkozások is egy szűk szakágazati körben működnek (16. ábra).

A szakirodalom feltárásából kiderül, hogy a K+F aktivitás kevésbé befolyásolja az élelmiszeripari vállalkozások innovációs tevékenységét. Számos kutatás arra világít rá, hogy az élelmiszeriparban leginkább az innovációnak azon formái terjedtek el, amik a már meglévő K+F eredmények tovább fejlesztése vagy azok változás nélküli utánzása kapcsán alakulnak ki. Ezek az innováció imitációnak nevezett formái, amiknek köszönhetően a szerényebb erőforrásokkal rendelkező élelmiszeripari vállalkozások is versenyképességük javulását érhetik el. Bár az ilyen jellegű újítások rövidebb távon biztosítanak piaci sikereket ezeknek a vállalkozásoknak, az iparág felzárkóztatásához jelentősen hozzájárulhatnak.

³¹ A kutatás során az élelmiszeripari K+F ráfordítások alakulásának vizsgálata a Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) adatbázisára támaszkodik. Az adatbázis a társas vállalkozások adóbevallásainak mérleg- és eredménykimutatás adatait tartalmazza, legfrissebb adatoknak megjelölve a 2014. évit. Mivel a társas vállalkozások a 2010. évtől szerepeltetik a mérleg kimutatásukban a K+F ráfordításaikat „kísérleti fejlesztés aktivált értéke”-ként. A Kísérleti fejlesztés: A kutatásból és gyakorlati tapasztalatokból nyert, már létező tudásra támaszkodó, rendszeres munka, amelynek célja új anyagok, termékek és szerkezetek létrehozása, új eljárások, rendszerek és szolgáltatások bevezetése vagy a már létrehozottak vagy bevezetettek lényeges javítása.



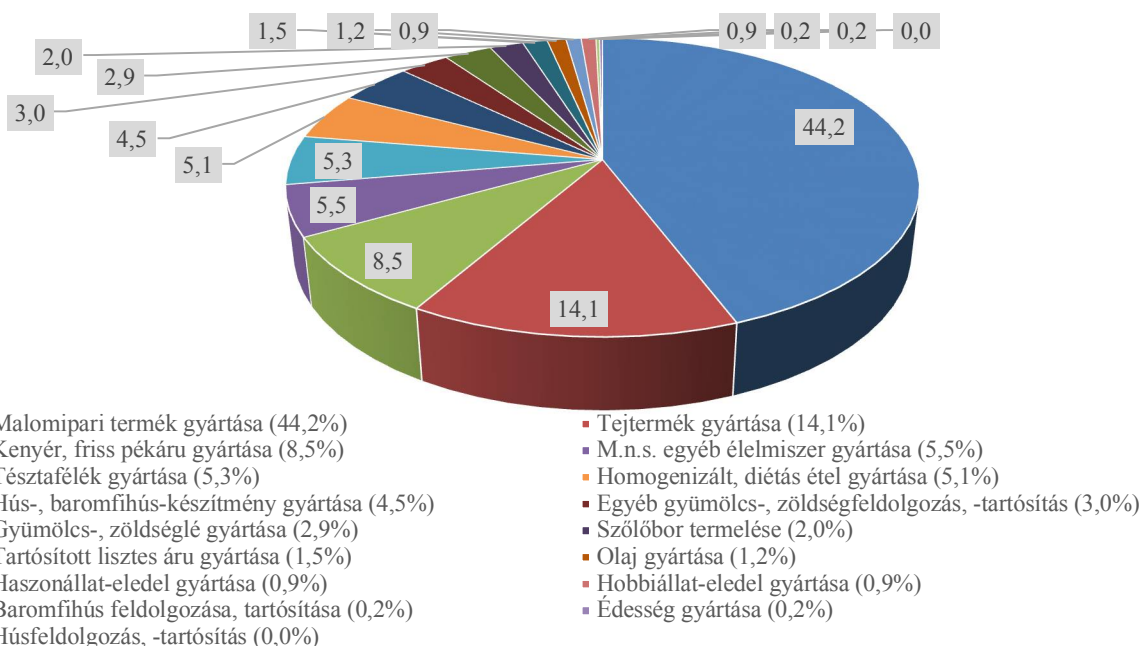
15. ábra: A K+F ráfordítások alakulása Magyarországon és az élelmiszeriparban, 2010-2014

* A társas vállalkozások mérleg kimutatásában megjelenő „kísérleti fejlesztés aktivált értéke”

** Valamennyi kutató-fejlesztő hely összes K+F ráfordítása.

Forrás: Saját szerkesztés KSH és NAV adatok alapján, 2016

A jellemzően mikro-, kis- és középvállalkozásokból álló élelmiszeriparnak egyik jövőbeni lehetőségének tekinthető, hogy versenyképességüket azáltal növeljék, hogy az ágazat legjobb gyakorlatait átveszik, imitálják. A vállalkozások növekedésében az imitáció nagyobb szerepet játszik, mint a termék, szolgáltatás vagy folyamat innováció. (Takácsné és Toyserkani, 2014) Emellett az élelmiszeriparban a KKV-k hátrányt jelentő szervezeti mérete előnyt is jelenthet egyben, mert ezeknek a méretű vállalkozásoknak a rugalmasságuknál fogva közvetítői és innovatív szerepük lényeges, hisz méretüknek köszönhető, a leghatékonyabban képesek a társadalom alkotó és innovatív energiáit hasznosítani, és azt a gazdaság egésze felé közvetíteni (Mikecz, 2007).



16. ábra: A vállalkozások K+F* ráfordításainak megoszlása az élelmiszeriparban szakágazatok szerint (%) (n=64) (2014)

* A társas vállalkozások mérleg kimutatásában megjelenő „kísérleti fejlesztés aktivált értéke”

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatok alapján, 2016

2.4. Észak-Magyarország

A versenyképesség kapcsán a vállalati szint értelmezése szerint, a vállalkozásoknak gazdasági erejét leginkább a nemzetközi kereskedelemben való bekapcsolódás erősíti. (SBA, 2012) Azonban a nemzetgazdaság export folyamataiban a KKV-k alacsony aktivitással vesznek részt, sok esetben inkább kihívás számukra a külkereskedelem elvárásainak való megfelelés (pl. multinacionális üzletláncokhoz való bekerülés, az általuk generált előnytelen versenyhelyzetek, indokolatlanul hosszú fizetési határidők, polcon elhelyezési extra kiadások, nagyobb alkalmazkodási és megfelelési kényszer, stb.), mintsem fejlődési lehetőség. (UEAPME, 2006) Ennek kapcsán célszerű a szektor versenyképesség-javító képességét hazai, regionális környezetben is vizsgálni és kiaknázni. Az ilyen jellegű regionális szintű vizsgálatok nem csak a vállalat érdekeit szolgálják. Az elmúlt évtizedekben a globalizáció által, nemzetközi helyett globális versenyről beszélhetünk, aminek egyik jellemzője, hogy a verseny a régiókhoz kötődő vállalatok között zajlik, ezáltal a régiók, városok gazdasági bázisai versenyeznek egymással. Ezért napjainkban a régió³² nemcsak egy országon belüli területi szint, hanem a globális verseny alapegysége is. (Horváth, 2001)

A globális gazdaságban gyakran erősen lokálisak a tartós vállalati versenyelőnyök, amelyek a magasan specializált szakértelem és tudás, az intézmények, a versenytársak és az igényes vásárlók földrajzi koncentrációjából származnak az ország egy adott részén vagy egy régióban. (Horváth, 2001) Porter arra hívja fel a figyelmet, hogy a vállalkozások egyénileg és együttműködve képesek a regionális környezetüket élénkíteni azáltal, hogy támogatják az oktatási intézményeket, ipari parkokat hoznak létre, a munkaerő szakképzettségét fejlesztik, vállalati együttműködések erősítenek és még sok más területen is. A vállalkozásoknak kiaknázatlan lehetőségeik vannak a helyi közösségek versenyképességének javításában való közreműködés területén, és ebben a folyamatban való részvétel a vállalkozások számára egyaránt előnyös lehet. (Porter, 2012)

Az EU regionális politikája stratégiai fontosságúnak tartja a régiók versenyképességének javítását, ami szintén egy nehezen mérhető célkitűzés. Egy adott régió gazdasági fejlettségének mérőszáma rendszerint a bruttó hazai termék (GDP), ami gyakran szolgál a régiók összehasonlításának alapjául. Mérvadó összehasonlítás azonban csak a regionális GDP és az adott régió lakosságának összevetésével készíthető (GDP/fő, munkatermelékenység, foglalkoztatottsági ráta). (Eurostat, 2011) A mélyebb, részletesebb elemzésekhez szükséges – a versenyképesség javítására szolgáló – közvetlen és közvetett tényezők, a háttérfeltételek és az üzleti környezet csak komplex mutatórendszerrel írhatók le. A mutatórendszer alapmutatói legtöbbször nagyobb területi egység esetében mérhetők, ezért az EU csak NUTS2³³ szinten veszi figyelembe a versenyképességi vizsgálatoknál. Az Eurostat 2017. március 30.-án tette közzé a legújabb, 2015-ös regionális fejlettségi különbségeket tartalmazó jelentését, amelyben a 28 tagállam 276 régiója közül a legfejletlenebb 20 (rangsorban azonos eredménnyel több, összesen 23) között hat bulgár, öt lengyel, négy román, négy magyar, három görög és egy francia régió szerepel. (Eurostat, 2017) Magyarország térségeinek lemaradása számottevő, jellemzően a régiók az egy főre jutó GDP uniós átlag 70 százalékát sem érik el. A hét magyar NUT2-es régióból csupán egy, a Közép-Magyarország tartozik a fejlettebb régiók közé. Ennek a központi térség kiemelkedő teljesítménye mögött a főváros, Budapest gazdasági ereje áll, ugyanis az ország bruttó hazai termékének 38

³² Az EuAz Európai Unió regionális felosztásánál az ún. NUTS rendszert alkalmazzuk (az Európai Parlament és a Tanács 1059/2003/EK rendelete a statisztikai célú területi egységek nomenklatúrájáról).

³³ Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS, Statisztikai Célú Területi Egységek Nomenklatúrája) az egész Európai Uniót lefedő rendszer része, amelyet az Eurostat fejlesztett ki, és amelyet hivatalosan az 1059/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet rögzít, mely 3 fő kategóriából áll (NUTS 1, NUTS 2, NUTS 3). A három különböző besorolás a területi egyenlőtlenségeket és a gazdasági fejlettségbeli különbségeket hivatott meghatározni, jobban példázni az unióban. 1961-ben Brüsszelben megtartott integrációs konferencia alkalmával szakértők megállapították, hogy a NUTS 2 szint a legideálisabb a regionális problémák nemzeti szintű vizsgálatára.

százalékát adja. (KSH, 2009) A többi magyar régió továbbra is a kevésbé fejlett régiókhoz tartozik és folyamatos kohéziós támogatásokra szorul. A legfejletlenebb a magyar régiók közül az elmúlt években jellemzően az Észak-Magyarország volt, ahol az egy főre jutó GDP az uniós átlag 40 százaléka körül mozgott, egyedül 2015-ben érte el a 45 százalékot, ezzel az Észak-Alföld mögé került a ranglistán. (4. táblázat)

4. táblázat: Egy főre jutó regionális GDP az EU28-ban, (2015) (PPS³⁴, EU28=100)

A 20 legfejlettebb régió			A 20 legfejletlenebb régió		
1	Inner London – West (UK)	580	1	Severozapaden (BG)	29
2	Luxembourg (LU)	264	2	Mayotte (FR)	32
3	Hamburg (DE)	206	3	Severen tsendralen (BG)	33
4	Bruxelles-Cap. / Brussels Hfdst. (BE)	205	-	Yuzhen tsentralen (BG)	33
5	Bratislavsky kraj (SK)	188	5	Nord-Est (RO)	34
6	Praha (CZ)	178	6	Severoiztochen (BG)	39
-	Oberbayern (DE)	178	-	Yugoiztochen (BG)	39
8	Ile de France (FR)	176	8	Sud-Vest Oltenia (RO)	40
9	Inner London – East (UK)	175	9	Észak-Alföld (HU)	43
10	Stockholm (SE)	174	10	Észak-Magyarország (HU)	45
11	Nord-Holland (NL)	164	-	Dél-Dunántúl (HU)	45
12	Darmstadt (DE)	163	12	Lubelskie (PL) Podkarpackie (PL)	47
-	Hovedstaden (DK)	163	-	Sud-Muntenia (RO)	47
14	Stuttgart (DE)	162	14	Anatoliki Magedonia, Thraki (EL)	48
15	Bremen (DE)	159	-	Dél-Alföld (HU)	48
16	North Eastern Scotland (UK)	155	-	Ipeiros (EL)	48
-	Wien (AT)	155	-	Podkarpackie (PL)	48
18	Utrecht (NL)	150	18	Warminsko-Mazurskie (PL)	49
-	Berkshire, Budkinghamshire & Oxfordshire (UK)	150	-	Podlaskie (PL)	49
-	Salzburg (AT)	150	20	Swietokrzyskie (PL)	50
			-	Nord-Vest (RO)	50
			-	Dytiki Ellada (EL)	50

Forrás: Saját szerkesztés Eurostat (Eurostat, 2017) adatai alapján, 2017

A kutatásom célterületének az Észak-Magyarországot választottam egyrészt azért, mert az EU tizedik legfejletlenebb régiója, másrészt egri születésű kutatóként a régió élelmiszergazdasági lehetőségeit személyes tapasztalataim révén jól ismerem. A szakirodalmi kutatás során a régió helyzetét, adottságait, gazdasági szerkezetét annak tükrében vizsgálom, hogy a régiók versenyképességét elemezve Horváth azt feltételezi, hogy az elmaradott régiókban leginkább a kedvezőtlen gazdasági szerkezet akadályozza a növekedést. Horváth azt javasolja, hogy ezekben a régiókban a gazdasági bázist kell fejleszteni, majd elő kell segíteni a szerkezetváltást, ami elengedhetetlen bármely területfejlesztési stratégiánál. (Horváth, 2001) A régió területi megközelíthetősége, valamint az oktatás minősége szintén fontos, mert a regionális munkaerő képzettsége, az oktatási rendszer hatékonysága és a közlekedési infrastruktúra szorosan kapcsolódik a gazdaság szerkezetéhez, azonban ezek versenyképességre gyakorolt hatása csak időben később és áttételesen, a gazdasági szerkezet változásán és az innovációkon keresztül érvényesül, így e területek részletes elemzésére nem tértem ki. A régió gazdasági szerkezetét vizsgálva azokra az ágazatokra összpontosítok, amikben a régióknak potenciális fejlődési lehetősége van.

³⁴ A vásárlóerő standard (Purchasing Power Standard - rövidítése PPS) egy mesterséges pénzegység, egy olyan fiktív valutaegység, aminek vásárlóereje ugyanakkora, mint egy euróé az EU-ban átlagosan. A nemzeti valuták PPS-re való átváltásához normált vásárlóerő-paritásokat használnak. (Eurostat Statistics Explained, ex.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Purchasing_power_standard_(PPS))

2.4.1. Észak-magyarországi régió gazdaságszerkezeti áttekintése

Az Észak-magyarországi régió Magyarország északkeleti részén helyezkedik el, északon Szlovákiával, Nyugaton Közép-Magyarországgal, délen és délkeleten Észak-Alfölddel határos. (17. ábra) A déli-délkeleti természetes határvonalat a Tisza alkotja. A régió területe 13 433 km², ami az ország 14,4 százalékát teszi ki, ezzel a régiók között a negyedik legnagyobb, és a többi régióhoz hasonlóan három megyét ölel fel, Hevest, Borsod-Abaúj-Zemplént és Nógrádot. Az Észak-Magyarország kimagasló ökológiai potenciállal rendelkezik, természeti kincseinek tárházát a gyógyvíz-, hévíz-, ásványvízforrások, a bükkábrányi nyolc millió éves mocsári ciprusok, valamint az Európa Diplomás Ipolytarnóci Ősmaradványok gazdagítják. (KSHa, 2012)



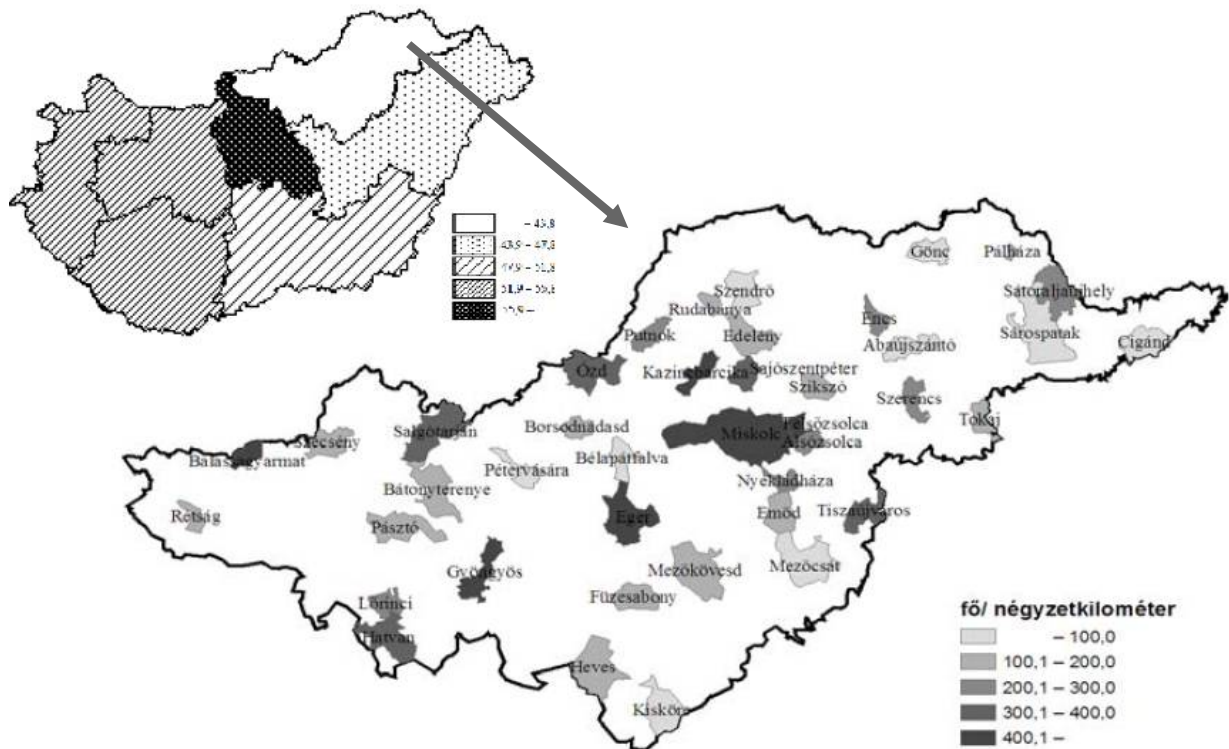
17. ábra: Magyarország tervezési-statisztikai régiói és megyéi (NUTS)

Forrás: A gazdasági folyamatok regionális különbségei Magyarországon 2011-ben, KSH, 2012

Az aprófalvas településszerkezetű Észak-Magyarországot kedvező természeti adottságok, sok kiaknázatlan lehetőség, de mégis alacsony foglalkoztatottság és magas munkanélküliség (munkanélküliségi ráta: 15,8 százalék), valamint a vándormozgalom negatív hatása (2000-2009 között 52 ezer fő) jellemzi jelenleg. (18. ábra) (KSH, 2010; KSHb 2012, Takács, 2017)

Az Észak-magyarországi régiót vizsgálva, a GDP gazdasági ágak szerinti összetétele azt mutatja, hogy a régió gazdasági szerkezetében a szolgáltatást nyújtó ágak részesedése alacsony az országos átlaghoz képest, azonban az ipar súlya jóval átlagon felüli. Az alacsonyabb egy főre jutó GDP-vel rendelkező térségekben a természeti adottságoknak megfelelően a mezőgazdaság jutott az országos átlagnál nagyobb szerephez. A vállalkozási aktivitás rendkívül alacsony, az országos régió rangsorban ezen a téren is utolsó az Észak-Magyarország. A legtöbb szervezet az egyéb feldolgozóiparban, a fémalapanyag és fémfeldolgozási termék gyártása ágazatban, valamint az élelmiszeriparban működik. (KSHa, 2012)

Az Észak-magyarországi régióban 2016-ban végzett kutatás eredménye rávilágított arra, hogy a régió gazdasági aktivitása rendkívül alacsony és az elsők között sújtotta ezt a területet a gazdasági válság. A régió lakosságmegtartó képessége folyamatosan csökkent a vizsgált időszakban, ami a helyi lakosság életminőségét befolyásoló tényezők romlásával is magyarázható, valamint ezzel egyidejűleg a vállalkozások lokális piaca is jelentősen visszaesett. (Takács et al., 2017)



18. ábra: A foglalkoztatottak aránya Magyarországon (2008), Észak-Magyarország népsűrűsége (2009)

Forrás: Munkaerő-felmérés 2008, régiók népsűrűsége 2009 KSH

A gazdasági teljesítményt befolyásoló fontosabb tényezők közül a vállalkozások összetétele az EU-s és országos átlaghoz hasonlóan alakul. A magyar vállalkozások 8,6 százaléka található a régióban, azok többsége mikro-, kis- és közepes vállalkozásként működik (99,9 százalék). (KSH, 2010) A mikrovállalkozások – főtevékenységük alapján – legnagyobb hányada (35 százalék) a mezőgazdaság területén került bejegyzésre, amihez az is hozzájárult, hogy a jogszabályi változások következtében, az őstermelők többszörösére növelték mikrovállalkozások körét (2006 és 2010 között). (KSHa, 2012; KSHb, 2012) (5. táblázat)

5. táblázat: Észak-magyarországi régió vállalkozásainak száma létszám-kategóriánként, 2009

Megnevezés	Borsod-Abaúj-Zemplén		Heves		Nógrád		Észak-Magyarország		Ország HU (db)
	megye (db; %)						(db; HU%)		
Működő vállalkozások száma:	31 943		17 908		9 610		53 922 8,6		688 996
Ezen belül:									
<i>mikro- (1-9 fős)</i>	30 628	95,9	17 167	95,9	9 286	96,6	51 540	8,7	657 102
<i>kis- (10-49 fős)</i>	1 089	3,4	604	3,4	260	2,7	1 992	7,5	26 102
<i>közepes (50-249 fős)</i>	191	0,6	119	0,6	52	0,6	327	7,6	4 746
nagyvállalkozások (250 -fős)	35	0,1	18	0,1	12	0,1	63	7,5	870

Forrás: Saját szerkesztés KSH (KSH, 2010) adatbázis alapján, 2013

A régióban külföldi tőke jelenléte az országos átlaghoz képest alacsony, és a fejlesztések sem számottevőek. A beruházások 65 százaléka az iparban valósult meg, melynek döntő többsége a feldolgozóipar korszerűsítésére irányult importból származó gépek berendezések beszerzése által. A feldolgozóiparon belül, a megyék ipari termeléséből az alacsony részesedésű élelmiszer,

ital és dohánytermék gyártás ágazat teljesítménye nőtt (Heves 9,5 százalékkal, Nógrád 7,1 százalékkal) az export élénkülés, de leginkább a hazai piacok lehetőségeinek jobb kihasználása révén. (KSHb, 2012) Bár az ágazat kisebb arányban részesül az ipari termelésből az országos átlaghoz képest, azonban az elmúlt években a mezőgazdaság és élelmiszeripar teljesítménye növekedést tudott elérni a régióban. Így ezen a téren a potenciális fejlődési lehetőséget mindenképp érdemes megvizsgálni, hiszen az élelmiszeripar teljesítménye a mezőgazdaság erősítése mellett, egyéb ipari és szolgáltatási szektorok szereplőinek működéséhez is hozzájárul, állami intézményekkel működik együtt és fontos befizetője a költségvetésnek. (Budai, 2012)

A régió kedvező fekvése is hozzájárul a mezőgazdaság és élelmiszeripar fejlesztésének lehetőségéhez. A szőlőművelés komoly hagyományokkal rendelkezik, kiemelkedő az erdőgazdálkodás jelentősége, és a szántóterületek döntő hányada is alkalmas a gabonafélék termesztésére, valamint fokozatosan emelkedik a cukorrépa és más zöldségek betakarítása is. Ennél jelentősebb a régió az ország összes gyümölcstermelésből való részesedése, Borsodban az alma, kajszli, Hevesben az alma, meggy, míg Nógrádban a szilva, alma a termesztésben meghatározó gyümölcsféle. Az állattenyésztés fokozatos visszaszorulásához egyrészt a magas tartási költségek, az EU-s szabályozásoknak való megfeleléshez szükséges beruházások szintén magas tőkeigénye, másrészt a piaci elvárásoknak való megfelelés nehézségei járulnak hozzá. A sertés-, juh- és baromfitartás részesedése Borsodban a legjelentősebb, de kiemelkedő Nógrád juhállománya is, valamint a két megye országos átlagot meghaladóan teljesít a méhcsaládok számát illetően, így a méhészet is potenciális fejlődési lehetőségek előtt áll (ország méhészeteinek 15 százaléka található a régióban). (KSHc, 2012) A mezőgazdasági termékek feldolgozását végző élelmiszeripar az elmúlt években növelte exportvolumenét a gabona, gabonakészítmények tekintetében, de bővülés figyelhető meg a tej, tejtermék, tojás, valamint zöldségféle és gyümölcs kivitelében is. Emellett az élelmiszer import csökkentését is sikerült elérni az EU-s csatlakozást követő években. (KSHa, 2012)

Az élelmiszeripari vállalkozások eredményében bekövetkezett növekedést leginkább a belső piacokon - az árbevételének több mint háromnegyede belföldről származott - való sikeresebb szereplés eredményezte, így a regionális versenyképesség erősítéséhez az ágazat érdemben járult hozzá. (KSHb, 2012) Az iparág szerepe tovább erősödhet, hiszen a lokális piacok szerepének felértékelődését erősíti az élelmiszer mérföld³⁵ csökkentés kényszere, az energiatakarékosság és a környezetvédelem is, így a regionalizáció és lokalizáció várható megerősödése révén (Polereczki, 2010) az élelmiszeriparnak kiemelkedő jelentősége van a vidékfejlesztésben, valamint a régió versenyképességének javításában. Az élelmiszeripar támogatása segíti az iparágban működő vállalkozásokat, hogy kihasználják az Észak-Magyarország kedvező adottságait, kiváló minőségű mezőgazdasági termékekből minél magasabb feldolgozottsági szint mellett jó minőségű élelmiszereket állítsanak elő, amivel a regionális ellátáson túl a nemzetközi piacokon mutatkozó keresletet is ki tudják szolgálni.

A térbeli szerveződés igényét az Agrárgazdasági Kutató Intézet³⁶ 2009-ben, a magyar élelmiszeripari KKV-k körében végzett kutatása is alátámasztja. A tanulmány megállapította, hogy a kisebb cégek késztermékeik 58 százalékát értékesítik 50 km-en belül, míg a közepes méretű feldolgozók pedig 30 százalékát. Az együttműködések kialakulásához szükséges háttérfeltételek - földrajzi, kulturális és intézményi - adottak a régióban. Számos oktatási és képzőintézmény mellett 7 felsőoktatási intézmény (17 kar), 191 állami és magán kutatóhely hely, 29 ipari park, két városi színház, más jellegű kulturális intézmények, szakmai koordinációs irodák, és iparkamarák is a régió tudás- és technológiai bázisát képezik. Mindez elősegíti az egyedi hozzáfértést, a speciális

³⁵ Az élelmiszer mérföld, azaz „food miles” elnevezésű mérőszám, ami azt mutatja, hogy az adott élelmiszer hány mérföldet tett meg a termelési helytől a fogyasztási helyig. Ezt a mérőszámot leginkább az élelmiszer környezeti hatásainak vizsgálata során használják. Ez a mérőszám arra is rámutat, milyen problémákat rejt magában a globális élelmiszer-kereskedelem egyre jelentősebb térnyerése. (Paxton, 1994)

³⁶ Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) Magyarország legjelentősebb agrárökonómiai szellemi bázisa.

kapcsolatokat, a jobb informálódást, az erőteljes motivációkat és egyéb, a termelékenységi szint és növelése szempontjából előnyöket nyújtó lehetőségeket, amelyek a távolság miatt csak helyben használhatók ki. (Porter 1990; 1996).

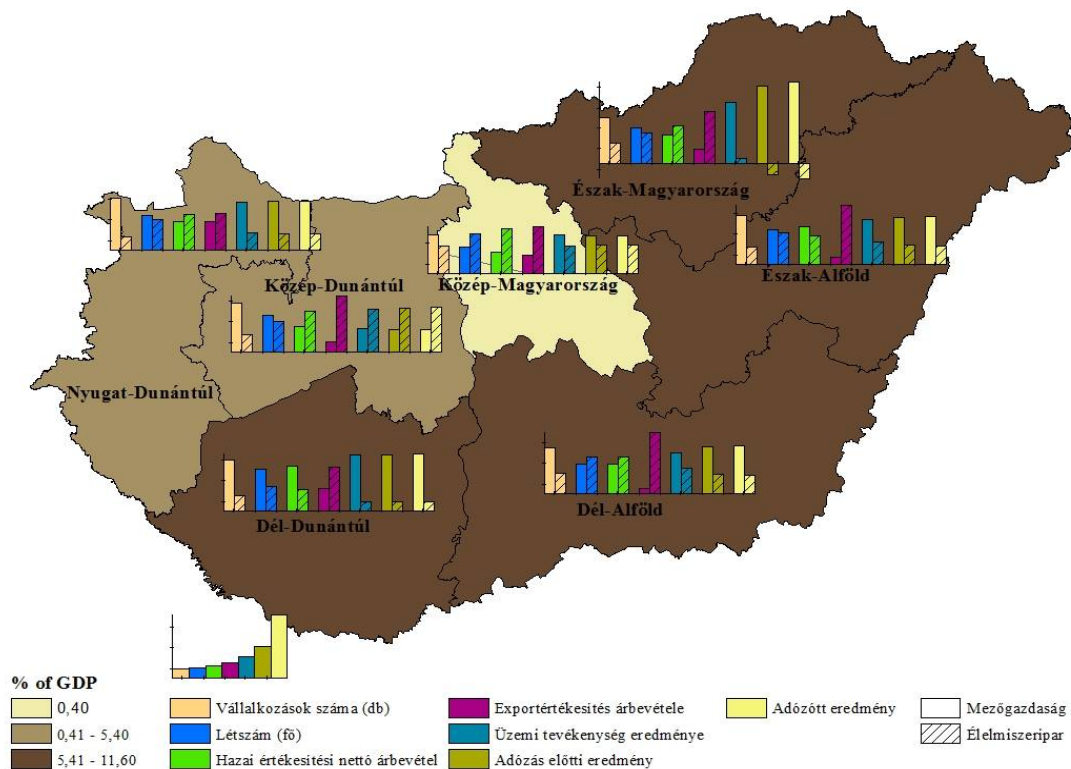
Az innováció tekintetében a régió szintén az utolsó helyen áll az országos ranglistán, a K+F ráfordítások GDP százalékában mért 0,63%-os mértéke messze elmarad az országos 1,17%-os átlagtól. (KSHa, 2012) A magyar élelmiszeriparban az innováció mértéke jelenleg a szükségesnél lényegesen kisebb, a vállalatok innovációs hajlandósága, az állami és vállalati K+F ráfordítások mértéke szintén alacsony. (MNÉP, 2009) Az élelmiszeripari KKV-k képesek javítani versenyhelyzetükön innovációs tevékenységük fejlesztése révén, miközben hatékonyan együttműködnek más KKV-val, egyéb szervezetekkel, intézményekkel annak érdekében, hogy saját innovációs képességüket fejlesszék (NKTH, 2010; Csath, 2011, InCoDeSME, 2010).

2.4.2. Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások helyzete

Magyarországon a tradicionálisan jelenlevő mezőgazdaság és az élelmiszeripar a '90-es évek gazdasági-társadalmi változásait, valamint az EU-s csatlakozás negatív hatásait egyaránt elszenvedte. Mára azonban a két iparág helyzete markáns különbségeket mutat. A mezőgazdaság az elmúlt évtizedben stabilizálta működését. Ezt tükröz az is, hogy az Eurostat³⁷ 2014-ben kiadott regionális évkönyvében a mezőgazdasági szempontú rangsorokban (pl. hasznosított mezőgazdasági terület, mezőgazdaság nemzetgazdasági részesedése, állatállomány, stb.) több esetben szerepel az első harminc régió között magyar is. Jellemzően a hét magyar régióból négy: a Dél-Dunántúl, a Dél-Alföld, az Észak-Alföld és az Észak-Magyarország. Ezekben a régiókban a mezőgazdaság GDP-hez való hozzájárulása az EU-28 átlagot (1,4 százalék) jelentősen meghaladta, értéke 5 százalék feletti volt 2011-ben (19. ábra).

Ugyanakkor hazánkban az élelmiszeripar versenyképessége a rendszerváltást, majd az EU csatlakozást követően folyamatosan romlott, és ezt a tendenciát azóta sem sikerült visszafordítani. Mára az élelmiszeripar teljesítménye jelentősen elmaradt a mezőgazdaságétól, ami leginkább az ágazatokban működő vállalkozások teljesítményének vizsgálatával igazolható. Korábban egyik kutatótársammal elemzést készítettünk a mezőgazdaság és az élelmiszeripar vállalkozásai körében olyan céllal, hogy a két ágazat közötti leszakadás felmérjük, annak okait elemezzük. A vizsgálat során megnéztük, hogy a két iparág együttes teljesítményéhez külön-külön milyen arányban járult hozzá az egyik és a másik eredménye. A kutatás során a mezőgazdaság és az élelmiszeripar közötti szakadékot az Észak-magyarországi régióban találtuk a legjelentősebbnek a 2013. évi adatok alapján. Ebben a régióban kétszer annyi a mezőgazdasági vállalkozás, mint az élelmiszeripari, az utóbbiak még is közel annyi főt foglalkoztatnak, mint az előbbieket. A vizsgált régióban az élelmiszeripari vállalkozások értékesítési eredménye ugyan a hazai és az export területen is jobbnak bizonyult, mint a mezőgazdasági vállalkozásoké. Ezt az eredményt azonban leginkább az indokolja, hogy a mezőgazdasági alapanyag piaci értéke a feldolgozás során jelentősen nő, így a kereskedelmi forgalomból az élelmiszeripar nagyobb mértékben részesül. A főleg exportértékesítésben jobban teljesítő élelmiszeripar azonban eredményeiben már nem tudta felülmúlni a mezőgazdaságot, üzemi-, adózás előtti és adózás utáni eredményeiben is markáns az iparág lemaradása. A két utóbbi mutató tekintetében az országos eredményekhez képest is jelentős az észak-magyarországi élelmiszeripari szektor lemaradása. (Bene és Kiss, 2015) (19. ábra)

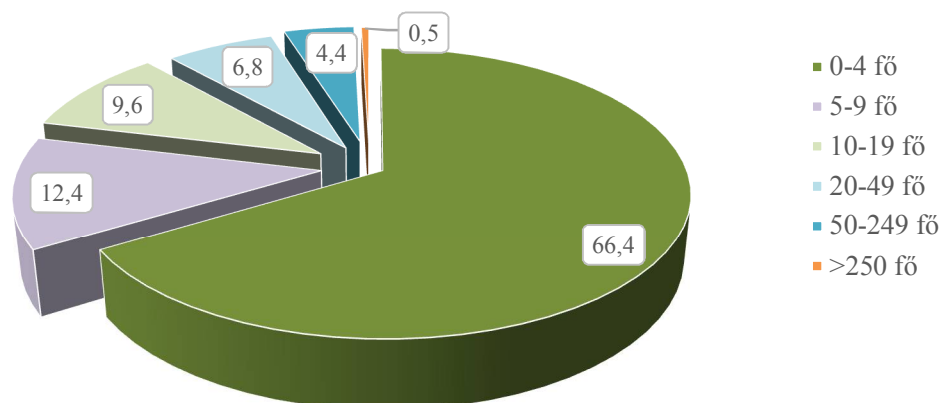
³⁷ Eurostat is the statistical office of the European Union, based in Luxembourg (LU). It publishes official, harmonized statistics on the European Union and the euro area, offering a comparable, reliable and objective portrayal of Europe's society and economy. A vast range of data is available for the EU as a whole, for Member States and in many cases also for candidate countries, EFTA members and other European countries, down to the level of regions and cities..



19. ábra: A magyar mezőgazdasági aktivitás régióként (% / GDP, 2011), az élelmiszeripari és mezőgazdasági vállalkozások teljesítményének megoszlása (2013)

Forrás: Bene és Kiss, 2015

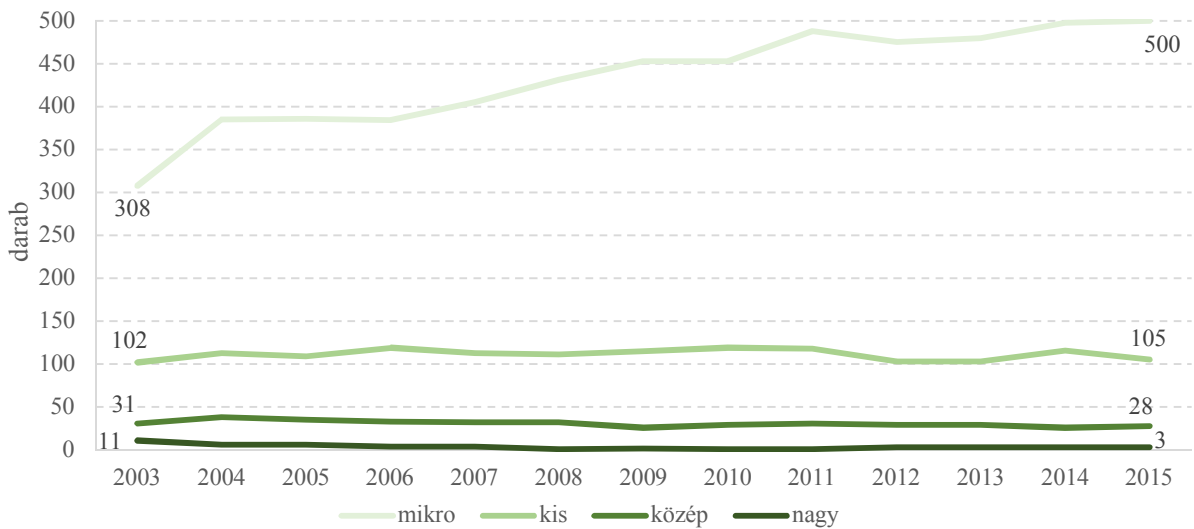
Az Észak-magyarországi régióban – a magyar élelmiszeripari vállalkozásokhoz hasonlóan – az élelmiszer-feldolgozással foglalkozók döntő többségben (66,4 százalék) 0-4 főt foglalkoztató családi alapon szervezett vállalkozás formájában működtek 2015-ben. Az 5-9 fős vállalkozások aránya is magas (12,4 százalék), így összesen a 10 fő alatti élelmiszeripari vállalkozások aránya 78,8 százalék volt a régióban a vizsgált évben. (20. ábra) Az iparág tér- és szerepvesztése az elmúlt évtizedben jelentős volt Észak-Magyarországon is. A nagyüzemi fejlesztések hiányában versenyelőnyét veszítő ágazat szereplői leginkább önfenntartó túlélésre rendezkedtek be. Ezeknek a vállalkozásoknak az előnye, hogy a családi szerveződés jellege miatt dinamikusabban reagálnak a piaci hatásokra és pozitívabb a jövőképük is nagyobb társaikkal szemben. (Kapronczai et al., 2009)



20. ábra: Az Észak-Magyarország élelmiszeripari vállalkozásainak megoszlása létszám-kategóriánként (n=636) (%) (2015)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

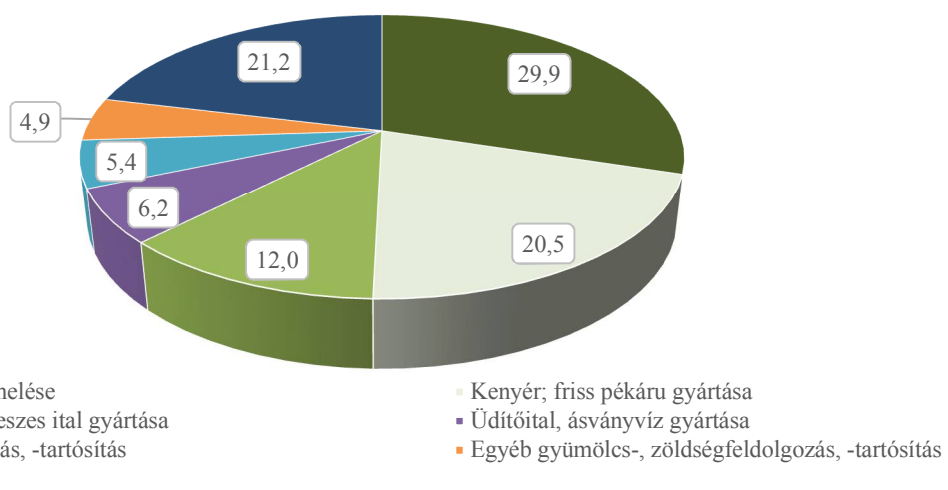
A társas vállalkozások adatait vizsgálva, az Észak-magyarországi régióban 2015-ben az ország élelmiszeripari vállalkozásainak 12,0 százaléka (636 db) működött. Ebből 99,5 százalék mikro-, kis- és középvállalkozás (KKV) formájában. A vállalkozások méretkategóriái közül a mikrovállalkozások voltak a legtöbben, számuk 61,6 százalékkal nőtt 2003 és 2015 között. A kis- és középvállalkozások száma a vizsgált időszakban jelentősen nem változott, a kisvállalkozások aránya 16,5 százalék, a középvállalkozásoké 4,4 százalék volt 2015-ben. A nagyvállalatok száma azonban jelentősen csökkent, míg az EU-s csatlakozás előtti évben 11 ilyen vállalkozás működött a régióban, addig 2015-ben már csak 3 nagyvállalat volt jelen. (21. ábra)



21. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások számának alakulása méretkategória szerint, 2003-2015

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

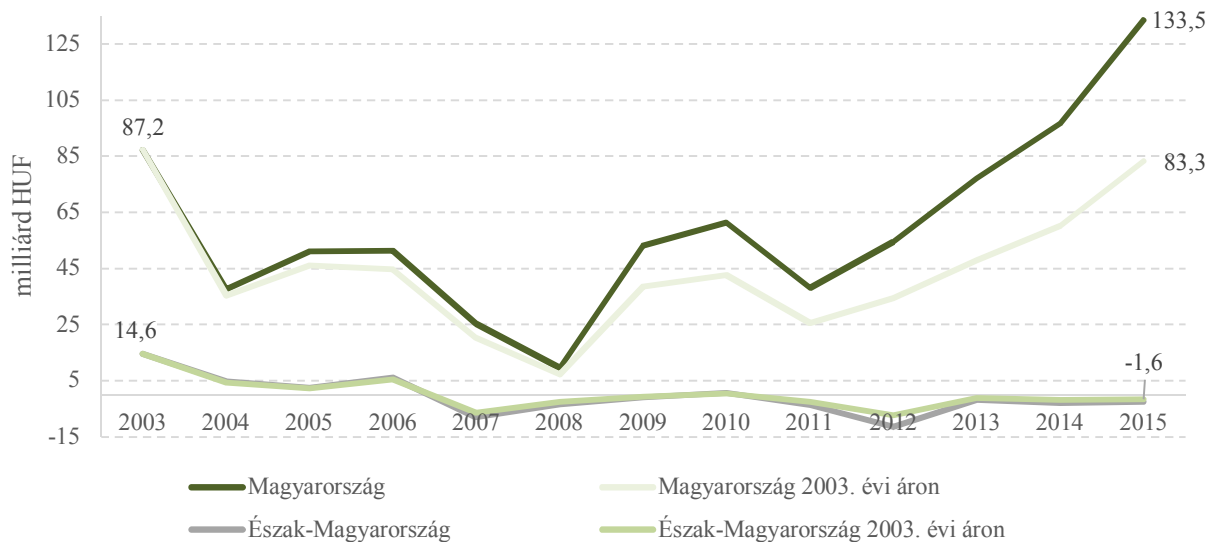
A régióban az élelmiszeripari vállalkozások szakágazat szintű megoszlása az országos adatoktól eltérően alakult 2015-ben. A legtöbben a szőlőbor termelés (29,9 százalék) és a kenyér, friss pékáru gyártás (20,5 százalék) szakágazatokban működtek, arányuk meghaladta az 50 százalékot a vizsgált évben. Ezen kívül desztillált szeszes ital gyártása, üdítőital gyártás, húsfeldolgozás és az egyéb gyümölcs-, zöldségfeldolgozás, -tartósítás szakágazatokban működtek nagyobb számban vállalkozások ebben a régióban. (22. ábra)



22. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások szakágazat szerinti megoszlása (n=636) (2015)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

Magyarországon az élelmiszeripar eredményességének romlása már az EU csatlakozást megelőző időszakban megkezdődött. Bár úgy tűnik, hogy az adózás előtti eredmény több mint másfélszeresére (153,0 százalékra) emelkedett 2003-ról 2015-re, azonban ez az eredmény növekedés a 2003. évi árakon számolva még a 2003-as év értékét sem érte el. Az Észak-magyarországi régióban a helyzet aggasztóbb, hiszen sem nominál, sem reálértéken nem tudott a szektor eredményjavulást elérni a vizsgált időszakban. A régióban már 2007-től negatív előjelűvé vált az adózás előtti eredmény, ez azóta minimálisan javult ugyan, de előjelváltást nem tudtak elérni az élelmiszeripari vállalkozások. (23. ábra)



23. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások adózás előtti eredményének alakulása Magyarországon és az Észak-Magyarország régióban, (milliárd HUF) (2003-2015)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

A szakirodalmi, statisztikai és pénzügyi elemzések megerősítik bennem azon feltételezést, miszerint jelenleg az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari vállalkozások számára nem áll rendelkezésre a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrás, teljesítményük elmarad az országos átlagától is. A döntő többségben KKV-ként, azon belül pedig mikrovállalkozásként működő vállalkozások jelenlegi gazdasági helyzete nem teszi lehetővé az ágazatban rejlő lehetőségek kiaknázását, a régió élelmiszergazdasági potenciájának kihasználását.

