

## VÁLLALKOZÁSOK INNOVÁCIÓS TEVÉKENYSÉGE A KÖZÉP-DUNÁNTÚLON

(Innovation Activities of Firms in the Central Transdanubian  
Region)

DÓRY TIBOR

### *Bevezetés*

A Fejér, Komárom-Esztergom és Veszprém megye alkotta Közép-dunántúli régió Budapest és agglomerációját követően az utóbbi három évben az egyik legdinamikusabban növekvő magyar régió (*Rechnitzer* 2000). A gazdaság vitalitásával (erőteljesen növekvő kibocsátás, növekvő termelékenység, magas szintű beruházások, alacsony munkanélküliség) nincs összhangban a régió innovációs teljesítménye és tudományos–technikai potenciálja (*Dőry* 1999). Mindez a jövőben veszélyeztetheti a fenntartható fejlődést, hiszen a növekvő bérek hatására a térségben letelepedett multinacionális vállalatok tevékenységüket tovább telepíthetik még olcsóbb bérű országokba. E hipotézis tükrében elgondolkodtató, hogy a Közép-dunántúli régióban a kutatás–fejlesztési (K+F) ráfordítások bruttó hazai terméken (GDP) belüli aránya még az Európai Unió összehasonlításban is alacsonynak számító hazai átlagot sem éri el. Magyarországon jelenleg ezen kiadások részesedése a GDP-ből 0,8–0,9% közötti értékre tehető, ami a kormány tervei szerint 2002-re 1,5%-re növelhető. A *Közép-dunántúli régióban a K+F ráfordítások regionális GDP-hez viszonyított mértéke nem több 0,3–0,4%-nál*. Ami ennél még több gondot jelent, hogy ezen értéken belül is rendkívül kis hányadot (kb. 30–40%-ot) tesz ki az ipari ráfordítások aránya. A kutatók–fejlesztők aránya az alkalmazottak között szintén rendkívül alacsony (0,4%), a statisztikák szerint létszámuk csupán 880 főre tehető.

Ebben az alaphelyzetben fogalmazódott meg a régióban az innovációs és fejlesztési kapacitások és teljesítmények fokozásának, illetve aktivizálásának kényszere. A regionalizációt még csak most tanuló magyar térségek számára új esélyt jelenthet a gazdaság tudás-alapú fejlődéséhez az Európai Unió régióiban már 1994 óta készülő RTP, RIS/RITTS<sup>1</sup> stratégiák módszertanának elsajátítása, a stratégiákban megfogalmazott programok megvalósítása (*Dőry–Rechnitzer* 1999).

A Közép-dunántúli Regionális Fejlesztési Tanács által finanszírozott „*Regionális innovációs stratégia kidolgozása a Közép-Dunántúl számára*” projekt célkitűzései-vel összhangban történt meg a régióhoz tartozó három megye (Fejér, Komárom-Esztergom és Veszprém) vállalkozásai körében 1999 decemberében a gazdasági szervezetek innovációs tevékenységét áttekinteni hivatott felmérés. A vállalati megkérdezés lebonyolítását, a kérdőívek kiküldését a *megyei kereskedelmi és iparkamarák* végezték. A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara által indított és 1998 óta féléves rendszerességgel végzett konjunktúra felméréshez kapcsolódva, postai úton

lebonyolított megkérdezés vállalati mintáját a megyei kereskedelmi és iparkamarák szolgáltatták.

Az innovációs felmérés legfontosabb *célkitűzése* az volt, hogy a regionális innovációs stratégia megalapozásához *átfogó kép álljon rendelkezésre a Közép-Dunántúl vállalkozásainak innovációs tevékenységéről*. A kutatás tehát általános innovációs helyzetelemzést, nem pedig a kifejezetten innovatívnak tekinthető gazdasági szervezetek felmérését célozta meg. Lényeges ezt előre bocsátani, hiszen így válik érthetővé a következőkben bemutatott elemzés.

Meg kell vallani azt is, hogy régió szinten a *kérdőívet kitöltő 218 vállalkozás* által szolgáltatott adatokat bizonyos fenntartásokkal kell kezelni, hiszen ezen minta a régió vállalkozásainak (beleértve a társas és az egyéni vállalkozásokat is) alig 0,1%-át alkotja. A foglalkoztatottak számát tekintve már kedvezőbb kép rajzolódik elénk. A választ adó vállalkozások összességében 41 252 főt alkalmaztak 1999 végén, ami a régió foglalkoztatotti létszámának 17,6%-át jelenti (1. táblázat).

