

# STRATÉGIAALKOTÁS VIZSGÁLATA A VERTIKÁLIS INTEGRÁCIÓBAN RÉSZT VEVŐ BROILERCSIRKE TERMELŐK KÖRÉBEN

## THE EXAMINATION OF STRATEGIC CREATION AMONG BROILER CHICKEN PRODUCERS UNDER VERTICAL INTEGRATION

Dr. Csizmásné Dr. Tóth Judit<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Közgazdasági Pénzügyi és Menedzsment Tanszék, Gazdálkodási Kar, Neumann János Egyetem, Magyarország

---

### **Kulcsszavak:**

stratégiaalkotás, vertikális integráció, időhorizont, követett stratégia

### **Keywords:**

strategy making, vertical integration, time horizon, followed strategy

### **Cikktörténet:**

Beérkezett 2017.09.17  
Átdolgozva 2017.10.20  
Elfogadva 2017.10.25

---

---

### **Összefoglalás**

A cikk célja a vertikális integrációban részt vevő 30.000 feletti broilercsirke állománnyal rendelkező termelők stratégiaalkotásának bemutatása kérdőíves megkérdezés keretében végzett kutatási eredmények alapján.

### **Abstract**

This article is about the strategy development process among broiler fattening enterprises with flocks of at least 30.000 birds. This research results are based on questionnaire survey.

---

## 1. Bevezetés

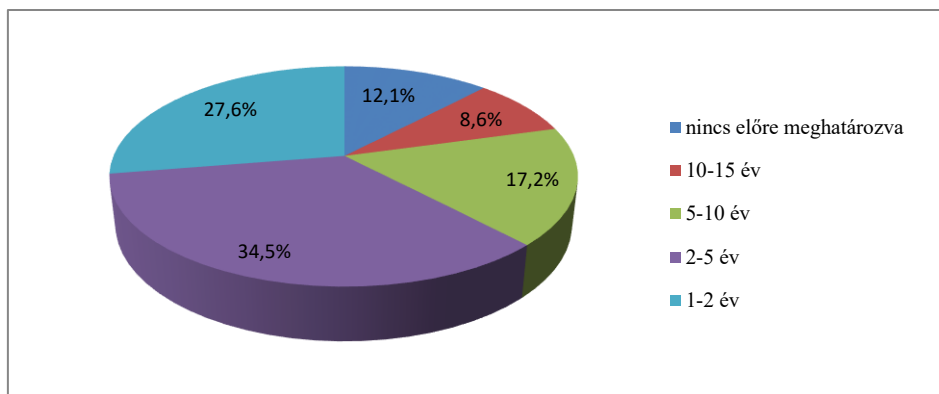
2015/2016-ban végzett kutatásom során a 30.000 feletti broilercsirke állománnyal rendelkező vertikális integrációban részt vevő termelők stratégiaalkotását (2012-2014) vizsgáltam google drive rendszerén keresztül végzett kérdőíves megkérdezés keretében. A vizsgált sokaság, a termékutáncnál regisztrált integrációban részt vevő legalább turnusonként 30 000 darab broilerállománnyal rendelkező broilercsirke termelők köre (169 fő). A mintavételi arány esetemben 47% (80/169) volt. A kutatás során a termelők stratégiaalkotási folyamatának jellemzőit vizsgáltam (alkot-e stratégiát, stratégiaalkotás időhorizontja, követett stratégia, formalizáltság, stb), valamint ezen jellemzők kapcsolatát a szervezetmérettel, a tartott broiler állomány nagyságával, és az integrációval való elégedettséggel.

## 2. A termelők stratégiaalkotási folyamata

Az eredmények az mutatták, hogy a vizsgált termelő vállalkozások 72,5%-a alkotott, 27,5%-a nem alkotott stratégiát a vizsgált időszakban (az elmúlt 3 évben). A vállalkozások stratégiaalkotása a stratégiát alkotó vizsgált vállalkozások közel 70%-nál nem formalizált formában történt, ez az arány összhangban is van a vizsgált vállalkozások vállalatméretével, hiszen a kérdőívet kitöltő vállalkozások több, mint 70%-a mikrovállalkozás volt. A stratégiaalkotás időhorizontja szempontjából a vizsgált vállalkozások többsége (62,1%-a) inkább rövidebb időszakra (2-5, és 1-2 évre) tervezte meg a stratégiáját (1. ábra).