2.5. Irodalomelemzés összegzése

A magyarországi élelmiszergazdaság meghatározó eleme az élelmiszeripar, ami a magyar nemzetgazdaság hagyományosan fontos ágazata. Ez az iparág Magyarországra nézve jelentős versenyképességet javító potenciállal bír. Azonban az élelmiszeripar az elmúlt évtizedek alatt kialakult aggasztó gazdasági helyzete miatt versenyképesség javító hatással nem szolgál jelenleg. Magyarországon az élelmiszeriparban a rendszerváltás óta drasztikus mértékű csökkenés következett be a jövedelem és a foglalkoztatottak számának tekintetében. Az iparág helyzete az EU-s csatlakozást követően fokozatosan romlott. A technológiai és üzletviteli fejlesztések elmaradtak, emellett pedig a piacon versenyképesebb külföldi versenytársak jelentek meg, amikkel szemben a hazai vállalkozások nem voltak képesek helytállni. Az élelmiszeripar egyik legmarkánsabbban jelentkező problémája, hogy rendkívül alacsony az innovációs aktivitás az iparágat képviselő vállalkozások körében.

Az élelmiszeripari innováció fókuszpontba helyezését számos tényező indokolja. Az innováció gazdaságélénkítő hatása mellett az iparág tekintetében figyelembe kell venni, hogy az élelmiszerek nemcsak gazdasági szempontból lényegesek, fogyasztásuk az emberi egészség szempontjából is kiemelkedő jelentőségű. Szerte a világon egyre nagyobb figyelmet kap a táplálkozás és az egészség összefüggése, ami befolyásolja a várható élettartamot és az egészségben eltöltött életszakaszt. Az élelmiszeripari innováció a termék jellegéből fakadóan egyszerre technológiai, társadalmi és kulturális, az egész élelmiszeripari ellátó láncot felöleli. A gyártási folyamat fejlesztése vagy a termék minőségének javítása olyan területekre is kihatnak, mint a fogyasztói magatartás, sőt komplex társadalmi és kulturális szokásokat is befolyásolhat.

Az élelmiszeripar jellemzően KKV-ból áll. Ennek a vállalkozói szektornak a gazdaság súlya a fejlett piacgazdaságokéhoz hasonlóan alakult Magyarországon is. Azonban a magyarországi élelmiszeripari KKV-k erőforrásokban (pl. pénzügyi, tudás) szűkölködnek, nem képesek az erős piaci versenyhelyzetben helytállni. Ezeknek a vállalkozásoknak a feltáró helyzetelemzése még inkább érdekes lehet egy elmaradott régióban. Az Észak-Magyarország az EU 20 leghátrányosabb helyzetű régióinak egyike. A régióban az élelmiszeripari gazdasági potenciál jelen van, azonban Észak-Magyarországon az élelmiszeripar az országos átlaghoz képest is gyengébben teljesített az elmúlt évtizedekben. Így az élelmiszeripar fejlesztése a régió gazdasági fejlődéséhez is hozzájárulhat.

Az innováció fogalomköre, típusai és alkalmazási területei több aspektusból megközelíthető. Az élelmiszeripar tekintetében az általánosságban emlegetett termék-, eljárás-, marketing- és szervezatinnovációk mellett fontos vizsgálni az innováció mélységét, azaz az újítás hozadékát, hogy az mennyire eredményez radikális változást, vagy az éppen inkább az inkrementális jellemzőkkel bír. Minderre azért is van szükség, mert az élelmiszeripar esetében célszerű olyan előirányzott fejlesztési javaslatokat tenni, amik az iparág adottságait figyelembe véve a problémakörök szűk keresztmetszetét orvosolják elsőként, majd azok eredményeként további fejlesztési irányok válnak meghatározhatóvá.

Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások jellemzően kisméretűek (ötből négy kevesebb, mint 10 főt foglalkoztat), ezért esetükben az innovációs és pénzügyi teljesítményükben fontos szerepe van a vállalkozást egy személyben vezető menedzsernek, esetenként kislétszámú menedzsmentnek. A menedzser és/vagy menedzsment szaktudása, menedzsment-kompetenciái, innovációs attitűdje kulcsfontosságú a vállalkozás fejlődésében, így a helyzetfeltárás során érdemes ennek hangsúlyt adni.

A szakirodalmi feldolgozás a kutatásom kiinduló pontját képviselő elképzeléseimben megerősítettek. Az Észak-Magyarország élelmiszeriparának fejlesztése érdekében, a célszegmens vállalkozói körben, az innovációs tevékenység kapcsán szükség van egy széleskörű helyzetfeltárára. A helyzetelemzés során érdemes vizsgálni az élelmiszeripari vállalkozói körben végzett innovációk jellegét, a vállalkozások menedzsmentjének kompetenciáit az iskolai végzettség, együttműködési hajlandóság, ötletszerzési szokások és finanszírozási eljárások tekintetében. Fontos feltárni az elemzések során, hogy a vizsgált vállalkozások esetében milyen innovációt gátló tényezők

jelentkeznek, valamint, hogy milyen pénzügyi helyzetben vannak ezek a vállalkozások. A szakirodalmi elemzés megvilágításba helyezte az élelmiszeripar gyenge K+F aktivitását, ami kapcsán fontosnak tartom annak vizsgálatát, hogy az élelmiszeripari vállalkozások esetében milyen jelentőséggel bír a kutatás-fejlesztés az üzleti teljesítmény vonatkozásában.

Mindezeket figyelembe véve fogalmaztam meg a kutatási céljaimat és hipotéziseimet, amivel a dolgozatom második fő részét kívánom megnyitni. A második rész a továbbiakban a megvalósított kutatást, annak módszertanát, eredményeit, valamint az eredmények alapján tett következtetéseket és javaslatokat kívánja bemutatni.

3. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS KÉRDÉSEI ÉS MÓDSZERTANA

A kutatási témám négy nagy területet ölel fel, amik sorra a következők: az 1) élelmiszeripar, az iparág vállalkozásainak méretspecifikációja okán a 2) KKV szektor, ennek a vállalkozói szegmensnek általában a leggyengébb pontjaként jelölt 3) innováció, valamint a magyarországi helyzetet figyelembe véve a leghátrányosabb területi egység 4) az Észak-Magyarország régió. Ennek a négy területnek a szakirodalmi feldolgozását az értekezés első fejezetében tártam fel. Átfogóan, de a kutatási céljaimra koncentrálni dolgoztam fel nemzetközi és hazai műveket, tudományos cikkeket, szakkönyveket, kutatási eredményeket, valamint elérhető adatbázisok adatait.

Ebben a fejezetben bemutatom a kutatásom során megfogalmazott kérdéseket, hipotéziseket, a dolgozatomban felhasznált vizsgálati anyagot és az alkalmazott elemzési módszereket.

3.1. A kutatás kérdései

A szakirodalmi feldolgozás alapján vizsgálni szándékozom az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációs stratégiáját, innovációs tevékenységének sajátosságait és determinánsait, valamint az innovációs kapacitás és a regionális jellegzetességek kölcsönhatását. Kutatásom az élelmiszeripar, a KKV-k, a periferián lévő – alacsony K+F intenzitású – régiók, illetve a regionális innovációs rendszerek kereszteződésében foglal helyet. Ennek kapcsán az alábbi kérdéseket fogalmazom meg:

K1. Milyen jellegű innovációs tevékenységet folytatnak az Észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k? (pl. termék/szolgáltatás, technológia, marketing, stratégia, szervezet, stb.)

K2. Milyen hatással van a (regionális) piaci orientáció innovációs tevékenységükre? Mennyire tükrözi az innováció a piaci igényeket? A fogyasztói magatartás és az élelmiszeripari innováció kapcsolatának vizsgálata. („tyúk-tojás” dilemma).

K3. Az egyes „belső” tényezők milyen mértékben befolyásolják innovativitásuk fokát? (menedzsment szakmai- és személyiségjellemzői, stratégia, gazdaságföldrajzi elhelyezkedés, szervezeti kultúra, struktúra és méret, stb.) (Grunert et al., 1996)

K4. Van-e összefüggés az innovációs aktivitás és a vállalati innovációs stratégia, valamint a formális/informális hálózatok, klaszterek, horizontális és vertikális integrációk jelenléte között? Kérdéses például, hogy a regionális hálózatok, klaszterek növelik-e a cégek innovációs aktivitását vagy az innovatív cégek eleve sikeresebbek a hálózatok, klaszterek kialakításában? (Gellynck et al., 2007; Marceau, 1994)

K5. Honnan szerzik be a KKV-k ötleteiket (pl. cégvezető, külső tanácsadó, internet, fogyasztók, versenytársak, beszállítók, kereskedők, tudásközpontok, stb.) és **hogyan finanszírozzák azok megvalósítását** (piaci *versus* állami források)?

K6. Milyen (állami, regionális, iparági, szervezeti, a nemzeti kultúrában rejlő és egyéni) tényezők gátolják innovációs tevékenységüket? (gazdaságpolitika, intézményi környezet, menedzsment képességek, idő és pénzügyi erőforrások, K+F-kapacitás, a jogi, piaci, tudományos és pénzügyi környezetről és lehetőségekről rendelkezésre álló információk, stb.) (Staudt et al., 1992; Rothwell és Dogson, 1994; Csath, 2011, Takács et al., 2017)

K7. Található-e kapcsolat az innovációs stratégia és teljesítmény valamint az üzleti sikeresség (ROI – return on investment, ROS – return on sales, ROE – return on equity, ROA – return on assets) között? (Sundbo, 1994)

A felvázolt kérdések több új(szerű) és fontos eredmény megszületésére adnak lehetőséget. Célom, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációs stratégiájának és tevékenységét minél pontosabban tárjam fel.

3.2. A kutatás hipotézisei

Az előzőekben felvázolt kutatási kérdések mentén állítottam fel hipotéziseimet³⁸, amik a következők:

K1. Milyen jellegű innovációs tevékenységet folytatnak az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k?

K2. Milyen hatással van a (regionális) piaci orientáció innovációs tevékenységükre?

Az első és második kutatási kérdésem célja az élelmiszeripari vállalkozások innovációjának típus és orientáció vizsgálatára irányult. Az élelmiszeripar vállalkozók a jellemzően alacsony technológiai fejlettségnek és az iparágban megfigyelhető gyorsan változó környezeti tényezőknek köszönhetően leginkább azokat az innovációs stratégiákat képesek érvényesíteni, amik a lehetőségeikhez mérten leggyorsabban, legkisebb erőforrás igényvel biztosítják az új kihívásokkal szembeni helytállást a hazai és nemzetközi piacokon.

A szakirodalmi feldolgozás arra világított rá, hogy a KKV-k működése során az egyik legproblémásabb terület az értékesítés és a marketing tevékenység. A marketing fogalmának értelmezése leginkább a reklám tárgykörébe szorítkozik a vállalkozások vezetői körében. Korábbi kutatások eredménye a promóciók és a piackutatás területét jelölik meg a vállalkozások leginkább hátrányos üzletviteli területének, aminek egyik fő oka a képzett marketinges szakember és a marketing terület megfelelő szervezésének hiánya.

Jaruzelski és Dehoff (2007) ezer K+F intenzív nemzetközi nagyvállalat tanulmányozása során arra az eredményre jutottak, hogy a fogyasztóközpontú innovációs stratégia a piaci siker titka. A vállalkozások és a piac számára egyaránt magas kockázatokkal járó radikális innovációk általában komplett változtatásokat igényelnek (Kotler és Bliemel, 1999), ezért az élelmiszeripari KKV-k körében ritkán fordulnak elő. Az élelmiszeriparra inkább jellemző a kisebb változásokkal, így kisebb kockázattal és költséggel járó inkrementális innováció, ami leggyakrabban egy költséghatékonyabb továbbfejlesztés vagy fejlesztés nélküli utánzás, azaz imitáció formájában jelenik meg a vállalkozásoknál. Az imitáció lényegesen alacsonyabb szintű technológiai beruházást igényel és meglehetősen gyors és költséghatékony eredményekhez vezethet, aminek köszönhetően a termékfejlesztés kisebb kockázattal jár (Kotler és Bliemel, 1999). Az élelmiszeriparban a szűkösebb erőforrásokkal rendelkező vállalkozók körében az imitáció az innováció leggyakoribb formája (Galizzi és Venturini, 1996).

Mind ezek alapján az első feltételezésem a következő:

H(1) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k elsősorban termékinnovációval foglalkoznak.

H(1a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében elmarad a marketing és szervezeti innováció.

H(1b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció jellege leginkább imitáció.

³⁸ A hipotézis egy feltételezett válasz a kutatási kérdésre, illetve olyan kutatási kérdés, amely a feltételezett választ is megában foglalja, illetve a kutatás lehetséges kimenetelét is leírja (Sarantakos, 1993). Rogers (1960) úgy véli, a hipotézis egy feltevés vagy előérzet, amit kutatásunk tervezéséhez használunk, illetve a kutatás során tesztelni kívánunk. A hipotézisalkotás legtöbb esetben (függő és független) változók között valószínűsíthető kapcsolatok leírását jelenti.

K3. Az egyes „belső” tényezők milyen mértékben befolyásolják innovativitásuk fokát?

K4. Van-e összefüggés az innovációs aktivitás és a vállalati innovációs stratégia, valamint a formális/informális hálózatok, klaszterek, horizontális és vertikális integrációk jelenléte között?

K5. Honnan szerzik be a KKV-k ötleteiket és hogyan finanszírozzák azok megvalósítását?

A következő hipotézisem a harmadik, negyedik és ötödik kutatási kérdésemhez kapcsolódik. A harmadik kutatási kérdésem elsősorban a jellemzően kislétszámú vállalkozások menedzser/menedzsment képességeinek, míg a negyedik kérdéskör a vállalkozók tudástranszferálási szokásaira, illetve az ötödik kérdés az ötletszerzési és -finanszírozási szokások vizsgálatára irányult. Mivel az élelmiszeripari vállalkozások jellemzően kisméretűek (ötből négy kevesebb, mint 10 főt foglalkoztat), ezért innovációs és pénzügyi teljesítményükben fontos szerepe van a vállalkozást vezető menedzsernek és/vagy menedzsmentnek. A vezető(k) szaktudása, menedzsment-kompetenciái, innovációs attitűdje vélhetően kulcsfontosságú a vállalkozás fejlődésében. Ennek alapján elvárható, hogy a külső ötletforrásokra és tudásra, valamint a más szervezetekkel való együttműködésre fókuszabb, a fogyasztók igényeit alaposabban nyomon követő menedzserek, KKV-k innovációs és pénzügyi teljesítménye nagyobb mértékű, mint társaiké.

A szakirodalmi feldolgozás arra világított rá, hogy a vállalat innovációs tevékenységét jelentősen befolyásolja, hogy a szervezet mennyire vesz részt hálózati-, klaszter és egyéb együttműködésekben. Mivel a KKV-knak sem pénzügyi eszközeik, sem know-how-juk nem elégséges a K+F tevékenységek hatékony végzésére, vélhetőleg azon csoportosulások mutatnak intenzívebb innovációs tevékenységet, amelyek nemcsak a beszállítói partnerkört ölelik fel, hanem más jellegű intézményeket, kiszolgáló szervezeteket is (pl. egyetemek, kutatóintézetek, regionális tudásközpontok). Egy magyar-román határon túli együttműködési program keretében végzett kutatás is rámutat, hogy az innovatív vállalatok nagyobb arányban tartanak kapcsolatot egymással, mint a nem innovatívok. A kutatásom során vizsgálni kívánom, hogy a klaszterben, hálózatokban és egyéb szakmai szervezetekben, egyetem-ipari konzorciumokban milyen mértékben vesznek részt a KKV-k.

Mind ezek alapján a második feltételezésem a következő:

H(2) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében a képzettebb menedzsmenttel rendelkező vállalkozások innovációs aktivitása jelentősebb.

H(2a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció kapcsán az együttműködési hajlandóság magas.

H(2b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innovációhoz az ötletet elsősorban saját munkatársaiktól szerzik be.

H(2c) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k a megvalósított innovációt elsősorban saját forrásból finanszírozzák.

K6. Milyen (állami, regionális, iparági, szervezeti, a nemzeti kultúrában rejlő és egyéni) tényezők gátolják innovációs tevékenységüket?

A hatodik kutatási kérdésem az innováció gátló tényezőinek feltérképezésére irányult. Tizenkét európai országra – köztünk hazánkra is – kiterjedő SMEs-NET felmérés eredményei szerint (Sebők, 2006), az élelmiszeripari KKV-k innovációs képességét az erőforrások összessége: a méret, valamint a K+F infrastruktúra kiépítettsége és az ezzel foglalkozó személyzet száma, kvalitása

befolyásolja. A felmérés szerint az innovációt annak magas költsége akadályozza leginkább. Bár az utóbb idézett felmérés nem elsősorban élelmiszeripari vállalatokat ölelt fel, feltételezem, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások tőkeereje gyenge, ami jelentősen befolyásolja a KKV-k innovációs képességét.

Mind ezek alapján az harmadik feltételezésem a következő:

H(3) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya akadályozza.

H(3a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k tőkeáttételi és likviditási szempontból nem tudják biztosítani a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrást.

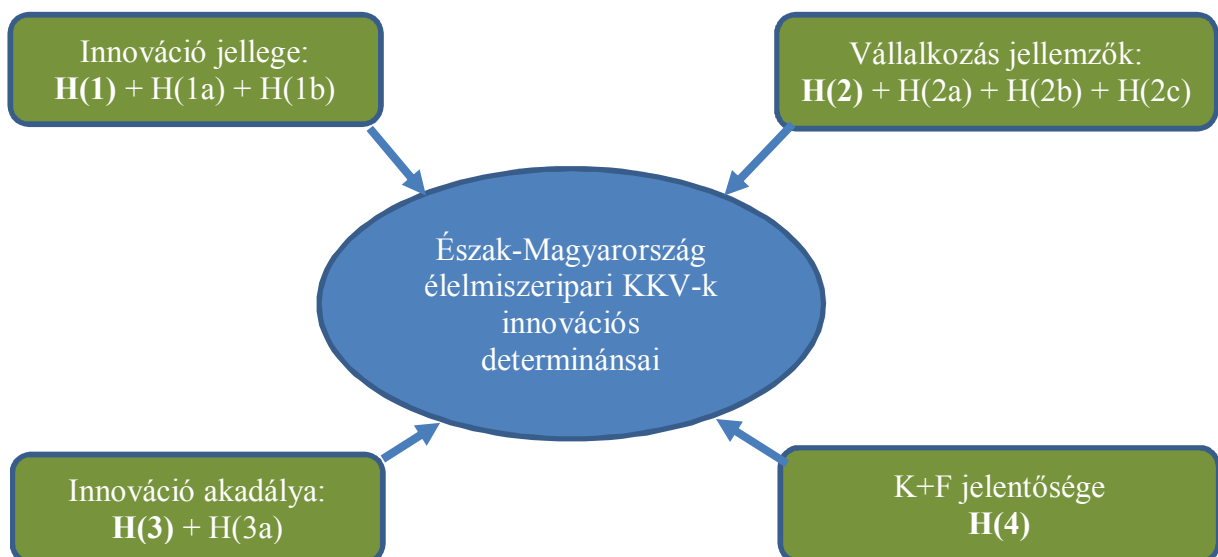
K7. Található-e kapcsolat az innovációs stratégia és teljesítmény, valamint az üzleti sikeresség (ROI, ROS, ROA, ROE) között?

Végül a hetedik kutatási kérdéskör kapcsán vizsgálni kívánom, hogy a vállalkozások pénzügyi mutatóival mérhető üzleti sikerességet mennyire határozza meg az innovációs aktivitás. Jaruzelski és Dehoff (2007) korábban már említett kutatása arra világított rá, hogy nem azok a cégek a legsikeresebbek a piacon, amelyek a legtöbb pénzt költik innovációra, a legjobb technológiákat fejlesztik ki vagy a legjobb mérnököket foglalkoztatják: a szerzők – meglepő módon – nem találtak szignifikáns kapcsolatot a K+F kiadások mértéke és a vállalat pénzügyi teljesítménye között.

A feltételezésem a következő:

H(4) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében nincs szignifikáns kapcsolat a K+F ráfordítások és a vállalkozás eredményessége között.

Az 4 (+6) hipotézisben azonosított változókat és a tesztelésre váró kapcsolatokat a 24. ábrában foglaltam össze.



24. ábra: Az empirikus vizsgálat során vizsgált hipotézisek (zárójelben az érintett hipotézis száma)

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

3.3. Adatgyűjtés

Az empirikus kutatásom két részből állt. Az első fázisban az Észak-magyarországi régióban kerestem fel élelmiszeripari vállalkozásokat, ahol egyéni vagy csoportos interjút készítettem azok vezetőivel és/vagy tulajdonosával, összesen 27 fővel (6. táblázat). Ez a része a kutatásnak kvalitatív-feltáró jellegű volt, strukturált³⁹ és strukturálatlan⁴⁰ interjúk által kérdeztem meg a válaszadókat a megfogalmazott kutatási kérdések témakörében (3.1. fejezet). A feltáró kutatás során életszerűen ismerhettem meg a kutatási témakört. Elsősorban a témához kapcsolódó problémakör feltárására törekedtem. A 2016-os év folyamán lebonyolított interjúk során az innováció fogalmaköréről, feladatairól, lehetőségeiről, ezzel kapcsolatos tapasztalatokról, gyakorlatokról kérdeztem a mikro-, kis- és középméretű vállalkozások vezetőit, tulajdonosait. A feltáró kutatás az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások számát tekintve nem, de a régió élelmiszeripari vállalkozásainak méret és szakágazati megoszlása szempontjából reprezentatívnak tekinthető.

6. táblázat: Mélyinterjú során megkérdezett élelmiszeripari vállalkozások méret és szakágazat szerinti megoszlása (n=27) (2016)

	Kenyér, friss pékáru	Szőlőbor termelés	Húsfeldolgo- zás	Gyümölcs-, zöldségfeldolgo- zás	Olaj gyártása	Egyéb	Összesen
MIKRO	4	8		2	1		15
KIS	1	4	1	1		1	8
KÖZÉP	1	3					4
Összesen	6	15	1	3	1	1	27

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

A feltáró kutatással párhuzamosan szakirodalmi elemzést végeztem. A hazai és nemzetközi szakirodalmak vizsgálata során feltártam az általam vizsgált iparág sajátosságait, kiemelt figyelmet fordítva az iparágra jellemző KKV szektorra, az innovációra és a regionális jellemzőkre. Ezeket az ismereteket igyekeztem azonosítani a megkérdezett vállalkozások körében. Az interjúk során fontos feladatnak bizonyult számomra az innováció fogalmakörének tisztázása, majd ezek után az innovációs tevékenységről folytatott beszélgetések egyre inkább egy szűk témakörre korlátozódtak, amik leginkább a sikeres innováció megvalósulását befolyásoló tényezőkről szólt. A vállalkozások innovációs tevékenységének jellemzőit, az innovációs aktivitást meghatározó tényezőit a kauzális kutatás által vizsgálatom részletesebben.

A kauzális, azaz ok-okozati kutatás során az interjúk által feltárt problémaköröket tovább vizsgáltam. A 2016/2017-es tanévben az Emberi Erőforrások Minisztériuma által indított Új Nemzeti Kiválóság Program keretében nyílt lehetőségem egy szélesebb körű kérdőíves (M5. melléklet) kutatást lefolytatnom a magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében. Ennek a kutatásnak eredményeként kapott minta Észak-magyarországi adatállományát dolgoztam fel a dolgozatom összeállításánál.

A kérdőíves lekérdezés során hat témakört vizsgáltam, amik a következők voltak:

1. **Általános információk:** A vállalkozások kvótáismérvekkkel történő kategorizálásához, ebben a fejezetben a vállalkozásra jellemző általános információkat kérdeztem meg, mint ilyen az alapítás éve, területi elhelyezkedése, méret és szakágazat szerinti besorolása.

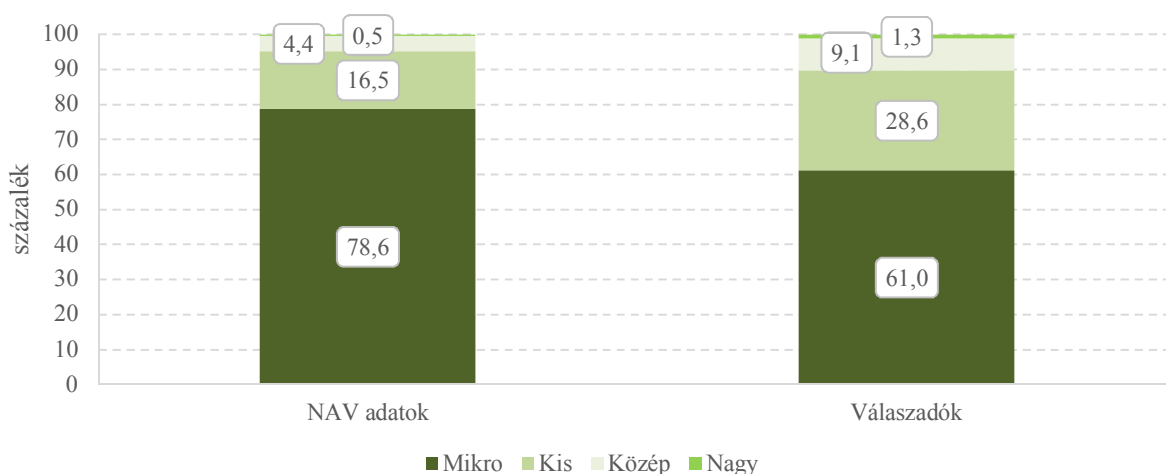
³⁹ A strukturált interjú a legformalizáltabb interjú technika. Ezeket az interjúkat úgy kell szerkeszteni, hogy egységes és ismételt alkalmazásuk lehetővé tegye az adatok összehasonlítását (Lehota, 2001).

⁴⁰ A nem strukturált, azaz strukturálatlan az interjútipusok között a leginformálisabb technika. Olyan interjú technika, ami az interjúkészítő és a válaszadó közötti társ helyzetre hagyatkozik, amiben információk fedhetők fel (Lehota, 2001).

2. **Vállalkozás menedzsmentje:** Annak vizsgálatához, hogy a vállalkozás eredményességét és az innovációs teljesítményét a vállalkozás vezetője és menedzsmentje milyen mértékben befolyásolja, a kérdőívben külön fejezetben vizsgáltam a vezető/-ség életkorát, iskolai végzettségét, idegennyelv ismeretét.
3. **Vállalkozás stratégiai tervei:** Fontosnak tartottam a kutatási kérdések kapcsán azt vizsgálni, hogy a vállalkozás írásos formában milyen terveket rögzít, azt ki és milyen felülvizsgálati gyakorisággal készíti és ellenőrzi.
4. **Innovációs tevékenység:** A kérdőív ezen fejezetében a valós és vélt innovációs tevékenységéről kérdeztem a válaszadót. Kitértem az innováció típusára, az ötlet forrására, a fogyasztói igény megítélésére, az innovációt gátló és elősegítő tényezőkre.
5. **Vállalkozások közötti együttműködés:** A szakirodalmi feltáró kutatás a vállalkozások és egyéb intézetek közötti együttműködést szignifikánsan befolyásoló tényezőnek jelölte meg az innováció sikeressége kapcsán. Így ebben a kérdéscsoportban vizsgálni szándékoztam az Észak-magyarországi vállalkozások más vállalkozásokkal, intézményekkel történő együttműködési szokásait.
6. **Vállalkozás pénzügyi forrása:** Végül a vállalkozások pénzügyi helyzetére és az innováció finanszírozására vonatkozó kérdéseket tettem fel a válaszadóknak.

A kérdőív internetcímét a kutatást bemutató kísérőlevéllel együtt az AKI és az FM által biztosított e-mailcím adatbázisra küldtem ki. Néhány hét múlva emlékeztető e-mailt küldtem azzal a céllal, hogy a még nem válaszolókat válaszadásra kérjem. Mivel az élelmiszeripari vállalkozások zömében mikro méretűek és tulajdonosuk és/vagy vezetőjük jellemzően aktívan (akár fizikai munkát lát el) dolgozik a vállalkozásban, feltételeztem, hogy az e-mail-es megkeresésen túl más fórumon is szükséges azok felkeresése. Ezért szakkiállítás és egyéb rendezvények fórumán, illetve személyes kapcsolataimon keresztül is igyekeztem minél több vállalkozás lekérdezését elvégezni. A kutatás keretében 2017 január és február hónapokban, online és papíralapú kérdőíves megkeresésre az Észak-magyarországi régióban működő 636 (NAV, 2015) vállalkozás közül 77 (12,1 százalék) válaszolt teljes egészében kitöltött, ezáltal értékelhető kérdőívvel.

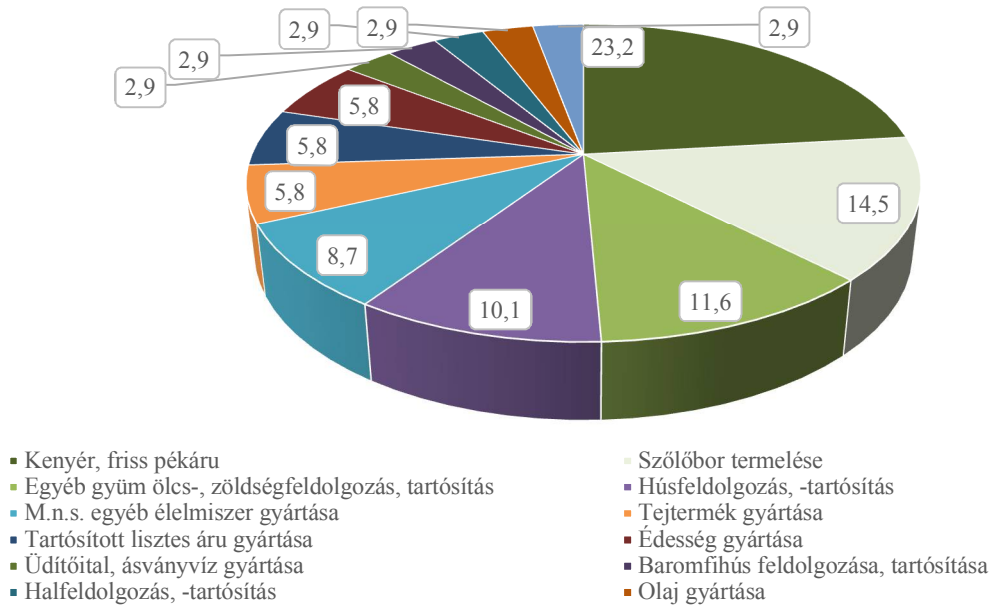
A kapott mintát a vállalkozások mérete, szakágazati besorolása, valamint a régióban található megyék közötti megoszlása szerint vizsgáltam meg a reprezentativitás igazolása céljából. A vállalkozások mérete szerinti megoszlása hasonlóan alakult a vizsgált régióban és a kapott mintában. (25. ábra)



25. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások méret szerinti megoszlása a NAV adatok (2015, n=636) és a válaszadók (2017, n=77) körében

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

Az Észak-Magyarországon az élelmiszeriparban a legtöbb vállalkozás a szőlőbor termelés, a kenyér, friss pékáru, a húsfeldolgozás, -tartósítás és az egyéb gyümölcs-, zöldségfeldolgozás, tartósítás szakágazatokban működött 2015-ben. A kutatás során kapott mintában a vállalkozások szakágazat szerinti megoszlása a régiós jellemzők szerint alakult. (26. ábra)

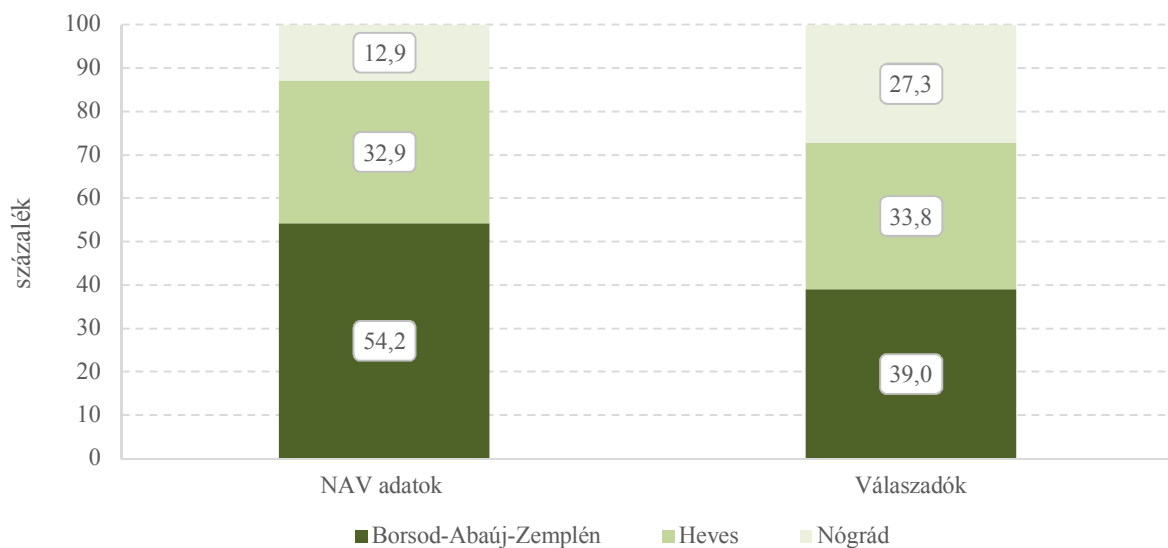


Forrás: Saját szerkesztés, 2017

26. ábra: A válaszadó élelmiszeri vállalkozások szakágazat szerinti megoszlása (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Végül a régióban található három megye, Nógrád, Heves és Borsod-Abaúj-Zemplén vállalkozásainak méret szerinti megoszlása vonatkozásában is megvizsgáltam a mintát. A 27. ábra mutatja, hogy a megyékben és a mintában az élelmiszeripari vállalkozások méret szerinti megoszlása azonos volt. A vizsgálatok alapján a 77 vállalkozás válaszából álló mintát reprezentatívnak tekintettem.



27. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások megye szerinti megoszlása a NAV adatok (2015, n=636) és a válaszadók (2017, n=77) körében

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

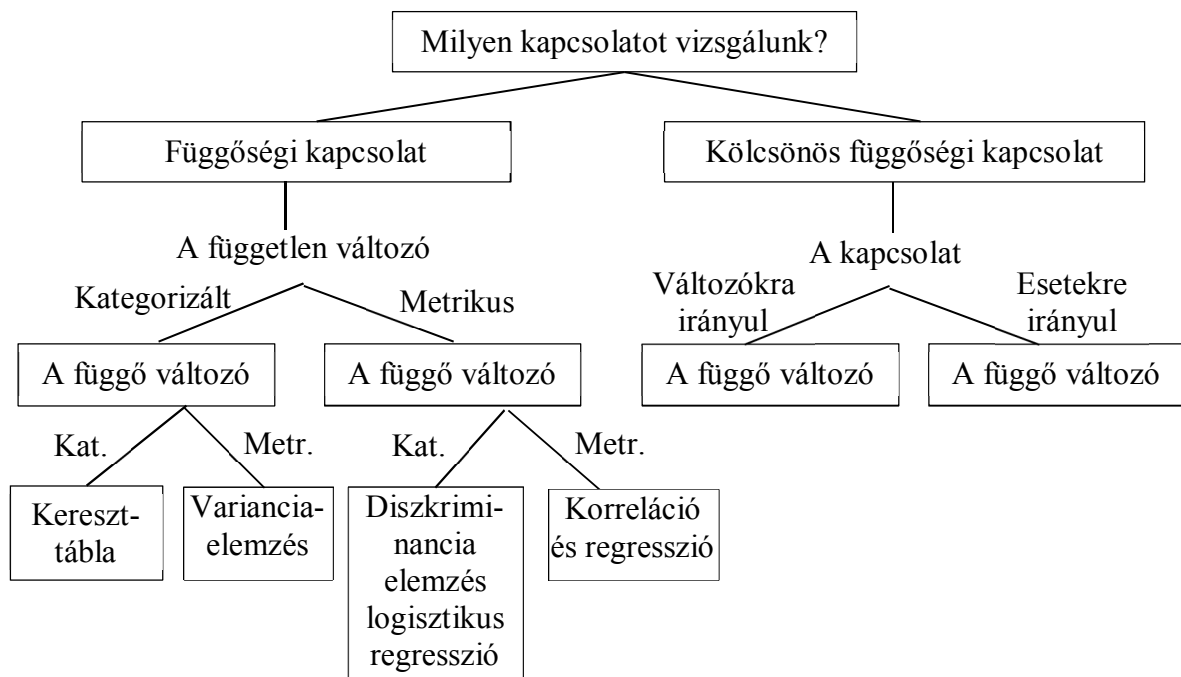
3.2. Külső (NAV) adatbázis bemutatása

A dolgozatomban az élelmiszeripar pénzügyi helyzete kapcsán készített elemzésekhez az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI), Élelmiszerlánc Kutatási Osztály munkatársként végzett szakmai munkám során használt adatbázis adatait használtam fel. Az AKI számára a Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) által rendelkezésre bocsátott adatbázis az élelmiszeripari társas vállalkozások társasági adóbevallásainak mérleg- és eredménykimutatás-adatait tartalmazza. Az adatok nyilvános forrásból is hozzáférhetők (e-beszamolo.im.gov.hu), így azok felhasználása a vállalkozások vagy az iparág érdekeit nem sértik. A dolgozatom elemzései jellemzően az iparág – a kutatási irány szerint – kiválasztott szektorának aggregált adatainak felhasználásával készültek el. Az adatbázis tartalmi megítélésénél a következőket szükséges figyelembe venni:

- A NAV adatállományában csak az év végén működő társas vállalkozások szerepelnek, az évközben megszűnt vagy átalakult gazdálkodó egységekre vonatkozóan az adatbázis nem tartalmaz adatokat. A jogutód teljesítményére vonatkozóan csupán részadatokat közöl a működés megkezdésétől számítva. Továbbá az adatbázis nem tartalmazza azoknak a vállalkozásoknak az adatait, amik adóbevallásukat nem, vagy nem megfelelő tartalommal készítették el, illetve amik csőd- vagy felszámolási eljárás alatt állnak.
- A felhasznált adatbázis a Gazdasági Tevékenységek Egységes Ágazati Osztályozási Rendszere (TEÁOR) által a 10., 11. és 12. (élelmiszergyártás, italgyártás és dohánytermékgyártás) ágazatba sorolt vállalkozások pénzügyi adatait tartalmazza.
- A vállalkozások méretkategóriájának ismérveit a M6. melléklet tartalmazza.