### 1. TÁBLÁZAT

*A minta és a régió jellemzői*

*(Characteristics of the Sample and the Region)*

JELLEMZŐK	Fejér megye	Komárom-E. megye	Veszprém megye	Közép- dunántúli régió
Vállalkozások száma*	28 379	22 641	26 781	77 801
Kiküldött kérdőívek száma	294	350	56	700
Beérkezett válaszok száma, a minta	101	104	13	218
Visszaérkezési arány	34,4%	29,7%	23,2%	31,1%
Foglalkoztatottak száma**	94 015	65 190	75 737	234 942
Foglalk. száma a mintában	20 155	15 231	5 866	41 252

\* Működő társas és egyéni vállalkozások összesen.

\*\* A Közép-Dunántúlon működő gazdasági szervezeteknél alkalmazásban állók létszáma.

*Forrás:* Megyei statisztikai évkönyvek 1998; kérdőívek 1999.

A mintával, azaz a tényleges válaszadókkal kapcsolatosan annyit kell még megjegyezni, hogy 24,9%-uk mikrovállalkozás, 35,1%-uk kisvállalkozás, 25,8%-uk közepes vállalkozás, illetve 14,2%-uk nagyvállalat volt. Tulajdonosi összetételét tekintve a hazai cégek a dominánsak (62,6%), az 50%-nál nagyobb tulajdoni hányaddal rendelkezők aránya 24,5%-ra, míg az ennél kisebb részben külföldi kézen lévő válaszadók súlya 12,9%-ra adódott.

### *Innováció és a vállalkozások, a vállalkozások innovativitása*

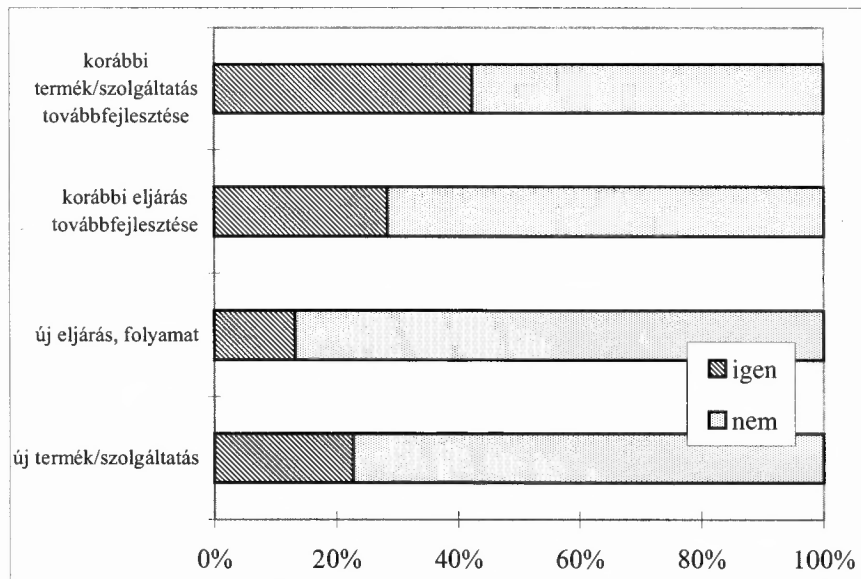
A felmérésnél legkritikusabbnak azt tartottuk, hogy választ kaphassunk arra a kérdésre, vajon *a vállalkozások hány százaléka tekinthető innovatívnak, és miben nyilvánul meg ezen tevékenységük*. Nemzetközi felmérések tapasztalatai alapján

négy alkérdésben kérdeztünk az innováció formájára, mégpedig úgy, hogy a válaszadónak meg kellett adni, hogy vállalkozása *az utóbbi 3 évben kifejlesztett-e* valamilyen új terméket/szolgáltatást, termelési eljárást, vagy korábbi termékeinek/szolgáltatásainak, termelési eljárásának továbbfejlesztett változatát. Első ránézésre meglepőnek tűnhet, hogy átlagosan a *válaszadók csupán 22,7%-a* fejlesztett ki új terméket/szolgáltatást az elmúlt 3 évben. Az új eljárásoknál ez az arány kisebb, alig haladja meg a 10%-ot (13,2%).

