

A BIZALOM EGYES DIMENZIÓINAK SZEREPE A MAGYARORSZÁGI TERMELŐI SZERVEZŐDÉSEK ÉLETÉBEN

ROLE OF SOME DIMENSIONS OF TRUST IN HUNGARIAN FRUIT AND VEGETABLE PRODUCER ORGANISATIONS

Baranyai Zsolt
Dudás Gyula
Vásáry Miklós
Kovács Zoltán
Szabó G. Gábor

Összefoglalás

Sajnálatos tapasztalat, hogy amíg az Európai Unió meghatározó zöldség-gyümölcs előállító tagállamaiban a marketing szövetkezetek (pl. TÉSZ-ek) meghatározó szerepet töltenek be a termékpálya koordinálásában, addig az Európai Unióhoz újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon piaci részesedésük meglehetősen alacsony. A témában végzett kutatások döntően egyetértenek abban, hogy e jelenség alapvetően a gazdálkodói bizalom alacsony szintjével magyarázható. Ezt a szituációt alapul véve, jelen tanulmány a bizalom szerepét vizsgálja a gazdálkodói szerveződések életében.

A bizalom, mint kutatások tárgya, relatíve új jelenség az agrárközgazdasági kutatásokban, ugyanakkor ennek ellenére az elmúlt néhány évtizedben nagyszámú bizalom-definíció és kategorizálás vált ismertté. Ezen számos bizalom-megközelítésből kutatómunkánk során a McAllister-féle csoportosítást vettük alapul, mely a bizalom két dimenzióját azonosítja: kognitív és affektív. Kutatómunkánk során kérdőívvezéssel alapuló empirikus vizsgálatok keretében elemeztük a bizalom ezen két aspektusainak szerepét, illetve hatását a szövetkezetekben, különös tekintettel a csoportkohézióra, a tagok elégedettségére, valamint aktivitására.

Kulcsszavak: TÉSZ, bizalom, elégedettség, csoportkohézió.

JEL kód: Q12, Q13.

Abstract

It is very unfortunate that the market share of marketing cooperatives (e.g. POs) is relatively low in countries newly accessed to the European Union - including Hungary - while these organisations have key role in the major vegetable-fruit producing member states of the EU. Researchers working on the topic mostly agree that this phenomenon can basically be explained by the low level of farmers' trust. Starting from this situation, the present paper examines the role of trust in the cooperative arrangements of farmers.

Trust, as subject of analysis, is a relatively new phenomenon in agricultural economy research. In spite of this, however, quite a few trust-definitions and categorisations have been published in the last few decades. Out of these numerous trust approaches, the present paper uses McAllister categorisation as a basis. It identifies two dimensions of trust, namely cognitive and affective. Not detailing the exact content of these dimensions, empirical examinations based on questionnaires were used in our research to analyse the role and impact of these two aspects of trust in cooperatives, with special regard to group cohesion, satisfaction and activity of members.

Keywords: PO, trust, satisfaction, group cohesion.

Bevezető gondolatok, kutatási célkitűzések

Tanulmányozva a vonatkozó statisztikai adatokat megállapítható, hogy az Európai Unió meghatározó zöldség-gyümölcs előállító tagállamaiban a termelői szervezetek (pl. marketing szövetkezetek, TÉSZ-ek stb.) meghatározó szerepet töltenek be a termékpiaca koordinálásában, addig az Európai Unióhoz újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon piaci részesedésük meglehetősen alacsony, 20% alatti (lásd pl. Bijman et al., 2012); illetve Szabó, 2012a,b). A témában végzett kutatások döntően egyetértenek abban, hogy e jelenség alapvetően a gazdálkodói bizalom alacsony szintjével is magyarázható. Ezt a szituációt alapul véve, jelen tanulmány a bizalom szerepét vizsgálja a gazdálkodói szerveződések életében. Alapvetően arra a kérdésre keressük a választ, hogy a bizalom – és annak egyes dimenziói – hogyan befolyásolják a tagok szövetkezettel szembeni elégedettségét, csoportkohézióját, illetve ezeken keresztül a szövetkezetben kifejtett aktivitását.