3.3. Adatok feldolgozásának módszertana

A kutatásom során végzett elemzések módszertani megalapozásához Szücs (2004), Szelényi (2004) és Sajtos – Mitev (2007) szakkönyveit használtam elsősorban. A külső adatbázis és az empirikus kutatás adatait az MS Excel program és a Statistical Package for The Social Sciences (SPSS) statisztikai program használatával dolgoztam fel. Az adatok kódolása elvégzésekor beállítottam a változók mérési szintjét, ami elsődlegesen meghatározta az alkalmazható módszereket (Sajtos-Mitev, 2007). (28. ábra)



28. ábra: A kvantitatív technikák csoportosítása

Forrás: Sajtos-Mitev, 2007 (p.21)

Az adatok közel azonos arányban oszlottak meg a nem metrikus, azaz a nominális és ordinális, valamint a metrikus változók között. Az adatok több statisztikai módszer alkalmazására adtak lehetőséget. A módszertan általános sémáját a Sajtos László és Mitev Ariel SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyvében található ábra szemlélteti. (28. ábra) A hipotéziseknél alkalmazott módszertan kiválasztásához 7. táblázat nyújtott segítséget.

7. táblázat: Az elemzéshez használt módszertan kiválasztását segítő metodika

		Független változó ('x')	
		Nominal / Ordinal (kategorikus)	Scale (metrikus)
Függő változó (y')	Nominal / Ordinal (kategorikus)	keresztábra elemzés	diszkriminancia elemzés / logisztikus regresszió
	Scale (metrikus)	varianciaelemzés	korreláció / regresszió

Forrás: Sajtos-Mitev, 2007

Az adatelemzés jellemzően három részből állt, amik sorrendben az adatelőkészítés, az adatok leírása (leíró statisztika⁴¹) és a hipotézis tesztelése. A kutatási kérdéseim tükrében alkalmaztam inferenciális és leíró statisztikákat. Az előzőekben a változók közötti kapcsolat meglétének, erősségének és irányának tanulmányozása volt a fő célom a megfogalmazott hipotézisek alapján. A kapcsolatok vizsgálatára keresztábrákat és korrelációs számításokat alkalmaztam. A hipotézisek tesztelése előtt faktoranalízissel ellenőriztem és pontosítottam a Likert-skálával (1-5 skálaértékkel) mért összegzett változók struktúráját, azokat box-plot ábrázolástechnikával jelenítette meg és értelmeztem, vagy esetenként klaszteranalízist alkalmaztam a minta szegmentálására.

A **Likert-skálával** mért adatok kapcsán szakirodalmi kutatást végeztem a Likert intervallum pontos és hatékony meghatározása céljából. A szakirodalomban nem találtam egyértelmű meghatározást arra vonatkozóan, hogy a Likert intervallum vagy rangskála, és arra sem, hogy az elemeknek hány kategóriát kell tartalmazniuk. A Likert-kategóriák elnevezését széleskörűen használják a kutatók. A felmérések szerint az ötfokozatú skála átlaga nem változik, ha változtatunk a kategóriák elnevezésén. Bár ebben sincs egységes álláspont, sokak szerint érdemes páratlan számú kategóriát alkalmazni, azaz középső vagy semleges értéket is megadni, hogy a válaszadó ne érezze magát rákényszerítve a pozitív vagy negatív állásfoglalásra, ami végső soron torzíthatja az eredményt. (Wyatt & Meyers, 1987; Dixon, 1984) Korábbi kutatások azt támasztották alá, hogy a középponti egység különböző elnevezései sem okoznak szignifikáns eltérést a kapott skálaértékekben és az összesített eredményekben sem (Armstrong, 1987). A kutatásom során a Likert-skálán belül az ötfokozatút választottam az ezzel relevánsan érintett kérdésköröknél.

Korreláció számítás végeztem két metrikus változó közötti kapcsolat leírására. A változók közti kapcsolat szorosságának értékelése a Pearson-féle lineáris korrelációs együttható (r) kiszámításával történt. A szignifikáns lineáris összefüggés akkor állapítható meg, ha a korrelációs együtthatóhoz tartozó 5 százalékos meg nem haladó empirikus szignifikanciaszint statisztikailag kimutatható. A korrelációs együttható egyhez közeli abszolút értéke erős kapcsolatra utal, a nullához közeli pedig gyenge kapcsolatot jelez a vizsgált két változó között.

Keresztábrás elemzést alkalmaztam két vagy több nem metrikus, vagy kategorizált metrikus változó közötti kapcsolatot feltárása céljából. Ez a módszer a lehetséges kapcsolatok kombinált gyakorisági eloszlását áttekinthető táblázatba rendezi. A **khí-négyzet próbát**

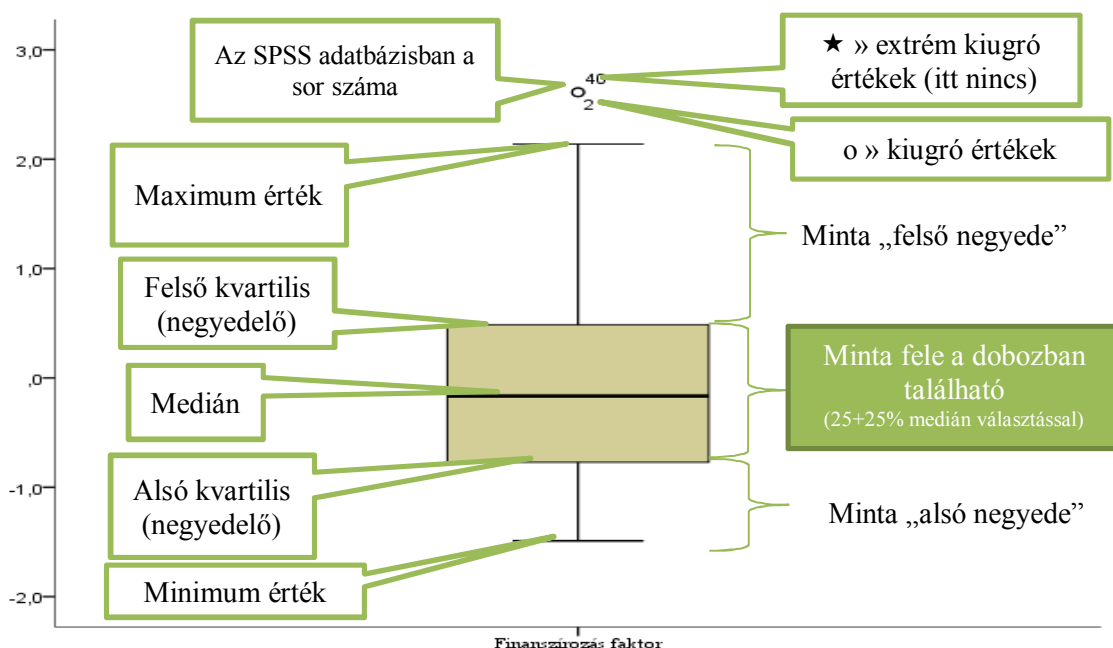
⁴¹ A leíró statisztika a statisztikának azon területe, ami egy információhalmaznak a fő jellemzőit kvantitatív módon írja le (Mann, 1995). A leíró statisztika, a következtetési statisztikákkal ellentétben, nem valószínűségi számításra alapul (Dodge, 2003).

alkalmaztam a kapcsolat erősségének meglétének ellenőrzésére. A **Cramer V asszociációs együttható** számításával vizsgáltam a kapcsolat erősségét. Az együttható 0 abban az esetben, ha két ismérv független, valamint 1, ha a két ismérv között függvénykapcsolat áll fenn.

A **faktoranalízist** célszerű használni a kölcsönös függőségi viszonyok elemzésére, amennyiben a kapcsolatot a változók között vizsgáljuk. A faktorelemzés valójában nem egyetlen eljárás, hanem többváltozós statisztikai eljárások körét jelenti. A módszer egyfajta dimenzió redukálásra, adattömörítésre szolgál, ami során a kiinduló ismérvek száma redukálódik és faktorokba rendeződik. Így egyszerűbbé válik az adatbázis, de a változók strukturáját is hatáson lehet elemezni a főkomponens elemzés segítségével. Az adatállomány faktorba rendezésének alkalmasságát mindenek előtt ellenőrizni szükséges. A **KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)** mutató az ellenőrzést szolgálja. A mutató jellemzően nulla és egy közötti intervallumban szóródik. Ha a $KMO \geq 0,5$ akkor az adataink elfogadhatóak a faktorelemzésre. (Ketskeméthy – Izsó – Könyves Tóth, 2011) Továbbá előfeltétel, hogy a változóknak korrelálniuk kell egymással. (Sajtos – Mitev, 2007)

A **klaszteranalízis** egy olyan dimenziócsökkentő eljárás, amivel adattömböket tudunk homogén csoportokba sorolni, klasszifikálni. Ezeket a csoportokat nevezzük klasztereknek. Az egyes klasztereken belüli adatok valamilyen dimenzió szerint hasonlítanak egymáshoz, és e dimenzió mentén különböznek a többi klaszter elemeitől. A csoportok kialakítása statisztikai alapokon történik. A klaszterelemzés tekintetében több csoportosítási metodika közül lehet választani. Elemzésem esetében a centroid (súlyközpontos) metodikát választottam, ami az objektumok átlaga közötti távolságot jelenti. (Székelyi – Barna, 2002; Szelényi, 2004)

A **box-plot ábra** (doboz ábra) segítségével jelenítettem meg a faktoranalízis során kapott komponenseket. Ez az ábrázolástechnika a metrikus adatok megjelenítésének egyik hatáson módja. Box-plot a terjedelem, interkvartilis terjedelem, a medián, a legkisebb és a legnagyobb érték ábrázolására szolgáló grafikus eszköz. Az interkvartilis terjedelmet egy dobozzal szemlélteti, amiben egy függőleges vonal jelöli a mediánt. A legnagyobb és legkisebb értékeket pedig egy-egy talp szerű vízszintes vonal ábrázolja. A doboz elhelyezkedése a teljes talphoz viszonyítva, illetve a medián dobozon belüli helyzete információt ad az eloszlásról. (29. ábra)



29. ábra: A Box-plot ábra értelmezési sémája

Forrás: Saját szerkesztés McGill et al. (1978) és Sajtos – Mitev (2007) alapján, 2017

8. táblázat: A kutatásban alkalmazott módszertanok összegzése

KUTATÁS KÉRDÉSEI	KUTATÁS HIPOTÉZISEI	ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN
K1, K2	H(1)	leíró statisztikai módszerek, viszony-szám számítás
	<i>H(1a)</i>	leíró statisztikai módszerek, viszony-szám számítás
	<i>H(1b)</i>	leíró statisztikai módszerek, viszony-szám számítás
K3, K4, K5	H(2)	korreláció, viszonyszám számítás, keresztábla
	<i>H(2a)</i>	leíró statisztikai módszerek, viszony-számok
	<i>H(2b)</i>	leíró statisztikai módszerek, viszony-számok
	<i>H(2c)</i>	leíró statisztikai módszerek, box-plot, keresztábla
K6	H(3)	leíró statisztikai módszerk, faktor-elemzés, box-plot
	<i>H(3a)</i>	leíró statisztikai módszerk, faktor-elemzés, box-plot
K7	H(4)	Korreláció: Person féle együttható számítás, faktoranalízis, klaszteranalízis

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

4. EREDMÉNYEK

„Az életben azt kapod, amit keresel. Ha jó dolgokat keresel, megtalálod őket. Ha hibákat keresel, azokat is megtalálod.”
Andrew Matthews⁴²

A kutatásom eredményeinek bemutatását az előző fejezetben megfogalmazott hipotézisek mentén mutatom be.

4.1. Első hipotézis: Az innováció jellegére irányuló vizsgálata

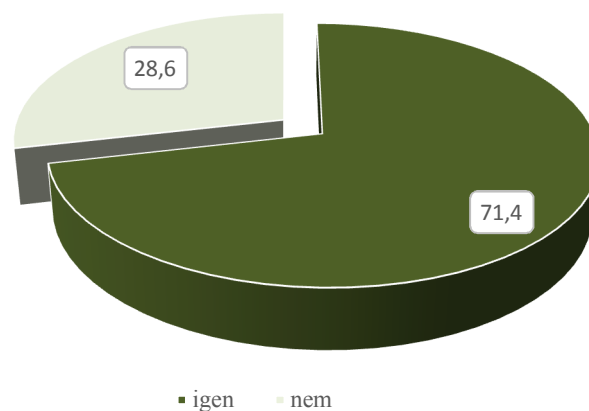
H(1) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k elsősorban termékinnovációval foglalkoznak.

H(1a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innováció típusai közül legkevésbé a marketing és szervezeti innováció foglalkoznak.

H(1b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció jellege leginkább imitáció.

A kutatás kvalitatív feltáró jellegű interjúk szakaszában a felkeresett vállalkozások jellemzően arról számoltak be, hogy elsősorban törekednek arra, hogy a meglévő kapacitásuk tükrében a leoptimálisabban szolgálják ki a fogyasztókat. A piaci folyamatokat leginkább a vevők (kereskedők) által közvetített információk (pl. ár, csomagolás, ízlés, versenytárs, stb.) alapján tudják felmérni leghamarabb. A vállalkozások többsége nyilatkozott úgy, hogy a terméken akár kisebb módosításokat is elvégeznek annak érdekében, hogy minél nagyobb elégedettséget érjenek el a fogyasztóknál. Ez alapján a feltételezésem az, hogy a vizsgált vállalkozások többsége elsősorban a termékinnovációval foglalkozik.

A kauzális kérdőíves felmérés negyedik témaköre foglalkozott az innovációs jellemzők feltárásával. Az eredmények alapján a válaszadók 71,4 százaléka foglalkozott az elmúlt tíz évben innovációval. (30. ábra)












30. ábra: Az elmúlt tíz évben foglalkozott-e innovációval kérdésre adott válaszok megoszlása (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

⁴² Andrew Matthews (2005): Legyél boldog most! – Varázsládika Kiadó ISBN 963865567-4

A továbbiakban arról kérdeztem a válaszadókat, hogy amennyiben foglalkoztak innovációval, akkor az általam felsoroltak (termék korszerűsítés, új termék bevezetése, technológiai újítás, új eljárás kialakítása, új marketing eszköz, új piac, új megoldások keresése, szervezetfejlesztés és egyéb) közül melyikkel foglalkoztak. Ennél a kérdésnél a válaszadók 97,4 százaléka (tehát a korábbi „igen-nem”-es kérdésnél jóval többen) jelölt meg innovációs típust, amivel foglalkozott a korábbi években. Az egyes innovációs típusoknál leíró statisztikát alkalmaztam, megoszlási viszonyszámok⁴³ segítségével vizsgáltam a kapott válaszokat. **A vállalkozások válaszainak viszonyszámai a termékinnováció, az az a termék korszerűsítés (0,87) és az új termék bevezetése (0,84) esetében voltak a legmagasabbak.** A viszonyszámok ennél kisebb, de a többi innováció típushoz képest szintén magas számot eredményeztek az új piac (0,81) és az új megoldások keresése (0,82) esetében. A válaszadók a technológiai innováció kapcsán megjelölt technológiai újítás (0,71) és az új eljárás, folyamat kialakítása (0,65) típust már kisebb arányban alkalmazták a működésük során. **A vállalkozások legkevésbé az új marketing eszköz (0,57) és a szervezetfejlesztés (0,49) alkalmazásával foglalkoztak az elmúlt évtizedben.** Az egyéb válaszlehetőséget 14 vállalkozás jelölte meg, akiknek lehetősége volt a kérdőívben szövegesen jelölni válaszukat. Az itt megadott válaszok között döntően termékinnováció, és eljárás innováció kategóriába tartozó tevékenység került megfogalmazásra. Ezeket a válaszokat a viszonyszámok számításánál nem vettem figyelembe. (9. táblázat)

9. táblázat: Az innováció típusának megjelölésére adott válaszok viszonyszámai, 2017

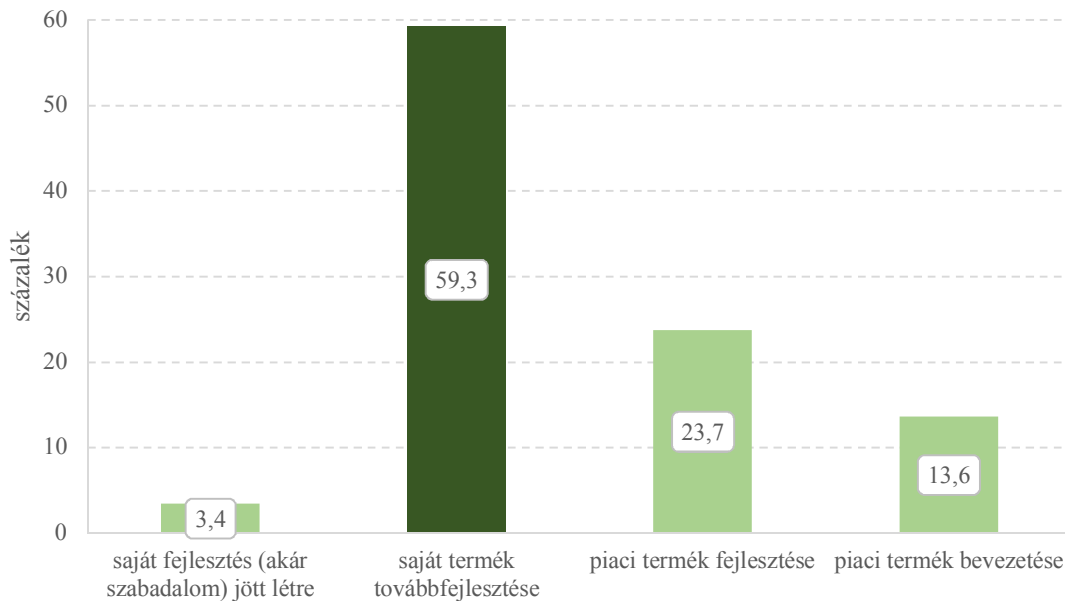
IV.3. Az elmúlt 10 évben foglalkozott vállalkozása a következőkkel:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) termék korszerűsítés	0,87	0,13	
b) új termék bevezetése	0,84	0,16	
c) technológiai újítás	0,71	0,29	
d) új eljárás, folyamat kialakítása	0,65	0,35	
e) új marketing eszköz	0,57	0,43	
f) új piac	0,81	0,19	
g) új megoldások keresése	0,82	0,18	
h) szervezetfejlesztés	0,49	0,51	
i) egyéb:	0,13	0,87	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A továbbiakban szintén leíró statisztikai módszerrel azt vizsgáltam, hogy mennyire volt jellemző a vállalkozások innovációs folyamataira a radikális, illetve az inkrementális jellegű innováció. A válaszadók 59,3 százaléka azt jelölte meg, hogy a vállalkozása által megvalósított innováció során saját termék továbbfejlesztésére került sor, 23,7 százaléka azt, hogy piaci termék fejlesztését hajtotta végre, 13,6 százaléka pedig piaci terméket vezetett be. Csupán a válaszadó vállalkozások 3,4 százaléka nyilatkozott úgy, hogy az általuk megvalósított innováció során saját fejlesztés (akár szabadalom) jött létre. (31. ábra) Az eredmények alapján elmondható, hogy ezek a vállalkozások leginkább azokat az innovációs stratégiákat érvényesítették, amik a piac dinamikájához képest gyorsan, a radikális újításhoz képest kisebb erőforrás igényelést biztosítják az újítást. **A kisebb változtatásokkal, így kisebb kockázattal és költséggel járó innovációk az úgynevezett költséghatékonyabb továbbfejlesztés (saját termék továbbfejlesztés, piaci termék fejlesztés), vagy fejlesztés nélküli utánzás (piaci termék bevezetése), azaz imitáció formájában voltak jelen a válaszadó vállalkozások 96,6 százalékánál.** A radikális innovációt (saját fejlesztés – akár szabadalom – jött létre), ami általában komplettebb változásokat igényelnek, és jellemzően magas kockázattal és költséggel járnak a vállalkozások és a piac

⁴³ A megoszlási viszonyszám (V_m) valamely sokaság belső szerkezetét, belső arányát, összetételét fejezi ki. Kiszámítása f/n , ahol az f =statisztikai sokaság részadata (részsokaság), az n =statisztikai sokaság egésze (fősokaság)

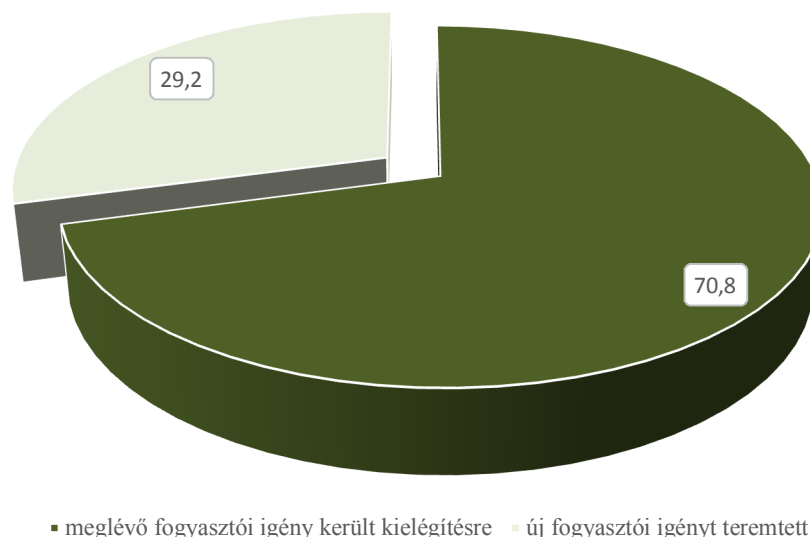
számára egyaránt, az élelmiszeripari vállalkozások kisebb hányada valósított meg, a felmérésben csupán pár válaszadó nyilatkozott ilyen jellegű fejlesztésről.



31. ábra: A megvalósított innováció jellegének alakulása a végtermék tükrében, 2017

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az interjúk során a megkérdezett vállalkozások vezetői és/vagy tulajdonosai a fogyasztói igényének fontosságáról számoltak be. Az is kiderült a válaszokból, hogy rendszeresen kapnak fogyasztói visszajelzéseket – általában – a kereskedelmi partnereiktől. A kérdőíves felmérés során a fogyasztói magatartás élelmiszeripari innovációra gyakorolt hatásának vizsgálatára céljából arra kérdeztem rá, hogy a vállalkozás által megvalósított innováció meglévő fogyasztói igényt elégített ki, vagy új – látens – igényt teremtett a fogyasztók körében. A válaszadók 70,8 százaléka a megvalósított innovációval meglévő fogyasztói igényt elégített ki, és a vállalkozások kevesebb mint egyharmada (29,2 százaléka) nyilatkozott úgy, hogy az innováció során új fogyasztói igényt teremtett. (32. ábra) Ez az eredmény tovább erősíti azon feltételezésem igazolását, hogy az elsősorban termékinnovációval foglalkozó vállalkozások a radikális lépéseket elkerülték, az innovációjuk jellege inkább inkrementális, azon belül is imitáció formájában valósult meg.



32. ábra: Megvalósított innovációk fogyasztói igény irányú megoszlása (%) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az elemzések arra mutattak rá, hogy a válaszadó vállalkozások döntő hányada (71,4 százalék) foglalkozott innovációval az elmúlt tíz évben. A megvalósított innováció jellemzően a termékre irányult, így az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozásokról megállapítottam, hogy elsősorban termékinnovációval foglalkoztak. Ugyanakkor az is megállapítható, hogy ebben a vállalkozói körben a marketing és a szervezeti innovációk megvalósítása a többi innováció típushoz képest jóval kisebb arányban valósult meg, ezekkel a válaszadók nem igazán foglalkoztak. Az eredmények az innováció mélysége kapcsán az inkrementális innovációt helyezték előtérbe ebben a vállalkozó szektorban. A válaszadók többségében saját termék továbbfejlesztésével, piaci termék fejlesztésével és piaci termék bevezetésével foglalkoztak, ami leginkább az innováció imitáció jellegű megvalósulására mutatott rá. Ez utóbbi megállapítást az is megerősítette, hogy a megvalósult innováció eredményeként elsősorban meglévő fogyasztói igény került kielégítésre, csupán a válaszadók egyharmada teremtett új fogyasztói igényt a fejlesztésével.

4.2. Második hipotézis: A vállalkozás jellemzőire irányuló vizsgálata

H(2) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében a képzettebb menedzsmenttel rendelkező vállalkozások innovációs aktivitása jelentősebb.

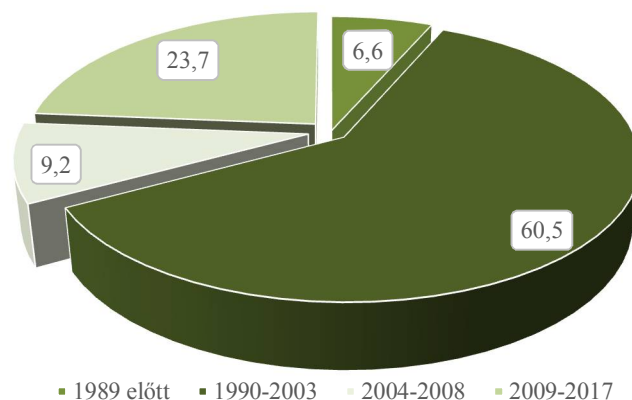
*H(2a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció kapcsán az **együtműködési hajlandóság** magas.*

*H(2b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innovációhoz az **ötletet** elsősorban saját munkatársaiktól szerzik be.*

*H(2c) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k a megvalósított innovációt elsősorban **saját forrásból** finanszírozzák.*

A hipotézis vizsgálatához fontosnak tartom, hogy elsőként a kauzális kutatás eredményeként kapott mintát a vállalkozás kora, gazdaságföldrajzi elhelyezkedése, menedzsmentjének szakmai és egyéb jellemzői, valamint a stratégia készítési szokásaik szempontjából leíró statisztikával bemutassam.

A mintában szereplő vállalkozások alapítási évére vonatkozó információk rendelkezésre álltak a kérdőívekből nyert adatbázisban. Az adatok alapján négy csoportba osztottam a válaszadókat úgy, hogy a csoportok ismerve valamilyen történelmi, elsősorban gazdaságpolitikai szempontból fontos évszámok voltak. Így megkülönböztettem a rendszerváltás (1989) idejében és azelőtt alapított vállalkozásokat, számuk a minta 6,6 százalékát adta. A következő csoportba a rendszerváltás és az EU-s csatlakozás között alapított vállalkozások tartoznak. Ez a csoport a minta legnagyobb hányadát tette ki, 60,5 százalékot. Harmadik csoportnak az EU csatlakozást követően és a 2008-as gazdasági válság előtt működésüket megkezdő élelmiszeripari vállalkozások kerültek, arányuk 9,2 százalék volt. A negyedik csoportba tartozó vállalkozások 23,7 százalékban azok voltak, amiket a gazdasági válságot követően alapítottak. (33. ábra; M7.melléklet)



33. ábra: A mintában szereplő vállalkozások alapítás évük szerinti megoszlása, (n=77) (2017)

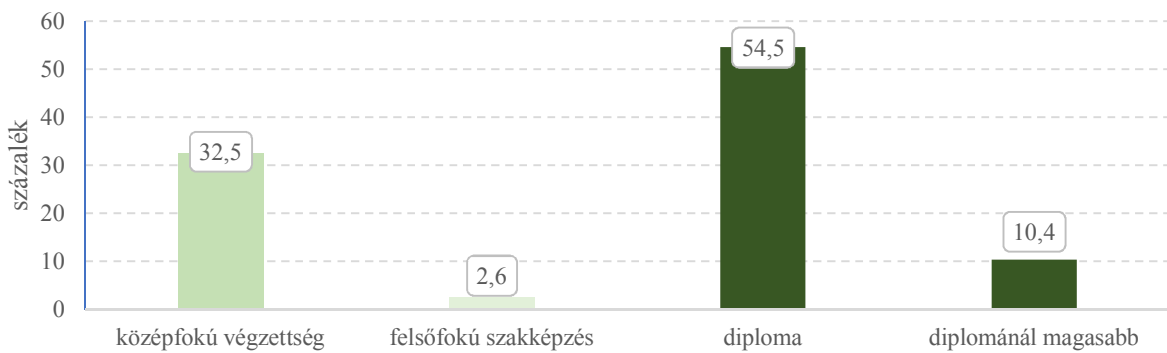
Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Gazdaságföldrajzi szempontból csupán a vállalkozások megye szerinti megoszlását vizsgáltam, amit már a 3.3. fejezetben bemutattam. A 27. ábra jól tükrözi, hogy a minta megoszlása

a következő: Borsod-Abaúj-Zemplén: 39,0, Heves: 33,8, Nógrád: 27,3 százalék volt. A mintát megyeszékhely, város és többi község tekintetében elemezni nem állt módomban, mert ezek szempontjából az elemszám szerinti megoszlás nem volt reprezentatív.

A külföldi tőke az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások jegyzett tőkéjének 31,0 százalékát⁴⁴ tette ki 2015-ben. A mintában a 77 válaszadó közül egy sütőipari vállalkozás nyilatkozott úgy, hogy csupán 20 százalékban magyar tulajdon, a többi vállalkozás mind 100 százalékban magyar érdekeltségű volt. Ezért a külföldi tőke jelenlétének és hatásainak vizsgálata a minta alapján nem lehetséges.

A válaszadó vállalkozások szakmai jellemzőit az iskolai végzettség szintjének vizsgálatával kívánom bemutatni. A válaszadó vállalkozások – sok esetben mikroméretű vállalkozásról beszélhetünk, ahol gyakori az egy személyes vezetés – vezetői az iskolai végzettségük tükrében magasan kvalifikáltak, 64,9 százalékuk rendelkezik diplomával, vagy annál magasabb végzettséggel. A válaszadók egyharmada (32,5 százalék) nyilatkozott úgy, hogy középfokú végzettsége van, további 2,6 százaléknak pedig felsőfokú szakképzése. (34. ábra)



34. ábra: A válaszadó vállalkozások vezetőinek iskolai végzettség szerinti megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Hasonló eredményre jutottam, amikor ugyanezt a vállalkozás menedzsmentjére vonatkozóan vizsgáltam. A vállalkozások 54,7 százaléka többségében diplomával rendelkező menedzsmenttel működik. Egyharmaduk (34,7 százalék) vezetősége rendelkezik többségében középfokú végzettséggel, valamint 10,7 százalékuk nyilatkozott arról, hogy menedzsmentjük végzettsége fele-fele arányban oszlik meg a középfokú és a felsőfokú végzettségük körében. (35. ábra)

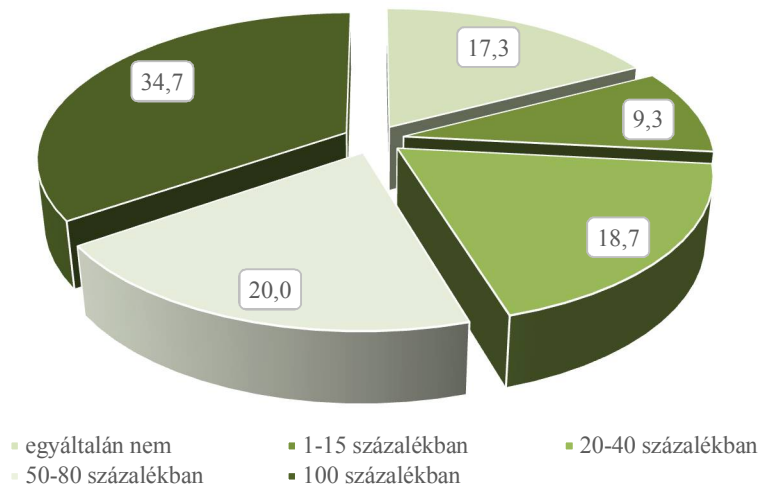


35. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének iskolai végzettség szerinti megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

⁴⁴ NAV adatok alapján a régió élelmiszeriparának jegyzett tőkéje 2015-ben 26,8 milliárd forint volt, amiből a külföldi tulajdon 8,3 milliárd volt. Ez 44 vállalkozásnál realizálódott.

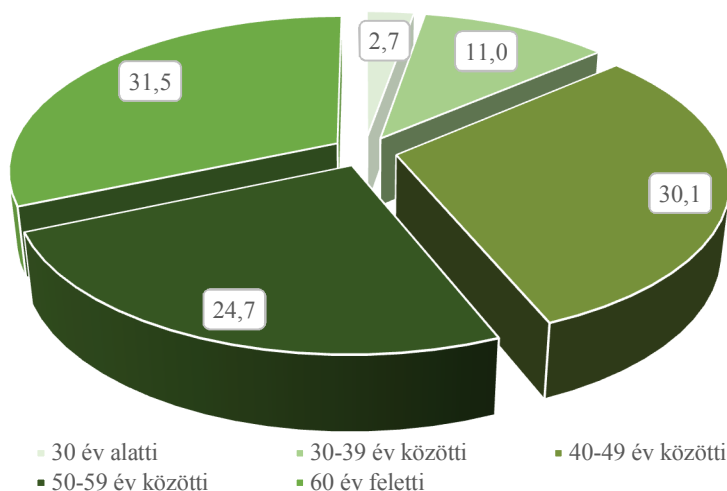
A vizsgált élelmiszeripari vállalkozások menedzsmentjének idegen nyelv ismeretét is vizsgáltam. Az elemzésből az derül ki, hogy a válaszadók közel ötöde (17,3 százalék) egyáltalán nem beszél idegen nyelvet. További 9,3 százalék nyilatkozott úgy, hogy menedzsmentjének 1-15 százaléka beszél legalább egy idegen nyelvet. Valamivel több mint a válaszadók egyharmada (38,7 százalék) jelölte meg 20-80 százalék értéket annak kapcsán, hogy menedzsmentje milyen arányban beszél más nyelvet. A nyelvtudás tekintetében az elemzés eredménye elmarad a várttól, de biztató, hogy a válaszadók 34,7 százaléka úgy nyilatkozott, hogy minden vezetője beszél legalább egy idegen nyelvet. (36. ábra)



36. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének idegen nyelv ismeretének megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

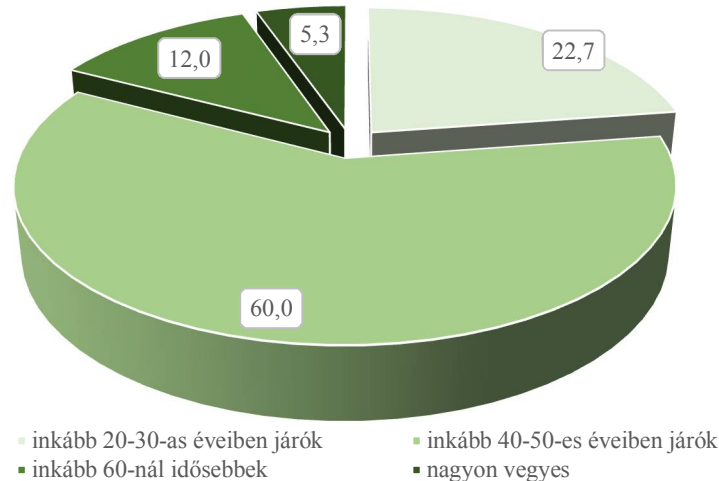
A vállalkozások vezetőjének korát tekintve megállapítható, hogy a kor egyenesen aránylik a megoszlási százalékokkal. A válaszadók 56,2 százaléka 50 év feletti vezetővel irányított vállalkozás, és sajnálatosan ebből 31,5 százalékuk 60 év feletti. Náluk valamivel kisebb arányban (30,1 százalék) vannak azok, akiknek a vezetője 40-49 év közötti. Összesen 13,7 százalékban vannak a fiatal vezetők, közülük csupán 2,7 százalék az olyan vállalkozások aránya, ahol a vezető 30 év alatti. (37. ábra)



37. ábra: A válaszadó vállalkozások vezetőinek korcsoport szerinti megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Ennél egy fokkal fiatalabb korosztályba tartozik a menedzsment. Esetükben döntő többségben (60,0 százalékban) a 40-50 év közötti korcsoport jelent meg. Az idősebb, azaz a 60 év felettiekből álló menedzsment a vállalkozások tizedénél (12,0 százalék) irányít. Az inkább 20-30-as éveiben járókból álló vezetőség a válaszadók 22,7 százalékánál jelentkezik. A vállalkozások 5,3 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a menedzsmentjük korosztálya nagyon vegyes. (38. ábra)



38. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének életkor-csoport szerinti megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A továbbiakban a mintában szereplő vállalkozások stratégia készítési szokásait vizsgáltam. A válaszadók valamivel több mint fele nyilatkozta azt, hogy készít szervezeti és működési szabályzatot (SZMSZ) és üzleti tervet. Az előbbi esetében a számviteli törvény értelmében akár mulasztási bírsággal sújtható az a gazdálkodó szervezet, amelyik nem készíti el az előírt szabályozásokat, így a válaszok tekintetében az elvárt eredmények elmaradtak. Az üzleti terv esetében elmondható, hogy sok esetben pályázati előírás alapját képezi ennek megléte, így e tekintetben is magasabb arányt vártam az igen válaszok esetében. A stratégiai terveket tekintve a pénzügyi stratégia elkészítését erősítették meg nagyobb arányban a vállalkozások, de a viszonyszám esetükben is csupán 0,48 volt. Innovációs stratégiát a vállalkozások valamivel több mint egyharmada készített, a viszonyszám az igen válasz esetében 0,38 volt. (10. táblázat)

10. táblázat: A válaszadók stratégiai tervek készítése kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)





III.1. Vállalkozása rendelkezik-e a következő tervekkel:	igen	nem	megoszlás
a) szervezeti és működési szabályzat	0,53	0,47	
b) üzleti terv	0,57	0,43	
c) stratégiai terv	0,32	0,68	
d) innovációs stratégia	0,38	0,62	
e) pénzügyi stratégia	0,48	0,52	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az innovációs stratégia kapcsán az elemzésből kiderül, hogy azok a vállalkozások, akik készítenek ilyen stratégiát, jellemzően évente nem vizsgálják meg újra azt (nem válaszok viszonyszáma 0,59). Erősebb az összefüggés a tekintetben, hogy az innovációs stratégiát a vállalkozás vezetője (0,77 viszonyszám) készíti, alacsonyabb viszonyszám (0,53) jellemezte azt a választ, hogy a menedzsment állítja össze az írásos formában elkészült stratégiai elképzelést.

Elhanyagolható viszonyszámot (0,12) kapott az a kérdés, hogy külső szakember által készül el ez a stratégiai terv. (11. táblázat)

11. táblázat: Az innovációs stratégia kapcsán kapott válaszok viszonyszámai, (n=77) (2017)

III.2. Ha rendelkezik innovációs stratégiával, akkor:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) évente felülvizsgálják	0,41	0,59	
b) vállalkozás vezetője készíti	0,77	0,23	
c) menedzsmenst készíti	0,53	0,47	
d) külső szakember(ek) készíti	0,12	0,88	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A leíró statisztikai módszerekkel elvégzett elemzések azt mutatják, hogy a válaszadó észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások több mint fele (60,5 százalék) 14-27 éve működik. A vizsgált vállalkozói szektorban a vezetők nagyobb hányada (56,2 százalék) 50 év feletti, közülük a többség a 60 éves koron is túl van. A vezetőkre továbbá jellemző, hogy diplomával vagy diplománál magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek (64,8 százalék). A vállalkozások működését irányító menedzsmenst munkatársai többségében (60,0 százalék) a 40-50 éves korosztályhoz tartoznak, és további 12,0 százalékukra jellemző, hogy inkább 60 éves kornál idősebbekből áll. A menedzsmenst iskolai végzettségére jellemző, hogy többségében diplomával rendelkeznek. A vizsgált vállalkozói körben a nyelvismeret kapcsán elmondható, hogy egynegyedük egyáltalán nem, vagy csak alig beszél valamilyen idegen nyelvet. A tervezés, stratégia alkotás kapcsán ezeknek a vállalkozásoknak valamivel több mint a fele készíti a vállalkozás működéséhez szükséges tervdokumentációkat, szabályozásokat (pl. SZMSZ, üzleti terv), stratégiát (általános, innovációs és pénzügyi) pedig jellemzően a vállalkozások egyharmada készíti. Ha készítenek innovációs stratégiát, akkor azt döntő többségben a vezető készíti el, azonban annak rendszer felülvizsgálata már nem jelenik meg a vállalkozások működésében.