*Jobb a helyzet* a továbbfejlesztett termékeknel/szolgáltatásoknál (42,3%) illetve az eljárásoknál is (28,4%). Tekintetbe kell venni azt is, hogy a négy összefüggő kérdést a kérdőívet visszaküldők *mintegy harmada (77-en) üresen hagyta*, feltételezésünk szerint pozitív válasz hiányában. Ennek tükrében sajnos kedvezőtlenebb a kép, és arról árulkodik, hogy a régió vállalkozásai bizony passzívnak tekinthetők az újdonságok előállításában (1. ábra). Ennek azonban több oka is lehet, melyek vizsgálata túlmutat a felmérésből levonható következtetéseken. Más hazai felmérések is megerősítették ugyanis azt, hogy a magyar vállalkozások többségének sem anyagi, sem személyi vagy technikai háttere nem megfelelő az újításhoz, innovációk bevezetéséhez (Chikán 1997; OMFB 1999; Tamás 1995).

### 1. ÁBRA

Az innováció aránya  
(Share of innovations)



Forrás: Kérdőívek 1999.

Alaposabb vizsgálatnak vetettük alá annak megítélését, tipizálhatók-e a fenti értelemben innovatívnak tekintett vállalkozások. Figyelemre méltó, hogy a vállalatméret alapján *nem mutatkozott jelentősebb eltérés* az egyes kategóriák között. A

várakozásokkal némiképp ellenkezően az új terméket/szolgáltatást kifejlesztők között arányukhoz képest *kisebb mértékben szerepeltek mikro- és kisvállalkozások* (13,7% ill. 11,1%), a nagyvállalatok 17,2%-a viszont innovatívnak minősült.

Érdekes módon a *külföldi tulajdonosi háttér sem sarkall egyértelműen innovációra*, vélhetően a bér munka dominanciája, a fejlesztésigényes tevékenységek hiánya miatt. A külpiazi orientáció, az export aránya viszont már beszédesebb jellemző. A meghatározó export tevékenységet folytató – árbevételük 50%-ánál magasabb hányadát exportból realizáló – cégek 22,2%-a minősült a fenti értelemben innovatívnak. Figyelemfelkeltő azonban, hogy a *kizárólagosan hazai piacra termelőknek alig 7%-a fejlesztett ki valamifajta újdonságot*, az általuk megvalósított innovációk száma kívánnivalókat hagy maga után.

### *Az innovációs potenciál értékelése*

Az innovációs teljesítmény meghatározását követően arra voltunk kíváncsiak, hogy miként értékelik a vállalkozások *saját innovációs potenciáljukat*. A válaszadók 1–10-ig terjedő skálán jelölhették be a rájuk leginkább jellemző értéket. Az 1-es nagyon gyenge, az 5-ös átlagos, végül a 10-es kimagasló innovációs szintet tart. Meglehetősen nagy önmérsékletre utal, hogy az innovációs potenciált átlagosan 4,54 pontra minősítette a 161 válaszadó. *Legtöbben ötösrre, azaz átlagosra* értékelték önmagukat. Jelentős önkritikának tudható be egyúttal az is, hogy 28-an nagyon gyengének (1-es) tekintik innovációs képességeiket. Figyelemfelkeltő azonban, hogy szerepeltek a kérdést megválaszolók között olyanok is (1–2 vállalkozás), akik 9-es illetve 10-es pontszámot adtak önmaguknak.

Vállalatméret szerint kereken *egy pontnyi különbség* adódott a mikro- és a nagyvállalatok között (4,03 ill. 5,04), ez utóbbiak javára. Ebből arra lehet következtetni, hogy a nagyok önbizalma, innovációs képességükbe vetett hite, de talán még elkötelezettsége is meghaladja a mikrovállalkozások esetén megfigyelhető mértéket. Sem a különböző tulajdonosi háttér, sem az eltérő export-hányad kategóriák alapján nem tudunk jelentősebb eltéréseket feltárni az egyes vállalkozások között. Mindazonáltal meg kell állapítani, hogy a *legmagasabb átlagos pontszámot a termékeiket meghatározóan exportáló, külföldi tulajdonú nagyvállalatok* adták önmaguknak.