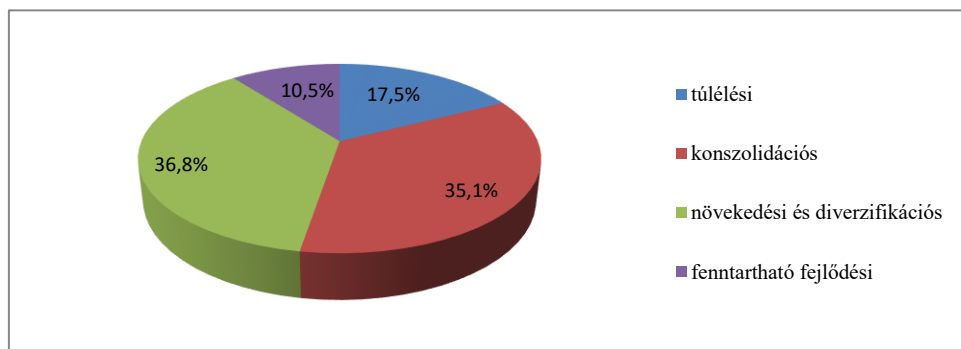
---

<sup>1</sup> Kapcsolattartó szerző. Dr. Csizmásné Dr. Tóth Judit Tel.: +36 56/510-300  
E-mail cím: toth.judit@gk.uni-neumann.hu



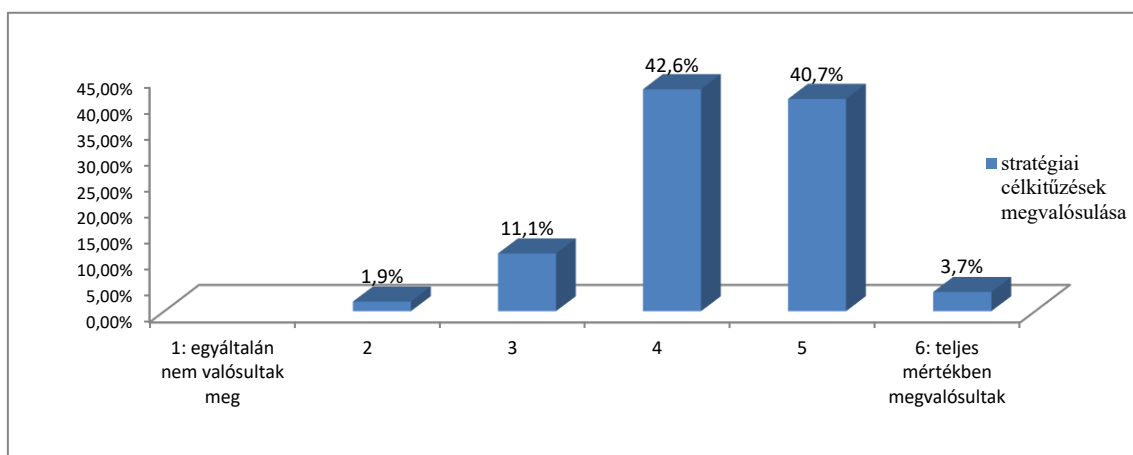
1. ábra: Vizsgált minta megoszlása a stratégiaalkotás időhorizontja szerint [1]

A vizsgált vállalkozások többségénél, 72,4% -ánál a stratégiaalkotás személyes módon, 27,6%-nál kollektív módon történt. A vizsgált vállalkozások zöme 75,9%-a a stratégiáját részben tudatosan, részben spontán alkotta, 20,7%-a tudatosan, és csak 3,4%-a spontán módon. A vizsgált vállalkozások nagy része növekedési és diverzifikációs (36,8%-a) valamint konszolidációs stratégiát folytatott (35,1%-a) (2. ábra). A követett stratégia típusait Székely, 2000 [4] kutatása alapján határoztam meg.