Az elemzéseket folytatva a továbbiakban a vállalkozások más vállalkozásokkal történő együttműködési szokásait elemeztem. A felmérés során a kérdőívben információkat gyűjtöttem be egyrészt az aktuális együttműködések meglétéről, valamint a válaszadók együttműködésről alkotott véleményéről. Az aktuális helyzet kapcsán igen és nem válaszlehetőség eredményeként ismét viszonyszámokat számoltam. (12. táblázat)

12. táblázat: A válaszadók más vállalkozások közötti együttműködése kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)

V.1. Vállalkozása tagja-e valamilyen vállalkozások közötti együttműködésnek?	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) egyesület	0,50	0,50	
b) szövetkezet	0,13	0,87	
c) klaszter	0,15	0,85	
d) egyéb vállalati együttműködés	0,21	0,79	





Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az általam felsorolt (egyesület, szövetkezet, klaszter és egyéb vállalati együttműködés) együttműködő partnerek közül a válaszadók körében a legnagyobb viszonyszámot az egyesület kapta, de annak értéke csupán 0,50 volt. A válaszadók fele tehát, egyesületek tagjai. A felmérés

későbbi kérdése kapcsán válik világossá, hogy sok esetben a vállalkozások nem csupán önként kapcsolódnak egy-egy egyesülethez, hanem szakágazati kötelezettség is előidézheti azt. (lásd később) Annak ellenére, hogy a szövetkezet (0,13), a klaszter (0,15) és az egyéb vállalati együttműködés (0,21) jelentősen hozzájárulhat a vállalkozások sikeres piaci szerepléséhez (pl. közös marketing, közös fejlesztés, beszállítói szerződéseknél hatékonyabb lobby lehetőség, stb.), ezek az együttműködési formák a válaszadók körében nem elterjedtek. (12. táblázat)

A mintában szereplő vállalkozások ugyan jellemzően nem élnek az együttműködési formákkal, a kutatásom során az együttműködésről alkotott véleményt és hajlandóságot tovább vizsgáltam. A vállalkozásokat arról kérdeztem, hogy szerintük a vállalkozások közötti együttműködések miben segítik a vállalkozásokat. Válaszlehetőségnek a profittermelést, a piac bővítést, a termelési hatékonyság növelését, valamint az információ szerzést adtam meg. A válaszlehetőségek közül az információszerzés viszonyszáma volt a legmagasabb (0,81), ezt követte a piac bővítésének lehetősége (0,61). A válaszadók közel azonos mértékben jelölték meg a profittermelést és a termelési hatékonyság növelésének lehetőségét. Mindenesetre az elemzés egyértelműen igazolta, hogy a válaszadó vállalkozások döntő többsége a vállalkozások közötti együttműködések kapcsán érez pozitív hozadékot. (13. táblázat)






13. táblázat: A válaszadók vállalati együttműködés előnyei kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)

V.2. Ön szerint a vállalati együttműködések segítik a vállalkozást a következőkben:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) profittermelés	0,41	0,59	
b) piac bővítése	0,61	0,39	
c) termelési hatékonyság növelésében	0,43	0,57	
d) információ szerzésben	0,81	0,19	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A válaszadók intézményekkel való együttműködésük kapcsán arról is nyilatkoztak, hogy melyikkel működnek együtt aktuálisan. A válaszok elemzéséből az derült ki, hogy az ipari és kereskedelmi kamarákkal a mintában szereplő vállalkozások közel kétharmada együttműködik, esetükben a viszonyszám 0,68 volt. Bár a kapott eredmény magas, mégis meglepő, hiszen a kamarai tagságot jogszabály⁴⁵ írja elő, így az élelmiszeripari vállalkozásoknak éves tagsági díj megfizetése mellett kamarai tagságot kell fenntartani. A legkisebb viszonyszámot (0,07) az Ipartestületek Országos Szövetsége kapta, esetükben a válaszadó vállalkozók nem jelölték meg együttműködést. (14. táblázat)

14. táblázat: A válaszadók intézményekkel történő együttműködésre adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)

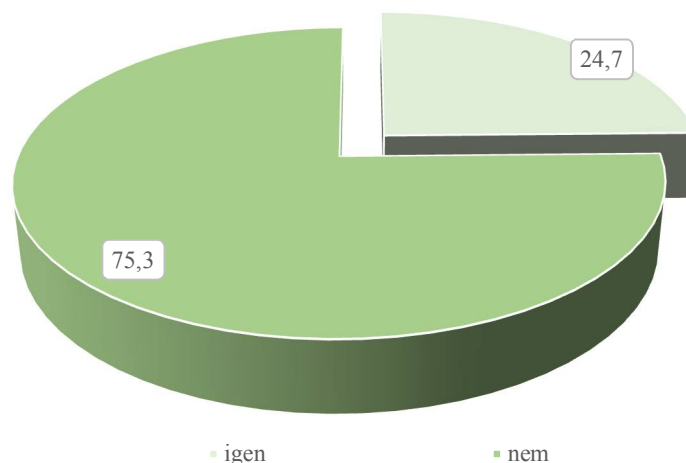
V.4. Vállalkozása együttműködik-e az alábbi intézmények valamelyikével:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) ipari és kereskedelmi kamarák	0,68	0,32	
b) Ipartestületek Országos Szövetsége (IPOSZ)	0,07	0,93	
c) felsőoktatási intézmény	0,41	0,59	
d) kutató intézet	0,43	0,57	
e) egyéb szakmai szervezet	0,46	0,45	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

⁴⁵ 2012. évi CXXVI. törvény a Magyar Agrár-, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Kamaráról: A törvény hatálybalépését követően létrejövő egyéni és társas vállalkozások a bejegyzésüket követő 5 napon belül, a már működő vállalkozások pedig a hatálybalépést követő 60 napon belül, legkésőbb 2012. március 1-ig kötelesek a székhely szerinti területi kereskedelmi és iparkamaránál a nyilvántartásba vételüket kezdeményezni.

Közel azonos viszonyzámmal jelentkezett együttműködés a felsőoktatási intézmény (0,41), kutató hely (0,43) és egyéb szakmai szervezet (0,46) esetében. Ennek tükrében megállapítható, hogy a vállalkozások kevesebb mint fele a tudásközpontok tudástranszferálási képességével jellemzően alig él. Az egyéb szakmai szervezetek esetében megjelölt intézmények jellemzően a szakágazat specifikációjához voltak köthetők, mint ilyen: Pékszövetség, Gabona- és Takarmány Szövetség, Hegyközség, Szőlő és Bor Termelői Csoportok Országos Szövetsége, Fűszerpaprika Terméktanács, Élelmiszerfeldolgozók Országos Szövetsége, stb. (14. táblázat)

A vállalati együttműködésekkel kapcsolatos kérdéskörben arról is gyűjtöttem be adatot, hogy a vállalkozások mit gondolnak arról, hogy más vállalkozással együtt végezzenek innovációt. A feltáró jellegű interjúsorozat alkalmával, a vállalkozások vezetői arról számoltak be, hogy számos jó példát hallottak már arra vonatkozóan, hogy vállalkozások együttműködtek fejlesztések, közös beszállítói lobby, közös marketing tevékenység kapcsán. Egyúttal arról is tájékoztatást adtak, hogy a bizalmatlanság nagy mértékű, így bizonyos feltételek mellett tudnának csak elképzelni sikeres együttműködést más vállalkozásokkal, intézményekkel. A kauzális kutatás során fontosnak tartottam ennek a kérdéskörnek a vizsgálatát. A kutatás során a válaszadók több mint háromnegyede (75,3 százalék) nyilatkozott úgy, hogy végezne innovációt más vállalkozással. (39. ábra)



39. ábra: A válaszadók a más vállalkozásokkal végzett innovációs hajlandóságára adott válaszok megoszlása, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A válaszadókat arra kértem, amennyiben el tudják képzelni, hogy más vállalkozásokkal együtt folytassanak innovációs tevékenységet, írják le, hogy milyen feltételek mellett látják biztosítottak az együttműködést. A válaszadók több általuk gondolt feltételt fogalmaztak meg. A gondolatok összegzésekor 18 feltételt különítettem el. Az egyes feltételek mellett jelöltem, hogy hány válaszadónál jelentkezett ugyanaz a gondolat. A legtöbben (16 vállalkozás) az „**előre meghatározott, világos, átlátható, írásban rögzített szabályok**” fontosságát jelölték meg. Szintén magas számban (9 fő) jelentkezett a válaszok között az „**igazságos munkamegosztás**” feltétele. Hasonló számban jelölték meg a „**felek egyenrangúsága**” és az „**átlátható költségterv, gazdasági megvalósíthatósági tanulmány**” fontosságát. Ezek mellett számos feltételi javaslatot fogalmaztak még meg a válaszadók: közös pályázatírás, közös értékesítés, közös marketing, közös gépbszerzés, közös K+F. Két válaszadó megfogalmazta a „világos, átlátható célok” fontosságát. Két válaszadó úgy gondolta, hogy az együttműködés során fontos, hogy a felek ne közös piacon működjenek. Érdekességként kiemelem, hogy egy válaszadó az állami szerepvállalás fontosságát is megfogalmazta az együttműködés egyik feltételének. A teljes listát a 15. táblázat mutatja be.

15. táblázat: A válaszadók a vállalkozások közötti közös innováció kapcsán tett javaslataik (egy-egy javaslatnál jelöltem a javaslattevők számát), 2017

	Válaszadók száma	
1	Előre meghatározott, világos, átlátható, írásban rögzített szabályok.	16
2	Igazságos munkamegosztás.	9
3	A felek legyenek egyenrangúnak.	7
4	Átlátható költségterv, gazdasági megvalósíthatósági tanulmány.	6
5	Közös pályázatírás.	4
6	Közös értékesítés, marketing.	4
7	Közös gépbeszerzés	3
8	Közös K+F (bérmunka)	3
9	Világos, átlátható célok.	2
10	Ne azonos piacon működjenek a felek. Piac megosztással.	2
11	Közös termelő egység kialakítása.	2
12	Vertikális együttműködés: beszállító-feldolgozó-végtermékelőállító-kereskedő	2
13	Szakmai felkészültség, elkötelezettség.	2
14	Közös márka kialakítás.	1
15	Egymásra épülő fejlesztés.	1
16	Állami szerepvállalás legyen.	1
17	Konzorcium formájában.	1
18	Kölcsönös előnyök.	1

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Folytatva a leíró statisztikai módszerekkel történő eredménybemutatót, a vállalkozások közötti együttműködések vizsgálata kapcsán a következő megállapításokat tettem. A vizsgált élelmiszeripari vállalkozói szegmens jellemzően nem vett részt vállalkozások közötti együttműködésben az elmúlt évtizedben. A számított viszonyszám az egyesülettel történő együttműködés esetében mutatkozott az átlagtól magasabbnak (0,50), azonban megállapítható, hogy az együttműködést leginkább jogszabályi környezeti hatás váltotta ki. A válaszadók tudatában vannak az együttműködések pozitív hozadékaival, leginkább azt az információszerzésben, a piac bővítésének lehetőségében látják, de nem elhanyagolható viszonyszámokat kaptam a profittermelés és termelési hatékonyság növelése is. Az élelmiszeripari vállalkozások az eredmények tükrében nem éltek a tudásközpontok (felsőoktatási intézmény, kutatóhely) tudástransferálási képességével, azokkal döntő többségben nem működtek együtt. Mind ezek ellenére a válaszadók együttműködési hajlandósága meglehetősen magas (75,3 százalék) annak kapcsán, hogy innovációt más vállalkozással közösen végeznének. A közösen végzett innovációs tevékenységet azonban szigorú feltételekhez kötik, jellemzően megjelölték az „előre meghatározott, világos, átlátható, írásban rögzített szabályok” fontosságát.

Az elemzéseket továbbra is leíró statisztikai módszerekkel folytattam. További elemzésem célja a megvalósult innováció ötletforrásának feltérképezése volt. A felmérés során fontosnak tartottam, hogy ezt a kérdéskört az innováció – tárgya szerinti– típusai szerint kérdezzem meg a megcélzott vállalkozói szegmensben, hiszen feltételezésem szerint máshonnan eredhet az ötletet egy termék vagy épp egy marketing típusú innováció esetében. Így a kérdőíves lekérdezés által nyert minta lehetővé tette, hogy a termék/szolgáltatás⁴⁶, a marketing (mint folyamat) és a szervezeti innovációk esetét külön-külön vizsgáljam. A kérdőívben hét válaszlehetőséget soroltam

⁴⁶ Tekintettel arra, hogy az élelmiszeripar jellegéből adódóan elsősorban terméket állít elő, a későbbiekben a termék kifejezést használom.

fel a szakirodalmból és a feltáró kutatás során lefolytatott interjúkból nyert információk alapján. Ezek a következők voltak: beszállítótól, tudásközponttól, médiából, szakkiállításról, fogyasztótól, saját szakembertől/alkalmazottól.

A termékinnováció esetében a vállalkozások válasza alapján az ötletforrás elsősorban a fogyasztó (0,84). Közel azonos viszonyszámot kapott a saját szakember/alkalmazott (0,82), azaz a válaszadók szintén jelentős hányada őket tartja a megvalósított termékinnováció ötletgazdáinak. Az eredmények nem meglepőek. A kutatásom feltáró szakaszában felkeresett vállalkozások arról számoltak be, hogy rendszeresen követik a fogyasztói igényeket, sokszor azok alapján hozzák meg a fejlesztéssel kapcsolatos döntéseiket. Emellett arról is beszámoltak, hogy a fogyasztói vélemények jellemzően a kereskedelmet bonyolító partneren (külső partner és/vagy belső munkatárs) keresztül jut el hozzájuk. Ez magyarázatot ad arra, hogy a két ötletforrási lehetőség viszonyszámai ennyire közel állnak egymáshoz. A vizsgált vállalkozói csoportban a termékinnováció kapcsán a szakkiállításról (0,68) és a médiából (0,53) beszerzett ötletek is magasabb arányban kerültek megjelölésre. Azonban, mint korábban is megállapítást nyert, a vizsgált vállalkozói kör a tudásközpontok információbázisait nem hasznosítja, az onnan eredő termékinnováció ötlet csupán 0,12 viszonyszám értéket kapott. (16. táblázat)

16. táblázat: A válaszadók termékinnováció ötletforrása kapcsán adott válaszaik viszonyszámai, (n=77) (2017)

IV.6.1. Termék/szolgáltatás innováció esetén az ötlet:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) beszállítótól	0,42	0,58	
b) tudásközponttól	0,12	0,88	
c) médiából (újság, internet, stb.)	0,53	0,47	
d) szakkiállításról	0,68	0,32	
e) fogyasztótól	0,84	0,16	
f) saját szakembertől / alkalmazottól	0,82	0,18	
g) egyéb	0,36	0,64	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A marketing innováció kapcsán az ötlet forrásának megjelölésekor a legmagasabb viszonyszámot a saját szakember/alkalmazott (0,78) kapta. Emellett szintén magas értékkel szerepel a média (0,73) mint ötletforrás. Összefüggést ezek kapcsán is lehet találni, hiszen a vállalkozásvezetők elmondásai értelmében a médiában fellelhető információkra sok esetben egy munkatárs, adott esetben a marketinges munkatárs hívja fel a figyelmet. Fontos kiemelni a szakkiállítások szerepét még akkor is, ha a viszonyszám esetükben alacsonyabb (0,63) volt, hiszen ezeken a rendezvényeken jellemzően nem csupán marketing, hanem más típusú innovációs ötlettel is találkozhatnak ezek a vállalkozások (lásd termékinnováció kapcsán a szakkiállítás 0,68 viszonyszám értékkel szerepelt). (17. táblázat)

17. táblázat: A válaszadók marketing innováció ötletforrása kapcsán adott válaszaik viszonyszámai, (n=77) (2017)

IV.6.2. Marketing innováció esetén az ötlet:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) beszállítótól	0,25	0,75	
b) tudásközponttól	-	1,00	
c) médiából (újság, internet, stb.)	0,73	0,27	
d) szakkiállításról	0,63	0,37	
e) fogyasztótól	0,57	0,43	
f) saját szakembertől / alkalmazottól	0,78	0,22	
g) egyéb	0,29	0,71	

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A marketing innováció esetében az eredmények tükrében elmondható, hogy a fogyasztónak (0,57) nincs markánsan befolyásoló szerepe úgy, mint a termékinnovációnál. Az interjúkból nyert információk alapján a marketing esetében a fogyasztó leginkább a csomagolás kialakítására gyakorol hatást. (17. táblázat)

Végül a **szervezetinnováció esetében** vizsgáltam az ötletforrást. Ennél az innováció típusnál meglehetősen egyértelmű eredmény rajzolódott ki, a **saját szakember/alkalmazott 0,83 viszonyszámmal került megjelölésre**. Ezek az élelmiszeripari vállalkozások jellemzően mikro méretűek, emellett családi jelleggel szerveződnek. Esetükben a pénzügyi forrástól függetlenül a szervezet ki-/átalakítását saját elképzelésüket követően valósítják meg. (18. táblázat)

18. táblázat: A válaszadók szervezet innováció ötletforrása kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)

IV.6.3. Szervezet innováció esetén az ötlet:	<i>igen</i>	<i>nem</i>	<i>megoszlás</i>
a) beszállítótól	-	1,00	
b) tudásközponttól	0,10	0,90	
c) médiából (újság, internet, stb.)	0,20	0,80	
d) szakkiállításról	0,43	0,57	
e) fogyasztótól	-	1,00	
f) saját szakembertől / alkalmazottól	0,83	0,17	
g) egyéb	0,39	0,61	

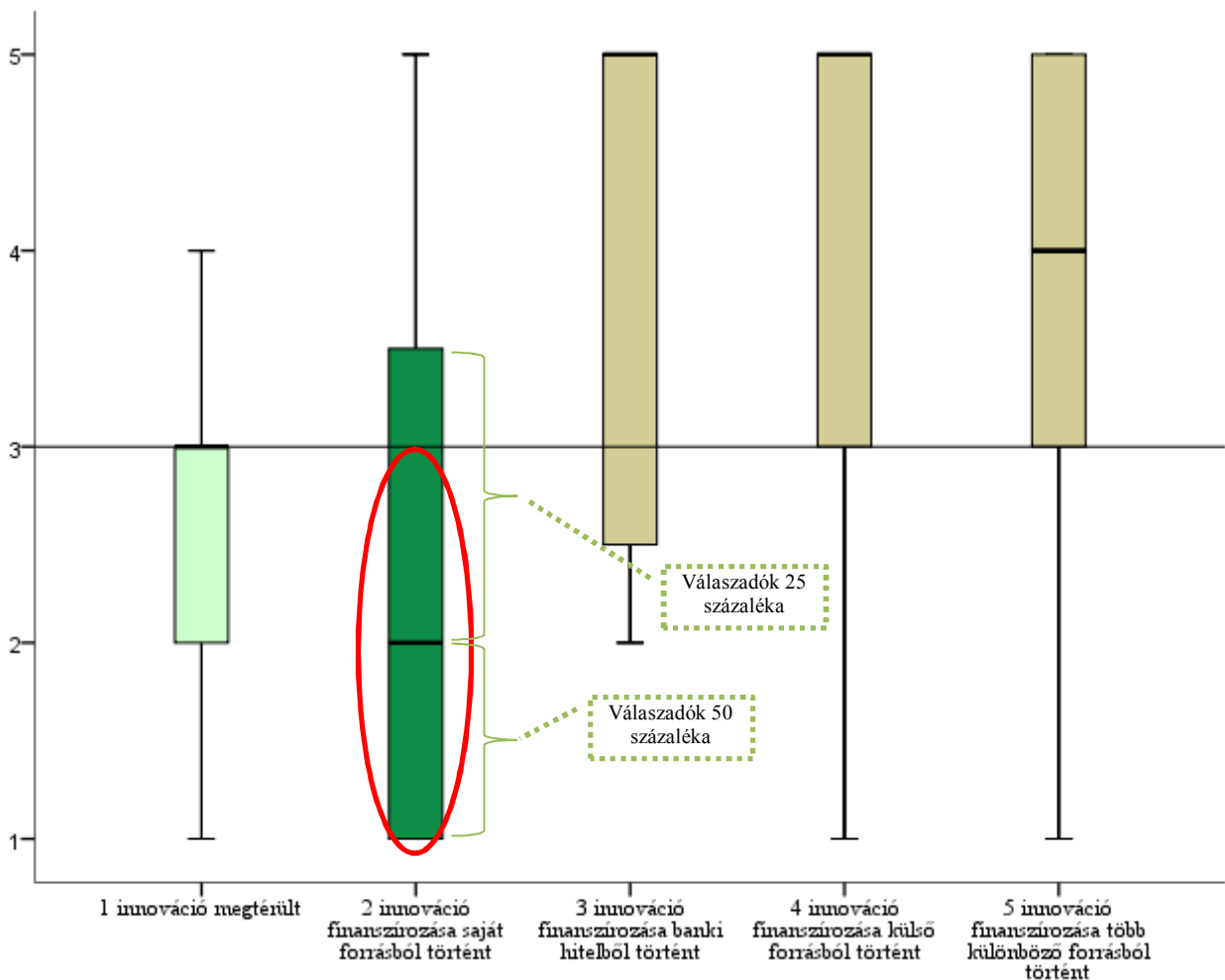
Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A mintában szereplő vállalkozások által megvalósított innovációk ötleteinek forrása kapcsán megállapítottam, hogy a különböző innováció (termék, marketing, szervezet) típusoknál eltérés mutatkozott. A válaszadók a termékinnováció esetében döntően a fogyasztót (0,84) jelölték meg ötletgazdának, de közel azonos viszonyszámmal a saját szakember (0,82) is az innováció ötletének adójának minősült. A közeli eredmények életszerű magyarázata leginkább abban rejlik, hogy a fogyasztóktól származó információt legtöbb esetben a kereskedelemmel foglalkozó munkatárs továbbítja (interjúkon elhangzottak alapján) a vállalkozás vezetői felé. A marketing innováció esetében az elemzések leginkább a saját szakembertől (0,78) származó ötletek megvalósítását igazolták. Ez esetben magas arányszámot kapott a média (0,73) mint ötletforrás is. Szintén az interjúk során begyűjtött információkra hivatkozok azon megállapításom kapcsán, hogy a vállalkozásoknál a médiában fellelhető ötletek valamely munkatárs által kerültek továbbításra. Fontosnak tartom megemlíteni, hogy mindkét innováció típusnál – bár nem dominánsan – hasonló megoszlási értékek jelentkeztek a szakkiállítás esetében. A vállalkozások sok esetben ezeket a rendezvényeket kiállítóként és látogatóként is felkeresik, és az interjúkból kiderült, hogy a látogatás céljától függetlenül számtalan információt nyernek az ott látottakból, hallottakból. A szervezet innovációnál egyértelmű eredményt kaptam, miszerint ezek a vállalkozások, ha foglalkoznak is a fejlesztés ezen lehetőségével, azt leginkább a saját szakemberük ötlete nyomán teszik meg.

A kérdőíves megkérdezés további részében kitértem a megvalósított innováció finanszírozására. Az adatgyűjtés célja az volt, hogy a finanszírozás forrását feltérképezem a válaszadók körében. A megkérdezettek 5-ös Likert-skála segítségével adhatták meg válaszukat arra vonatkozóan, hogy milyen forrásból finanszírozták a megvalósított innovációt. A forrás megjelölését azzal kezdtem, hogy kértem a vállalkozókat, ítélik meg mennyire térült meg az innováció. Ezt követően pedig arra kértem ezeket a vállalkozásokat, hogy jelöljék meg, hogy saját

forrás, banki finanszírozás, külső forrás, illetve több/különböző forrás segítette az innováció megvalósítását. A skálaérték értelmezéséhez segítségül megneveztem, hogy az 1 teljes mértékben, illetve az 5 egyáltalán nem segítette az innováció megvalósulását.

A begyűjtött adatok értelmezéséhez elsőként a válaszokat box-plot diagramon jelenítettem meg. A 40. ábra segítségével jól szemléltetem az eredményt. Az innováció megtérülése kapcsán a válaszadók döntően egyetértenek abban, hogy az innováció megtérült. Az ábrán az is jól látszik, hogy az innováció finanszírozásának forráslehetőségei közül a saját forrás kategória esetében olvasható ki az, hogy a válaszadók többsége (a box-plot értelmezése tükrében több mint 50 százalék) arról nyilatkozott, hogy az innovációt saját forrásból finanszírozta. Ez utóbbi állítást megerősíti a másik három (banki hitel, külső forrás, különböző forrás) finanszírozási forrás esetében kapott eredmény, ahol a válaszok túlnyomó részben a kevésbé vagy nem jellemző skálaértéken kerültek megjelölésre. (40. ábra)



40. ábra: Az innováció finanszírozásának forrása kapcsán adott válaszok boxplot diagramos megjelenítése, 2017

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az eredmények box-plot szemléltetésének értelmezése a kutatási kérdés megválaszolását jelentősen elősegítette. A pontosabb eredmény elérése érdekében az elemzést tovább folytattam a finanszírozási lehetőségek skálaérték válszainak átlagolásával. Az innováció megtérülése kapcsán a kapott átlagérték 2,6 volt, aminek értelmezését tekintve megállapítottam, hogy a megvalósított innováció esetében a vállalkozások inkább úgy gondolják, hogy a befektett forrás megtérült. Az innováció finanszírozása kapcsán a saját forrás kategória 2,3 skálaérték-átlagot kapott, ami értelmében elmondható, hogy a vállalkozások a fejlesztéseket leginkább saját forrásukból

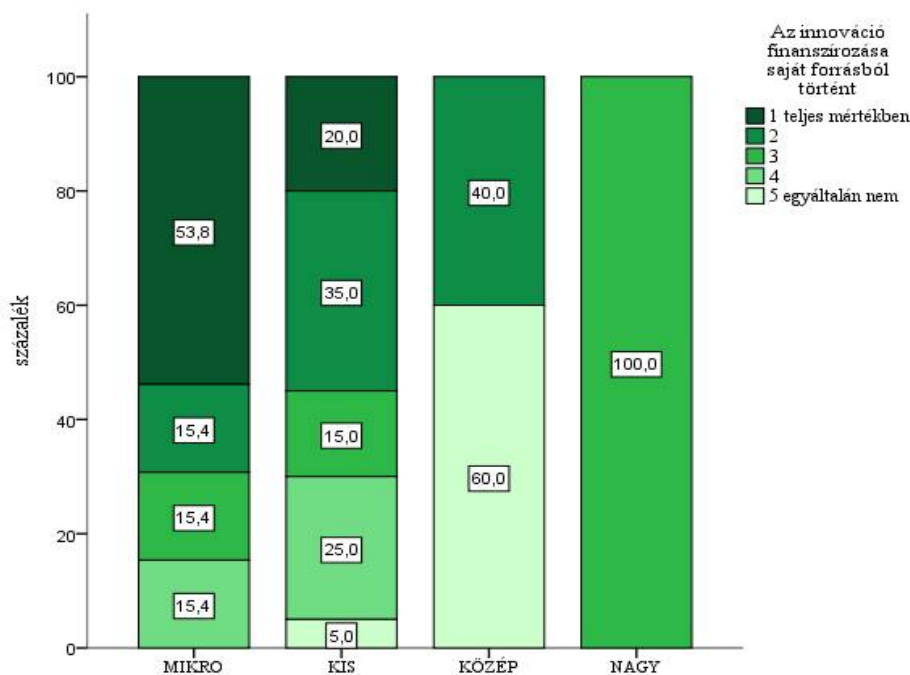
fedezték. A banki hitel (3,96), a külső forrás (4,1), a több forrás (3,9) válaszlehetőségek közel azonos és inkább a nem jellemző (5=egyáltalán nem) skálaérték értelmezéséhez közelítettek. (19. táblázat)

19. táblázat: Az innováció finanszírozásának forrása kapcsán adott válaszok átlagos értéke, 2017

VI.2. Ha valósított meg innovációt, akkor arra mennyire volt igaz:					
	1 innováció meg- tértült	2 innováció fi- nanszírozása sa- ját forrásból tör- tént	3 innováció fi- nanszírozása banki hitelből történt	4 innováció fi- nanszírozása külső forrásból történt	5 innováció fi- nanszírozása több különböző forrás- ból történt
Átlag	2,57	2,29	3,95	4,05	3,86
n	66	65	61	63	62
Szórás	1,146	1,081	1,284	1,224	1,252

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A kutatásom feltáró mélyinterjúk szakaszában a vállalkozások több esetben arról számoltak be, hogy tapasztalataik szerint az élelmiszeripari mikro- és kisvállalkozások a pénzügyi és más befektetők számára nem jelentenek atraktív befektetési területet. Ez a gondolat motivált, hogy az innováció finanszírozási forrása kapcsán kapott eredményt – miszerint a vállalkozások jellemzően saját pénzükből fedezik a fejlesztéseket – keresztábra elemzéssel megvizsgáljam a vállalkozások mérete (mikro, kis, közép, nagy) tükrében. Az elemzés során azt vizsgáltam, hogy a vállalkozás mérete mennyire befolyásolja azt, hogy az innovációt milyen mértékben fedezi saját forrás. (41. ábra)



41. ábra: Az innovációt saját forrásból megvalósított vállalkozások méret szerinti megoszlása (%) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A lefutott keresztábraelemzés eredményeként összefüggés igazolódott. A Khí-négyzet próba szignifikancia szintje 0,000, azaz az 5 százalékos elfogadási érték alatt volt, ami a kapcsolat meglétét igazolta. A kapcsolat erősségét a Cramer V asszociációs együtttható számításával vizsgáltam, ami a 46,9 százalékkértékkel egy inkább erős kapcsolatra utalt. (M.8.1. melléklet) Az

eredmények arra engedtek következtetni, hogy a vállalkozások minél kisebb méretűek, annál inkább jellemző volt, hogy az innovációt saját forrásból finanszírozták.

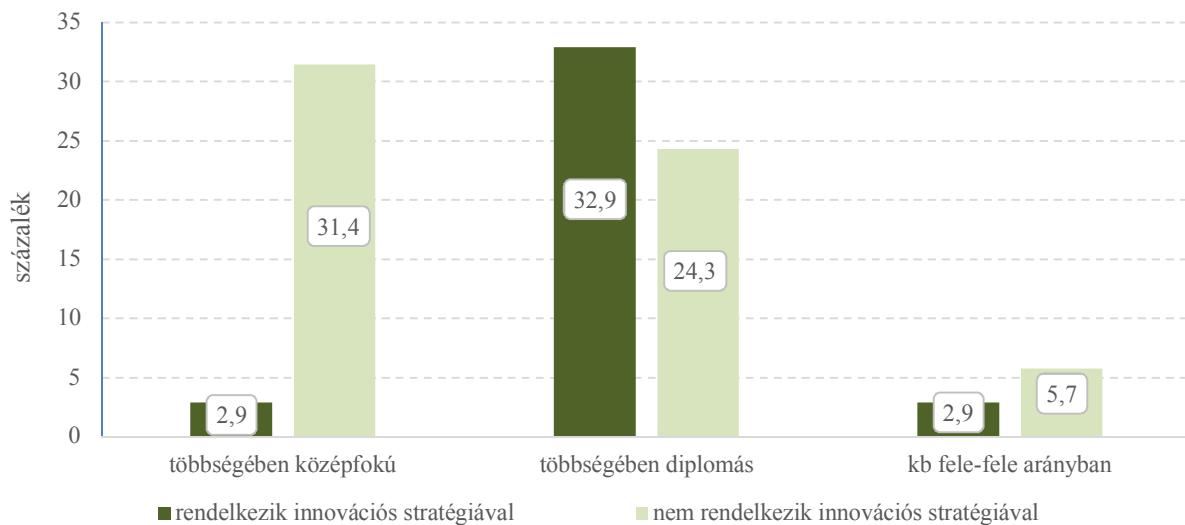
A vizsgált élelmiszeripari vállalkozások által megvalósított innovációk finanszírozását vizsgálva az elemzések arra mutattak rá, hogy a válaszadó vállalkozások elsősorban saját forrásból fedezték fejlesztéseiket és nem igazán éltek pénzügyintézetek által kínált hitellehetőségekkel, más külső források (akár befektetők) bevonásával. Az összefüggés vizsgálatok azt igazolták, hogy minél kisebb egy vállalkozás mérete, annál inkább jellemző volt, hogy a vállalkozások külső finanszírozást nem alkalmaztak a fejlesztés megvalósítása során. Ennek okainak feltérképezése újabb kutatási kérdés(ek)e)t jelölt meg, amit jelen kutatásom során célirányosan nem vizsgáltam. Azonban a szakirodalmi feltárás, valamint a mélyinterjúk során elhangzott információk alapján arra következtetek, hogy a KKV-k nem rendelkeznek elegendő tudással és szakértelemmel ahhoz, hogy ötleteik megvalósításához (elsősorban finanszírozásához) partnereket (pénzügyintézeteket, befektetőket, stb.) nyerjenek meg.

A továbbiakban azt kívánom vizsgálni, hogy a válaszadó vállalkozások vezetőjének, valamint menedzsmentjének iskolai végzettsége hogyan és milyen mértékben befolyásolja a vállalkozás innovációs teljesítményét. A korábban végzett leíróstatistikával készült elemzések arra mutattak rá, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében a felmérésben résztvevő vállalkozások vezetőinek nagyobb hányada (56,2 százalék) (37. ábra) 50 év feletti, és diplomával vagy annál magasabb végzettséggel rendelkezik. A menedzsment ennél valamivel fiatalabb korosztállyal jellemezhető, (60,0 százalék) (38. ábra) inkább a 40-50-es éveiben járókból áll, és valamivel több mint fele arányban szintén legalább diplomával rendelkezik. Mind ezek az információk ugyan informatívak, de arra nem mutatnak rá, hogy a tudás milyen területen, milyen távlatban került megszerzésre, az milyen módon és gyakorisággal válik aktuálissá. A kutatásom során azt vizsgálom, a meglévő információk alapján milyen kapcsolat mérhető a képzett vezetőség és az innováció aktivitás között. A kérdés megválaszolása céljából keresztáblaelemzést futtattam le azokra a kérdésekre, amik a vezető és menedzsment iskolai végzettségére, az innovációs stratégia készítésére, valamint a múltban megvalósított innovációra vonatkoztak.

Az innovációs stratégia készítése esetében a vizsgálat a vezető és a menedzsment külön-külön történő elemzésénél is kapcsolatot igazolt. A vezető esetében az iskolai végzettség és a fejlesztésre vonatkozó írásos terv megléte között a Khí-négyzet próba az 5 százalékos szignifikancia elfogadási érték alatt maradt, 1,6 százalék volt, a Cramer V asszociációs együttható (38,0 százalék) pedig egy kevésbé erős kapcsolat mutatott (M.8.2. melléklet). A menedzsment kapcsán ugyanez a vizsgálat 0,00 százalékos szignifikáns összefüggés igazolódott a Khí-négyzet próba eredményeként, és a Cramer V együttható (46,9 százalék) is markánsabb kapcsolatra utalt (M.8.3. melléklet). Az eredmények alapján megállapítottam, hogy minél magasabb iskolai végzettsége van a vállalkozás vezetőjének, valamint menedzsmentjének, annál inkább jellemző, hogy innovációs elképzelésüket, szándékukat írásos formában rögzítik, azt innovációs stratégiai tervként kezelik. (42. ábra)

Az elemzéseket tovább folytattam és azt vizsgáltam következőként, hogy az iskolai végzettség tükrében milyen válaszokat adtak a vállalkozások az innováció megvalósulása kapcsán. Az elemzések azt igazolták, hogy a középfokú, a felsőfokú szakképzéssel, diplomával vagy annál magasabb végzettséggel rendelkezők válaszai hasonlóan alakultak. A vezető és menedzsment tekintetében egyaránt elmondható, hogy szignifikáns kapcsolat nem igazolódott (Khí-négyzet próba eredményei rendre 5 százalék felett voltak) a tekintetben, hogy az iskolai végzettség

befolyásolná azt, hogy a vállalkozás valósított meg az elmúlt évtizedben innovációt, valamint azt sem, hogy a megvalósítás esetében az innováció milyen típusával foglalkozott.



42. ábra: Az írásos formában innovációs stratégia megléte a válaszadók menedzsmentjének iskolai végzettsége tükrében (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Bár feltételezésemet az elemzések nem igazolták, hogy a képzettebb vezetőség az innovációt nagyobb aktivitással valósítja meg, de az elemzések újszerű eredményre mégis rámutattak. Az innovációs stratégia kapcsán megállapítottam, hogy matematikailag igazolható összefüggés volt a vezetőség végzettsége és az írásos terv elkészítése között. Ez az eredmény arra ösztönzött, hogy az innovációs stratégia jelentőségét is megvizsgáljam. Az eredmények azt mutatták, hogy azok a vállalkozások, amik írásos formában készítettek innovációs tervet, a megvalósított innovációk körében megjelölték az új piacok és az új megoldások keresését. Az új piacok esetében a Khí-négyzetpróba eredményeként 4,6 százalékos szignifikancia szint igazolódott, ami a kapcsolat meglétét tényszerűvé tette. Ennek a kapcsolatnak az erősségét vizsgálva a Cramer V asszociációs együtthatót is kiszámoltam, ami 23,6 százalékot mutatott, így nagyon erős kapcsolat nem igazolódott. Az új megoldások keresése esetében a kapcsolat 0,2 százalékos szignifikancia szinten jelentkezett a Khí-négyzet próbával, valamint a Cramer V együttható (38,0 százalék) is előbbiektől valamivel erősebb kapcsolatra utalt.

A vizsgált vállalkozói körben a vezető és a menedzsment képzettsége (iskolai végzettsége, nyelvismerete) kapcsán végzett elemzések azon feltételezésemet nem igazolták, hogy a képzettebb vezetőséggel működő vállalkozás innovációs aktivitása (innováció megvalósítása, innováció jellege) jelentősebb. A válaszadók vezetőségének iskolai végzettségétől függetlenül alakult az, hogy a vállalkozás az elmúlt 10 évben valósított meg innovációt, valamint a megvalósított innováció típusára adott válaszok is homogén megoszlásban jelentek meg a képzettség tükrében. A vezetőség iskolázottsága az elemzések eredménye tükrében kizárólag az innovációs stratégia elkészítését befolyásolta matematikailag kimutatható mértékben. Ebből arra lehet következtetni, hogy minél képzettebb a vezető és a menedzsment, annál inkább jellemző, hogy készül írásos formában fejlesztési terv. Az innovációs stratégia meglétének jelentősége kérdéseket vetett fel. Erre vonatkozóan elemzéseket futtattam le, ami azt igazolta, hogy a tervek megléte esetében a vállalkozások nagyobb aktivitással foglalkoztak új piacok és új megoldások keresésével. Azonban ez utóbbi megállapítás jelentősége más jellegű vizsgálatokat igényel, így ennek hasznosságát jelen helyzetben megítélni nincs lehetőségem.

4.3. Harmadik hiptézis: Az innováció akadályára irányuló vizsgálata

H(3) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya akadályozza.

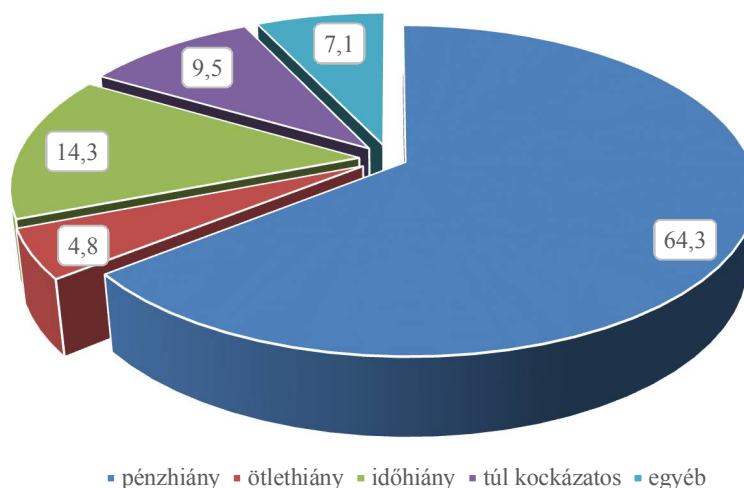
H(3a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k tőkeáttételi és likviditási szempontból nem tudják biztosítani a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrást.

Az élelmiszeripari vállalkozások körében végzett kutatói és egyéb szakmai munkám során több esetben találkoztam azzal a véleménnyel, hogy „nincs pénz az innovációra”. A feltáró jellegű kutatás alkalmával készített interjúk megerősítettek abban az elhatározásomban, hogy az innovációt gátló tényezőket közelebbről megvizsgáljam, a kérdőívvel felkeresett vállalkozókat megkérdeztem az innovációt gátló és elősegítő tényezőkről alkotott véleményükről.

A következőkben a kérdőíves megkérdezés során begyűjtött adatokat elemeztem abból a célból, hogy a válaszadók szubjektív véleményét bemutassam az innovációt gátló és elősegítő tényezők, valamint a pénzügyi helyzetük kapcsán. Ezt követően a vizsgálatok a NAV adatbázisra támaszkodva mutatják be az Észak-magyarországi régióban működő élelmiszeripari vállalkozások pénzügyi helyzetét likviditási és tőkeáttételi jellemzők alapján.

Kérdőíves adatgyűjtés feldolgozása

A kérdőíves felmérés során a megkeresett vállalkozókat az innovációt gátló tényezők kapcsán elsőként arról kérdeztem, hogy tevékenységük során mi miatt nem valósítottak meg innovációt. A válaszlehetőségek a következők voltak: pénzhiány, ötlethiány, időhiány, túl kockázatos, egyéb. Az elemzés egyértelmű eredményt mutatott. A válaszadók 64,3 százaléka jelölte meg azt, hogy az innováció megghiúsulását a pénzhiány okozta. Ezt követte jelentősebb – bár jóval kisebb (14,3 százalék) – arányban az idő hiányának megjelölése. A válaszadó vállalkozások csupán 9,5 százaléka tartotta az innovációt túl kockázatosnak ahhoz, hogy megvalósítsa, valamint 4,8 százalék arra hivatkozott, hogy nem volt ötlete. Az egyéb kategóriát a vállalkozások 7,1 százaléka jelölte meg, azonban a kifejtéskor jóval kevesebben adtak szöveges véleményt. A leírt válaszok között a kereslethiány, érdekeltségvesztés, befektető hiánya jelent meg akadályozó tényezőként. (43. ábra)



43. ábra: Az innovációt gátló tényezők a válaszok megoszlása szerint, (n=77) (2017)

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A kérdőív későbbi részében ismét visszatértem az innovációt gátló tényezőkre vonatkozó adatgyűjtéshez, így egy külön kérdéscsoportot fogalmaztam meg erre vonatkozóan. A csoportban az innováció jellege szerint külön-külön vizsgáltam meg az innováció akadályaként megjelenő tényezőket, amire a válaszadók egy 5-ös Likert-skála segítségével adhatták meg válaszukat annak függvényében, hogy az adott gátló tényező számukra milyen mértékű volt. A skálaértékek értelmezéséhez segítséget nyújtottam, miszerint az 1-es a nagyon gátolja, az 5-ös pedig egyáltalán nem gátolja kategóriát jelölt. Az általam megnevezett akadályozó tényezők a következők voltak:

1. gazdaságpolitika
2. intézményi (szakhatóságok, tudásközpontok, stb.) környezet
3. vezetői képességek, szaktudás
4. időhiány
5. pénzügyi forrás
6. kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás
7. jogi környezet (sokszor egymásnak ellentmondó és gyakran változó jogszabályok)
8. piaci környezet
9. tudományos információ hiánya
10. piaci információ hiánya
11. bürokrácia
12. korrupció
13. adórendszer
14. állami döntések kiszámíthatatlansága

Az elemzésekhez a faktoranalízis módszertani eszközt választottam, ami lehetőséget adott arra, hogy a sok, nehezen kezelhető, ugyanakkor egymással korreláló változóból integrált mesterséges változókat állítsak elő. A lefuttatott elemzések során elsőként a jellemzően nagy korrelációs mátrixot ellenőriztem. Megvizsgáltam, hogy a kapott tábla adatai között elégséges abszolút értelemben vett magas 'r' érték, valamint nullához közeli szignifikancia szintet jelölő érték került megjelölésre. Ezt követően a minta megfelelőségének mérésére szolgáló KMO (Kaiser-Myer-Olkin) mutatót is kiszámoltam azzal a céllal, hogy az alapadatok faktoranalízis elvégzésére való alkalmasságát ilyen módon is megerősítsem. A módszertan alkalmazhatóságának ellenőrzését követően a vizsgálatokat abban az esetben folytattam, amikor megbizonyosodtam arról, hogy a kiinduló adatok alkalmasak a faktoranalízisre. A faktoranalízis elvégzéséhez a főkomponens módszert választottam, aminek a lényege, hogy azokat a faktorokat választjuk ki, amik a legtöbb varianciát magyarázzák. A kapott faktorokra a Varimax⁴⁷ rotálást alkalmaztam a faktorok sokkal könnyebb elemezhetősége céljából. A kapott faktorok áttekintése céljából a boxplot ábrázolást használtam, majd a faktorok pontosabb jellemzéséhez a válaszadók által megadott skálaértékek átlagát is kiszámoltam. Mindezek alapján a mintában szereplő vállalkozások véleményét szisztematikusan és a kutatási kérdés megválaszolását megcélózva mutatom be.