### *Innovációs teljesítmény*

A válaszadók információi szerint az elmúlt 3 évben bevezetett *innovációkból származó bevételek aránya* a vállalkozás összes bevételén belül minden vállalati kategóriában *50% alatti értéket képvisel*. Be kell azonban ismerni, hogy az átlagszámítás miatt elmosódnak a különbségek az egyes vállalati teljesítmények között. Ennek megfelelően örömmel lehet számot adni olyan válaszadókról is (jellemzően *új, technológia-orientált vállalkozásokról*), akik *teljes bevételüket (100%) 3 évnél nem régebbi termékekből realizálják*. A mérleg túlsó serpenyőjében helyezkednek el azok a gazdálkodók, amelyek értékesítésében csupán 2–5%-ot jelentenek az

innovációk. Mindezek figyelembevételével az új termékekből, szolgáltatásokból származó bevételek *átlagos szintje csak 28,2%-ot ért el*. A már pozitív értelemben említett mikro-vállalkozások árbevételük 40,8%-át, a 11–50 fő közötti kisvállalkozások 27,8%-át, a közepes cégek 24,9%-át, míg a nagyok – az átlagnál majd 10%-kal kevesebbet – a bevétel alig ötödét (19,7%) realizálják innovatív termékekből. Feltűnő módon, a termékeik nagyobb részét exportálók sem számoltak be arról, hogy forgalmukból az átlagot jelentősen meghaladó mértékű lenne az innovációból származó bevételek nagysága. A meghatározóan exportálóknál a 3 évnél nem régebbi termékekből származó bevétel aránya 31,9%.

Változatosan alakult *az innováció bevezetésének, átfutási idejének az értékelése*. Arra kértük a válaszadókat, hogy adják meg hónapokban az új ötlettől a piaci bevezetésig számított időt. Eredményként *8,2 hónapos átlagos piacra történő bevezetési idő* adódott. A kicsik ennél *fürgébbnek* (6,5 hónap), a nagyobbak viszont *lomhábbnak* (11,7 hónap) bizonyultak. A közepes méretű vállalkozások az átlaghoz közeli 8,3 hónap piaci bevezetési idővel kalkulálnak. Emellett a hazai tulajdonú gazdálkodók a külföldi részvétellel működőkhöz képest közel egy hónappal hosszabb piacra történő bevezetési időről adtak számot. *A döntően hazai piacra termelők is lassúbbak (10,5 hónap) külpiazi orientációjú társaiknál.*

### *Az innováció erőforrásai*

A kérdőívre adott válaszok alapján azt mondhatjuk, hogy a vállalkozások alkalmazottaiknak átlagosan *6,4%-át (!)* foglalkoztatják a kutatás–fejlesztés területén. Ez meglehetősen magas értéknek tűnik, főképpen, ha számba vesszük, hogy *a Közép-Dunántúlon a K+F-ben foglalkoztatottak létszáma összesen 880 fő, az összes alkalmazotthoz viszonyított aránya pedig csak 0,4%<sup>2</sup>*. A kisvállalkozások esetében persze nehéz egyértelműsíteni, hogy kit, mely dolgozókat is lehet a fejlesztés erőforrásainak tekinteni. Ezen vállalati kategóriánál ugyanis nincsenek elkülönült osztályok, és az esetek többségében egyáltalán nem formalizáltak a kutatás–fejlesztési részlegek sem. Így a válaszokat bizonyos fenntartással kell kezelni, hiszen azok – főképpen a mikro- és kisvállalkozások esetén – egyértelműen túlzónak minősíthetők.

Ezen információk előrebocsátásával felmérésünk úgy találta, hogy *a mikro-vállalkozások foglalkoztatják munkavállalóik legnagyobb hányadát (9,7%) a kutatás–fejlesztés területén*. Őket követik a 11–50 fő közötti kisvállalkozások (7,4%), majd a nagyvállalatokat (3,6%) hajszályival megelőzve a közepes cégek (3,8%). Meglehetősen nagy azonban az egyes vállalkozások által szolgáltatott *adatok szórása*, hiszen a kutatás–fejlesztésben foglalkoztatottak arányára például a kisebb cégeknél 0–50% közötti értékeket kaptunk. A nagyvállalatoknál már csak 1–15% között mozgott a kutatás–fejlesztési létszám arányának meghatározása. Meglepőnek tűnhet, hogy *a csak hazai piacra termelők, export tevékenységet nem folytatók alkalmazzák a legtöbb munkavállalót (10,7%) a kutatás–fejlesztésben*, míg a meghatározóan exportálók – vélhetően a *bérmunka magas arányának* köszönhetően – (3,1%) ebből a szempontból lemaradónak számítanak.