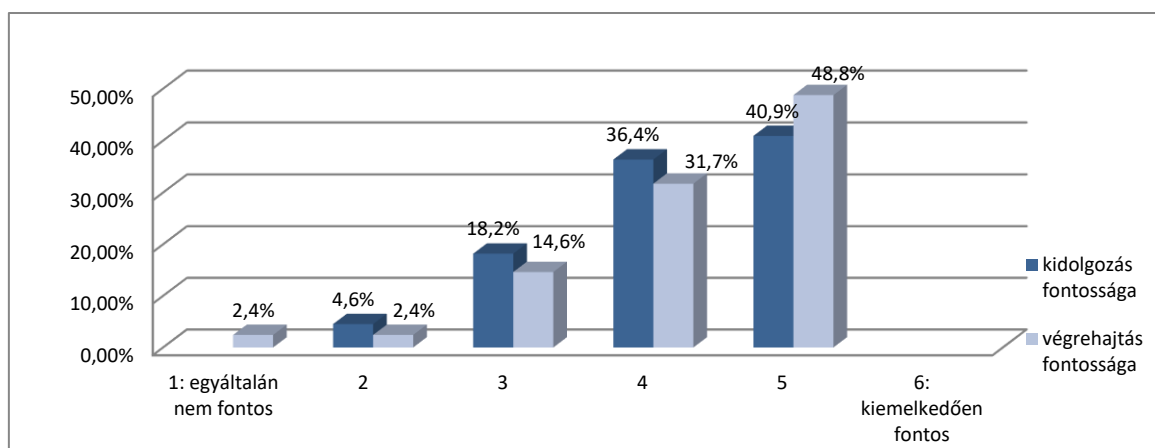
2. ábra: Vizsgált minta megoszlása a követett stratégiájuk alapján [1]

Valószínűleg a követett stratégia megoszlásából is következik, hogy a vizsgált vállalkozások többnyire sikeresnek ítélték meg stratégiaalkotásukat (3. ábra).



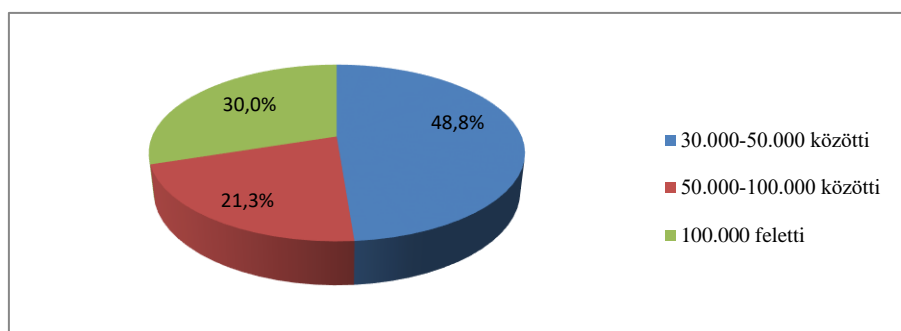
3. ábra: Vizsgált minta megoszlása a stratégiaalkotásuk sikeressége alapján [1]

A stratégia kidolgozását egy picivel fontosabbnak ítélték meg a vizsgált vállalkozások, mint a stratégia végrehajtásának fontosságát, de nagy különbség nincs a kettő megítélése között (4. ábra).



4. ábra: Vizsgált minta megoszlása a stratégia kidolgozásának és végrehajtásának fontossága szerint [1]

A kérdőívet kitöltő termelők közel 50%-a (48,8%-a) turnusonként 30.000-50.000 közötti, 21,3%-a 50.000-100.000 közötti, és 30%-uk 100.000 feletti broilerállománnyal rendelkezett (5. ábra).



5. ábra: Vizsgált minta megoszlása a turnusonként tartott broilerállomány alapján [1]

A vállalat mérete szerint tekintve a kutatásban részt vevő vállalkozások megoszlását, a vállalkozások többsége 72,2%-a mikrovállalkozás, 11,4%-uk kis-, 11,4%-uk közép-, és 5,1%-uk pedig nagyvállalat volt.

Kutatásom során a vizsgált változók alacsony mérési szintűek (nominális és ordinális skálán mért változók) voltak, ezért a stratégiaalkotás egyes tényezőinek a kapcsolatát szervezetmérettel, a broilerállománnyal, és az integrációval való elégedettséggel nemparaméteres próbák [2] segítségével vizsgáltam (2015/2016-os kutatás adatai alapján egy 2017-ben végzett kutatás keretében). A minőségi ismérvek közötti kapcsolat grafikus megjelenítése érdekében abban az esetekben *korrespondenciaelemzést* [3] is végeztem, ahol a Pearson-féle khi négyzet mutató szignifikáns volt. A statisztikai vizsgálatokat az SPSS 22.0 program próbaverziójával végeztem el, az ábrák szerkesztéséhez pedig az SPSS mellett az Excel programot használtam.