A **termék/szolgáltatás** (továbbiakban: termék) **innováció** esetében a 14 gátlótényező kapcsán kapott válaszokból álló adathalmaz a faktoranalízisre való alkalmasság ellenőrzése során megfelelőnek igazolódott. A korrelációs mátrix elgendő magas korrelációs együtthatót és megfelelő szintű szignifikanciát mutatott, a KMO mutató értéke 0,720 (megfelelő), a Bartlett-féle próba pedig szignifikáns (0,000) volt, miszerint a faktorokba rendezés lehetősége adott volt. A faktoranalízis lefuttatása eredményeként kapott varianciatábla adatai alapján öt faktort

⁴⁷ A Varimax rotálás a faktorok által magyarázott varianciát maximalizálja, és arányosabban elosztja azok között. A Varimax rotáció a faktormátrix leegyszerűsítését célozza meg, amely során az egy faktorra eső magas faktorsúlyú változók számát maximalizálja, azaz vagy nagyon erősen (pozitívan/negatívan), vagy egyáltalán nem korreláló változó-faktor párokat keres. A Varimax forgatás stabilabb és jobban szétválasztja a faktorokat a többi eljáráshoz képest, ami segít a faktorok értelmezése során. (Sajtos-Mitev, 2007)

választottam ki, amik a teljes variancia 70,9 százalékát magyarázták. (M.8.4. melléklet) A rotált faktor mátrixban a faktorsúly nagyság szerinti rendezés hatására a táblázat oszlopaiban felülről lefelé haladva könnyen kijelölhetőek voltak az abszolút értékben 0,5-nél nagyobb számok. Ez alapján az egyes faktorokhoz tartozó változókat azonos színnel jelöltem, ami jó láthatóvá tette a kapott öt faktort. (20. táblázat) A kapott faktorokat sorra elneveztem az alábbiak szerint: 1) Bürokrácia faktor, 2) Külső társadalmi környezet faktor, 3) Információ faktor, 4) Versenyhelyzet faktor, 5) Finanszírozás faktor.

20. táblázat: A termék/szolgáltatás innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)

IV. 8.1. Termékre/szolgáltatásra vonatkozó innováció esetén gátló tényező:	Komponensek (Faktorok)				
	1	2	3	4	5
11 bürokrácia	,888	,300	,123	,107	-,101
7 jogi környezet (sokszor egymásnak ellentmondó és gyakran változó jogszabályok)	,720	,048	,139	-,041	-,064
2 intézményi (szakhatóságok, tudásközpontok, stb.) környezet	,631	,208	-,063	-,208	,390
1 gazdaságpolitika	,025	,881	-,025	-,103	,111
13 adórendszer	,355	,834	-,002	,069	,015
14 állami döntések kiszámíthatatlansága	,438	,596	,039	-,348	-,129
9 tudományos információ hiánya	,124	,021	,812	,092	,213
10 piaci információ hiánya	,043	,000	,767	,093	-,234
6 kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	,140	-,229	,611	-,577	,114
3 vezetői képességek, szaktudás	-,430	,355	,441	,218	-,204
8 piaci környezet	,142	,077	,154	,717	,438
4 időhiány	-,102	-,285	,118	,716	-,104
5 pénzügyi forrás	-,106	-,055	-,013	,018	,874
12 korrupció	,468	,275	-,040	,183	,503

Extraktív módszer: Főkomponenselemzés; Rótációs módszer: Varimax Kaiser normalizálással;

a. A rotálás nyolc iterációval konvergálódott.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Bürokrácia faktor: Ebben a faktorban három gátlótényező került bele, amik sorra a 1) bürokrácia, a 2) jogi környezet és az 3) intézményi környezet voltak. A bürokrácia, mint gátló tényező jelentős (0,888) mértékben magyarázza a faktort. Az élelmiszeripari vállalkozásokat napjainkban nagy mértékű adminisztrációs feladat terheli. Amellett, hogy a vállalkozás általános működésével kapcsolatos teendőket (pl. könyvelés, számlázás, egyéb adatrögzítések) ellátják, az élelmiszer-biztonsági előírásoknak is meg kell felelniük, ami jelentős adminisztrációt von maga után (pl. élelmiszerbiztonsági rendszer, nyomkövetés biztosítása, stb.). A jogi környezet (0,720) ezeknek a jellemzően mikrovállalkozásoknak mára átláthatatlan. Az élelmiszerekre vonatkozó szabályozások is gyakran változnak (pl. jelölésekre vonatkozó előírások), amiknek sok esetben a kihirdetési és hatályba lépési ideje jelentősen nem tér el, így sok esetben nincs lehetőségük megfelelően tájékozódni és felkészülni ezekre a változásokra ezeknek a vállalkozásoknak. A faktorban kisebb faktorsúllyal (0,631), de megjelenik az intézményi környezet. A szakhatóságok (pl. ÁNTSZ, NÉBIH, munkaügy) szerepe változó megítélés alá esik a vállalkozók körében. Sokan ezekhez az intézményekhez automatikusan az ellenőrzés szerepkörét rendelik, ami sok esetben a büntetés kiszabásának lehetőségével járhat. A hatóságok informatív, vállalkozásokat segítő szerepe kevésbé érvényesül. A tudásbázisokat megtestesítő intézetek (pl. felsőoktatási intézmény,

kutatóhely) által biztosított lehetőségeket ezek a vállalkozások jellemzően nem ismerik, így a tudástranszferálás lehetőségével nem élnek.

Külső társadalmi környezet faktor: A faktor három állítást jelölt, amik sorra a 1) gazdaságpolitika, az 2) adórendszer és az 3) állami döntések kiszámíthatatlansága. Ezek a korábbi faktor értelmezéstől jelentősen nem térnek el, inkább egy szélesebb értelemben meghatározott környezetet tükröznek. A gazdaságpolitika faktorsúlya (0,881) a legmagasabb, ami utal arra, hogy az élelmiszeripari vállalkozások innovációs tevékenységét jelentősen befolyásolja ez a tényező. Emellett az adórendszer (0,834) is magas faktorsúlyt kapott, ami azt jelzi, hogy szintén igen jelentős a magyarázó ereje a faktorban. Az állami döntések kiszámíthatatlansága kisebb súllyal (0,596) szerepel ebben a csoportban. A változó relevanciája az értelmezés tükrében elfogadottnak tekintem.

Információ faktor: A harmadik faktorba négy gátlótényező került bele. A 1) tudományos információ hiánya, a 2) piaci információ hiánya, a 3) kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás és a 3) vezetői képességek, szaktudás. Mind a négy tudásra, információra irányuló ismérveket rejt, így ezek egy faktorba rendeződése indokolt. Legnagyobb faktorsúlyal (0,812) a tudományos információ hiánya magyarázza a faktort. A tudományos munka és információ nehezen áramlik az élelmiszeripari vállalkozások körében. A technológia- és tudástranszferálási képessége a tudásközpontoknak nem érvényesül ebben a vállalkozói szektorban. A piaci információk hiánya, mint gátló tényező 0,767 faktorsúlyt jelölt meg, ami szintén magas. Szintén jelentős a K+F kapacitás faktorértéke (0,611), bár maga az iparág sem K+F erősségű. A faktorban helyet kapott a vezetői képesség, szaktudás változó, esetében 0,441 volt a faktorsúly.

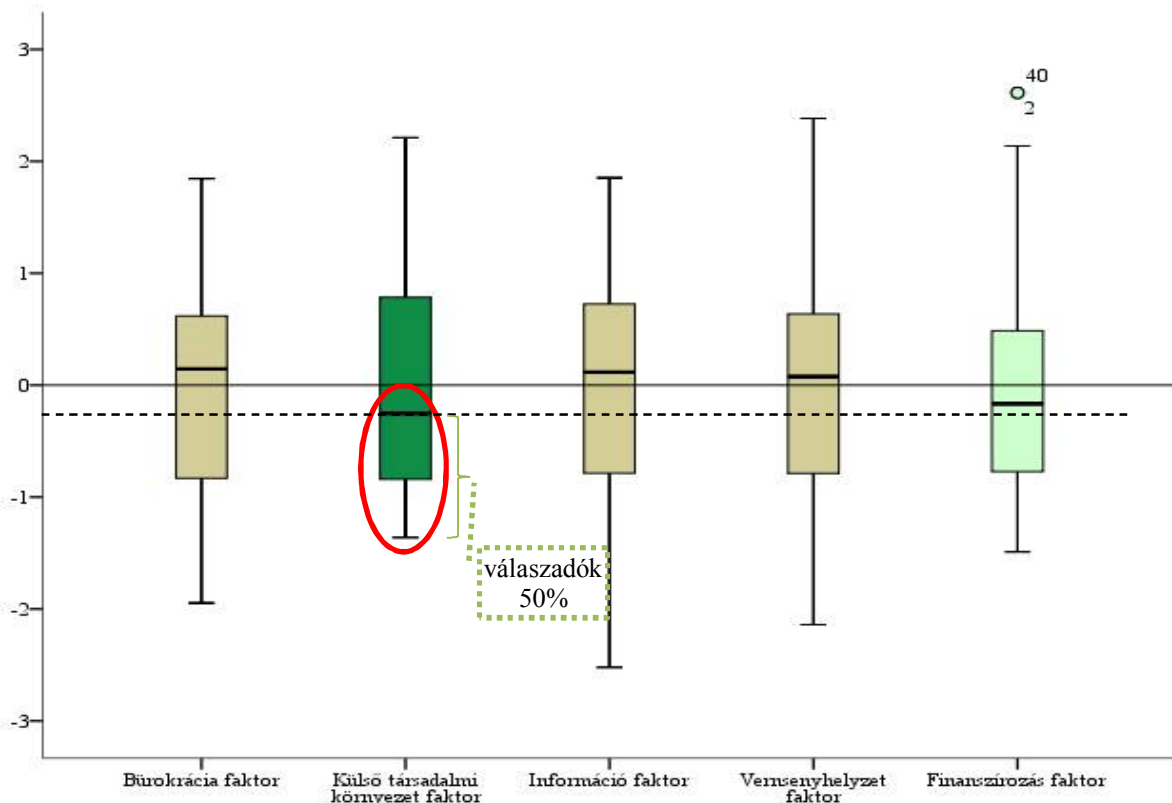
Versenyhelyzet faktor: Ebben a faktorban két gátló tényező tömörült: a 1) piaci környezet és az 2) időhiány. A tényezők faktor értéke közel azonos volt. A piaci környezet (0,717) az élelmiszeripari vállalkozásokat arra készíti, hogy versenyképességüket folyamatosan javítsák. Jelentős az árverseny, jelentős a versenytársak száma, illetve a multinacionális kereskedelmi egységekbe való bekerülés lehetősége is nehézkes. Az időhiány (0,716) a felgyorsult piaci folyamatok mellett állandósult a vállalkozók körében. Az információk és teendők megsokasodtak, mind emellett szükséges, hogy a piaci változásokat gyorsan és hatékonyan tudják lereagálni, ami nagy kihívást okoz ezeknél a többségében mikro- és kisvállalkozásoknál.

Finanszírozás faktor: Az ötödik faktort két változó magyarázza, ezek a 1) pénzügyi forrás és a 2) korrupció voltak. A kettő faktor értéke jelentősen eltér, így az értelmezés során lényegesen nagyobb hangsúllyal vettem figyelembe a pénzügyi forrás változó magyarázó szerepét, hiszen a szakirodalom és az előzőekben lefolytatott empirikus kutatási eredmény is arra világított rá, hogy az élelmiszeripari vállalkozások körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya gátolja. Ez a változó ezt a faktort 0,874 együtthatóértékkel magyarázza. A korrupció változó faktorsúlya a korábbitól lényegesen kisebb, 0,503. A korrupció esetében megállapítottam, hogy ez a változó az első faktorra is hatott, bár kisebb súllyal, ott az érték 0,468 volt, így az ötödik faktorba rendezését elfogadtam.

A termékinnovációt gátló tényezők faktorainak meghatározása után azt vizsgáltam, hogy az egyes faktorokban a vállalkozók válaszai hogyan oszlanak meg. A kapott, majd elnevezett faktorokat box-plot ábrával jelenítettem meg. Az ábra a válaszadók válaszainak elhelyezkedését szemlélteti. A megkérdezettek a válaszaikat 1-5-ös Likert skálán adhatták meg, miszerint az 1 a „nagyon”-t, az 5 pedig az „egyáltalán nem”-et jelölte. Ez az ábra esetében a -3 és 3 értékek között oszlott meg úgy, hogy a -3 az Likert 1-es minősítéssel azonosítható.

Az ábrázolással szemléltetett eredmények jól tükrözik, hogy a legtöbb vállalkozás innovációt gátló tényező kapcsán a külső társadalmi környezet faktoralal jellemezhető tényezőcsoportot jelölte meg az innováció megvalósításának akadályaként. A faktor esetben a válaszok több mint fele a megadott Likert skálaértékek 1 és 3 közötti érték közé esett. Ugyan szintén jelentős mértékben jelölték meg a vállalkozók a finanszírozási faktor által összegzett

gátlótényezőket, azonban ott a válaszok jobban szóródtak a Likert skála 3 és 5 értékei között. (44. ábra)



44. ábra: A termékinnováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017

F Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az elemzés során megállapítottam, hogy termékinnováció esetében a 1) gazdaságpolitika, az 2) adórendszer, valamint az 3) állami döntések kiszámíthatatlansága jelentősebb mértékű akadálya az innovációnak, mint a pénzhiány.

A **marketing innováció** esetében a gátlótényezőkkel végzett faktoranalízis öt, statisztikailag jól elkülöníthető faktort eredményezett. A KMO mutató értéke 0,631 (megfelelő) volt, a Bartlet féle próba eredménye pedig szignifikáns kapcsolatot igazolt (0,000), így az alapadatok a faktoranalízis lefuttatásához megfelelőnek bizonyultak. Az öt faktor a teljes varianciát 79,5 százalékban magyarázták, így a dimenzió számokat megtartottam. (M.8.5. melléklet) Ahogy korábban is tettem, a kapott varimax rotációval számolt faktormátrixban a különböző faktorokat különböző színnel választottam el. (21. táblázat) A kapott faktoroknak sorra a következő megnevezést adtam: 1) Intézményi környezet faktor, 2) Gazdasági társadalmi környezet faktor, 3) Finanszírozás faktor, 4) Fejlesztési kapacitás faktor, 5) Idő és szaktudás faktor.

Intézményi faktor: A faktorba öt gátlótényező tömörült. 1) tudományos információ hiánya, 2) jogi környezet, 3) intézményi környezet, 4) korrupció, 5) bürokrácia. A marketing innováció kapcsán ezt a faktort leginkább az első változó (0,874), a tudományos ismeret hiánya magyarázza. A szekunder kutatás megvilágításba helyezte a marketing ismeretek hiányát és azt, hogy a vállalkozások gyenge működési területnek ítélik meg az ezzel való foglalkozást. Az élelmiszer termékekről közölhető információk jogi korlátait általában ismerniük kell ezeknek a

vállalkozásoknak, hiszen hatósági ellenőrzések sok esetben erre elsőként térnek ki. A faktorban szereplő gátlótényezők jellemzően nagy faktorsúllyal magyarázzák magát a faktort, egyedül a bürokrácia kap 0,516-os értéket. (21. táblázat)

Külső társadalmi környezet faktor: A faktor három állítást jelölt, amik sorra az 1) adórendszer, a 2) állami döntések kiszámíthatatlansága és a 3) gazdaságpolitika. Ez a faktor a termékinnováció esetében azonos módon került meghatározásra, csupán a változókhoz tartozó faktorsúly tért el. A faktort a marketing innováció kapcsán leginkább az adórendszer (0,904) magyarázza. Ezt követi az állami döntések kiszámíthatatlansága (0,876), majd kisebb súllyal a gazdaságpolitika (0,594) is magyarázó tényezőként jelenik meg a faktorban. (21. táblázat)

21. táblázat: A marketing innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)

IV.8.2. Marketing tevékenységre vonatkozó innováció esetén gátló tényező:	Komponensek				
	1	2	3	4	5
9 tudományos információ hiánya	,874	,058	,095	,252	,089
7 jogi környezet (sokszor egymásnak ellentmondó és gyakran változó jogszabályok)	,773	-,058	,039	,203	-,442
[2 intézményi (szakhatóságok, tudásközpontok, stb.) környezet	,751	,306	-,099	,045	,031
12 korrupció	,709	,340	,249	-,077	,122
11 bürokrácia	,516	,446	,446	,078	,272
13 adórendszer	,127	,904	,213	,117	,148
14 állami döntések kiszámíthatatlansága	,165	,876	,153	-,063	-,027
1 gazdaságpolitika	,285	,594	,044	,403	,022
5 pénzügyi forrás	-,052	,134	,907	-,012	-,018
8 piaci környezet	,355	,247	,738	,294	,140
6 kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	,311	-,125	-,043	,823	,119
10 piaci információ hiánya	-,068	,334	,253	,777	-,054
4 idő hiány	-,085	-,084	,190	-,095	,897
3 vezetői képességek, szaktudás	,180	,304	-,137	,318	,782

Extraktációs módszer: Főkomponenselemzés; Rótációs módszer: Varimax Kaiser normalizálással;

a. A rotálás nyolc iterációval konvergálódott.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

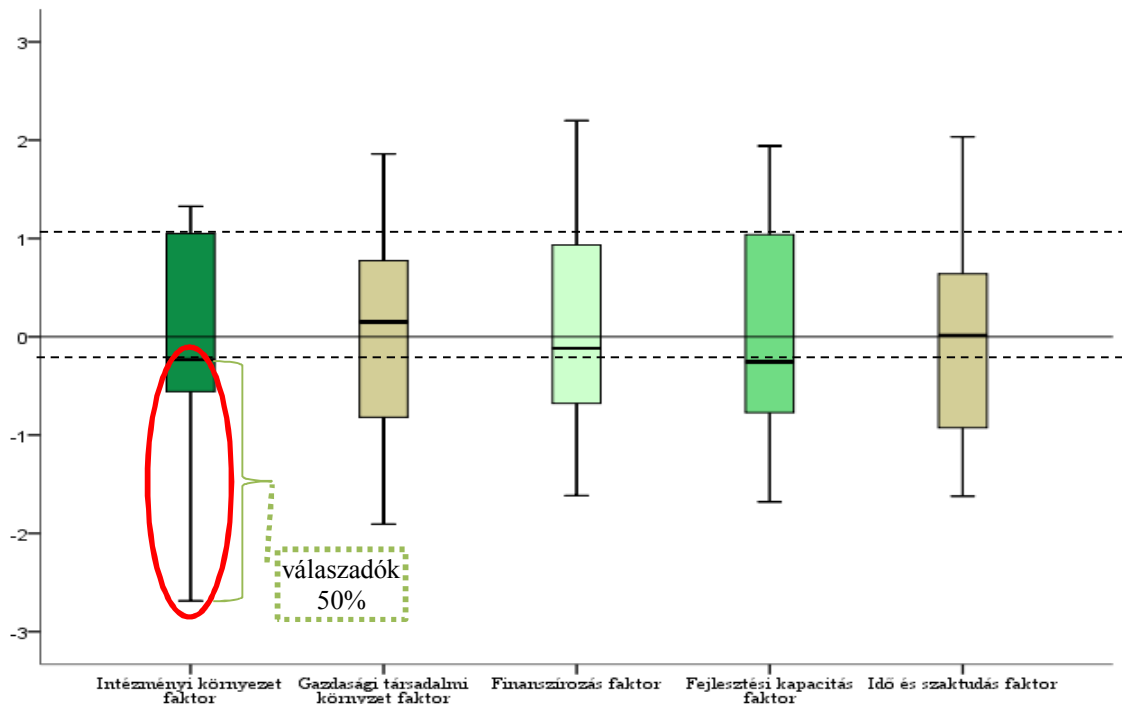
Finanszírozás faktor: A harmadikként megjelölt faktort két változó magyarázza, ezek a 1) pénzügyi forrás (0,907) és a 2) piaci környezet (0,738) voltak. A kettő faktor értéke ugyan eltér, de mindkettő jelentős mértékben jellemzi a faktort. Ahogy a termékinnovációnál megjelenő finanszírozási faktor esetében is, a pénzügyi forrásnak nagyobb szerepe van. A marketing kapcsán az élelmiszeripari vállalkozásoknak abból eredően is nehéz dolguk van, hogy jellemzően a marketing tevékenységre külön munkatársat nem foglalkoztatnak, aminek leginkább a pénzügyi forrás az oka. (21. táblázat)

Fejlesztési kapacitás faktor: A negyedik faktorban két gátló tényező jelent meg: 1) K+F kapacitás és a 2) piaci információ hiánya. Mindkettő jelentős hangsúlyt kapott a faktor jellemzése során, ahol a K+F 0,823, a piaci információ 0,777 súllyal szerepelt. A marketing innováció esetében kiemelt jelentőséggel bírhat a tudásközpontok (pl egy felsőoktatási intézmény gazdaságtudományi kara – marketing kutatás) szerepe. (21. táblázat)

Idő és szaktudás faktor: Ezt a faktort az 1) időhiány (0,897) és a vezetői képességek, szaktudás (0,782) magyarázza. A faktorjellemezőkről elmondható, hogy a marketingre vonatkozó

ismeretek begyűjtése lehetséges szakvégzettség nélkül is, azonban nagyon időigényes és a megszerzett ismeretek alkalmazása sok esetben elmarad. (21. táblázat)

A marketing innováció estében is megvizsgáltam a faktorok szerinti válasz skálaértékeit a box-plot diagram segítségével. Az ábrázolás jól mutatta a faktorok eltérő válasz-megoszlását. Az 1-5-ös Likert skála értékek a termékinnováció esetéhez hasonlóan -3 és 3 között szórodtak. Az intézményi környezet és a fejlesztési kapacitás faktorok esetében a medián és az interkvartilis felső végpontja azonos helyen jelölt skálaértéket. Az intézményi környezet faktor esetében azonban a válaszadók negyede a faktort nagyobb mértékben tartották az innováció akadályozó tényezőcsoportjának. (45. ábra)



45. ábra: A marketing innováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

Az elemzés során megállapítottam, hogy marketinginnováció esetében a 1) tudományos információ hiánya, 2) jogi környezet, 3) intézményi környezet, 4) korrupció, 5) bürokrácia jelentősebb akadályja az innovációnak, mint a pénzhiány.

A **szervezeti innovációt** vizsgálva a gátlótényezőkre lefuttatott faktoranalízis a termék- és marketing innovációtól eltérően három statisztikailag jól elkülöníthető faktort eredményezett. A KMO mutató értéke 0,637 (megfelelő) volt, és a Bartlett féle próba is szignifikanciát (0,000) igazolt. A három faktor 71,6 százalékban magyarázta a minta teljes varianciáját. (M.8.6. melléklet) A varimax-val rotált faktormátrixban a faktorokat kijelöltem és elneveztem. Ezek sorra a következők voltak: 1) Intézményi faktor, 2) Tudás faktor, 3) Idő és információ faktor. (22. ábra)

Intézményi faktor: A faktorba kilenc gátlótényező tömörült. Ezek sorra: 1) korrupció, 2) adórendszer, 3) piaci környezet, 4) állami döntések kiszámíthatatlansága, 5) bürokrácia, 6) jogi környezet, 7) gazdaságpolitika, 8) K+F kapacitás, 9) pénzügyi forrás. A faktort leginkább a korrupció (0,902), az adórendszer (0,899) és a piaci környezet (0,885) magyarázza. Az állami döntések, a bürokrációs és a jogi környezet, valamint a gazdaságpolitika is magas faktorsúlyt

kapott. A szervezeti innováció a jellemzően KKV-ból álló élelmiszeriparban kevésbé kap szerepet. A vállalkozások sok esetben a napi feladatok elvégzésére törekednek, kevésbé jellemző, hogy szervezeti kapacitásuk működésének hatékonyabbá alakítását átgondolják. (22. táblázat)

Tudás faktor: Ebbe a faktorba három gátlótényező került. A 1) vezetői képességek, szaktudás (0,750), az 2) intézményi környezet (0,628), valamint a 3) tudományos információ hiánya. A szervezeti átalakulások munkaerőhiány, technológiai újítás okán jönnek létre, amik esetében a szervezet alkalmazkodik, de tudatos szervezeti átalakítás nem jellemzi ezek a vállalkozásokat. (22. táblázat)

Idő és információ faktor: A faktort két változó magyarázza. Az 1) időhiány (0,793) és a 2) piaci információ hiánya. A tényezők közel azonos factorsúllyal jellemzik a komponenst. A sok esetben túlélésre berendezkedett, családi jelleggel működő vállalkozások a túlélésre vannak berendezkedve. Sok esetben ezeknek a vállalkozásoknak sem ideje, sem tudása ahhoz, hogy vállalkozásuk működését biztosító szervezetet hatékonyabbá alakítsák. (22. táblázat)

22. táblázat: A szervezeti innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)

IV. 8.3. Szervezetfejlesztésre vonatkozó innováció esetén gátló tényező:	Komponensek		
	1	2	3
12 korrupció	,902	,167	-,066
13 adórendszer	,899	,237	-,123
8 piaci környezet	,885	,133	,019
14 állami döntések kiszámíthatatlansága	,859	,048	-,065
11 bürokrácia	,828	-,034	,269
7 jogi környezet (sokszor egymásnak ellentmondó és gyakran változó jogszabályok)	,800	,192	,149
1 gazdaságpolitika	,716	,036	-,531
6 kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	,573	,419	,442
5 pénzügyi forrás	,500	-,480	-,083
3 vezetői képességek, szaktudás	,009	,750	,050
2 intézményi (szakhatóságok, tudásközpontok, stb.) környezet	,331	,628	-,125
9 tudományos információ hiánya	,515	,592	,278
4 idő hiány	-,219	,186	,793
10 piaci információ hiánya	,503	-,222	,720

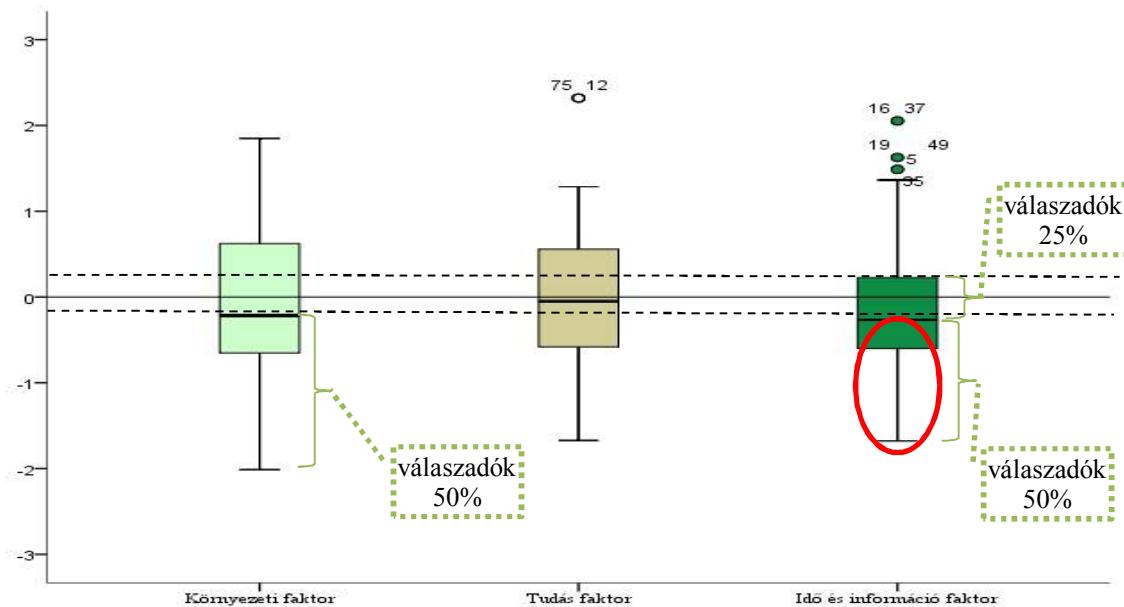
Extraktációs módszer: Főkomponenselemzés; Rótációs módszer: Varimax Kaiser normalizálással;

a. A rotálás öt iterációval konvergálódott.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A szervezeti innováció kapcsán meghatározott faktorokat a korábbi módszerhez hasonlóan, box-plot diagramon jelenítettem meg. A környezeti faktor, valamint az idő és információ faktor dobozdiagramjának mediánja közel azonos skálaértéknél helyezkedik el. Az utóbbi esetében a medián feletti tartomány egy jelentős része az inkább gátlótényezőket jelölő skálaértékek irányába tart, így az idő és információ faktor a legjelentősebb gátló tényező a szervezeti innováció tekintetében a vizsgált vállalkozói körben. (46. ábra)

Az elemzés során megállapítottam, hogy szervezeti innováció esetében a 1) időhiány, 2) piaci információ hiánya jelentősebb akadály a innovációnak, mint a pénzhiány.



46. ábra: A szervezeti innováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

A kauzális kutatási szakaszban lefolytatott kérdőíves adatbázist elemezve arra kerestem a választ, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében az innovációt mi gátolja leginkább. Az elemzések arra mutattak rá, hogy a vállalkozások az eldöntendő igen és nem válaszlehetőséget nyújtó kérdés esetében az innováció gátló tényezőjeként többségében a pénzhiányt (64,3 százalék) jelölték meg. A megkérdezés későbbi részében a válaszadók ismét a gátló tényezők megítéléséről nyilatkoztak. A kérdéskör ekkor több válaszlehetőséget kínált, valamint a nyilatkozók válaszaikat 1-5-ös Likert skálán adhatták meg az innováció típusa (termék, marketing, szervezet) szerint külön-külön. Az így kapott válaszok elemzése faktoranalízissel történt, így arra volt lehetőségem, hogy tényezőcsoportokat tartalmazó faktorokat jelöljek meg az innováció akadályának. Az innovációt nem a pénzhiány gátolta leginkább az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében. Az innováció akadályai nem alkotnak homogén csoportot a különböző innováció típusok esetében. A termékinnováció kapcsán a válaszadók véleménye leginkább a külső társadalmi környezet faktorról írható le, miszerint a termékinnovációt leginkább a gazdaságpolitika, az adórendszer és az állami döntések kiszámíthatatlansága akadályozza. A marketing innováció esetében a válaszok értelmezését döntően az intézményi környezet faktor (ld. fentiekben) határozta meg, míg a szervezeti innovációt az idő és információ faktor (ld. fentiekben).

Pénzügyi helyzet megítélése kérdőíves adatbázis alapján

A kérdőíves kutatás során a válaszadó vállalkozások a pénzügyi helyzetükről is nyilatkoztak. A lekérdezés módszerének – a fentiekhez hasonlóan – az 5-ös Likert-skála segítségével, az általam megjelölt szempontok véleményeztetését választottam. Ez esetben a Likert-skála értékeinek értelmezésénél az 1-es „nagyon rossz”, az 5-ös pedig a „nagyon jó” minősítést jelölte. A pénzügyi helyzet kapcsán a megkérdezetteket arra kértem, hogy az alábbi szempontok alapján ítélik meg saját vállalkozásuk helyzetét:

1. fizetőképesség
2. hitelképesség
3. finanszírozási feladatok ellátása
4. vállalkozás gazdálkodása
5. árbevétel alakulása
6. export értékesítés (ha van) alakulása
7. munkabér szintje
8. humán erőforrás ellátása egyéb juttatással (cafetéria, stb.)
9. pályázatban való részvétel
10. beruházások saját forrásból történő finanszírozása
11. banki hitel külső forrásként történő bevonása
12. más külső forrás bevonása
13. gépek, technológia korszerűsítése

Az elemzés első felében a 13 változó felhasználásával faktoranalízist kíséreltem meg. Az eredmények azt mutatták, hogy a változók alkalmasak faktorba rendezésre, a KMO mutató értéke 0,592 volt, a Bartlett-féle próba pedig szignifikáns (0,000) szintet jelölt. A faktorba rendezést elvégeztem. A varianciatábla szerint a kapott négy faktor a teljes variancia 72,4 százalékát magyarázta, így azt jónak ítélt meg. (M.8.7. melléklet) A kapott rotált faktortáblát használtam a továbbiakban. (23. táblázat) A megjelölt faktorok sorra a következők voltak: 1) Gazdálkodási faktor, 2) Külső forrás faktor, 3) meglévő forrás faktor, 4) Bevételek faktor (47. ábra)

23. táblázat: A válaszadók pénzügyi helyzetük kapcsán értékelt változók faktoranalízise (n=77) (2017)

VI.1. Kérem, ítélje meg vállalkozása pénzügyi helyzetét a következők szerint:	Komponensek			
	1	2	3	4
1 fizetőképessége	,847	,107	,300	,090
3 finanszírozási feladatok ellátása	,834	-,243	,174	,318
2 hitelképessége	,833	,336	,203	-,088
4 vállalkozás gazdálkodása	,672	-,391	-,096	,398
11 banki hitel külső forrásként történő bevonása	,080	,887	-,101	,072
12 más külső forrás bevonása	-,143	,688	,078	-,186
6 export értékesítés (ha van) alakulása	,145	,675	,247	,111
7 munkabér szintje	,164	-,019	,841	,105
13 géppark, technológia korszerűsítése	-,078	,456	,769	,000
8 humán erőforrás ellátása egyéb juttatással (cafetéria, stb.)	,319	-,100	,598	,586
10 beruházások saját forrásból történő finanszírozása	,251	,037	,488	-,045
5 árbevételének alakulása	,209	,003	,000	,866
9 pályázatban való részvétel	-,106	,587	,083	,599

Extrakciós módszer: Főkomponenselemzés; Rótációs módszer: Varimax Kaiser normalizálással;
b. A rotálás hat iterációval konvergálódott.

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

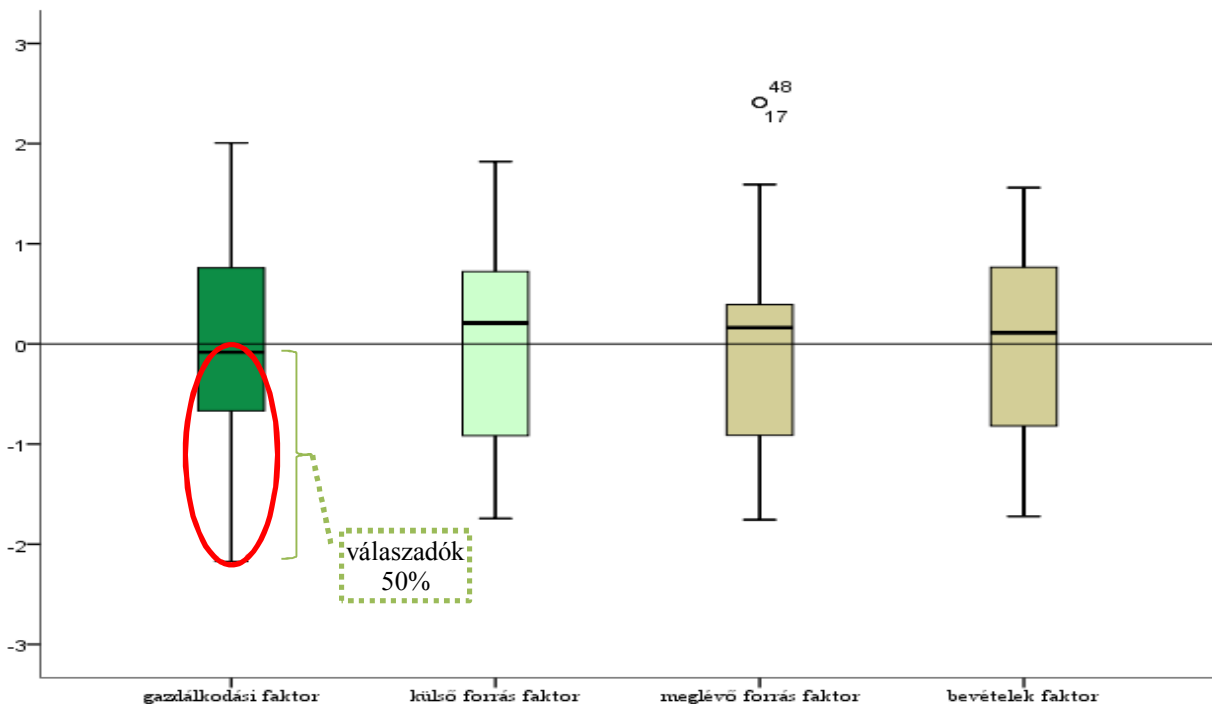
Gazdálkodási faktor: A faktorba négy változót tömörült. Ezek sorra: 1) fizetőképesség, 2) finanszírozási feladatok ellátása, 3) hitelképesség, 4) vállalkozás gazdálkodása. Az első három változó faktorsúly közel azonos, de a faktort leginkább a fizetőképesség (0,847) magyarázza. A finanszírozási feladatok ellátása (0,834) és a hitelképesség (0,833) szinte azonos módon kap

szerepet a faktorértelmezésnél, ami a jelenlegi banki preferenciák tükrében érthető. Mindezekhez relevánsan hozzátartozik a vállalkozás gazdálkodásának (0,672) megítélése.

Külső forrás faktor: Ebben a faktorban három változó jelent meg: 1) banki hitel külső forrásként történő bevonása (0,887), 2) más külső forrás bevonása (0,688), 3) export értékesítés (ha van) alakulása (0,675). Az első kettő, ahogy a megnevezés is jelzi, egy fizetési kötelezettséggel járó pénzügyi forrást takar, és ezek kihathatnak az eladósodottságra. Míg a harmadik egy – igen kívánatos – bevételi forrást, ami a vállalkozás eredményességét javító tényezőként jelentkezhet.

Meglévő forrás faktor: A faktort négy változó magyarázza: 1) munkabér szintje (0,841), 2) géppark, technológia korszerűsítése (0,769), 3) humán erőforrás ellátása egyéb juttatással (cafetéria, stb.) (0,598), 4) beruházások saját forrásból történő finanszírozása (0,488). A faktor eszköz- és humán tőke általános helyzetéről ad betekintő véleményezést. Mindkét eszköz kiemelt jelentőséggel határozza meg a vállalkozás hatékonyságát, de talán napjainkban fontosabb kérdéskört determinál a humán erőforrással való „bánásmód”.

Bevételek faktor: Ezt a faktort két változó határozza meg: 1) árbevételek alakulása (0,866) és a 2) pályázatban való részvétel (0,599). Az utóbbinál a faktorsúly közel azonos értéken jelenik meg a második faktor esetében is, de a besorolást megtartottam, mégha a változó értelmezése az átsorolást indokoltta is tehetné volna. A vállalkozásoknak a pályázatokon való sikeres szereplés meghatározó bevételi forrást jelent. Azonban az élelmiszeripari KKV-k jellemzően nem túl aktívak a pályázati eljárások során, így ebből jelentősebb árbevétel sok vállalkozásnál nem jelentkezik.



47. ábra: A pénzügyi helyzet megítélése kapcsán kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017

Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás adatai alapján, 2017

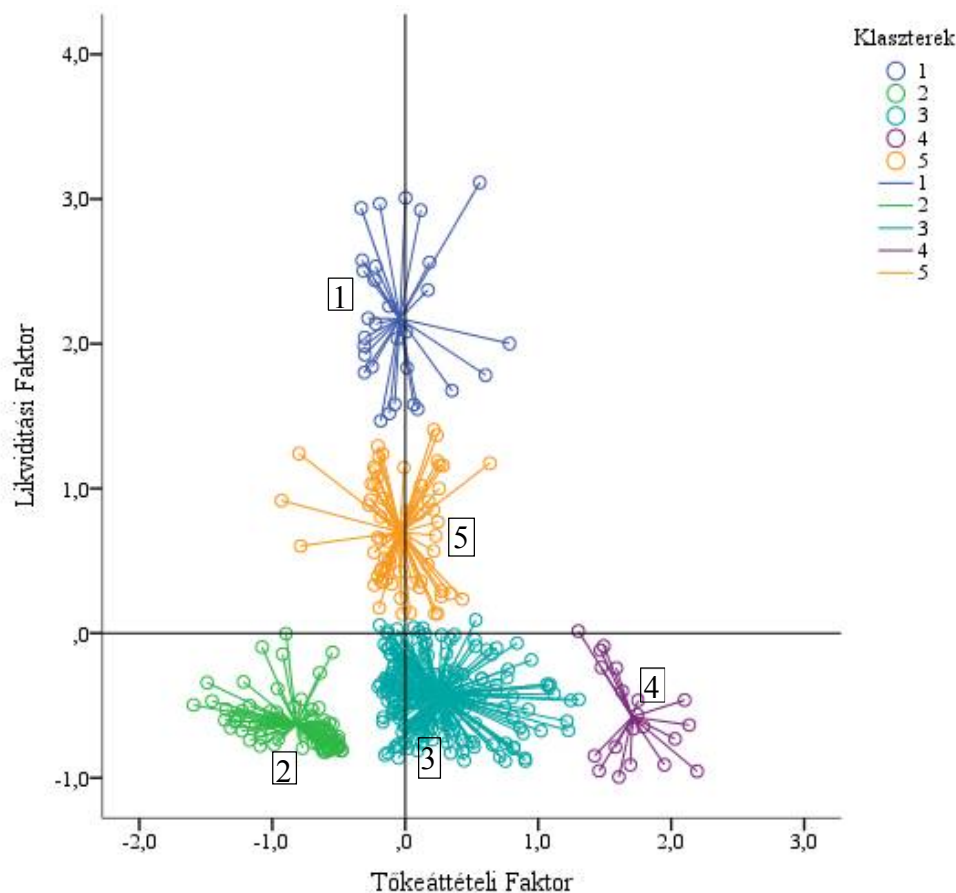
A kapott faktorokat box-plot diagrammal jelenítettem meg, ami a vállalkozók válaszainak szórását jól mutatta. Az eredmények arra világítanak rá, hogy a válaszadók pénzügyi helyzetük megítélése során a gazdálkodási faktort magyarázó változók tekintetében vélik helyzetüket a legkevésbé megfelelőnek. Így megállapítottam, hogy **a vállalkozások leginkább a fizetőképesség, finanszírozási feladatok ellátása, hitelképesség és a vállalkozás gazdálkodása kapcsán elégedetlenek.**

Pénzügyi helyzet megítélése a NAV adatbázis alapján

Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások pénzügyi helyzetének pontosabb meghatározásához egy korábbi vizsgálatomat is be kívánom mutatni. A kislányom megszületése előtt, 2015-ben az akkor rendelkezésemre álló NAV adatbázis alapján azt vizsgáltam, hogy a célszegmensként kiválasztott vállalkozói szektor pénzügyi helyzetét mi jellemzi a likviditás és az eladósodottság tekintetében.