Az innováció forrásait jelentő másik fontos jelzőszám, a *K+F ráfordítások* tekintetében 4,6%-os árbevétel arányos érték adódott. A válaszadók adatszolgáltatása szerint legalábbis árbevételük ekkora hányadát fordítják átlagosan kutatás–fejlesztésre. Ismét a *kicsik járnak elől a sorban*, a kisvállalkozások 6,1%-ot, a 10 fő alatti szervezetek 5,9%-ot fordítanak fejlesztési célokra. A méret növekedésével csökken tehát a *K+F* célú ráfordítások aránya is. A közepes vállalkozások az árbevétel 2,4%-át, a nagyvállalatok pedig 1,4%-át költik *K+F*-re. Természetesen volumenét tekintve ezen arányok *más nagyságrendet takarnak* a kicsiknél és mást a nagyok esetében, ahol még a relatív kisebb arány is jóval magasabb összeget és egy foglalkoztatottra jutó kiadást jelent. A *K+F* létszámnál elmondottak érvényesek a *K+F* ráfordítások vállalati kategóriák szerinti megítélésére is. Eszerint a hazai tulajdonú és az export tevékenységet nem folytató szervezetek vezetik a rangsort. Őket követik a meghatározó külföldi tulajdonossal rendelkező és meghatározóan exportáló vállalkozások.

Azt a *hipotézist* látszik igazolni mindez, hogy a hazai piacra termelők nagyobb *K+F* létszámmal sem képesek jelentősebb külpiaci megmértetésre, illetve a jelentős arányú *K+F* létszámról és ráfordításokról beszámoló, innovatívnak mutakozó kisvállalkozások még nem értek meg arra. A döntően exportálók – vélhetően meghatározó módon bémunkát folytatók – vállalkozásuk versenyképességét pedig alacsonyabb arányú, nagyságuknál fogva azonban már jelentősebb volumenű fejlesztési ráfordítással is fenn tudják tartani.

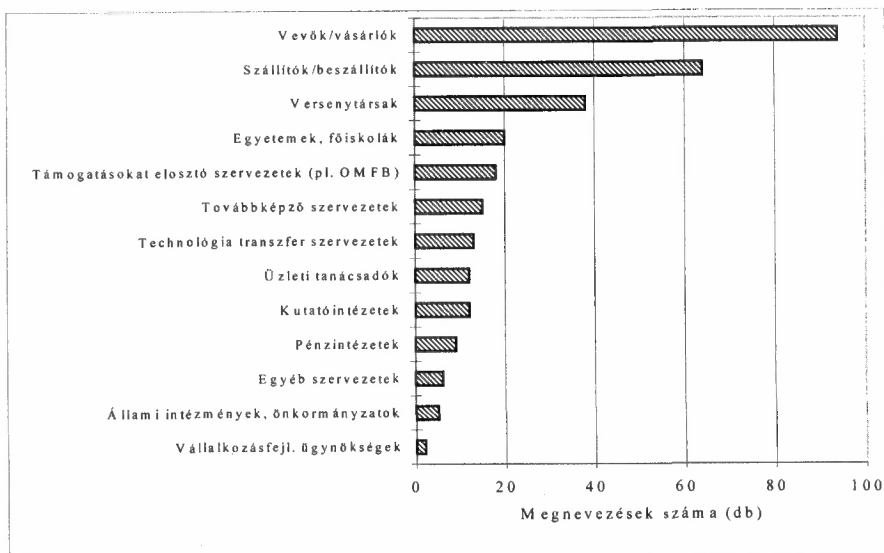
### Az innováció megvalósítója

A kérdőívben megadott kategóriák közül a vállalkozások többsége az *innováció legfontosabb megvalósítójaként a saját vállalkozást jelölte meg* (80 megnevezés). A válaszadók rangsora a *más vállalkozásokkal* közösen végzett kutatás–fejlesztési tevékenységgel folytatódott (37 megnevezés). Ettől jelentősen leszakadva következett az *egyetemekkel, kutatóintézetekkel* (18 megnevezés), majd a *különféle tanácsadó szervezetekkel* (8 megnevezés) való együttműködés megjelölése. Az egyéb válaszlehetőségek sorában a *tulajdonos* merült fel még lehetséges fejlesztési partnerként, főképpen külföldi tulajdonú vállalkozások esetén.