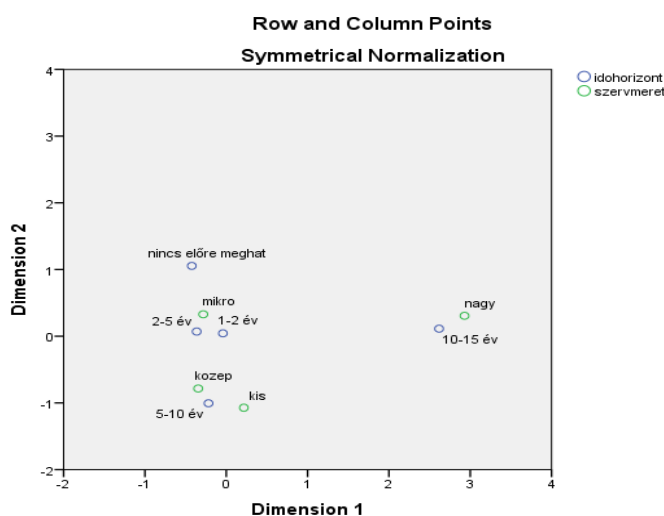
### 3. Stratégiaalkotás és a szervezet méret kapcsolatának vizsgálata

A stratégiaalkotás tényezői közül az időhorizont, a formalizáltság és a követett stratégia típusa mutatott szignifikáns kapcsolatot a szervezetmérettel a nemparaméteres próbák eredményei alapján (1. táblázat).

1. táblázat: Stratégiaalkotás és szervezetméret kapcsolatának vizsgálata nemparaméteres próbák segítségével (saját kutatás eredményei alapján)

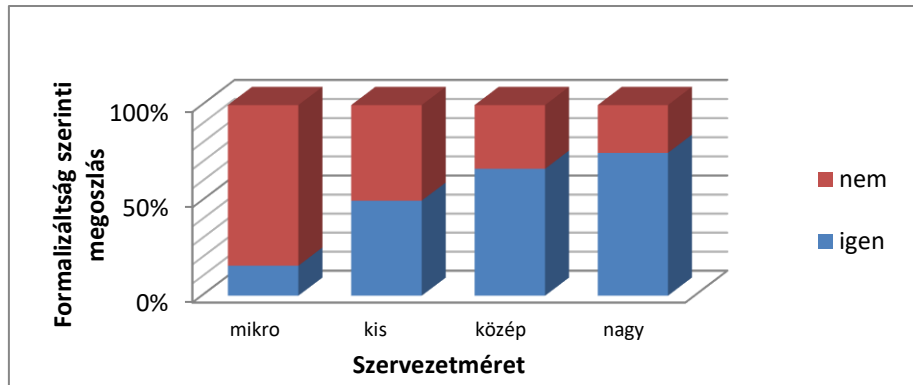
	Stratégiaalkotás tényezői	Medián teszt	Szignifikancia szint
szervezetméret	alkot-e stratégiát	0,189	0,117
	stratégiaalkotás időhorizontja	<b>0,035</b>	<b>0,018</b>
	formalizáltság	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>
	követett stratégia	<b>0,005</b>	<b>0,005</b>
	tudatosság	0,558	0,576
	kollektivitás	0,389	0,170
	stratégia sikeressége	0,279	0,276
	kidolgozás fontossága	0,505	0,507
	végrehajtás fontossága	0,910	0,908

A stratégiaalkotás időhorizontja alapján vizsgálva a szervezet méretet szignifikáns különbséget tapasztalhatunk a csoportok között (KW teszt eredménye:  $p=0,018$ ). A Pearson Kétnégyzet mutató értéke is szignifikáns volt ( $p=0,002$ ), ezért korrespondenciaelemzés segítségével is ábrázoltam az időhorizont és a szervezetméret kapcsolatát. A 6. ábrán látható, hogy a nagyvállalatok esetében a 10-15 éves időhorizont dominált, míg a kis-, és középvállalkozások esetében az 5-10 év, a mikrovállalkozások esetében pedig az 1-2 éves, a 2-5 éves periódus, valamint több olyan vállalkozás is volt, aki nem határozta meg előre a stratégiaalkotás időhorizontját.