Az elemzéshez a rendelkezésre álló adatokból likviditási és tőkeáttételi mutatókat számoltam. A kapott mutatóértékek – bár matematikailag közeli értékeket adtak az azonos célkérdéses mutatók (pl. likviditás kapcsán), azok kiválasztásának okát a szakmai pártatlanságom megőrzése adta – faktorba rendezését megkíséreltem. A pénzügyi mutatókból álló adatbázis adattisztítása (kihagyott kiugró érték az alapsokaság 15,4 százaléka volt) lehetővé tette a faktoranalízis elvégzését. A KMO mutató értéke 0,72, a Bartlett-féle próba 0,00 százalékos szignifikancia szinten volt, így igazoltott a változók faktorba rendezésének lehetősége. (M.8.8. melléklet)

A faktoranalízis a számított mutatókat matematikai alapon (a mutatók kiválasztásának okát a fentiekben megjelöltem) is egy faktorba csoportosította, így két faktor került meghatározásra, amik a tőkeáttételt és a likviditást magyarázták. Ezt követően klaszteranalízist végeztem súlyközpontos (centroid) metodikát alkalmazva. A klaszteranalízis eredményeként öt klaszter (továbbiakban: csoport) került megjelölésre. (M.8.8. melléklet) A két faktor a vállalkozásokra gyakorolt hatását diagramon ábrázoltam. (48. ábra)



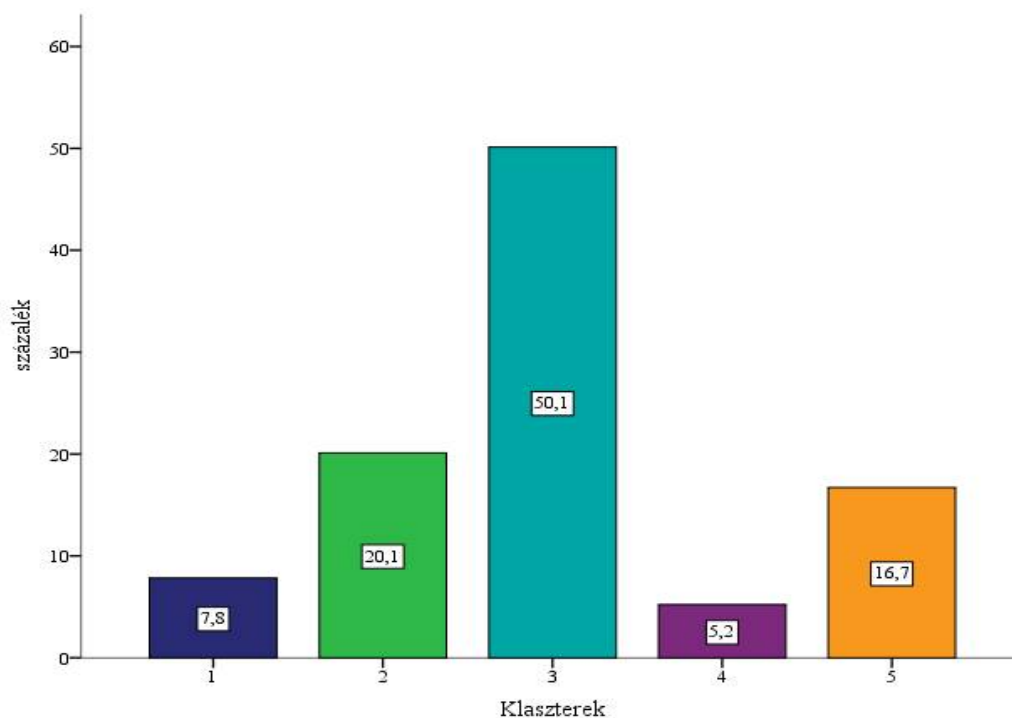
48. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások csoportosítása klaszteranalízissel likviditás és tőkeáttételi szint szerint, (n=383) (2013)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2015

A klaszteranalízissel képzett öt csoportba tartozó vállalkozások, az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások 62,3 százalékát fedték le 2013-ban. A legnagyobb csoportba a vizsgált vállalkozások 50,1 százaléka tartozott (3-as csoport). Erre a csoportra jellemző volt, hogy a vállalkozások tőkeáttétel mutatói az optimális szint közelében, de mégis többségük mutatói az enyhén eladósodott szinten jelentek meg. Emellett ennek a csoportnak a likviditási szintje elmarad az optimális szinttől, tehát a tőkehiány mellé egy gyengébb fizetőképesség is társult. Hasonló likviditási szinten voltak azok a vállalkozások is, amik nem küzdöttek az eladósodottság problémájával, így feltételezem, hogy a fejlesztésekhez szükséges forrással ez a vállalkozói kör sem rendelkezett. (48. ábra) (49. ábra)

A második legnagyobb csoport (2-es csoport), a minta 20,1 százaléka tartozott. Erre a csoportra jellemző volt, hogy likviditási gondokkal küszködnek, és jelentős mértékben el vannak adósodva. Ettől a két csoporttól valamivel jobb helyzetben voltak az 5-ös csoportba tartozó vállalkozók (minta 16,7 százaléka), amiknek a fizetőképessége az optimális szint körül mozgott, azonban jelentős százalékuk enyhén eladósodott, illetve tőkehiánnyal küzdött. (48. ábra) (49. ábra)

A három legnagyobb csoportba (2-es, 3-as, 5-ös) tartozó, összesen 333 vállalkozás az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások 54,1 százalékát fedte le 2013-ban. A másik két csoport (1-es és 4-es) esetében a vállalkozók egy része jobb, illetve kevésbé jobb helyzetben volt a korábban bemutatott három csoportjellemzőktől, azonban azok száma a mintához képest elenyésző volt. Ennek az utóbbi két csoportnak a részletes bemutatásától eltekintek, mivel a legnagyobb csoportok helyzetére tett megállapítások reprezentatívan tükrözték az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások általános tendenciáit. (48. ábra) (49. ábra)



49. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások klaszteranalízis szerinti megoszlása, (n=383) (2013)

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2015

A 2015-ben készült elemzésem megerősíti a kauzális kutatás keretében végzett kérdőíves felmérés pénzügyi helyzet vonatkozásában kapott eredményeit, valamint azon feltételezésem, miszerint **az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozásoknak jellemzően likviditási nehézségei vannak, a fejlesztésekhez, innovációhoz szükséges forrásokkal pedig nem rendelkeznek.**

Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások pénzügyi helyzetének megítélése céljából – a rendelkezésemre álló – mindkét adatbázist az elemzéseim alapjául vettem. A kérdőíves felmérésből nyert adatok a válaszadók saját pénzügyi helyzetük megítélését tükrözte. Az eredmények arra mutattak rá, hogy a vállalkozók a gazdálkodási faktor által megjelölt jellemzőkkel (azaz a fizetőképesség, a finanszírozási feladatok ellátása, a hitelképesség és a vállalkozás gazdálkodása) voltak legkevésbé elégedettek. A NAV adatbázis alapján végzett vizsgálataim során az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozásokat a likviditás és a tőkeáttétel kapcsán elemeztem. Ez utóbbi elemzés megerősített a vállalkozások által adott véleményt, miszerint a vizsgált vállalkozói körnek jellemzően likviditási nehézségei vannak, a tőkeáttétele pedig gyenge, így feltételezem, hogy az innovációhoz szükséges pénzügyi forrásokkal nem rendelkeznek.

4.4. Negyedik hipotézis: A K+F tevékenységre irányuló vizsgálata

H(4) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében nincs szignifikáns kapcsolat a K+F ráfordítások és a vállalkozások eredményessége között

A korábbi eredményeknél megállapítást nyert az, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások a tudásközpontok (felsőoktatási intézmények, kutatóhelyek) tudásbázisát nem veszik igénybe a fejlesztéseikhez. A kutatás kvalitatív feltáró szakaszában a megkérdezett vállalkozások jellemzően nem rendelkeztek K+F forrásokkal, így a kauzális kérdőíves kutatási szakaszban erről a kérdéskörrel adatokat nem gyűjtöttem. A jellemzően mikrovállalkozásokból álló szektor K+F kiadásainak mérése és a vállalkozások gazdálkodására gyakorolt hatásának kimutatása abból eredően is nehézkes, hogy a nem társasvállalkozás formájában működő gazdálkodóknak erre vonatkozó adatszolgáltatási kötelezettségük, lehetőségük nincs, esetükben csak egyéni lekérdezéssel nyerhetők információk. A K+F hatáselemzésének kérdése azonban fontos, így a negyedik hipotézisem vizsgálata a NAV adatbázisára támaszkodik.

Magyarországon a társas vállalkozások a 2010. évtől szerepeltetik a mérleg kimutatásukban a K+F ráfordításaikat a „kísérleti fejlesztés aktivált értéke”⁴⁸ mérlegsoron. Így a rendelkezésemre álló NAV adatbázisban szereplő információk lehetővé tették annak vizsgálatát, hogy a K+F ráfordítás milyen hatást gyakorol a vállalkozás eredményességi mutatóira. Az elemzésekhez négy eredményességi mutatót [ROS⁴⁹, ROA⁵⁰, ROI⁵¹, ROE⁵² (Brealey-Myers, 2005)] számoltam ki, amik a következők voltak:

ROS: Árbevételarányos jövedelmezőség mutató, ami a vállalkozási tevékenység összes bevételének jövedelmezőségét adja, tehát megmutatja, hogy a bevétel hányad része marad eredményként.

Képlete:

$$ROS = \frac{\text{adózás előtti eredmény}}{\text{értékesítés nettó árbevétele}}$$

ROA: Eszközarányos jövedelmezőség mutató, ami az eszközök jövedelem termelőképességére mutatnak rá. A ROA azt fejezi ki, hogy a vállalkozás eszközállománya milyen mértékű jövedelemtermelésre képes.

Képlete:

$$ROA = \frac{\text{adózás előtti eredmény}}{\text{összes eszköz}}$$

⁴⁸ **Kísérleti fejlesztés:** A kutatásból és gyakorlati tapasztalatokból nyert, már létező tudásra támaszkodó, rendszeres munka, amelynek célja új anyagok, termékek és szerkezetek létrehozása, új eljárások, rendszerek és szolgáltatások bevezetése vagy a már létrehozottak vagy bevezetettek lényeges javítása.

⁴⁹ ROS: Return on Sales / Árbevételarányos adózás előtti eredmény

⁵⁰ ROA: Return on Assets / Eszközarányos adózás előtti eredmény

⁵¹ ROI: Return on Investment / Beruházás arányos adózás előtti eredmény

⁵² ROE: Return on Salest / Sajátátke arányos adózott eredmény

ROI: **Eszközarányos jövedelmezőség mutató**, ami a vállalkozás beruházásának hatékonyságát méri.

Képlete:

$$ROI = \frac{\text{adózás előtti eredmény}}{\text{beruházás}}$$

ROE: **Sajáttőke-arányos nyereség mutató**, ami kifejezi az egységnyi saját tőkére eső jövedelmet.

Képlete:

$$ROE = \frac{\text{adózott eredmény}}{\text{saját tőke}}$$

A számítások eredményeként kapott eredményességi mutatók értékével a NAV adatbázist kiegészítettem. A mutatók értékei és a K+F ráfordítás közötti kapcsolatot a Pearson-féle korrelációs együttható számításával vizsgáltam meg. Az elemzéseknél a korrelációs együtthatók mind a négy eredményességi mutatónál rendkívül alacsonyak (ROS=0,002, ROA=0,004, ROE=0,001, ROI=0,002) voltak, ami utalt arra, hogy a mutatók értékei és a K+F ráfordítás értéke között nem áll fenn kapcsolat. A hipotézis vizsgálatot ellenőriztem. A korrelációs együtthatókhoz tartozó szignifikancia szintek (ROS-nál 95,7 százalék, ROA-nál 91,6 százalék, ROE-nél 97,5 százalék, ROI-nál 96,6 százalék) az 5 százalékos elfogadási értéket jóval meghaladták, ami alapján kijelenthető, hogy statisztikailag kimutatható, szignifikáns összefüggés nem áll fenn az egyes eredményességi mutatók és a K+F ráfordítás között. (24. táblázat) Tehát, **az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások esetében megállapítottam, hogy a vállalkozások tevékenységének eredményességét szignifikánsan nem befolyásolja a K+F ráfordítás nagysága.**

24. táblázat: A K+F és az eredményességi mutatók közötti szignifikancia szint vizsgálata (n=636) (2017)

		Korrelációk				
		ROS	ROA	ROE	ROI	K+F
ROS	Pearson Correlation	1	,003	,006	,005	,002
	Sig. (2-tailed)		,949	,883	,899	,957
	N	636	636	636	636	636
ROA	Pearson Correlation	,003	1	,859**	,000	,004
	Sig. (2-tailed)	,949		,000	,991	,916
	N	636	636	636	636	636
ROE	Pearson Correlation	,006	,859**	1	,006	,001
	Sig. (2-tailed)	,883	,000		,884	,975
	N	636	636	636	636	636
ROI	Pearson Correlation	,005	,000	,006	1	,002
	Sig. (2-tailed)	,899	,991	,884		,966
	N	636	636	636	636	636
K+F	Pearson Correlation	,002	,004	,001	,002	1
	Sig. (2-tailed)	,957	,916	,975	,966	
	N	636	636	636	636	636

** A korreláció a 0.01 szinten szignifikáns (Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Forrás: Saját szerkesztés NAV adatbázis alapján, 2017

Az élelmiszeripari innováció kapcsán a K+F jelentőségének vizsgálata céljából a NAV adatbázist alapul véve elemeztem a vállalkozások eredményességi mutatói és a K+F ráfordítások közötti kapcsolatokat. Az eredmények arra mutattak rá, hogy a számított eredményességi mutatók (ROS, ROA, ROI, ROE) alakulását nem befolyásolta a K+F ráfordítás nagysága, esetükben szignifikáns kapcsolat nem volt kimutatható. Ez megerősítette azt a feltételezést, hogy az élelmiszeriparban az innováció elsősorban nem K+F központú. Az élelmiszeriparban megjelenő – jellemzően – nem K+F alapú (azaz nem közvetlen eredményként megjelenő) innovációk jelentős mértékben javíthatják a vállalkozás eredményességét.

4.5. A kutatás hipotézisinek ellenőrzése

A feltáró jellegű szakirodalmi és interjúkból álló kutatás információi alapján megfogalmazott hipotézisek vizsgálata céljából, a kauzális empirikus kutatás eredményeit értékeltem. A statisztikai és a matematikai módszerekkel kapott kutatási eredmények hét hipotézisemet igazolták, kettőt részben igazoltak, egyet pedig cáfoltak. (25. ábra)

25. táblázat: A kutatásom hipotéziseinek ellenőrzése, 2017

A KUTATÁS HIPOTÉZISEI	A KUTATÁSI EREDMÉNYEK A HIPOTÉZÉST
H(1) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k elsősorban termékinnovációval foglalkoznak.	√ igazolták
<i>H(1a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében elmarad a marketing és szervezeti innováció.</i>	√ igazolták
<i>H(1b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció jellege leginkább imitáció.</i>	√ igazolták
H(2) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében a képzettebb menedzsmenttel rendelkező vállalkozások innovációs aktivitása jelentősebb.	x cáfolták
<i>H(2a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció kapcsán az együttműködési hajlandóság magas.</i>	√ igazolták
<i>H(2b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innovációhoz az ötletet elsősorban saját munkatárstól szerzik be.</i>	√ / x részben igazolták
<i>H(2c) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k a megvalósított innovációt elsősorban saját forrásból finanszírozzák.</i>	√ igazolták
H(3) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya.	√ / x részben igazolták
<i>H(3a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k tőkeáttételi és likviditási szempontból nem tudják biztosítani a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrást.</i>	√ igazolták
H(4) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében nincs szignifikáns kapcsolat a K+F ráfordítások és a vállalkozás eredményessége között.	√ igazolták

Forrás: saját szerkesztés az Eredmények (4. fejezet) alapján, 2018

5. ÚJ ÉS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

A kutatásom során végzett vizsgálatok, elemzések több új és újszerű eredmények megszületésének adtak teret. Az alábbiakban a korábban megfogalmazott hipotéziseim mentén mutatom be a legfontosabb téziseket (26. táblázat):

1) innováció jellege

T(1) Leíró statisztikai módszerekkel, megoszlási viszonyszámok számításával megállapítottam, hogy a vizsgált **észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások** leginkább termék korszerűsítésével és új termék bevezetésével foglalkoztak, azaz **termékinnovációt valósítottak meg az elmúlt tíz évben**. Ezek a vállalkozások ugyanakkor **legkevésbé az új marketing eszköz bevezetésével és a szervezet fejlesztésével foglalkoztak** a vizsgált időszakban. A megvalósított **innovációk körében** leginkább a kisebb változtatásokkal, így kisebb kockázattal és költséggel járó innovációk, az úgynevezett költséghatékonyabb továbbfejlesztések, vagy fejlesztés nélküli utánzások, azaz **az imitációk voltak jelen** az elmúlt évtizedben.

2) vállalkozás jellemzők

T(2) Leíró statisztikai módszereket, összefüggésvizsgálatokat és box-plot ábrázolás technikát alkalmazva megállapítottam, hogy **szignifikáns kapcsolat nem mutatható ki a vizsgált észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások menedzsmentjének képzettsége** (iskolai végzettsége, nyelvtudása), **és az innováció aktivitás** (innováció megvalósítása, az innováció jellege) **között**. A vizsgált **vállalkozások** jellemzően nem vettek részt innovációs együttműködésekben az elmúlt tíz évben. Azonban az együttműködés pozitív hozadékával tisztában vannak ezek a vállalkozások, így az **innováció kapcsán az együttműködési hajlandóságuk magas**, amennyiben az együttműködés előre meghatározott, világos, átlátható, írásban rögzített szabályok keretében valósul meg.

T(3) Leíró statisztikai módszerekkel és box-plot ábrázolástechnikával megállapítottam, hogy **az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások esetében** a megvalósított **innováció ötletforrása a különböző innováció típusoknál eltéréseket mutatott**. A termék innováció kapcsán az ötlet leginkább a fogyasztótól származott, míg a marketing és a szervezeti innovációk esetében a saját szakembert jelölték meg döntő többségben a válaszadók az ötlet forrásának. Az elmúlt évtizedben megvalósított **innovációt a vállalkozás saját forrásából finanszírozta**. Ez utóbbi kapcsán az összefüggés vizsgálatok igazolták, hogy a vállalkozás mérete és a külső finanszírozás között szignifikáns kapcsolat mutatható ki, miszerint minél kisebb egy vállalkozás, annál kevésbé vesz igénybe külső forrást a fejlesztéshez.

3) innováció akadályai

T(4) A leíró statisztikai módszerekkel és összefüggésvizsgálatokkal megállapítottam, hogy a vizsgált **észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében az innovációt - általánosságban - leginkább a pénzügyi forrás hiánya akadályozta** az elmúlt évtizedben, amit az is alátámaszt, hogy ezeknek **a vállalkozásoknak az általános pénzügyi helyzetét gyenge likviditás és tőkeáttétel jellemzi**. Az összefüggés vizsgálatok azonban arra is rámutattak, hogy a válaszadók **az innováció típusa szerint eltérő gátló tényezőket** jelöltek meg az innováció legfőbb akadályának. A termékinnováció esetében a külső társadalmi környezet (gazdaságpolitika, adórendszer, állami döntések kiszámíthatatlansága), a marketing innovációnál az intézményi környezet (tudományos információ hiánya, jogi környezet, intézményi környezet, korrupció, bürokrácia), a szervezeti innováció kapcsán pedig az idő és információ (idő és piaci információ hiánya) faktorok írták le az innovációt leginkább gátló tényezőket.

4) K+F jelentősége

T(5) Összefüggésvizsgálatokkal megállapítottam, hogy a vizsgált **észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások esetében** a K+F ráfordítások nagysága és az eredményességi mutatók (ROS, ROA, ROE, ROI) között szignifikáns kapcsolat nem volt kimutatható, azaz **a K+F ráfordítás nagysága nem befolyásolja a vállalkozás eredményességét.**

26. táblázat: A kutatásom új és újszerű eredményei

A KUTATÁS KÉRDÉSEI	A KUTATÁS HIPOTÉZISEI	ÚJ ÉS ÚJSZERŰ EREDMÉNYEK
<p>K(1) Milyen jellegű innovációs tevékenységet folytatnak az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k?</p> <p>K(2) Milyen hatással van a (regionális) piaci orientáció innovációs tevékenységükre?</p>	<p>H(1) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k elsősorban termékinnovációval foglalkoznak.</p> <p><i>H(1a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében elmarad a marketing és szervezeti innováció.</i></p> <p><i>H(1b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció jellege leginkább imitáció.</i></p>	T(1)
<p>K(3) Az egyes „belső” tényezők milyen mértékben befolyásolják innovativitásuk fokát?</p> <p>K(4) Van-e összefüggés az innovációs aktivitás és a vállalati innovációs stratégia, valamint a formális/informális hálózatok, klaszterek, horizontális és vertikális integrációk jelenléte között?</p> <p>K(5) Honnan szerzik be a KKV-k ötleteiket és hogyan finanszírozzák azok megvalósítását)?</p>	<p>H(2) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében a képzetesebb menedzsmenttel rendelkező vállalkozások innovációs aktivitása jelentősebb.</p> <p><i>H(2a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció kapcsán az együttműködési hajlandóság magas.</i></p> <p><i>H(2b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innovációhoz az ötletet elsősorban saját munkatárstól szerzik be.</i></p> <p><i>H(2c) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k a megvalósított innovációt elsősorban saját forrásból finanszírozzák.</i></p>	T(2)
<p>K(6) Milyen (állami, regionális, iparági, szervezeti, a nemzeti kultúrában rejlő és egyéni) tényezők gátolják innovációs tevékenységüket?</p>	<p>H(3) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya.</p> <p><i>H(3a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k tőkeáttételi és likviditási szempontból nem tudják biztosítani a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrást.</i></p>	T(4)
<p>K(7) Található-e kapcsolat az innovációs stratégia és teljesítmény valamint az üzleti sikeresség (ROI, ROS, ROA, ROE) között?</p>	<p>H(4) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében nincs szignifikáns kapcsolat a K+F ráfordítások és a vállalkozás eredményessége között.</p>	T(5)

Forrás: Saját szerkesztés, 2018

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatásom megállapításait négy átfogó témakörben foglalom össze. A négy témakör struktúra jellegét a hipotézisek felvázolása során már bemutattam (24. ábra), ahol az 1) innováció jellege, a 2) vállalkozás jellemzők, az 3) innováció akadályai és a 4) K+F jelentősége témákat mint determinánsokat jelöltem meg az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációja vonatkozásában.

5) innováció jellege

Az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari vállalkozások által megvalósított innováció jellegét három (egy fő és két al) hipotézis megválaszolásával kívántam meghatározni. Ezek a következők voltak:

H(1) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k elsősorban termékinnovációval foglalkoznak.

H(1a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében elmarad a marketing és szervezeti innováció.

H(1b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció jellege leginkább imitáció.

Az eredmények rámutattak arra, hogy a vizsgált vállalkozások elsősorban termékinnovációval foglalkoztak az elmúlt tíz évben. Az innováció jellegét tekintve az eredmények azt mutatták, hogy ezek az élelmiszeripari vállalkozások a kisebb változtatásokkal, kockázattal és költséggel járó saját vagy piaci termék tovább fejlesztését, vagy piaci termék (fejlesztés nélküli másolás útján) bevezetését, azaz imitációt valósítottak meg. A vállalkozások háromnegyede meglévő piaci igények kielégítésére törekedett, csupán a válaszadók egynegyede valósított meg új piaci igényt teremtő innovációt. Az eredmények azt is jelezték, hogy a termékinnovációt követően legnagyobb arányban az új piac, az új megoldások keresése foglalkoztatta még a vizsgált vállalati kört. A technológiai újítás, az új eljárás, folyamat kialakítása csupán a fentiek után kapott jelentőséget a válaszadók körében.

A vizsgált élelmiszeripari vállalkozók által megvalósított imitációk lényegesen alacsonyabb szintű technológiai beruházást igényel és meglehetősen gyors és költséghatékony eredményekhez vezethetnek. Kotler (Kotler, 2016) egy vele készült interjúban felhívja a vállalkozások figyelmét arra, hogy az imitáció egyik fontos eszköze annak, hogy a fogyasztói igények a mai, gyorsan változó világban minél hatékonyabban legyenek kiszolgálva. **A vállalkozások a piaci körülményekhez történő gyors alkalmazkodása nélkülözhetetlen a versenyhelyzet javítása érdekében, így az imitáció stratégiai jelentősége az élelmiszeriparban mára megkérdőjelezhetetlen.** Azonban a termékre vonatkozó imitáció még önmagában nem feltétlenül vezet egyértelmű eredményekhez. A vizsgált vállalkozói kör jellemzően a marketing és a szervezeti innovációk (akár az inkrementális jellegű imitáció) lehetőségével nem élt annak ellenére sem, hogy az előbbi a piacbővítés lehetőségét magában hordja, az utóbbi pedig az eljárások, folyamatok optimálisabbá tételét segítheti elő. Kotler arra is felhívja a figyelmet, hogy a vállalkozások számára szükséges, hogy az egész szervezet az innovációt a siker kulcsának tekintse és az a működésük egészére kihasson: termék, szolgáltatás, marketing, pénzügyek, stb.. A kutatási eredményekből **arra következtetek, hogy ezeknek a vállalkozásoknak nem áll rendelkezésére elegendő információ és tudás annak megítéléséhez, hogy az egyes innováció típusok adta lehetőségek közötti összefüggéseket megítéljék, azok hozadékát a saját vállalkozásuk javára fordítsák.**

6) vállalkozás jellemzők

Az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari vállalkozások – innovációs tevékenységükkel kapcsolatos – jellemzőit négy (egy fő és három al) hipotézis megválaszolásával kívántam meghatározni. Ezek a következők voltak:

H(2) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében a képzettebb menedzsmenttel rendelkező vállalkozások innovációs aktivitása jelentősebb.

H(2a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innováció kapcsán az együttműködési hajlandóság magas.

H(2b) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k az innovációhoz az ötletet elsősorban saját munkatárstól szerzik be.

H(2c) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k a megvalósított innovációt elsősorban saját forrásból finanszírozzák.

A kutatás során megállapítható volt, hogy a vizsgált vállalkozások döntő többsége legalább 14-27 éve működik. A mintában szereplő vállalkozásoknak a vezetői meglehetősen idősek, több mint fele ötven év feletti (sokuk már a hatvan évet is betöltötte), és a menedzsmentje is inkább a negyven és ötven év közötti korosztályhoz tartozik. Képztségük tekintetében ezeknek a vállalkozásoknak a vezetői jellemzően magasan iskolázottak, azonban idegen nyelv ismeretük szegényes. A vállalkozás vezetőségének képzettsége és az innováció terén nyújtott teljesítményük között szignifikáns kapcsolatot nem találtam. **Ebből arra következtetek, hogy a sikeres innovációhoz nem elegendő az iskolarendszerű képzés megszerzése, hanem speciálisabb, innováció központú tudás fejlesztésére van szükség, ami sok esetben a jó gyakorlatok, a jó példák megismerése útján is elsajátíthatók.** Ehhez nagy segítséget nyújthat a vállalkozások és más intézmények közötti együttműködések elősegítése. Az eredmények arra világítottak rá, hogy a vizsgált vállalkozások az elmúlt években innovációs együttműködésekben nem vettek részt, azonban döntő többségük az ilyen jellegű fejlesztési kooperációkat jónak és előnyösnek vélik leginkább az információ- (tudás)áramlás tekintetében. A válaszadók háromnegyede innoválna partnerrel, azonban az együttműködést szigorú feltételekhez kötötték, ami elsősorban az előre meghatározott, világos, átlátható, írásban rögzített szabályokra vonatkozott. **A megfelelő együttműködési keretek megteremtéséhez jó példákat lehet már találni a nemzetközi kitekintés során. A szövetkezeti rendszer kapcsán hazánk – ha nem is jó, de – gyakorlatra tett szert a múltban. Ennek az együttműködési formának a pozitív alkalmazására jó gyakorlatok mutatkoznak világszerte, mint ilyen a spanyolországi Mondragon termelősövetkezeti rendszer (Bene, 2014), ahol maga a szövetkezet teremti meg a működés alapjául szolgáló tudásbázist (saját iskolarendszer, forrásbiztosítás, stb.).**

A vállalkozások jellemzői kapcsán az elemzések további eredményekhez vezettek. A vizsgált vállalkozások az innovációhoz ötleteiket a különböző innováció típusok tekintetében különböző helyről szerzik be. A termékinnováció esetében elsősorban a fogyasztók igényeire hagyatkoznak, míg a marketing és a szervezeti innováció kapcsán a saját munkatárs véleménye a meghatározó. **A vizsgált vállalkozói körben tehát, külső ötletforrások (mint ilyen a tudásközpontok, szakkiállítások, stb.) nem mérvadók, bár a saját munkatársaktól származó ötletek forrásai esetében ez nem zárható ki véleményem szerint.**

Az innováció finanszírozását vizsgálva az eredmények arra világítottak rá, hogy a válaszadó vállalkozások fejlesztéseiket elsősorban saját forrásból valósítják meg. A kutatás során szerzett ismeretek alapján arra következtetek, **hogy ezek a vállalkozások nem rendelkeznek elegendő tudással, szakértelemmel ahhoz, hogy ötleteik megvalósításához (elsősorban finanszírozásához) partnereket (pénzintézeteket, befektetőket, stb.) nyerjenek meg.**

7) innováció akadályai

Az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari vállalkozások által megvalósítani kívánt innováció akadályait kettő (egy fő és egy al) hipotézis megválaszolásával kívántam meghatározni. Ezek a következők voltak:

H(3) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében az innovációt leginkább a pénzügyi forrás hiánya.

H(3a) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k tőkeáttételi és likviditási szempontból nem tudják biztosítani a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi forrást.

A kutatási eredmények részben megerősítették azt az állítást, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások körében az innováció legfőbb akadályai a pénzügyi források hiánya. A válaszadók az igen és nem válaszadási lehetőséggel élve a pénzügyi hiányt tartották a legfőbb gátló tényezőnek, azonban amikor több felsorolt tényezőt minősíteni kellett az akadályozó szerepük kapcsán, az eredmények eltéréseket mutattak a korábban adott igen-nem válaszhoz képest, valamint az innováció típusa szerinti jelölések esetében. A termék, marketing és szervezeti innováció kapcsán a lehetséges gátlótényezők faktorba rendezése lehetőséget adott arra, hogy az adott válaszokat fogalomkörönként kezeljem, megjelölve a legfőbb jellemzőket.

A **termékinnováció** esetében a külső társadalmi környezet faktor volt a leginkább meghatározó akadály az innováció megvalósítása során. A faktor a gazdaságpolitika, az adórendszer és az állami döntések kiszámíthatatlansága okozta problémákra hívja fel a figyelmet. Mind ezek a vállalkozói környezetre jelentős hatást gyakorolnak leginkább azzal, hogy az általános működést megnehezítik, forrásokat (pénz, idő, figyelem (!), bizalom, energia) vonnak el a vállalkozásoktól. Gyakorlatilag közvetlenül gátolják az innovációt, hiszen a vállalkozások ahelyett, hogy a fejlesztésekre összpontosítanának, sok esetben a napi rutin feladataik mellett a gazdasági-társadalmi megfelelés érdekében végeznek plusz teendőket. **Az innovációbarát környezet megteremtése nem várható magára, időszzerű olyan átlátható, könnyen kezelhető vállalkozói környezetet megteremteni, amihez alkalmazkodva a vállalkozásoknak erőforrásai szabadulnak fel a fejlesztések megvalósításához.**

A **marketing innováció** kapcsán legfőbb akadályként jelentkező intézményi környezet faktor más problémakört helyez megvilágításba. A tudományos információ hiánya, a jogi környezet, intézményi környezet, korrupció és bürokrácia összességében a tudásközpontok (legyen az állami vagy épp magán) képességeinek, elérhetőségének, kooperációs lehetőségeinek a vállalkozások által történő megítélésére enged következtetni a kutatás során megszerzett tapasztalataim alapján. A vizsgált vállalkozói körben – akár rossz tapasztalatok miatt – a tudást képviselő intézményeknek nincs megfelelő szintű presztízsértéke, így azok tudástranszferálási lehetőségével nem éltek. **A marketing kapcsán tehát, az innovációt leginkább a már ismert és új marketing eszközökkel kapcsolatos ismeretek, jó gyakorlatok hatékony terjesztésének kérdéskörét célszerű újra gondolni, azt támogatni.**

A **szervezeti innováció** esetében az idő és információ faktor jelentette a legfőbb akadályt a válaszadók körében. Ez a faktor az idő és információ hiányát jelölte. Következtetésem alapját a közhangulatként ismert állítás adja, miszerint „arra szánunk időt, amire igazán akarunk”. A szervezetfejlesztés jelentőségét a vizsgált vállalkozói körben – talán tudás hiánya miatt – nem tekintik valósnak, így annak csekélynek tekintett jelentősége nem vált ki időráfordítást. Kotler gondolatához visszatérve **a javaslatom az, hogy a vállalkozásoknak a figyelmét fel kell hívni annak jelentőségére, hogy a szervezet egészének fontos az innovációt a siker kulcsának tekinteni, így a vállalkozás filozófiai eszméit érdemes megreformálni.**

Az összefüggésvizsgálatok arra is rámutattak, hogy a termék és marketing innovációk esetében a finanszírozás faktor is jelentős mértékben akadályozza az innovációt, egyedül a szervezeti innováció esetében nem jelölték meg a pénzhiányt jelentős mértékű gátló tényezőnek a válaszadók. Ezért a pénzügyi forrás kapcsán fontosnak tartottam az elemzések folytatását. A további elemzések azt mutatták, hogy a válaszadók pénzügyi helyzetük megítélése kapcsán legkevésbé a vállalkozásuk gazdálkodásával voltak megelégedve. Emellett a meglévő forrás (munkabér szintje, géppark, technológia korszerűsítése, beruházások saját forrásból történő finanszírozása) faktor és a bevételek (árbevétel alakulása, pályázatban való részvétel) faktor esetében vállalkozásuk helyzetét megfelelőnek ítélték meg. A gazdálkodás tekintetében más jellegű vizsgálat is arra mutatott rá, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások likviditása és tőkeáttétele meglehetősen gyenge volt a vizsgált évben. Ez megerősítette azt a feltételezést, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozó számára az innovációhoz szükséges pénzforrás nem áll rendelkezésre. Azonban az innováció kapcsán a pénzügyi forrás jelentőségének preferenciája számos tényezőtől függ a kutatásom megállapításai alapján. Ezt Jaruzelski és Dehoff (2007) tanulmánya is megerősíti, amiben arról számoltak be, hogy ezer K+F intenzív nemzetközi nagyvállalat vizsgálata során azt találták, hogy nem azok a cégek a legsikeresebbek a piacon, melyek a legtöbb pénzt költik innovációra (vagy épp a legjobb technológiákat fejlesztik ki vagy a legjobb mérnököket foglalkoztatják). Felmerésük arra világított rá, hogy a fogyasztóközpontú innovációs stratégia a piaci siker titka. Bár a szerzőpáros felmérése elsősorban nem az élelmiszeripari vállalkozásokat ölelte fel, **feltételezem, hogy a szűkös pénzügyi forrással rendelkező élelmiszeripari vállalkozások esetében is előmozdíthatja az innováció sikeres megvalósítását az, ha a vállalkozások az általános stratégiájukhoz igazított, fogyasztóközpontú innovációs stratégiát készítenek, valamint a fogyasztók igényeit folyamatosan figyelemmel kísérik.**

8) K+F jelentősége

Az Észak-magyarországi régióban az élelmiszeripari vállalkozások eredményessége és a K+F ráfordítások közötti kapcsolat minőségét egy hipotézis megválaszolásával kívántam meghatározni. Ez a következő volt:

H(4) Az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k körében nincs szignifikáns kapcsolat a K+F ráfordítások és a vállalkozás eredményessége között.

A vizsgálat eredményei megerősítették azt az állítást, miszerint a vállalkozások eredményessége és a K+F ráfordításai között szignifikáns kapcsolat nem mutatható ki. Így megállapítható, hogy a K+F ráfordítások nem feltétlenül jelentkeznek a vállalkozások eredményességében. Bár ennek okainak feltárását mélységében nem vizsgáltam, azonban következtetek arra, hogy a szervezeti (menedzsment) innovációk hiánya befolyásolhatja a K+F ráfordítások hatékonyságát, azaz a K+F ráfordítások pozitív hozadékának alakulására hathat annak menedzselési kérdésköre. Másfelől a vizsgált észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozók kapcsán a kutatás korábbi szakaszában megállapítottam, hogy a nem K+F alapú, inkrementális, leginkább imitáció jellegű innovációk jellemezték a vállalkozások fejlesztéseit. **Az imitáció stratégiai jelentőségét tovább erősíti az is, hogy a K+F alapú fejlesztés létjogosultsága az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások jelenlegi helyzetében megkérdőjelezhető, hiszen ezeknél a vállalkozásoknál a magasabb költséggel és nagyobb kockázattal járó radikális innovációk jelentős teljesítményjavulást nem feltétlenül eredményeznének.**

ÖSSZEFOGLALÁS

A disszertációmban az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozók körében töltött, közel két évtizedes szakmai munkásságom alatt szerzett tudást, tapasztalatot használtam fel ahhoz, hogy tudományos módon előkészített és megvalósított kutatásomat és annak eredményeit bemutassam. A dolgozat első részében a kutatási témám aktualitását és jelentőségét helyeztem megvilágításba. Ezt követően a kutatási témám által felölelt területek: 1) élelmiszeripar, 2) KKV-k, 3) innováció és 4) Észak-Magyarország régió, és a köztük lévő összefüggések modellszerű bemutatása után, az egyes területek hazai és nemzetközi szakirodalmi hátterét összegeztem.

Miután átfogó képet kaptam a kutatási terület elméleti hátteréről, a következő fejezetben megfogalmaztam kutatási kérdéseimet, majd hipotéziseimet is konkretizáltam. Fontos céloom volt, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások innovációs tevékenységét determináló tényezőket a teljesség igényével rendszerezem, így a hipotéziseimet a rendszerszemlélet tükrében modelleztem az összefüggések megvilágítása céljából. A kutatásom céljai így egyértelműsödtek, ezért a rendelkezésemre álló adatbázisokat bemutatva, a feldolgozás módszertanát is lehatároltam és következtetesen, a kutatási tanulmány olvasói számára is érthetően és részleteiben ismerttettem. A vizsgálataimat a hipotéziseim mentén végeztem, így az eredmények bemutatásakor is ezt a kronológiát választottam. Ezáltal igyekeztem eredményeimet jól követhetővé, érthetővé és indokolttá tenni. A meghatározott hipotéziseket négy fő determináns: 1) innováció jellege, a 2) vállalkozás jellemzők, az 3) innováció akadályai és a 4) K+F jelentősége, köré építettem fel, ezért az eredmények fejezet öt alfejezetet foglal magában: négy hipotézis vizsgálat és egy hipotézisek ellenőrése részt.

A vizsgált észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások által megvalósított **innováció jellegéről** megállapítottam, hogy leginkább termék-, legkevésbé pedig marketing és szervezeti, mélységét tekintve pedig imitációról beszélhetünk. A vizsgált vállalkozások **vállalati jellemzői** kapcsán több fontos megállapítást tettem, amik sorra a következők voltak: 1) a vezetés képzettsége nem befolyásolta az innovációs teljesítményt, 2) a vállalkozások korábban jellemzően nem vettek részt vállalkozások közötti együttműködésben, de hajlandóságuk nagy, 3) a fejlesztési ötleteket az innováció jellegétől függően a fogyasztóktól és saját munkatársaiktól szerzik be, 4) az innovációt elsősorban saját forrásból finanszírozzák. A kutatás célszergemését vizsgálva az **innováció akadályai** tekintetében is fontos eredmények születtek: 1) az innovációt elsősorban nem a pénzügyi forrás hiánya akadályozza, hanem a gátló tényezők az innováció típusok (termék, marketing, szervezet) kapcsán eltérést mutatnak, 2) a vizsgált vállalkozások likviditási és tőkeáttételi szempontból nem tudják biztosítani az innovációhoz szükséges pénzügyi forrást. Végül a vizsgált vállalkozói kör tekintetében a **K+F jelentőségéről** megállapítottam, hogy a vállalkozások eredményességét nem befolyásolta a K+F ráfordítások nagysága, azaz a K+F alapú innovációk nem feltétlenül vezettek jobb vállalkozói eredményekhez.

A kutatás eredményei megvilágításba helyezték az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások innovációs determinánsainak fejlesztésre szoruló területeit. A következtetések és javaslatok pedig megjelölték a szükséges intézkedések irányvonalát prognosztizálva azzal egy jelentős eredményjavulást az adott vállalkozói szektorban, az adott iparágban és az adott régióban.