A válaszadók lehetőséget kaptak *K+F együttműködési partnereik rangsorolására* is, melynek során a felsorolásban megadott 13 szervezet fontossági sorrendjét állapíthatták meg. Az első helyezettek sorrendje egyben fontossági rangsort is takar, hiszen éppen a következő sorrendben következtek az első, második és harmadik helyen, *elsőként a vevők/vásárlók* (94 megnevezés), *a szállítók/beszállítók* (64 megnevezés), *majd a versenytársak* (38 megnevezés) (2. ábra).

## 2. ÁBRA

A vállalkozások legfontosabb K+F együttműködési partnereinek rangsora  
(Main R&D co-operation partners of companies)



Forrás: Kérdőívek 1999.

A tudást létrehozó szellemi műhelyek, egyetemek, kutatóintézetek és technológiai transzfer szervezetek a vállalkozások *kevésbé gyakran említett partnerei*, de funkciójukból adódóan lényeges szerepet töltenek be az innovációk létrejöttében. A jól működő piacgazdaságokban a hazainál nagyobb jelentősége van ezen intézményi körnek, hiszen az innovációkat piaci sikerre vivő vállalkozások az ő segítségével érnek el kimagasló eredményeket. Felmérésünk szerint azonban a gazdálkodók sokkal inkább vállalatközi partnerkapcsolataikban bíznak, elsősorban velük alakítottak ki szoros együttműködéseket.

Érdekes, hogy a vállalkozásfejlesztési ügynökségek, alapítványok még az egyéb állami intézményektől illetve az önkormányzatoktól is lemaradva, az utolsó helyen szerepeltek, *innováció ösztönző szerepük tehát minimális*.

### A vevők, szállítók földrajzi elhelyezkedése

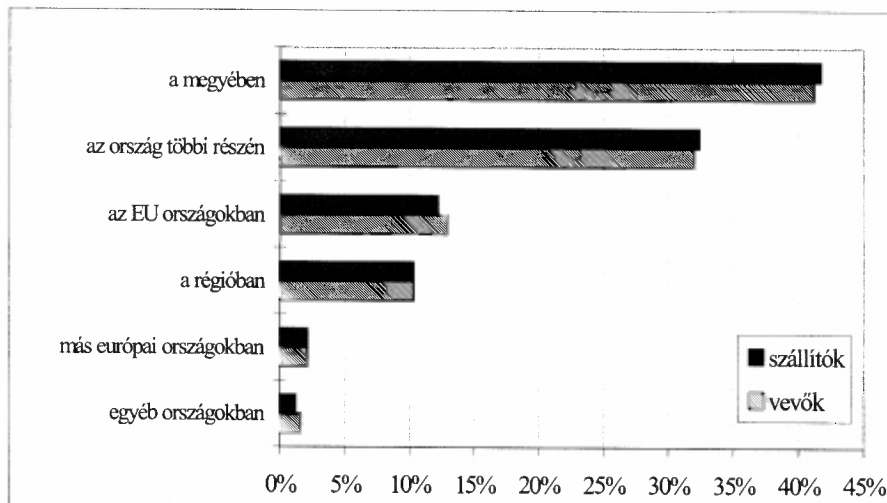
A kérdés nem feltétlenül kötődik az innováció témaköréhez, hiszen a sikeres cégeknek éppúgy lehetnek kizárólag az adott településen koncentráltan, mint globálisan szétszórva elhelyezkedő partnerei. A regionális innovációs stratégia kialakításához készített felmérésben azonban nem mellékes a vállalkozások partnereinek *földrajzi elhelyezkedése*. Nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy csak abban az esetben beszélhetünk *valódi regionális innovációs rendszerről*, ha a régióban letelepült vállalkozások, tudásbázist alkotó intézmények (pl. egyetemek) és transzfer szervezetek szoros együttműködést folytatnak egymással. Ezen kapcsolatok

intenzitását azonban a *térbeli közelség* alapjaiban meghatározza, még az internet és a kommunikációs technológiák egyre növekvő térnyerése esetében is (Braczyk et al 1998; de la Mothe–Paquet 1998).