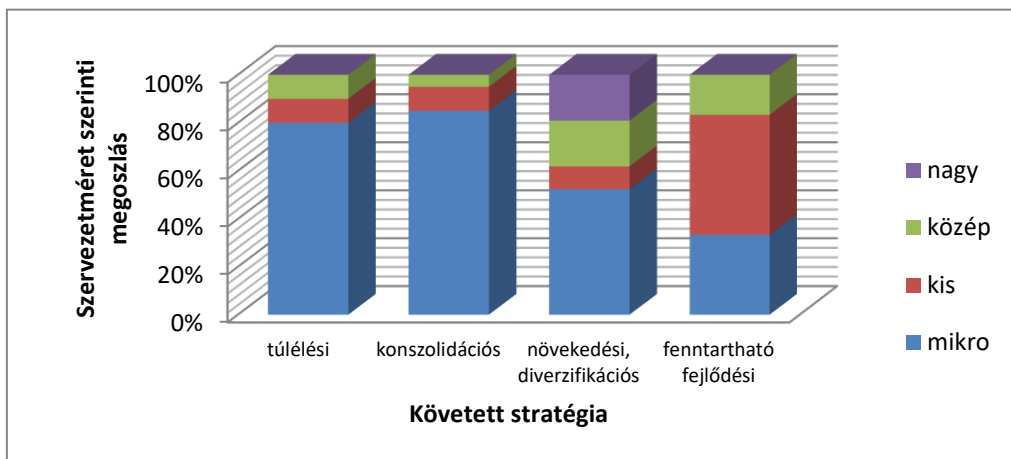
6. ábra: Korrespondenciaelemzés időhorizont és szervezetméret (saját kutatási eredmények alapján)

Az eredmények alapján látható, hogy a nagyvállalatok stratégia alkotására inkább jellemző a hosszabb (10-15 éves) időhorizont, mint a mikro-, kis-, és közép vállalkozások esetében. A stratégiaalkotás formalizáltsága alapján vizsgálva a szervezet méretet szignifikáns különbséget tapasztalhatunk a csoportok között (KW teszt eredménye:  $p=0,000$ ). A 7. ábra adatai alapján látható, hogy a nagyobb szervezetekre (közép- és nagyvállalatokra) inkább jellemző a formalizált stratégiaalkotás, mint a kis- és mikro vállalkozásokra.



7. ábra: Formalizáltság és szervezeterméret kapcsolata (saját kutatási eredmények alapján)

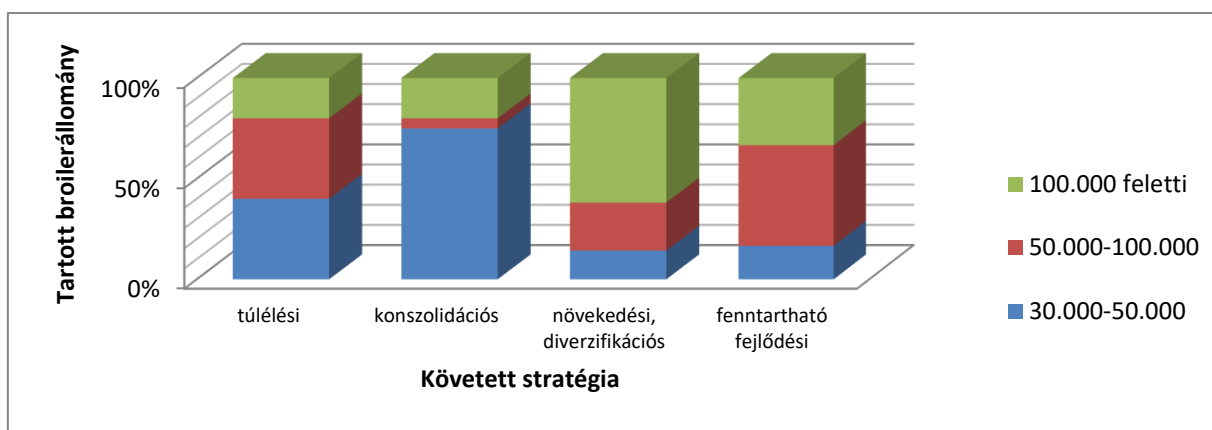
A követett stratégia alapján vizsgálva a szervezet méretet szignifikáns különbséget tapasztalhatunk a csoportok között (KW teszt eredménye:  $p=0,030$ ). A 8. ábra adatai alapján látható, hogy a nagyobb szervezetekre (közép- és nagyvállalatokra) inkább a növekedési és diverzifikációs stratégia jellemző, míg a kis- és mikro vállalkozásokra inkább a túlélési és a konszolidációs stratégia.