Az elért eredmények azonban nem csupán a lehatárolt vizsgálati terület számára eredményezhetnek pozitív hozadékot. Az eredmények tükrében elindítani kívánt változások egész Magyarország tekintetében kedvező fordulatot eredményezhetnek mind az iparág, mind a KKV szektor, mind pedig a régió versenyhelyzetének tekintetében. Az **élelmiszeripar** – ahogy a dolgozatom első nagy részében hangsúlyozom – stratégiai jelentőségű világszerte, Magyarország számára pedig versenyhelyzet-javító hatással bíró iparág, aminek lehetőségét országunk még nem aknázza ki. A mára jellemzően rövid értékláncok problémája hazánkban jelentős, azonban az élelmiszeripar az élelmiszergazdasági vonatkozásban (mezőgazdaság-élelmiszeripar-kereskedelem) kulcsfontosságú szerepet tölt be egy hosszú, tartós hozzáadott értéket képviselő

értékláncban, ami elsősorban a hazai ellátás, valamint az exportértékesítés során elérhető gazdasági teljesítmény tekintében stratégiai jelentőséggel bír. Továbbá a kutatási eredmények hozadéka jelentős fejlesztési lehetőségeket rejt magában a **KKV szektor** számára is. Ennek a vállalkozói körnek jelentősége mára már megkérdőjelezhetetlen a foglalkoztatás tekintetében, valamint szerepe igen jelentős a vidékfejlesztés vonatkozásában is. Azonban a szektor Magyarország számára a gazdasági fejlődés kapcsán bír stratégiai jelentőséggel, hiszen az ország versenyképességének javítása csakis a vállalkozói kör teljes spektrumának teljesítményének javulásával érhető el. Végül, de egri születésűként legfőbbképp azt kell kiemelnem, hogy az **Észak-Magyarország régió** helyzetének, versenyképességének javítása mára szintén nemzeti érdek, hiszen Magyarország régiói közül négy évek óta az EU húsz leghátrányosabb helyzetű régiói között van, ezek közül pedig az Észak-Magyarország élen jár.

Kutatásommal célom volt, hogy az észak-magyarországi élelmiszeripari KKV-k innovációs tevékenységének minél pontosabb feltárása által hozzájáruljak a jelenleginél hatékonyabb innovációt segítő intézményrendszer létrehozásához, valamint a helyi igényekhez jobban illeszkedő fejlesztési politikai eszközök és kezdeményezések kifejlesztéséhez.

A jelen kutatásom további kutatási irányokat jelöltek meg: 1) vállalkozások forrás menedzselési képességeinek és fejlesztési lehetőségeinek feltárása, 2) hazai piac, fogyasztók igényének és fizetőképességének feltárása azzal a céllal, hogy a drágább/innovatívabb termékek milyen módon fogadtathatók el, 3) a területi tőke (leginkább a helyi életminőség) feltérképezése, annak fejlesztési lehetőségeinek feltárása, 4) a helyi és a külföldi vállalkozások által megtermelt profit regionális hozadékanak vizsgálata. Mindezek még inkább segíthetik a gazdasági-társadalmi folyamatok jó irányba történő előremozdítását.

SUMMARY

This current PhD thesis work is elaborated basing on my investigations and professional experiences gained in the last two decades among Food and Beverage Companies in the North Hungarian Region to present my research with the background of scientifically approved methods and it's results. The first part of my study gives a clear picture about the actuality and importance of the topic, followed by the description of the different fields presented 1) Food industry, 2) SMEs, 3) Innovation, 4) North Hungarian Region; attempting to introduce a model and contesture existing among these stakeholders, then summarizing the national and international literature available.

Having received a complex picture about the theoretical background of the examined field, I finalized my research question and concretized my hypotesis. It has been an important aim to systematize the determining factors marking the innovation focused activities of Food and Beverage Companies in the North Hungarian Region to be able to build a model in a system approach indicating the connections and correlations. The focus point of my study's expected goals I have clearly expressed and presented through the presentation of the information and databases I gained, the restricted processing methods consequently and articulately described for the readers' perceivable information. I have followed the order of my hypothesis in the research phase, so the same chronology has been used in presenting results. The main intention was to make results tracable, understandable and countenance. I have indentified hypothesis according to the list of their determining factors 1) mean of innovation, 2) characteristics of the company, 3) barrier of innovation, 4) importance of R&D, so these explained in 5 subsections: 4 hypothesis analyses and one part to verify the hypothesis.

I have cognizanced that the **variety of realized innovation** by Food and Beverage Companies in the North Hungarian Region are rather product innovation and partially marketing or organizational innovation, and looking at vertical aspect these are „imitations”. About **characteristics of the examined companies** I have come to the following relevant conclusions: 1) the educational level of company leaders has no relevant effect on the innovation achievement, 2) typically, the companies had not been involved in innovational cooperations among open market actors, but there is a will for participation, 3) depending on the variety of innovation, the inputs for development ideas are collected from the customers and the compay employees, 4) process of innovation is primarily financed from own resources. Examining the objective segment I could produce significant outcomes regarding the **barriers of innovation**: 1) inhibiting factors affecting innovation do differ, and depend on the variety of innovation (product, marketing, organization); the primer factor is not the lack of financial resources, 2) questioned companies are not in the position in the means of current ratio or ready assets to provide financial resources needed for innovation. In conclusion, about the **significance of R+D activities** within the examined companies I could state, that there is no correlation between the company's R+D expenditures and the profitability, so that R+D based innovations not necessarily lead to better business performance.

The results of my study have identified and highlighted the factors determine the Food and Beverage Companies in the North Hungarian Region need to be improved. Consequent and proposals indicate the necessary actions to be taken for improvement, forecasting a significant growth in efficiency and successfulness of the cluster of companies in the industrial segment and in the region.

These results could mean positive relevance not only in the restricted focus field of the study, but looking at the output, these can be used by companies to be established and enter the market in the future and to bring positive turn in the competitiveness of the industrial sector, the SMEs and the region. As I pointed out in the first sectoin of my work, **Food and Beverage Industry** has a strategic relevance and importance all over the world, this industry in Hungary has a great

potential to improve competitiveness, which is still not completely utilized. By today the behaviour of short value chains has become an important problem in our country, but in the field of food production (agriculture – food industry – trade and commerce), the long value chain representing solid cooperation and high level added value has a significant role primarily in the national supply, as well as through export activities and this potential has strategic relevance in economic performance. Additionally, the output of the examination results provide remarkable development possibilities for the actors of **SME sector** too. The significance of SME sector cannot be questioned concerning employment and has a determinant role in countryside development. Through improving production and business performance this sector has strategic importance in Hungary's economic development, as the Country's performance can only be grown by increasing output of the total spectrum of companies. At last, I must emphasize as I have my roots in Eger, that now it is national interest to improve the competitiveness of **North Hungarian Region**, as 4 regions out the 20 most disadvantaged regions in the EU can be found in Hungary and North Hungarian Region is among the mostly disadvantageous.

My main aim in this research was to accurately discover and expose the innovation activities of SMEs in Food and Beverage Industry, in favour of producing my contribution to the formation of a more effective and efficient institutional system facilitating innovation compared to today's institutes, support the background information for developing political tools and initiations that meet local needs.

This survey has identified aims and directions for further research activities: 1) studying resource management capability and development possibilities of SMEs, 2) examining customer's demand and paying capacity in the national market to identify the means of introducing innovative / higher price level products, 3) exploring local financial asset potential (focusing on local Life Quality index) as a basis of development possibilities, 4) regional profit increments produced by local and foreign companies. All these could serve the furtherance of economic and social changes into an expected positive direction.

MELLÉKLETEK

M1. – IRODALOMJEGYZÉK

1. ABERNATHY W. J. – UTTERBACK, J.M. (1978): Patterns of industrial innovation, *Technology Review*, 80, p. 41-47.
2. ARADÓTTIR E. H. et al. (2005): Innovation Systems and the Periphery, Final Report January 2005: <https://www.rha.is/static/files/Rannsoknir/2005/ISP-final-report2.pdf> p. 1-438. Letöltés: 2011 május 16.
3. ARMSTRONG N. K. (1987): The midpoint on a five-point Likert-type scale. *Perceptual and Motor Skills* 64, p. 359-362
4. AVERMAETE T. – VIAENE J. – MORGAN EJ. – CRAWFOR N. (2003): Determinants of innovation in small food firms. *Europ. J. Innovation Manage.*, 6(1): 8-17.
5. BALOGH S. (2013): Innovációs célú korszerű kutatás-szervezés az élelmiszeriparban, Bajmócy Z. – Elekes Z. (szerk.) 2013 Innováció: a vállalati stratégiától a társadalmi stratégiáig. JATEPress, Szeged, pp. 99-108.
6. BENE A. – KISS A. (2015): A magyar élelmiszergazdaság felzárkóztatásának lehetőségei In: Ferencz Árpád (szerk.) II. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Kecskemét, 2015. augusztus 27.: „A vidék él és élni akar”. ISBN: 9786155192333 p. 293-297
7. BENE A. (2014): A KKV-k szerveződésének szükségessége és lehetősége In: Takácsné György Katalin (szerk.) Az átalakuló, alkalmazkodó mezőgazdaság és vidék: tanulmányok: XIV. Nemzetközi Tudományos Napok: Gyöngyös, 2014. március 27-28. 1657 p. Konferencia helye, ideje: Gyöngyös, Magyarország, 2014.03.27-2014.03.28. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, 2014. pp. 161-166. (ISBN:978-963-9941-76-2)
8. BENE A. (szerk.) (2016): Az élelmiszeripar pénzügyi helyzetének vizsgálata, Agrárgazdasági Kutató Intézet, 2016 ISBN 978-963-491-598-0
9. BERDE CS. - DAJNOKI K. - JUHÁSZ CS. (2006): Kis- és középvállalkozások tulajdonosai és alkalmazottai képzésének fejlesztésére indított (pályázati) programok, és képzési szolgáltatások elemzése, költségszámításokkal alátámasztott javaslat az igényeikhez, feltételekhez igazodó információs és támogatási rendszerre, együttműködési projektekre és hálózatokra. Budapest, 2006 Kutatási zárótanulmány, Budapest, NFI Sorozatszerkesztő: Lada László, Szerkesztette: Dr. Benke Magdolna
10. BIRO (szerk.) (2014): Innováció a magyar agrár- és vidékfejlesztésben, Agrárgazdasági Könyvek, 2014, ISBN 978-9-634915-86-7 ISSN 2061-8204
11. BORSI B. – PAPANÉK G. (2002): Egyetem-ipar kapcsolatok. A kutatóhelyek benchmarkingja Közép-Európában. Európai Tükör. 2002. 5. sz.
12. BREALEY, R. A. – MYERS, S. C. (2005): Modern vállalati pénzügyek. Panem–McGraw-Hill, Budapest.
13. BUDAI T. (2012): PhD értekezés - A szervezetfejlesztés szerepe az élelmiszeripari vállalatok versenyképességének javításában, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő, pp. 37-38.
14. BUZÁS N. (2007): Innovációmenedzsment a gyakorlatban, Szerk. Buzás Norbert, Akadémia Kiadó, Budapest, ISBN 9789630584678 pp. 232-242
15. CFMS (1995): Centre For Market Surveillance, Research and Strategy for the food sector, A framework for analysing innovation in the food sector – Working paper no. 38 Nov, 1995
16. CHESBROUGH H. – VANHAVERBEKE W. – WEST J. (2006): Open Innovation: Researching a New Paradigm. Oxford University Press, Oxford

17. CHESBROUGH H. (2003): Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press, Boston, MA
18. COLLINSON, S. (2000): Knowledge Networks for Innovation in Small Scottish Software Firms. Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 12, No. 3.
19. CONGDON L. (2015): The definition of an innovative company, Lee Congdon CIO, Red Hat Inc. <http://www.digitalhungary.hu/media/Mi-is-az-innovativ-vallalkozas/2092/> Letöltés: 2017. 12. 16.
20. CSATH M. (1996): Innovációs helyzetünk és EU-tagságunk: Mit kellene tennünk? Ipargazdasági Szemle, 1996, 2-3 sz. p 259-267. oldal.
21. CSATH M. (2010): Versenyképesség-menedzsment – Nemzeti Tankönyvkiadó, 2010 ISBN: 9789631968453
22. CSATH M. (szerk.) (2011): „Az innovációt befolyásoló és kísérő tényezők vizsgálata a hazai KKV-kban” kutatás zárótanulmánya, Kodolányi János Főiskola, Gazdálkodási és Menedzsment Tanszék, Székesfehérvár
23. CSUGÁNY J. (2014): A verseny szerepe az innováció és imitáció megvalósulásában, p. 1-13. http://doktori.econ.unideb.hu/download/pdf/kutatasiforum/2014jun/csugany_juli-anna.pdf Letöltés: 2016. január 22.
24. DIÓSPATONYI I. (2009): Az élelmiszeripar fejlődése a kiegyezéstől a 20. század elejéig (magyar nyelven). MTA KFKI. (Hozzáférés: 2009. augusztus 1.) <http://www.chemonet.hu/hun/food/iptort/iptort1.html> Letöltés: 2017. 09. 27.
25. DIXON P. N. (1984): Response differences and preferences for all-category-defined and end-defined Likert formats. Educational and Psychological Measurement 44 , 61-6.
26. DODGE Y. (2003): The Oxford Dictionary of Statistical Terms. OUP. ISBN 0198509944 p. 512
27. DRUCKER P. (1985): Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles. Heinemann. London. 1985. Magyarul: Innováció és vállalkozás az elméletben és a gyakorlatban. Park, Bp. 1993.
28. EARLE M. D. (1999): Innovation in the food industry, Trends in Food Science & Technology, Volume 8, Issue 5, May 1997, Pages 166-175
29. EC (2000): Presidency Conclusions, Lisbon European Council, 2000. március 23-24.
30. EC (2004): DC Enterprise: Innovation Management and the Knowledge-driven Economy. Brussels
31. EHERER T. (1994): Erfolgreiche Produktinnovation. Graz, Techn. Univ., Inst. f. Wirtschafts- und Betriebswiss., Abt. f. Industriebetriebslehre und Innovationsforschung, Diss., 1994
32. EUROSTAT (2011): Eurostat Statistics Explained http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/GDP_at_regional_level/hu/#Mi_a_region.C3.A1lis_brutt.C3.B3_hazai_term.C3.A9k.3F Letöltve: 2013. április 18.
33. EUROSTAT (2014): Eurostat regional yearbook, 2014 p. 236-256. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/KS-HA-14-001> Letöltés: 2015. 03. 14.
34. EUROSTAT (2017): Eurostat newstealease, 2015 GDP per capita in 276 EU regions, 52/2017 – 2017. március 30. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7962764/1-30032017-AP-EN.pdf/4e9c09e5-c743-41a5-afc8-eb4aa89913f6> Letöltve: 2017. július 20.
35. FAGERBERG J. – MOWERY D. C. – NELSON R. R. (2005): The Oxford Handbook of Innovation, Oxford University Press, 2008 ISBN 9780199264551 p. 622

36. FERTŐ I. (2008): The evolution of Agri-Food Trade Patterns in Central European Countries. *Post-Communist Economies*, Vol. 20. No. 1. p. 1-10.
37. FVM (2009): *Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium - A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar számokban*
38. GALIZZI G. – VENTURINI L. (1996): Product innovation in the food industry: Nature, characteristics and determinants. In: *Economics of innovation. The case of the food industry* (Eds.): Galizzi G. and Venturini L. (Physica Verlag, Heidelberg), p. 133-153
39. GELLYNCK X. – B. VERMEIRE (2007): "Innovation in food firms: contribution of regional networks within the international business context." *Entrepreneurship & Regional Development* 19(3): 209-226.
40. GRININI (szerk.) (2012): *Kondratieff Waves in the World System Perspective. Kondratieff Waves. Dimensions and Perspectives at the Dawn of the 21st Century / Ed. by Leonid E. Grinin, Tessaleno C. Devezas, and Andrey V. Korotayev. Volgograd: Uchitel, 2012. p. 23–64*
41. GROFF A. J. – CHRISTY R. D. (1996): New Food Products: Innovation, Improvement, or Imitation? – Research Reports, *Journal of Food Distribution Research*, 1996, vol. 27, issue 1 p. 38-44
42. GRUNERT K. G. – JEPPESEN L. F. – JESPERSEN K. R. – SONNE A. M. – HANSEN K. – RONDSSEN T. (2005): Market orientation of value chains: A conceptual framework based on four case studies from the food industry. *European Journal of Marketing*, . 35, 428-455.
43. GRUNERT K. G. et al. (1997): A framework for analysing innovation in the food sector, in *Product and process innovation in the food industry*, ed. B. Traill and K.G. Grunert, Blackie Academic and Professional, London.
44. HALLBERG K. (1999): *Small- and Medium-Scale Enterprises: A Framework for Intervention*. Washington, D.C.: Small Enterprise Unit, Private Sector Development Department, The World Bank.
45. HARYSON R.T. – SIGVALD J. (1998): *Japanese Technology and Innovation Management*. London: Edward Elgar
46. HAUSCHILDT J. (1997): *Innovationsmanagement (Vahlen, München) 2. überarb. u. erw. Aufl., Vahlen, München*
47. HORVÁTH Gy. (2001): *Tér és Társadalom XV. évf. 2001/2. p. 203-234.*
48. InCoDeSME (2010): *Mikro-, kis- és középvállalkozások innovációs és együttműködési jellemzői, valamint nemzetköziesedése a magyar-román határmenti térségben: Készült a HURO/0801/087 regisztrációs számú, „A KKV-k innovációs és együttműködési képességének, valamint fejlesztési lehetőségeinek vizsgálata a magyar-román határmenti térségben” c. projekt keretében, Hungary-Romania Cross-Border Co-operation Program 2007-2013, pp. 9-18.*
49. IVÁNYI A. Sz. és HOFFER I. (2011): *Innováció a vállalkozásfejlesztésben*. Budapest: Aula Kiadó
50. JÁMBOR A. (2010) *A csatlakozás hatása a mezőgazdasági termékek ágazaton belüli kereskedelmére Magyarország és az Európai Unió között. Közgazdasági Szemle, 57 évf. október, p. 898-916.*
51. JARUZELSKI B. – DEHOFF K. (2007). *The Customer Connection: The Global Innovation 1000*. Booz Allen Hamilton.

52. KAPRONCZAI I. – BOJTÁRNÉ L. M. – FELKAI B. O. – GÁBORNÉ B. V. – SZÉKELYNÉ R. É. – TÓTH P. – VÁGÓ SZ. (2009): Agrárgazdasági Tanulmányok: Az élelmiszerfeldolgozó kis- és középvállalkozások helyzete, nemzetgazdasági és regionális szerepe, Agrárgazdasági Kutató Intézet, 2009/9. szám
53. KAPRONCZAI I. (2014): Agrárgazdaságunk jelene és jövője, Gazdálkodás, 58. évfolyam 2. szám, p. 95-118.
54. KETSKEMÉTHY L. – IZSÓ L. – KÖNYVES TÓTH E. (2011): Bevezetés az IBM SPSS Statistics programrendszerbe; Artéria Stúdió Kft, Budapest, ISBN 978-963-08-1100-2; p. 579
55. KISS J. (2009): A magyar innovációs rendszer helyzete vállalati nézőpontból c. műhelytanulmány (56. sz.) – Versenyben a világgal 2007-2009 c. kutatás projekt összefoglaló tanulmánya, 2009 szeptember p. 23-25.
56. KLEINHEINCZ F. (2002): A nemzeti innovációs rendszer vizsgálata, mint új elméleti-módszertani megközelítés <http://www.inco.hu/inco2/innova/cikk2.htm> Letöltve: 2011. május 30.
57. KLEPPER S. (1996): Entry, exit, growth, and innovation over the product lifecycle, The American Economic Review, 86, p. 562-583.
58. KOK W. (2004): Jobs, jobs, jobs – creating more jobs in Europe: report of the Employment Taskforce chaired by Wim Kok: 2003 november, Publikálva: 2004. március 1.
59. KOTLER P. – BLIEMEL F. (1999): Marketing Management (C.E. Poeschel Verlag, Stuttgart)
60. KOTLER P. – KELLER K. L. (2015): Marketing Management 15th edition, ISBN 10:0133856461 p. 832
61. KOTLER P. (2016): What Next? – An Interview with Philip Kotler on the Future of Marketing, The Marketing Journal, 2016. január 15. <http://www.marketingjournal.org/future-of-marketing-an-interview-with-philip-kotler/> Letöltés: 2017. 09. 01.
62. KSH (2009): A kis- és középvállalatok és a vállalkozás helyzete - Statisztikai tükör III. évfolyam 109. szám 2009. augusztus 4.
63. KSH (2010): Területi statisztikai évkönyv, 2010 és Mezőgazdasági statisztikai évkönyv, Központi Statisztikai Hivatal kiadványa, Megjelenés éve: 2011 pp. 1-209.
64. KSH (2012a): Észak-Magyarország megyéinek gazdasági-társadalmi helyzete, 2010, KSH, 2012 http://www.ksh.hu/teruleti_atlasz_megyek Letöltve: 2013. április 2.
65. KSH (2012b): Statisztikai tájékoztató – Heves, Nógrád, BAZ megye, 2012/4, 2013. március pp. 2-7
66. KSH (2012c): A méhészet, méztermelés helyzete és lehetőségei különös tekintettel az Észak-Magyarország megyéire, Központi Statisztikai Hivatal, 2012. december pp. 9-11.
67. KSH (2013) <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> Letöltve: 2013. február 4-22.
68. KSH (2017a): A mezőgazdaság szerepe a nemzetgazdaságban, 2016 <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mezo/mezoszerepe16.pdf> Letöltés: 2017. 06. 30.
69. KSH (2017b): A regisztrált vállalkozások száma http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qvd017c.html Letöltés: 2017. július 28.

70. KWAMENA A. I. (2008): Innovations and experience economy: A tool for rural food sector competitiveness and rural development, presented in conference on: Regional studies Association, 27th-29th May 2008, Prague, Czech Republic. In web: www.regional-studiessoc.ac.uk/events/prague08/papers/Arthur.pdf Letöltve: 2011.05.20.
71. LAFORET S. (2008): Size, strategic and market-orientation effects on innovation, *J. Bus. Res.* 61, doi:10.1016/j.jbusres. 2007.08.002 p. 753-764.
72. LANDABASO M. (2002): Clusters in less favoured regions: policy options in planning and implementation. Dissemination of Innovation: Clusters, Regional Institutions and Telematics. Thessaloniki, 16-17 May 2002.
73. LEHOTA J. (2001): Marketingkutató az agrárgazdaságban, Budapest: Mezőgazda Kiadó. ISBN: 963-935-82-58, 233 p.
74. LEVY B. (1994): Technical and Marketing Support Systems for Successful Small and Medium-Size Enterprises in Four Countries. Policy Research Working Paper No. 1400. Washington, D.C.: Policy
75. LOHMANN S. (1998): Rationalizing the Political Business Cycle: A Workhorse Model – *Economics & Politics*, Volume 10, Issue 1 p. 1-17
76. MAASSEN P. A. M. (2007): [Olsen, Johan P.](#) (14 May 2007). *University dynamics and European integration*. Springer. p. 174. ISBN 978-1-4020-5970-4. Retrieved 26 March 2010.
77. MALECKI E.J. (1997): Technology and Economic Development. Longman. Edinburgh, Skócia, 1997
78. MANN PREM S. (1995): Introductory Statistics (2nd ed.). Wiley. ISBN 0471310093
79. MARCEAU J. (1994): Clusters, chains and complexes: Three approaches to innovation with a public policy perspective. In Dodgson, M and Rothwell, R. (eds), *Handbook of Industrial Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 3-12
80. MARJÁN A. (2010): A világgazdaság ciklusai, vagy a kapitalizmus vége – Kitekintő, 2010. június 10. http://kitekinto.hu/europa/2010/06/10/a_vilaggazdasag_ciklusai_vagy_a_kapitalizmus_vege Letöltve: 2012. május 22.
81. MCGILL, R., - TUKEY, J. W. – LARSEN, W. A. (1978) Variations of box plots. *The American Statistician* 32, p. 12–16
82. MIKECZ D. (2007): A vállalkozásfejlesztés sajátosságai Magyarországon – Generáció 2020 Think Tank: Közpolitikai Elemzések IV. A kis és középvállalkozások helyzete Magyarországon 5-6. szám
83. MISZ (2003): Az innováció hatása a nemzeti jövedelem növekedésére – Magyar Innovációs Szövetség 2003. December; Témavezető és szerkesztette: Dr. Pakucs János
84. MISZ (2006): Innováció menedzsment kézikönyv – Magyar Innovációs Szövetség, Szerk.: Dr. Pakucs János, Dr. Papanek Gábor, Budapest, 2006 http://www.innovacio.hu/tanulmanyok_pdf/innovacio_menedzsment_kezikonyv.pdf Letöltés: 2018. 01. 12.
85. MNÉP (2009): „Az élelmiszer az életért”, A magyar élelmiszeripar egyeztetett innovációs stratégiai terve (2009-2024). Magyar nemzeti élelmiszertechnológiai platform. A 2009. évi felülvizsgált változat, ÉFOZS 2009. május 10. p 21-22.
86. NFGM (2009): Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium: Áttekintés Magyarország versenyképességének helyzetéről, 2009. December 31

87. NFGM (2010): Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium: Kis- és középvállalkozások fejlesztésének stratégiája 2007-2013
88. NKTH (2008): A Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal 2007. évi tevékenysége és a Kutatási és Technológiai Innovációs Alap felhasználása 2007. évi beszámoló Budapest, 2008.
89. NKTH (2009): Innovációpolitikai országtanulmányok, Magyarország, OECD, 2009
90. NKTH (2010): Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal: Magyar Nemzeti Élelmiszertechológiai Platform „Az élelmiszer az életért” Innovációs Megvalósítási Terv Vitaanyag 3. tervezet/ 1 változat, 2010. március 19. pp. 5-85.
91. NONAKA I. – TAKEUCHI H. (1995): The knowledge-creating company; Oxford University Press, New York
92. OECD (1992) OECD's Indicators of international trade and competitiveness –Economics Department Working Papers No. 120 - General Distribution OECD/GD(92)138, Paris
93. OECD (1998): Technology, Productivity and Job Creation; Paris, 1998
94. OECD (2000): A New Economy? The changing role of innovation and information technology in economic growth. Paris: OECD, 2000. OECD: Technology and Economy.- The Key Relationships. Paris, OECD, 1992.
95. OECD [2000]: Bologna Charter 2000 http://www.oecd.org/document/56/0,3746,en_2649_34197_1866232_1_1_1_1,00.html
Letöltve: 2011. május 4.
96. OSLO MANUAL (2005): Guidelines for collecting and interpreting innovation data, Third edition, A joint publication of OECD and Eurostat, The Measurement of Scientific and Technological Activities
97. PAKUCS J. (1999): Az innováció fogalma – Inco internetes folyóirat 2. szám <http://www.inco.hu/inco2/innova/cikk1.htm> Letöltve: 2012. 05. 28.
98. PAKUCS J. (2005): Innováció és a vállalkozások, Polgári szemle 1. évfolyam 1. szám. 2005 február <https://polgariszemle.hu/archivum/8-2005-februar-1-evfolyam-1-szam/6-innovacio-es-a-vallalkozasok> Letöltés: 2017. 12. 16.
99. PÁLMAI Z. (2008): Versenyképesség – csak a csúcstechnológiai ágazatokban? <http://www.inco.hu/inco7/innova/cikk3h.htm> Letöltve: 2012. 05. 28.
100. PAXTON A. (1994): The Food Miles Report: The dangers of long-distance food transport SAFE Alliance, London, U.K. https://www.sustainweb.org/publications/the_food_miles_report/ Letöltés: 2017. május 20.
101. PETSAS I. – GIANNIKOS C. (2005): Process versus product innovation in multiproduct firms, International Journal of Business and Economics, 4 (3) pp.231-248.
102. PLESCHAK F. – SABISCH H. (1996): Innovationsmanagement (Schäffer-Pöschel, Stuttgart)
103. POLERECZKI Zs. (2010): „Az élelmiszeripari KKV-k szerepe a vidékfejlesztésben” Horvát-magyar együttműködések a vidékfejlesztésben workshop – vidékfejlesztés, előadás jegyzet, Beremend, 2010. november 23.
104. POLGÁR, Z. (2010): Szükség van-e HR-re a kisebb cégeknél? – HR Portál, 2010.05.11 <http://www.hrportal.hu/hr/szukseg-van-e-hr-re-a-kisebb-cegeknel-20100511.html> Letöltve: 2012. 05. 22.
105. PORTER M. E. (1998): Clusters and the new wconomics of competitiveness, Harvard Business Review, November-December 1998 pp. 78.

106. PORTER M. E. (2012): Prosperity at risk – Findings of Harvard Business School’s, Survey on U.S. Competitiveness, 2012 január, p. 18.
107. PORTER M.E. – RIVKIN J.W. (2012): Prosperity at risk – Findings of Harvard Business School’s, Survey on U.S. Competitiveness, január 2012 p. 18.
108. PORTER M.E. (1990): "The Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, March-April 1990 pp. 74-91.
109. PORTER M.E. (1996): "What is Strategy?", Harvard Business Review, November-December 1996 pp. 61-78.
110. POTORI (szerk.) (2014): Structural changes in Polish and Hungarian agriculture since EU accession: Lessons learned and implications for the design of future agricultural policies. Research Institute of Agricultural Economics. Agricultural Economic Books.
111. ROGERS E. M. (1960): Physics for the Inquiring Mind: The methods, nature, and philosophy of physical science, Oxford, Princeton University Press, 1960, Chapter 24: Scientific theories and scientific methods - Theory, pp. 343 <https://ia601408.us.archive.org/22/items/PhysicsForTheEnquiringMind/Rogers-PhysicsForTheEnquiringMind.pdf> Letöltés dátuma: 2012. március 8.
112. RONTÓNÉ N. Zs. (szerk.) (2005): A külföldi tőke szerepe és a gazdálkodás eredményességére gyakorolt hatása a mezőgazdaságban és az élelmiszeriparban. Agrárgazdasági Tanulmányok, 2005/1. szám.
113. ROTHWELL R. – DODGSON M. (1994): 'Innovation and Size of Firm', in The Handbook of Industrial Innovation, Editors M. Dodgson and R. Rothwell, Aldershot Hants: Edward Elgar, pp310-324.
114. ROTHWELL R. (1994): Towards the Fifth-generation Innovation Process. International Marketing Review, 1994. No.I. p.7-30.
115. SABISCH H. (1991): Produktinnovationen (C.E. Poeschel, Stuttgart)
116. SAJTOS L. – MITEV A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv, 2007, Alenia Kiadó, Budapest, 402 p
117. SARANTAKOS S. (1993): Social Research, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 4th edition, Published by Palgrave on 1th January, 1993, South Melbourne: Macmillian Education Australia p. 459 ISBN 0732920183
118. SBA (2012): SBA fact sheet a 2012. évi SBA-tájékoztató Magyarország – Vállalkozáspolitikai és Ipari Főigazgatóság, European Commission kiadványa, p. 1.
119. SBA (2016): European Commission - SBA Fact Sheet, 2016 https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/eu28_sba_fact_sheet.pdf Letöltés: 2017. augusztus 4.
120. SCHUMPETER J. A. (1912): Theorie de wirtschaftlichen Entwicklung, printed in Industry and Innovation, 1912, Vol. 9, No. 1/2, pp. 93-145.
121. SCHUMPETER J. A. (1939): Business Cycles, New York: McGraw-Hill Book Company, 1939, 461 pp.
122. SCHUMPETER J. A. (1950): Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper & Row, 1942, Third edition: 1950, New York pp. 381
123. SCOTT A. S. (2007): The Handbook of TEchnology and Innovation Management, Case Western Reserve University, Wiley – A John Wiley and Sons, Ltd., Publication, England ISBN 9781405127912
124. SEBŐK A. (2006): Az élelmiszeripari innováció jellegzetességei az SMEs-NET projekt részeredményei alapján. 2006.03.22. Campden & Chorleywood Kft.

125. SOLOW R. (1957): „Technical change and the aggregate Production Function”; Review of Economics and Statistics, 1957, vol. 39, pp. 312-320.
126. STAUDT et al. (1992): Technology centres and science parks: agents or competence centres for small businesses? - International Journal of Technology Management, Volume 9, Number 2, May 1994
127. SUNDBO J. (1994): Innovative Networks, Technological and Public Knowledge Support Systems in Services, Business Annals, Roskilde: Department of Social Sciences, Roskilde University.
128. SZABÓ K. (2009): Innováció Magyarországon: felülnézetben és földközépen. Vezetéstudomány 2009. 4. pp. 2-15.
129. SZALAVETZ A. (2011): Innovációvezérelt növekedés? Közgazdasági Szemle, LVIII. évf., 2011. május (460–476. o.)
130. SZÉKELYI M. – BARNA I. (2008): Túlélőkészlet az SPSS-hez; Typotex Kiadó, Budapest, ISBN: 9789632790121; p. 458
131. SZELÉNYI L. (2004): Klaszteranalízis. 496-510. p In: SZŰCS I. (Szerk.): Alkalmazott statisztika. Budapest: Agroinform kiadó, 551 p.
132. SZERB L. – CSAPI V. – DEUTSCH N. – HORNYÁK M. – HORVÁTH Á. – KRUSZLICZ F. – LÁNYI B. – MÁRKUS G. – RÁCZ G. – RAPPAI G. – RIDEG A. – SZŰCS P. K. – ULBERT J. (2014): Mennyire versenyképesek a magyar kisvállalatok?: A magyar kisvállalatok (MKKV szektor) versenyképességének egyéni-vállalati szintű mérése és komplex vizsgálata. MARKETING ÉS MENEDZSMENT 48: (klsz) pp. 3-21.
133. SZITA K. (2007): Hálózat és klaszter szervezési gyakorlatok – élelmiszeripar – Oktatási segédlet, Miskolc, 2007
134. SZŰCS I. (Szerk.) (2004): Alkalmazott statisztika. Budapest: Agroinform kiadó, p. 551
135. TAKÁCS I. – TAKÁCSNÉ GYÖRGY K. (2017): Kitérés lehetősége a kkv-k számára – Stratégia, megújulás, partnerség, partnerkapcsolatok, In: Takács I. (szerk.) Az együttműködési attitűdök gazdasági-társadalmi hatótényezői az Észak-magyarországi régióban működő kkv-kban, Gyöngyös, Károly Róbert Főiskola, 2017. pp. 111-138. ISBN: 9789631288155
136. TAKÁCS I. (2008): Az élelmiszeripari és erdőgazdasági üzemek differenciálódása, Kézirat, Budapest, p. 76
137. TAKÁCS I. (2017): Helyzetértékelés az Észak-magyarországi régióról, kérdésfeltevések In: Takács István (szerk.) Az együttműködési attitűdök gazdasági-társadalmi hatótényezői az Észak-magyarországi régióban működő kkv-kban. 190 p. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, 2017. pp. 7-38. ISBN: 9789631288155
138. TAKÁCS I. (szerk.) (2017): Az együttműködési attitűdök gazdasági-társadalmi hatótényezői az Észak-magyarországi régióban működő kkv-kban, Gyöngyös, Károly Róbert Főiskola, 2017. 190 p ISBN: 9789631288155
139. TAKÁCSNÉ GYÖRGY K. – POUR TOYSERKANI A. M. (2014): Stowarzyszenie Ekonoistów Rolnictwa I Agrobiznesu: Imitation VS. Innovation int he SME sector, Roczniki Naukowe, XVI, pp. 271-286.
140. TARNÓI G. (1997): K + F – gondolatok a kutatásról, fejlesztésről, innovációról, A színház csak ürügy – Keleti István utolsó ajándéka (társszerkesztő, 1996), (szerk., 1997).
141. THUSHMAN M.L. – O'REILLY C.A. (1997): Winning through innovation. A practical guide to leading organizational change and renewal (Harvard Business School Press, Boston)

142. UEAPME (2006): EC communication on „Global Europe” sadly lacks SME focus, UEAPME “The voice of SMEs in Europe” Press Statement, Brussels, 4 October p. 1.
143. VANHAVERBEKE W. (2012): Open Innovation in SMEs: How can small companies and startups benefit from open innovation strategies? Research Report, Vlerick Leuven Gent Management School. Flanders, DC
144. VARGA L. (1989): A mezőgazdasági termelés biológiai és technikai alapjai. Tankönyvkiadó Vállalat, Budapest Egyetemi nyomda ISBN 9631819817
145. WEGNER G. (1991): Wohlfahrtsaspekte evolutorischen Marktgeschehens (Mohr, Tübingen)
146. WEINDLMAIER H. (2001): General aspects of food innovation management. In: Food innovation management from idea to success (Eds.): Roland Treillon 2001
147. WITTKOPP A. (2004): Produktinnovation und Performance. Eine empirische Analyse des deutschen Ernährungsgewerbes. In: European University Studies, Vol. 3069 (Peter Lang Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt /M.)
148. WYATT R. – MEYERS L. (1987): Psychometric properties of four 5-point Likert-type response scales. Educational and Psychological Measurement 47, pp. 27-35.