Ennyi okfejtés után lássuk, hogy a megkérdezett vállalkozások vevői és szállítói hogyan helyezkednek el a térben. A válaszadóknak százalékosan kellett felosztaniuk mind a vevőik, mind a szállítóik földrajzi elhelyezkedését. Az eredmények ismeretében azt lehet mondani, ami egyébként az előzetes várakozásokkal is egybe esik, hogy *a szűkebb térségben, a saját megyében található a vevők és a szállítók legnagyobb hányada*, esetünkben 41,2 illetve 41,7%-a (3. ábra). Ezt követően, másodikként Magyarország régióin kívüli része szerepel közel egy harmad aránnyal (32,0 és 32,4%). A fennmaradó beszerzési és értékesítési piacokon – az előbbieknél jóval kisebb arányban – az *Európai Unió országai* és tőlük alig lemaradva a Közép-dunántúli régió osztoznak mindössze 10–12% erejéig. Érdekes azonban, hogy a rangsorban csak a *negyedik helyen megjelenő régió (10%), a régiót alkotó megyékkel összesítve már 50%-nál nagyobb arányt képvisel* mint a vevők és szállítók telephelye. A régiónál kisebb arányban, a ranglista alján szerepeltek mindössze 1–2%-kal az *egyéb országok* (ide sorolható, pl. az Egyesült Államok, Kína), valamint a *más európai országok* (jellemzően a volt szocialista államok). Nem mondható tehát, hogy a régió vállalkozásai a globális piacon tevékenyek, orientációjuk inkább a hazai és az Európai Unió vállalkozásaira szűkíthető. Érdekességként megemlíthető az is, hogy a válaszadók szerint nem tapasztalhatók szignifikáns eltérések a vevők és a szállítók földrajzi elhelyezkedése között, az apró eltéréssel egybe esik.

### 3. ÁBRA

*A vevők és szállítók földrajzi elhelyezkedése  
(Geographical location of customers and suppliers)*





Az elmondottakból az következik, hogy *a regionális szint meglehetősen hangsúlytalan*, csak kis mértékben jelenik meg a vállalatok közötti kapcsolatokban, azonban *a helyi, megyei szinttel kiegészítve már jelentős figyelmet érdemel*. Így az innovációs stratégiának külön intézkedésekkel kell majd javítani a régió belüli együttműködések kialakulását, a meglévők bővítését, illetve a térbeli közelségből adódó lehetőségek kiaknázását. Ez ugyanis egyértelműen hozzájárul mind a vállalkozások, mind a régió versenyképességének növekedéséhez.

### *Kutatás–fejlesztési szolgáltatások igénye, kínálata*

Szintén a készülő regionális innovációs stratégiához próbáltunk olyan *igényeket azonosítani*, amelyekre a vállalkozások oldaláról *kereslet mutatkozik*. Másik részről fel kívántuk mérni azt is, hogy vannak-e olyan potenciális szolgáltató cégek a régióban, akik az említett igényeknek megfelelő *szolgáltatás-kínálattal* rendelkeznek. Természetesen nem volt célunk az igények és az ajánlatok összepárosítása, és a kérdőívben megadott felsorolásunk közel sem mutatott teljes képet a vállalkozás által igényelt összes szolgáltatás típusról. Mégis úgy gondoljuk, hogy a kapott eredmények megfelelő segítséget, orientációs alapot nyújtanak a stratégia egyik-másik programjának meghatározásához.

A válaszadók közül a legtöbben, – összességében azonban meglehetősen kevesen (27,9%) – termék- és gyártástechnológia fejlesztési szolgáltatást igényelnek, ugyanakkor 22-en jelezték, hogy ilyen típusú szolgáltatást kínálnak. A másik kettő leggyakrabban keresett témakör a pályázati tanácsadás és pályázatkészítés, valamint a környezetvédelmi tanácsadás volt egyaránt 38–38 megnevezéssel. Minőségbiztosítási segítségnyújtásra 30-an, technológia-transzfer szolgáltatásokra 24-en, végezetül formatervezésre 11-en tartottak igényt. Az ajánlati oldalon 15 illetve 14 megnevezéssel szerepeltek a technológia-transzfer, valamint a minőségbiztosítási szolgáltatások. Ha kis számban is, de születtek ajánlatok (10–10) a környezetvédelmi, formatervezési és pályázati tanácsadásra is.