8. ábra: Követett stratégia és szervezeterméret kapcsolata (saját kutatási eredmények alapján)

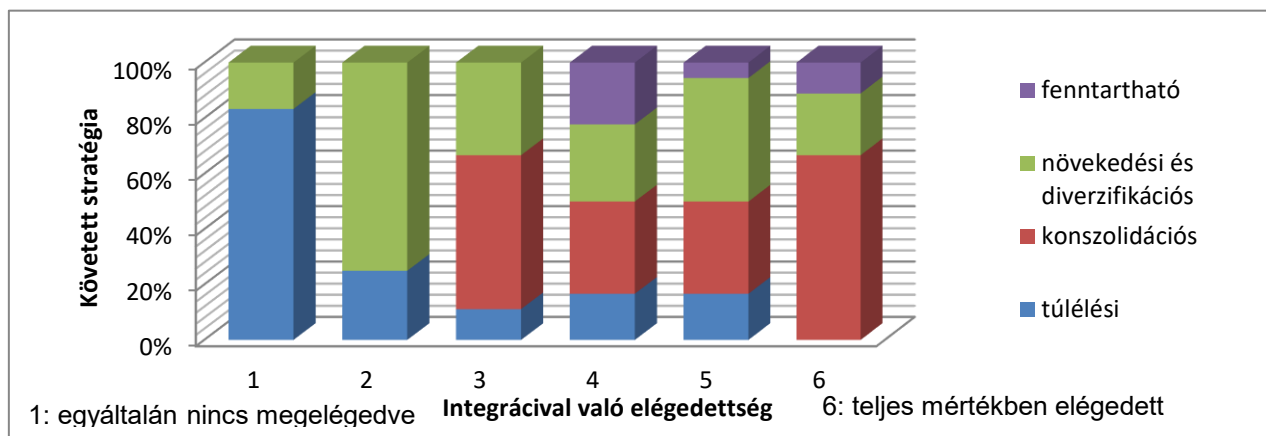
#### 4. Követett stratégia kapcsolata a tartott broilerállománnyal és az integrációval való elégedettséggel

A követett stratégia kapcsolatát megvizsgáltam a tartott broilerállomány nagyságával is nemparaméteres próba segítségével. A követett stratégia alapján vizsgálva a tartott broilerállomány nagyságát szignifikáns különbséget tapasztalhatunk a csoportok között (KW teszt eredménye:  $p=0,004$ ). A 9. ábra eredményei alapján látható, hogy nagyobb állatállománnyal rendelkező vállalkozásokra (100.000 feletti) inkább a növekedési, diverzifikációs stratégia jellemző, a kisebb 30.000-40.000 és 40.000-50.000 közötti állatállománnyal rendelkező vállalkozásokra pedig inkább a konszolidációs stratégia.



9. ábra: Követett stratégia és tartott broilerállomány kapcsolata (saját kutatási eredmények alapján)

A követett stratégia pedig még egy további változóval, az integrációval való elégedettséggel is szignifikáns kapcsolatot mutatott a nemparaméteres próba eredménye alapján (KW teszt eredménye:  $p=0,036$ ). Az eredmények azt mutatták, hogy a konszolidációs, és a növekedési - diverzifikációs stratégiát folytatók elégedettebbek az integrációval, mint a túlélési stratégiát követő vállalkozások (10. ábra).



10. ábra: Követett stratégia és az integrációval való elégedettség kapcsolata (saját kutatási eredmények alapján)

Ennek oka a nagyobb broilerállomány nagyságára vezethető vissza, hiszen minél nagyobb broilerállománnyal lép be egy vállalkozás az integrációba, annál kedvezőbb feltételeket tud kialakítani.

## Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozunk a kutatás támogatásáért, amely az EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Neumann János Egyetemen” pályázat keretében valósult meg. A projekt a Magyar Állam és az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával, a Széchenyi 2020 program keretében valósul meg.

## Irodalomjegyzék

- [1] Dr. Csizmásné Tóth Judit (2016): Tulajdonosi vagy szerződéses integráció? A vertikális integrációból fakadó előnyök kihasználásának vizsgálata a turnusonként 30.000 feletti állománnyal rendelkező broilercsirke termelők körében, PhD értekezés, Keszthely.
- [2] Hunyadi L. – Mundruczó Gy. – Vita L. (2000): Statisztika, Aula Kiadó Kft, Budapest.
- [3] Jánosa András (2011): Adatelemzés SPSS használatával, Computer Books Kiadói Kft.
- [4] Székely Csaba (2000).: Gondolatok az agrárvállalkozások stratégiai tervezéséről. Gazdálkodás, XLIV. évfolyam 2. szám.