M2. – ÁBRÁK, TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE**Ábrák**

1. ábra: A szakirodalom vizsgálatának szisztematizált modellje	9
2. ábra: A mezőgazdasági alaptervekenység, az élelmiszer-feldolgozó ipar, az élelmiszer-kereskedelem és a fogyasztó kapcsolata.....	10
3. ábra: Alkalmazotti létszám alakulása a magyarországi élelmiszeriparban (2003-2015).....	13
4. ábra: A magyarországi élelmiszeripar árbevételének és adózás előtti eredményének	13
5. ábra: Az élelmiszeripar jövedelmezőségi mutatóinak alakulása, 2003-2015	14
6. ábra: A magyarországi élelmiszeripar befektetett eszközeinek, beruházásainak és értékcsökkenési leírásainak értéke 2003. évi áron, 2003-2015.....	15
7. ábra: A magyarországi élelmiszeripar beruházásainak alakulása folyó áron, 2003-2015.....	15
8. ábra: A KKV szektor elemi indikátorainak (mutató érték) alakulása (2005-2015)	19
9. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások méretkategória szerinti megoszlása, 2015	20
10. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások főbb pénzügyi mutatóinak alakulása a vállalkozások mérete szerint, 2011-2015. évek átlaga	21
11. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások bér- és élőmunka-hatékonyágának alakulása a vállalkozások mérete szerint, 2011-2015. évek átlaga	22
12. ábra: Az élelmiszeriparban alkalmazottak létszámának alakulása, 2003-2015	22
13. ábra: Kondratyev ciklikusság elmélete	25
14. ábra: Egy főre jutó GDP és a K+F ráfordítások arányának alakulása néhány kiválasztott országban 1995 és 2008 között	28
15. ábra: A K+F ráfordítások alakulása Magyarországon és az élelmiszeriparban, 2010-2014... 34	
16. ábra: A vállalkozások K+F* ráfordításainak megoszlása az élelmiszeriparban szakágazatok szerint (%) (n=64) (2014).....	34
17. ábra: Magyarország tervezési-statisztikai régiói és megyéi (NUTS)	37
18. ábra: A foglalkoztatottak aránya Magyarországon (2008), Észak-Magyarország népsűrűsége (2009).....	38
19. ábra: A magyar mezőgazdasági aktivitás régióként (% / GDP, 2011), az élelmiszeripari és mezőgazdasági vállalkozások teljesítményének megoszlása (2013)	41

20. ábra: Az Észak-Magyarország élelmiszeripari vállalkozásainak megoszlása létszám-kategóriánként (n=636) (%) (2015).....	41
21. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások számának alakulása méretkategória szerint, 2003-2015	42
22. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások szakágazat szerinti megoszlása (n=636) (2015)	42
23. ábra: Az Az élelmiszeripari vállalkozások adózás előtti eredményének alakulása Magyarországon és az Észak-Magyarország régióban, (milliárd HUF) (2003-2015).....	43
24. ábra: Az empirikus vizsgálat során vizsgált hipotézisek (zárójelben az érintett hipotézis száma)	49
25. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások méret szerinti megoszlása a NAV adatok (2015, n=636) és a válaszadók (2017, n=77) körében	51
26. ábra: A válaszadó élelmiszeri vállalkozások szakágazat szerinti megoszlása (n=77) (2017)	52
27. ábra: Az észak-magyarországi élelmiszeripari vállalkozások megye szerinti megoszlása a NAV adatok (2015, n=636) és a válaszadók (2017, n=77) körében.....	52
28. ábra: A kvantitatív technikák csoportosítása.....	53
29. ábra: A Box-plot ábra értelmezési sémája	55
30. ábra: Az elmúlt tíz évben foglalkozott-e innovációval kérdésre adott válaszok megoszlása (n=77) (2017).....	57
31. ábra: A megvalósított innováció jellegének alakulása a végtermék tükrében, 2017.....	59
32. ábra: Megvalósított innovációk fogyasztói igény iránya szerinti megoszlása (%) (2017).....	59
33. ábra: A mintában szereplő vállalkozások alapítás évük szerinti megoszlása, (n=77) (2017).	61
34. ábra: A válaszadó vállalkozások vezetőinek iskolai végzettség szerinti megoszlása, (n=77) (2017).....	62
35. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének iskolai végzettség szerinti megoszlása, (n=77) (2017)	62
36. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének idegen nyelv ismeretének megoszlása, (n=77) (2017)	63
37. ábra: A válaszadó vállalkozások vezetőinek korcsoport szerinti megoszlása, (n=77) (2017)	63
38. ábra: A válaszadó vállalkozások menedzsmentjének életkor-csoport szerinti megoszlása, (n=77) (2017)	64

39. ábra: A válaszadók a más vállalkozásokkal végzett innovációs hajlandóságára adott válaszok megoszlása, (n=77) (2017)	67
40. ábra: Az innováció finanszírozásának forrása kapcsán adott válaszok boxpot diagramos megjelenítése, 2017	71
41. ábra: Az innovációt saját forrásból megvalósított vállalkozások méret szerinti megoszlása (%) (2017).....	72
42. ábra: Az írásos formában innovációs stratégia megléte a válaszadók menedzsmentjének iskolai végzettsége tükrében (n=77) (2017).....	74
43. ábra: Az innovációt gátló tényezők a válaszok megoszlása szerint, (n=77) (2017).....	75
44. ábra: A termékinnováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017	79
45. ábra: A marketing innováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017	81
46. ábra: A szervezeti innováció kapcsán végzett faktoranalízis során kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017	83
47. ábra: A pénzügyi helyzet megítélése kapcsán kapott faktorok boxplot ábrázolása, 2017.....	85
48. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások csoportosítása klaszteranalízissel likviditás és tőkeáttételi szint szerint, (n=383) (2013).....	86
49. ábra: Az élelmiszeripari vállalkozások klaszteranalízis szerinti megoszlása, (n=383) (2013)	87

Táblázatok

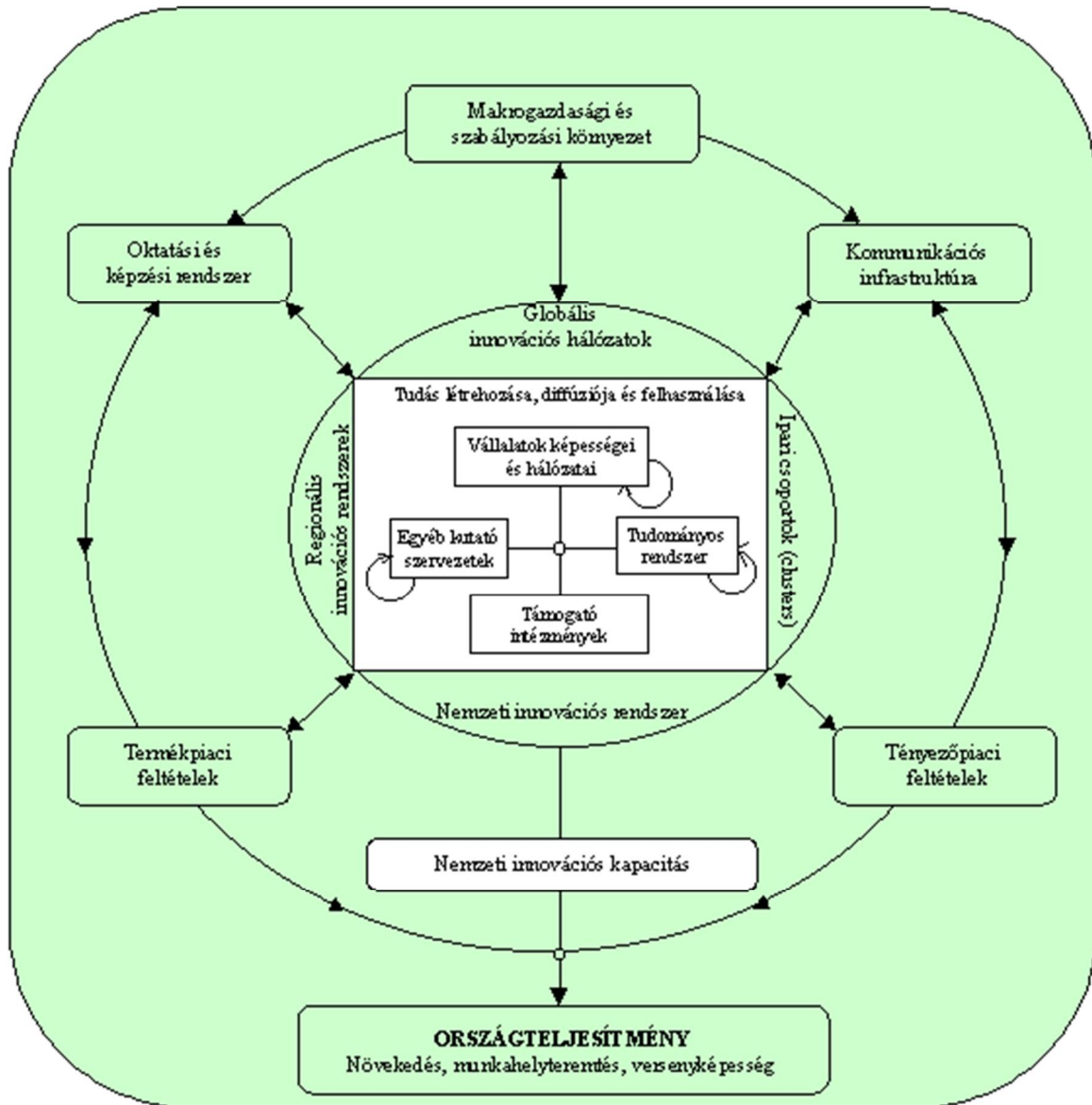
1. táblázat: Kis- és középvállalkozások méret szerinti minősítő, 2017.....	17
2. táblázat: A magyarországi vállalatok gazdasági súlya méret szerinti megoszlása (%) (2015). 18	
3. táblázat: Kondratyev ciklus elmélet	25
4. táblázat: Egy főre jutó regionális GDP az EU28-ban, (2015) (PPS, EU28=100).....	36
5. táblázat: Észak-magyarországi régió vállalkozásainak száma létszám-kategóriánként, 2009 . 38	
6. táblázat: Mélyinterjú során megkérdezett élelmiszeripari vállalkozások méret és szakágazat szerinti megoszlása (n=27) (2016)	50
7. táblázat: Az elemzéshez használt módszertan kiválasztását segítő metodika.....	54
8. táblázat: A kutatásban alkalmazott módszertanok összegzése.....	56
9. táblázat: Az innováció típusának megjelölésére adott válaszok viszonyszámai, 2017.....	58
10. táblázat: A válaszadók stratégiai tervek készítése kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)	64
11. táblázat: Az innovációs stratégia kapcsán kapott válaszok viszonyszámai, (n=77) (2017) ...	65
12. táblázat: A válaszadók más vállalkozások közötti együttműködése kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017).....	65
13. táblázat: A válaszadók vállalati együttműködés előnyei kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017).....	66
14. táblázat: A válaszadók intézményekkel történő együttműködésre adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017).....	66
15. táblázat: A válaszadók a vállalkozások közötti közös innováció kapcsán tett javaslataik (egy-egy javaslatnál jelöltem a javaslattevők számát), 2017.....	68
16. táblázat: A válaszadók termékinnováció ötletforrása kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017)	69
17. táblázat: A válaszadók marketing innováció ötletforrása kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017).....	69
18. táblázat: A válaszadók szervezet innováció ötletforrása kapcsán adott válaszainak viszonyszámai, (n=77) (2017).....	70
19. táblázat: Az innováció finanszírozásának forrása kapcsán adott válaszok átlagos értéke, 2017	72
20. táblázat: A termék/szolgáltatás innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)	77
21. táblázat: A marketing innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)	80

22. táblázat: A szervezeti innovációt gátló tényezőkre vonatkozó válaszok alapján készített faktoranalízis (n=77) (2017)	82
23. táblázat: A válaszadók pénzügyi helyzetük kapcsán értékelt változók faktoranalízise (n=77) (2017).....	84
24. táblázat: A K+F és az eredményességi mutatók közötti szignifikancia szint vizsgálata (n=636) (2017).....	90
25. táblázat: A kutatásom hipotéziseinek ellenőrzése, 2017	92
26. táblázat: A kutatásom új és újszerű eredményei	95

M3. – ÉLELMISZERIPAR SZAKÁGAZATAI

10	Élelmiszergyártás
101	Húsfeldolgozás, -tartósítás, húskészítmény gyártása
1011	Húsfeldolgozás, -tartósítás
1012	Baromfi-hús feldolgozása, tartósítása
1013	Hús-, baromfi-hús-készítmény gyártása
102	Halfeldolgozás, -tartósítás
1020	Halfeldolgozás, -tartósítás
103	Gyümölcs-, zöldségfeldolgozás, -tartósítás
1031	Burgonyafeldolgozás, -tartósítás
1032	Gyümölcs-, zöldséglé gyártása
1039	Egyéb gyümölcs-, zöldségfeldolgozás, -tartósítás
104	Növényi, állati olaj gyártása
1041	Olaj gyártása
1042	Margarin gyártása
105	Tejfeldolgozás
1051	Tejtermék gyártása
1052	Jégkrém gyártása
106	Malomipari termék, keményítő gyártása
1061	Malomipari termék gyártása
1062	Keményítő, keményítőtermék gyártása
107	Pékáru, tésztafélék gyártása
1071	Kenyér; friss pékáru gyártása
1072	Tartósított lisztes áru gyártása
1073	Tésztafélék gyártása
108	Egyéb élelmiszer gyártása
1081	Cukorgyártás
1082	Édesség gyártása
1083	Tea, kávé feldolgozása
1084	Fűszer, ételízesítő gyártása
1085	Készétel gyártása
1086	Homogenizált, diétás étel gyártása
1089	M.n.s. egyéb élelmiszer gyártása
109	Takarmány gyártása
1091	Haszonállat-eledelel gyártása
1092	Hobbiállat-eledelel gyártása
110	Italgyártás
1101	Desztillált szeszes ital gyártása
1102	Szőlőbor termelése
1103	Gyümölcsbor termelése
1104	Egyéb nem desztillált, erjesztett ital gyártása
1105	Sörgyártás
1106	Malátagyártás
1107	Üdítőital, ásványvíz gyártása
120	Dohánytermék gyártása
1200	Dohánytermék gyártása

M4. – A NEMZETI INNOVÁCIÓS RENDSZER MODELLJE



Forrás: OECD Titkárság

1. Forrás: OECD Titkárság, Kleinheincz szerkesztése alapján, 2002

M5. – KÉRDŐÍV**AZ INNOVÁCIÓT BEFOLYÁSOLÓ ÉS KÍSÉRŐ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA AZ ÉLELMISZERIPARI MIKRO-, KIS- ÉS KÖZEPES VÁLLALKOZÁSOK KÖRÉBEN**

Tisztelt Válaszadó!

Köszönöm, hogy megtisztel bizalmával és időt szán a kérdőív kitöltésére.

Cél: Hatékonyabb támogatási rendszer elősegítése az élelmiszeripari KKV szektorban

A kérdőívvel történő lekérdezés célja, hogy a beérkező válaszok feldolgozása után pontos képet kapjunk a fejlődést, innovációs aktivitást befolyásoló tényezőkről a hazai élelmiszeripari vállalkozások esetében. Elsődleges cél, hogy a felmérés eredményeire támaszkodva olyan javaslatok szülessenek, amik hatékonyan segítik a fejlődést, az innovációt támogató környezet kialakítását.

A kérdőív kitöltése név nélkül történik, így utólag a válaszadó azonosítására nincs lehetőség. Amennyiben a kitöltő részt kíván venni a kutatás mélyinterjúk fázisában, nagy örömmel kívánok a későbbi felkeresés lehetőségével élni. Ebben az esetben a kérdőív adott részén ezen szándék jelölésére lehetőség van.

Az adatfeldolgozás után a kérdőívek archiválása megtörténik.

Projektgazda: **Bene Andrea doktorjelölt**

Szakmai vezető: **Prof. Dr. habil Csath Magdolna DSc**

A kérdőívben érintett területek:

- I. ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK**
- II. VÁLLALKOZÁS MENEDZSMENTJE**
- III. VÁLLALKOZÁS STRATÉGIA TERVEI**
- IV. INNOVÁCIÓS TEVÉKENYSÉG**
- V. VÁLLALKOZÁSOK KÖZÖTTI EGYÜTTMŰKÖDÉS**
- VI. VÁLLALKOZÁS PÉNZÜGYI FORRÁSA**

Közreműködő szervezetek:



AZ EMBERI ERŐFORRÁS MINISZTERJUMA ÚNKP-16-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL MEGVALÓSULÓ KUTATÁS

I. ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK

1. Vállalkozás **alapításának** éve (pl. 1993):
2. Adja meg a **székhelyének** irányítószámát (pl. 3300):
3. Adja meg a **telephelyének** irányítószámát (pl.3300):
4. Jelölje x-vel, hogy **telephelye** melyik régióban helyezkedik el:

a. Észak-Magyarország		e. Közép-Dunántúl	
b. Észak-Alföld		f. Nyugat-Dunántúl	
c. Dél-Alföld		g. Dél-Dunántúl	
d. Közép-Magyarország			

5. **Alkalmazottak** száma az előző évben (pl. 18 fő): fő
6. Vállalkozás hány százalékban **magyar tulajdon** (pl. 20%): %
7. Kérem, jelölje vállalkozásának fő **szakágazati** besorolását:

	Hús feldolgozás, -tartósítás, húskészítmény gyártása	Egyéb élelmiszer gyártása
1011	Hús feldolgozás, -tartósítás	1081 Cukorgyártás
1012	Baromfi hús feldolgozása, tartósítás	1082 Édeses éget gyártása
1013	Hús-, baromfi hús- és készítmény gyártása	1083 Tea, kávé feldolgozása
	Hal feldolgozás, -tartósítás	1084 Fűszer, ételízesítő gyártása
1020	Hal feldolgozás, -tartósítás	1085 Készétel gyártása
	Gyümölcs-, zöldség feldolgozás, -tartósítás	1086 Homogénizált, diétás étel gyártása
1031	Burgonyafeldolgozás, -tartósítás	1089 M.n.s. egyéb élelmiszer gyártása
1032	Gyümölcs-, zöldség éget gyártása	
	Egyéb gyümölcs-, zöldség feldolgozás, -tartósítás	Takarmány gyártása
1039	Egyéb gyümölcs-, zöldség feldolgozás, -tartósítás	1091 Haszonállat-eledelet gyártása
	Növényi, állati olaj gyártása	1092 Hobbikálat-eledelet gyártása
1041	Olaj gyártása	
	Malomipari termék, keményítő gyártása	Italgyártás
1042	Margarin gyártása	1101 Desztillált szesz ital gyártása
	Téjfeldolgozás	1102 Szőlőbor termelése
1051	Téjtermék gyártása	1103 Gyümölcsbor termelése
1052	Jégkrém gyártása	1104 Egyéb nem desztillált, erjesztett ital gyártása
	Malomipari termék, keményítő gyártása	1105 Sörgyártás
1061	Malomipari termék gyártása	1106 Multagyártás
1062	Keményítő, keményítő termék gyártása	1107 Üdítőital, ásványvíz gyártása
	Pékáru, tésztafélék gyártása	Dohánytermék gyártása
1071	Kenyér, friss pékáru gyártása	1200 Dohánytermék gyártása
1072	Tartósított lisztes áru gyártása	
1073	Tésztafélék gyártása	

8. Kérem, jelölje vállalkozásának **méret** szerinti besorolását:

a	< 10 fő + árbevétel=579 millió Ft + mérleg főösszeg = 579 millió Ft	MIKRO
b	< 50 fő + árbevétel=2,9 milliárd Ft + mérleg főösszeg = 2,9 milliárd Ft	KIS
c	< 250 fő + árbevétel= 14,5 milliárd Ft + mérleg főösszeg = 12,4 milliárd Ft	KÖZEP
d	minden egyéb vállalkozás	NAGY

9. Vállalkozása az **élelmiszer előállítás mellett** foglalkozik mezőgazdasági **alapanvag termeléssel**:

a. igen b. nem

II. VÁLLALKOZÁS MENEDZSMENTJE

1. Vállalkozás **vezetőjének** iskolai végzettsége:
 - a. középfokú végzettség
 - b. felsőfokú szakképzés
 - c. diploma
 - d. diplománál magasabb
2. Vállalkozás **menedzsmentjének** iskolai végzettsége:
 - a. többségében középfokú
 - b. többségében diplomás
 - c. kb fele-fele arányban
3. **Menedzsment** (kb.) hány százaléka beszél legalább egy **idegen nyelvet** (%):%
4. Vállalkozás **vezetőjének** születési éve (pl. 1962):
5. Jelölje a **menedzsment** átlagos életkorát:

a. inkább 20-30-as éveiben járók	c. inkább 60-nál idősebbek
b. inkább 40-50-es éveiben járók	d. nagyon vegyes

III. VÁLLALKOZÁS STRATÉGIA TERVEI

1. Vállalkozása rendelkezik-e a következő **tervekkel** (írásos formában):

a. szervezeti és működési szabályzat	igen	nem
b. üzleti terv	igen	nem
c. stratégiai terv	igen	nem
d. innovációs stratégiai terv	igen	nem
e. pénzügyi stratégiai terv	igen	nem
2. Ha rendelkezik **innovációs stratégiával** vállalkozása, akkor:

a. évente felülvizsgálják	igen.....	nem.....
b. vállalkozás vezetője készíti	igen.....	nem.....
c. menedzsment készíti	igen.....	nem.....
d. egy felelős személy készíti	igen.....	nem.....
e. külső szakember(ek) készítik	igen.....	nem.....

IV. INNOVÁCIÓS TEVÉKENYSÉG

1. Az **elmúlt 10 évben** vállalkozása **foglalkozott innovációval**, azaz új, vagy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás, új marketing-módszer, vagy új szervezési-szervezeti módszer bevezetésével:

igen nem

2. Ha nem valósult meg vállalkozásánál innováció, akkor **mi volt a gátló tényező** elsősorban:

- a. pénzhiány b. ötlet hiány
c. időhiány d. túl kockázatos
d. egyéb:

3. Az elmúlt 10 évben milyen **innováció típusal foglalkozott** vállalkozása:

- | | | | |
|----|----------------------------------|------------|-----------|
| a) | termék korszerűsítés | igen | nem |
| b) | új termék bevezetése | igen | nem |
| c) | technológiai újítás | igen | nem |
| d) | új eljárás, folyamat kialakítása | igen | nem |
| e) | új marketing eszköz | igen | nem |
| f) | új piac | igen | nem |
| g) | új megoldások keresése | igen | nem |
| h) | szervezetfejlesztés | igen | nem |
| i) | egyéb: | | |

4. Vállalkozása által megvalósított innováció során (kérem, jelölje):

- a. saját fejlesztés (akár szabadalom) jött létre
b. saját termék/szolgáltatás/eljárás került továbbfejlesztésre
c. piacon létező termék/szolgáltatás/eljárás került fejlesztésre
d. piacon létező termék/szolgáltatás/eljárás került bevezetésre

5. Vállalkozása által megvalósított innováció során a **fogyasztói igény** (kérem jelölje):

- a. meglévő fogyasztói igény került kielégítésre
b. új fogyasztói igényt teremtett

6. Az innováció (ha volt) megvalósítása során honnan vette az ötletet?

6.1. Termékre/szolgáltatásra vonatkozó innováció esetén:

- | | | | |
|----|----------------------------------|-----------|-----------|
| c. | beszállítótól | igen..... | nem |
| d. | tudás központtól | igen..... | nem |
| e. | médiából (újság, internet, stb.) | igen..... | nem |
| f. | szakkiállítás | igen..... | nem |
| g. | fogyasztó | igen..... | nem |
| h. | saját szakember / alkalmazott | igen..... | nem |
| i. | egyéb:..... | | |

6.2. Marketing tevékenységre vonatkozó innováció esetén:

- | | | | |
|---|----------------------------------|-----------|-----------|
| a | beszállítótól | igen..... | nem |
| b | tudás központtól | igen..... | nem |
| c | médiából (újság, internet, stb.) | igen..... | nem |
| d | szakkiállítás | igen..... | nem |
| e | fogyasztó | igen..... | nem |
| f | saját szakember / alkalmazott | igen..... | nem |
| g | egyéb:..... | | |



AZ EMBERI ERŐFORRÁS MINISZTERIUMA ÚNKP-16-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL MEGVALÓSULÓ KUTATÁS

6.3. Szervezetfejlesztésre vonatkozó innováció esetén:

- | | | |
|-------------------------------------|-----------|-----------|
| a. beszállítótól | igen..... | nem |
| b. tudás központtól | igen..... | nem |
| c. médiából (újság, internet, stb.) | igen..... | nem |
| d. szakkiállítás | igen..... | nem |
| e. fogyasztó | igen..... | nem |
| f. saját szakember / alkalmazott | igen..... | nem |
| g. egyéb:..... | | |

7. Milyen innovációt tartana fontosnak és szükségesnek vállalkozásánál 5 éven belül?
- új, termék/szolgáltatás előállítása
 - új technológia bevezetése
 - új piac megnyitása
 - új beszerzési források keresése
 - új szervezet létrehozása
 - egyéb:
8. Ön szerint vállalkozása innovációs tevékenységét mi és mennyire gátolja?
(1=nagyon; 5= egyáltalán nem. Karikázza be a megfelelő számot.)

8.1. Termékre/szolgáltatásra vonatkozó innováció esetén:

1	gazdaságpolitika	1	2	3	4	5
2	intézményi (szakhatóságok, tudásközpontok, stb.) környezet	1	2	3	4	5
3	vezetői képességek, szaktudás	1	2	3	4	5
4	idő hiány	1	2	3	4	5
5	pénzügyi forrás	1	2	3	4	5
6	kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	1	2	3	4	5
7	jogi környezet (sokszor egymásnak ellentmondó és gyakran változó jogszabályok)	1	2	3	4	5
8	piaci környezet	1	2	3	4	5
9	tudományos információ hiánya	1	2	3	4	5
10	piaci információ hiánya	1	2	3	4	5
11	bürokrácia	1	2	3	4	5
12	korruptió	1	2	3	4	5
13	adórendszer	1	2	3	4	5
14	állami döntések kiszámíthatatlansága	1	2	3	4	5

8.2. Marketing tevékenységre vonatkozó innováció esetén:

1	gazdaságpolitika	1	2	3	4	5
2	intézményi (szakhatóságok) környezet	1	2	3	4	5
3	vezetői képességek, szaktudás	1	2	3	4	5
4	idő hiány	1	2	3	4	5
5	pénzügyi forrás	1	2	3	4	5
6	kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	1	2	3	4	5
7	jogi környezet	1	2	3	4	5
8	piaci környezet	1	2	3	4	5
9	tudományos információ hiánya	1	2	3	4	5
10	piaci információ hiánya	1	2	3	4	5
11	bürokrácia	1	2	3	4	5



AZ EMBERI ERŐFORRÁS MINISZTERIUMA ÚNKP-16-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL MEGVALÓSULÓ KUTATÁS

12	korruptió	1	2	3	4	5
13	adórendszer	1	2	3	4	5
14	állami döntések kiszámíthatatlansága	1	2	3	4	5

8.3. Szervezettefelesztésre vonatkozó innováció esetén:

1	gazdaságpolitika	1	2	3	4	5
2	intézményi (szakhatóságok) környezet	1	2	3	4	5
3	vezetői képességek, szaktudás	1	2	3	4	5
4	idő hiány	1	2	3	4	5
5	pénzügyi forrás	1	2	3	4	5
6	kutatási és fejlesztési (K+F) kapacitás	1	2	3	4	5
7	jogi környezet	1	2	3	4	5
8	piaci környezet	1	2	3	4	5
9	tudományos információ hiánya	1	2	3	4	5
10	piaci információ hiánya	1	2	3	4	5
11	bürokrácia	1	2	3	4	5
12	korruptió	1	2	3	4	5
13	adórendszer	1	2	3	4	5
14	állami döntések kiszámíthatatlansága	1	2	3	4	5

9. Ön szerint vállalkozása innovációs tevékenységét milyen mértékben segíthetik a következők? (1=nagyon; 5= egyáltalán nem. Karikázza be a megfelelő számot.)

9.1. Termékre/szolgáltatásra vonatkozó innováció esetén:

1	kedvező adórendszer	1	2	3	4	5
2	kutatási és fejlesztési (K+F) központok/ helyek közelsége	1	2	3	4	5
3	innovációt megvalósító pályázati lehetőségek	1	2	3	4	5
4	piacra juttatást támogató pályázatok	1	2	3	4	5
5	hatósági háttérintézetek (NEBIH, ANT SZ, stb.) támogatása	1	2	3	4	5
6	megfelelő szakképzett személyzet	1	2	3	4	5
7	vállalkozás vezetőjének innovatív szemlélete	1	2	3	4	5
8	minőségbiztosítási rendszer(ek) pl. HACCP, ISO, IFS, stb.	1	2	3	4	5
9	innovációs stratégiai terv készítése	1	2	3	4	5
10	vállalkozás rugalmas vezetési és szervezési struktúrája	1	2	3	4	5
11	innovációbarát szervezeti kultúra	1	2	3	4	5

9.2. Marketing tevékenységre vonatkozó innováció esetén:

1	kedvező adórendszer	1	2	3	4	5
2	kutatási és fejlesztési (K+F) központok/ helyek közelsége	1	2	3	4	5
3	innovációt megvalósító pályázati lehetőségek	1	2	3	4	5
4	piacra juttatást támogató pályázatok	1	2	3	4	5
5	hatósági háttérintézetek (NEBIH, ANT SZ, stb.) támogatása	1	2	3	4	5
6	megfelelő szakképzett személyzet	1	2	3	4	5
7	vállalkozás vezetőjének innovatív szemlélete	1	2	3	4	5
8	minőségbiztosítási rendszer(ek) pl. HACCP, ISO, IFS, stb.	1	2	3	4	5
9	innovációs stratégiai terv készítése	1	2	3	4	5
10	vállalkozás rugalmas vezetési és szervezési struktúrája	1	2	3	4	5
11	innovációbarát szervezeti kultúra	1	2	3	4	5



AZ EMBERI ERŐFORRÁS MINISZTERIUMA ÚNKP-16-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI
KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL MEGVALÓSULÓ KUTATÁS

VI. VÁLLALKOZÁS PÉNZÜGYI FORRÁSA

1. Kérem, ítélje meg vállalkozása **pénzügyi helyzetét** a következők szerint:
(1=nagyon rossz; 5=nagyon jó. Karikázza be a megfelelő számot.)

1	fizetőképessége	1	2	3	4	5
2	hitelképessége	1	2	3	4	5
3	finanszírozási feladatok ellátása	1	2	3	4	5
4	vállalkozás gazdálkodása	1	2	3	4	5
5	árbevételének alakulása	1	2	3	4	5
6	export értékesítés (ha van) alakulása	1	2	3	4	5
7	munkabér szintje	1	2	3	4	5
8	humán erőforrás ellátása egyéb juttatással (cafetéria, stb.)	1	2	3	4	5
9	pályázatban való részvétel	1	2	3	4	5
10	beruházások saját forrásból történő finanszírozása	1	2	3	4	5
11	banki hitel külső forrásként történő bevonása	1	2	3	4	5
12	más külső erőforrás történő bevonása	1	2	3	4	5
13	géppark, technológia korszerűsítése	1	2	3	4	5

2. Ha valósított meg **innovációt**, akkor arra mennyire volt igaz:
(1=teljes mértékben, 5= egyáltalán nem. Karikázza be a megfelelő számot.)

1	innováció megtérült	1	2	3	4	5
2	innováció finanszírozása saját forrásból történt	1	2	3	4	5
3	innováció finanszírozása banki hitelből történt	1	2	3	4	5
4	innováció finanszírozása külső forrásból történt	1	2	3	4	5
5	innováció finanszírozása több különböző forrásból történt	1	2	3	4	5

NYILATKOZAT

Köszönöm szépen a segítséget!

Szeretne értesülni az eredményekről? igen nem

Ha igen, akkor kérem, adjon meg egy elérhetőséget (pl. email, telefonszám, postacím)!

ELÉRHETŐSÉG:

SZEMÉLYES MÉLYINTERJÚT VÁLLALOK: igen nem

Kérem, amennyiben ideje engedi, a VII. fejezet kitöltésével is támogassa szakmai munkánkat:

Kitöltöm: igen nem

M6. – A VÁLLALKOZÁSOK MÉRETKATEGÓRIÁINAK KRITÉRIUMAI

Megnevezés	Mikrovállalkozások	Kisvállalkozások	Középvállalkozások	Nagyvállalkozások
Létszám	< 10 fő	< 50 fő	< 250 fő	≥ 250 fő
És				
Árbevétel	≤ 2 millió €	≤ 10 millió €	≤ 50 millió €	> 50 millió €
VAGY				
Mérlegfőösszeg	≤ 2 millió €	≤ 10 millió €	≤ 43 millió €	> 43 millió €

Forrás: A kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény

M7. – MINTÁBAN SZEREPLŐ VÁLLALKOZÁS ALAPÍTÁSÁNAK ÉVE

I.1. Vállalkozás alapításának éve (pl. 1993):

	Vállalkozások száma	Százalék	Érvényes százalék	Kumulált százalék
Érvényes 1986	4	5,2	5,3	5,3
1989	1	1,3	1,3	6,6
1990	2	2,6	2,6	9,2
1991	2	2,6	2,6	11,8
1992	2	2,6	2,6	14,5
1993	7	9,1	9,2	23,7
1994	2	2,6	2,6	26,3
1995	2	2,6	2,6	28,9
1996	9	11,7	11,8	40,8
1997	2	2,6	2,6	43,4
1998	5	6,5	6,6	50,0
2000	6	7,8	7,9	57,9
2001	3	3,9	3,9	61,8
2002	4	5,2	5,3	67,1
2005	2	2,6	2,6	69,7
2006	2	2,6	2,6	72,4
2007	2	2,6	2,6	75,0
2008	1	1,3	1,3	76,3
2009	2	2,6	2,6	78,9
2010	8	10,4	10,5	89,5
2013	7	9,1	9,2	98,7
2014	1	1,3	1,3	100,0
Teljes	76	98,7	100,0	
Hiányzó Rendszer	1	1,3		
Összesen	77	100,0		

M8. – STATISZTIKAI SZÁMÍTÁSOK

M.8.1.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,892 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	31,665	12	,002
Linear-by-Linear Association	9,891	1	,002
N of Valid Cases	77		

a. 15 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,812	,000
	Cramer's V	,469	,000
N of Valid Cases		77	

M.8.2.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,385 ^a	3	,016
Likelihood Ratio	11,803	3	,008
Linear-by-Linear Association	9,477	1	,002
N of Valid Cases	77		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,75.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,380	,016
	Cramer's V	,380	,016
N of Valid Cases		77	

M.8.3.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,380 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	17,396	2	,000
Linear-by-Linear Association	7,904	1	,005
N of Valid Cases	77		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,31.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,469
	Cramer's V	,469
N of Valid Cases	77	

M.8.4.

KMO and Bartlett's Test						
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			,720			
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		348,858			
	df		91			
	Sig.		,000			
Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,538	25,269	25,269	2,507	17,904	17,904
2	1,934	13,813	39,082	2,307	16,481	34,385
3	1,790	12,789	51,871	1,895	13,536	47,920
4	1,516	10,830	62,701	1,650	11,786	59,707
5	1,151	8,220	70,921	1,570	11,215	70,921
6	,948	6,768	77,690			
7	,903	6,450	84,140			
8	,646	4,612	88,752			
9	,472	3,371	92,123			
10	,336	2,397	94,520			
11	,288	2,058	96,578			
12	,262	1,871	98,449			
13	,114	,816	99,265			
14	,103	,735	100,000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

M.8.5.

KMO and Bartlett's Test						
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.						
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	476,231				
	df	91				
	Sig.	,000				
Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,081	36,295	36,295	3,090	22,070	22,070
2	2,038	14,554	50,848	2,658	18,983	41,054
3	1,531	10,933	61,781	1,839	13,137	54,191
4	1,291	9,219	71,001	1,777	12,695	66,886
5	1,193	8,524	79,524	1,769	12,639	79,524
6	,726	5,182	84,707			
7	,633	4,520	89,227			
8	,451	3,223	92,450			
9	,342	2,443	94,893			
10	,229	1,637	96,531			
11	,183	1,308	97,838			
12	,141	1,010	98,849			
13	,086	,618	99,466			
14	,075	,534	100,000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

M.8.6.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,637
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	605,470
	df	91
	Sig.	,000

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,496	46,400	46,400	6,235	44,536	44,536
2	2,000	14,286	60,687	1,941	13,861	58,397
3	1,524	10,887	71,574	1,845	13,177	71,574
4	,952	6,798	78,372			
5	,927	6,621	84,993			
6	,624	4,455	89,448			
7	,504	3,601	93,050			
8	,325	2,322	95,372			
9	,214	1,526	96,898			
10	,168	1,203	98,101			
11	,118	,840	98,940			
12	,082	,586	99,527			
13	,040	,287	99,814			
14	,026	,186	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

M.8.7.

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,985	30,652	30,652	2,857	21,979	21,979
2	2,826	21,742	52,393	2,617	20,127	42,106
3	1,364	10,489	62,883	2,149	16,532	58,639
4	1,241	9,547	72,430	1,793	13,791	72,430
5	,866	6,663	79,092			
6	,802	6,167	85,259			
7	,478	3,677	88,936			
8	,450	3,463	92,399			
9	,332	2,553	94,952			
10	,275	2,113	97,066			
11	,187	1,442	98,508			
12	,130	,999	99,506			
13	,064	,494	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

M.8.8.

KMO and Bartlett's Test

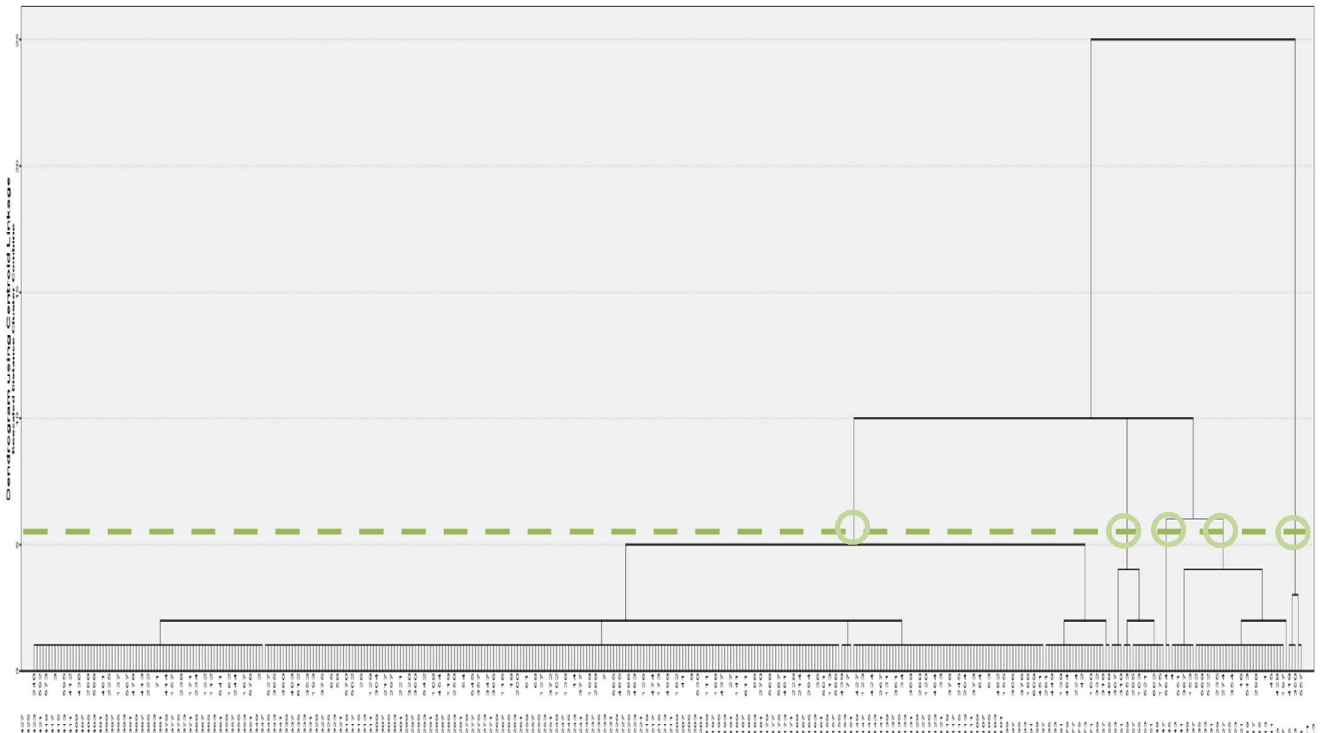
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,721
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	588,919
	df	21
	Sig.	0,000

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
2013 Likviditás 1 mutató	,929	,035
2013 likv Gyorsráta Likviditási gyorsráta (acid test): legkönnyebben mobilizálható pénzeszközök	,812	-,013
2013 Követelések / Rövid lej kötelezettségek	,633	,056
2013 Saját tőke aránya	,256	,898
2013 Tőkeszükséglet (eladósodottság arány) (kötelezettség/összes eszköz)	-,254	-,898
2013 Kötelezettségek / Saját tőke	-,105	,447
2013 Jegyzet tőke aránya	-,054	,446

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Rotation converged in 3 iterations.



Klaszterelemzés dendogrammja, 2013

Forrás: Saját szerkesztés SPSS-es adatok alapján, 2015

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Szakmai tevékenységem és kutató munkám során rengeteg segítséget, támogatást kaptam. Rendkívül hosszú lenne azoknak a tanárok, kutatók és szakemberek név szerinti felsorolása, akik az értekezés megírásának különböző fázisaiban segítségemre voltak, így ezúton **szeretnék köszönetet mondani valamennyiüknek.**

Köszönetemet szeretném kifejezni **Prof. Dr. Csath Magdolna** témavezetőmnek, aki áldozatos munkájával segítette kutatói pályám előmenetelét. Támogatása és iránymutatásai nélkül a dolgozatom jelen formájában nem készülhetett volna el.

Köszönettel tartozom **Prof. Dr. Szűcs Istvánnak**, aki a Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskolájának korábbi vezetője volt, és aki 2011-ben kutatói tanulmányaim elindításához hozzájárult. Szintén köszönetet mondok **Prof. Dr. habil. Lehota Józsefnek**, a doktori iskola jelenlegi vezetőjének, aki hozzájárult ahhoz, hogy a doktori cselekményem sikeresen befejeződjön.

Hálával tartozom **Prof. Dr. Farkasné Dr. Fekete Máriának**, **Dr. Daróczy Miklósnak**, **Dr. Marselek Sándornak** és **Dr. Hegedűs Szilárdnak**, akik a doktori szigorlatomon a bizottság tagjai voltak, és közreműködésükkel hozzájárultak a doktori iskolában folytatott tanulmányaim sikeres lezárásához.

Köszönetemet fejezem ki **Dr. habil. Széles Zsuzsannának**, **Dr. Vinogradov Szergejnek** és **Naárné Dr. Tóth Zsuzsannának**, akik a GSZDI titkáráként segítették munkám. Valamint nagyon hálás vagyok **Törökné Hajdú Mónikának**, aki az EDHT hivatalvezetőjeként a tanulmányaimhoz kapcsolódó adminisztratív és egyéb teendők zökkenőmentes elvégzését rendkívül hatékony módon segítette.

Kutatás módszertani és a kutatási területemhez kapcsolódó szakmai tudásomhoz – a teljesség igénye nélkül – kiemelt jelentőséggel hozzájárult **Prof. Dr. Csath Magdolna**, **Prof. Dr. Botos Katalin**, **Prof. Dr. Szűcs István**, **Prof. Dr. Farkasné Dr. Fekete Mária**, **Dr. Molnár József**, **Dr. Ugródy György**, **Dr. Szelényi László**, **Dr. Takács István**, **Dr. Takácsné Prof. Dr. habil. György Katalin**, **Prof. Dr. Nemes Ferenc**, **Dr. habil. Illés Bálint Csaba**, **Dr. habil. Poór József**, **Dr. Csesznák Anita**, **Dr. Pitlik László**, valamint **Dr. Obadovics Csilla**, akiknek ezúton is köszönetet mondok.

A doktori cselekményem meghatározó lépcsőjén támogatásáról biztosított opponensi szerepvállalás által **Szabóné Dr. Benedek Andrea**, akinek véleményezése a dolgozatom fejlesztését elősegítette. Hálával tartozom **Dr. Magyar Zoltánnak**, aki a dolgozatomat a műhelyvita keretében építő jelleggel kritizálta, elősegítette annak véglegesítést, valamint elfogadta a felkérést a nagyvadásra történő opponensi feladatok ellátására. Ez utóbbi feladatok kapcsán ismét köszönetemet fejezem ki **Dr. Takácsné Prof. Dr. habil. György Katalinnak**, aki a doktori cselekményem sikeres lezárását opponensként támogatja.

A köszönetek sorában ki kell emelnem **Csernák József** segítőkészségét, aki módszertani tudását időt és energiát nem sajnálva osztotta meg velem. Itt mondanék köszönetet **Dr. Szabó Katalinnak**, aki a doktori tanulmányom során évfolyamfelelősként segítette tanulmányaimat a hatékony információáramlás biztosítása által. Köszönöm **Bán Erikának** és **Óhegyi Katalinnak**, hogy iskola- és kutatótársként hangulatossá és emlékezetessé tették a közös tanulmányokat, kutatásokat, konferencián és tanulmányúton való részvételeket.

Az elmúlt években a kutatási témám szélesebb körű megismerését nagy mértékben segítette az **Agrárgazdasági Kutató Intézet**, így ottani munkatársaimnak, kutatótársaimnak köszönettel tartozom.

Itt ragadom meg az alkalmat, hogy köszönetet mondjak valamennyi tanszéki és egyetemi tanáromnak, akik a PhD program kurzusainak megtartásával kutatásomat megalapozták. Szeretnék egyben mindazoknak köszönetet mondani, akik a magyarországi élelmiszeripar témakörének kutatásában konzultációkkal, információkkal, adatokkal segítségemre voltak, ezzel hozzájárultak az

értekezés elkészültéhez. Az értekezésben megfogalmazott álláspontokért, megállapításokért, az esetleges hibákért természetesen teljes mértékben személyes felelősséget vállalok.

Hálás köszönettel tartozom a sok, igazán jó barátomnak, akik évek óta támogatják a magán és szakmai életemet. Külön köszönöm **Mikuska Péternek**, hogy angol szaknyelvi tudásával is támogatott. Köszönöm **Gál Richárdnak**, hogy évtizedeken keresztül követte és támogatta az élelmiszeriparban végzett tevékenységemet, valamint kutató munkásságomat a hétköznapiakban színesítette.

Végül és leginkább hálás köszönetemet szeretném kifejezni a felbecsülhetetlen értékű háttérrel biztosító **családom** felé. **Páromnak**, Gábornak a végtelen türelméért, az áradó szeretetért, a dolgozat stilisztikai és egyéb ellenőrzéséért, és az örökön tartó biztatásáért és támogatásáért. Aki nek leginkább köszönhetem ennek a dolgozatnak az elkészülését és véglegesítését, Ő az én kislányom, **Borsika**. Mindenki mellett Borsika kisleánykámtól kaptam/om a legtöbb energiát, a legmotiválóbb biztatást és a legmagasztosabb elismerést. Köszönöm Borsikám, hogy vagy nekem!

Gödöllő, 2018. május 4.

Bene Andrea