### *Összegzés*

A regionális innovációs stratégia megalapozásához lebonyolított általános innovációs *helyzetelemzés legfontosabb célja* az volt, hogy olyan információk álljanak rendelkezésre *a Közép-Dunántúl vállalkozásainak innovációs tevékenységéről*, amelyek segítségével meghatározhatók a területfejlesztési koncepcióban megfogalmazott, az „*innováció régiója*” jövőképhez tartozó *innováció ösztönző programok*. A *kérdőívet kitöltő 218 vállalkozás* által szolgáltatott adatok alapján figyelemre méltó, hogy a *válaszadóknak 22,7%-a* fejlesztett ki új terméket/szolgáltatást az elmúlt 3 évben, míg az új eljárásoknál ez az arány kisebb, alig haladja meg a 10%-ot (13,2%).

Összegzésképpen azt lehet mondani, hogy a felmérés értelmében *ugyancsak akadnak még javítanivalók* a régió vállalkozásainak *innovációs magatartásán és*

*eredményein*, de néhány (tucat) cég esetén a stratégia keretében kialakítandó programok szép sikerrel kecsegtet(het)nek. Ha nem is jelentős mértékű, de jól megfogalmazott igények jelentek meg a kutatás–fejlesztési szolgáltatások iránt, sőt egy-két esetben már ilyen típusú ajánlatokról is beszámoltak a válaszadók.

### Jegyzetek

<sup>1</sup> RTP: Regional Technology Plan RIS: Regional Innovations Strategy, RITTS: Regional Innovation and Technology Transfer Strategies and Infrastructures.

<sup>2</sup> A Központi Statisztikai Hivatal 1998-ra vonatkozó adatai alapján, teljes munkaidős létszámra számított érték szerint.

### Irodalom

*A magyar innovációs rendszer főbb összefüggései.* (1999) Budapest, OMFB.

Braczyk, H.-J.–Cooke, P.–Heidenreich, M. (eds.) (1998) *Regional Innovation Systems. The Role of Governances in a Globalized World.* London, UCL Press.

Chikán A. (1997) *Jelentés a magyar vállalati szféra nemzetközi versenyképességéről.* „Versenyben a világgal” – kutatási program. Budapest, BKE.

de la Mothe, J.–Paquet, G. (eds.) (1998) *Local and Regional Systems of Innovation.* Norwell, Kluwer Academic Publishers.

Dóry T.–Rechnitzer J. (1999) *Az innováció alapú gazdaságfejlesztés modellje a Közép-Dunántúlon.* A Regionális Innovációs Stratégiák kidolgozásának mintaprojektje. Kézirat. Győr, MTA RKK NYUTI.

Dóry T. (1999) *Regionalitás a tudománypolitikában.* – *Ezredforduló.* 2. 33–36. o.

Rechnitzer, J. (2000) *The Features of the Transition of Hungary's Regional System.* – *Discussion Paper.* 32. Pécs, Centre for Regional Studies of HAS.

Tamás P. (szerk.) (1995) *Innovációs folyamatok a magyar gazdaságban.* Budapest, OMFB.

## INNOVATION ACTIVITIES OF FIRMS IN THE CENTRAL TRANS-DANUBIAN REGION

TIBOR DÓRY

The paper presents the main results of the recent innovation survey in the Central Transdanubian region. The main goal of the survey carried out for the regional innovation strategy was to deliver information about the innovation activities and performance of companies in the Central Transdanubian region. With the help of this information such programs could be defined that will contribute to the better performance of innovation activities in the region. We have received 218 questionnaires. The main results of the survey show that 22,7% of the respondents developed new products/services in the last 3 years while the share of new processes reached 13,2%.

It can be stated that there are many improvements needed for the better performance of innovation activities of companies in the region. Innovation incentive programs in the frame of the regional innovation strategy can be successful if they are based on demand of companies and the conditions of regional knowledge infrastructure.