A tanulmány a következő struktúrában épül fel: a következő szerkezeti részben röviden ismertetésre kerülnek azon legfontosabb szakirodalmak, melyek a kutatás elméleti megalapozását szolgálják. Ezt követően bemutatjuk a felhasznált adatbázisokat és azok kiértékelésének módszertani kérdéseit, melyeket az empirikus elemzést ismertető szerkezeti rész követ. Végezetül az utolsó szerkezeti részben összegzésre kerülnek a legfontosabb, kutatásból levonható következtetések.

Elméleti alapvetés

A szakirodalomban általában igen fontosnak tekintik a bizalmat a szövetkezetekben, különösen a tagok gazdasági és nem-gazdasági céljainak elérésében. Sok szerző (pl. Wilson, 2000; Borgen, 2001; Hansen et al., 2002 stb.) szerint (pl. a tranzakciós költségek csökkentésén keresztül) a szövetkezet versenyképességét javítja a szövetkezet tagjai között, illetve a szövetkezet tagsága és a szövetkezet (menedzsment) között meglévő bizalom.

A bizalommal kapcsolatos tanulmányok közül az egyik legtöbbet idézett McAllister (1995) írása, aki alapvetően kétféle bizalmat különböztet meg: érzelmi alapút („affective”), illetve racionális alapú („cognitive”) bizalmat. Az előbbi inkább szubjektív, érzelmekhez kötött, míg a második racionális kalkulációra, elemzésre, illetve empirikus evidenciákon alapul.

Hansen et al. (2002) fenti kategóriákat továbbfejlesztették és folyamat alapú (dinamikus) megközelítést alkalmaztak. Két dimenzió mentén elemezték az érzelmi, illetve racionális alapú bizalom szerepét a szövetkezet tagságának megtartásában, a tagság elégedettségében, illetve a szövetkezet teljesítményében. Tanulmányukban amellet érvelnek, hogy „...a racionális és érzelmi alapú bizalomtípusok egy olyan folyamatra utalnak, ami alapján meghatározható, hogy egy személy, csoport, illetve szervezet megbízható-e” (Hansen et al., 2002: 43). A szerzők alkalmaznak egy további csoportosítást is: megkülönböztetik a tagok egymás közötti, valamint és a tagok, illetve a menedzsment közötti bizalmat. Két marketing szövetkezet elemzésén alapuló empirikus eredményeik az mutatják, hogy a bizalom a tagok között és a bizalom a tagok és a menedzsment között fontos előrejelzői a csoportkohézióknak, amelyik viszont a tagok szövetkezetben maradásának, illetve elkötelezettségének egyik fontos indikátora (Hansen et al., 2002: 1).

A fentiek figyelembevételével készült kutatások közül meg kell említeni két magyar empirikus vizsgálatot is, melyek jelen tanulmány előzményei is. Bakucs et al. (2008) a magyar Mórakert szövetkezet esetében vizsgálták a tagok egymás közötti, illetve a tagok-menedzsment közötti bizalmat, az átalakuló gazdaságok mezőgazdaságát illetően elsőként elemezve a fenti kategóriákat. A kutatás a bizalomnak a szövetkezet (tagsági) teljesítményére, illetve a tagok elégedettségére, illetve szövetkezettel való elkötelezettségére fókuszált, Hansen et al. (2002) hipotézisei és eredményei alapján. Bakucs et al. (2008) úgy találták, hogy a tagok egymás közötti, illetve a tagok-menedzsment közötti bizalma pozitív hatással van a csoportkohézióra. Hansen et al. (2002) megállapításaihoz hasonlóan szintén úgy találták, hogy az érzelmi bizalom nagyobb hatással van a csoportkohézióra, mint - a mindkét szinten vizsgált - racionális bizalom. Ráadásul a tagok közötti bizalom nagyobb hatással van a csoportkohézióra és a tagsági elégedettségére, mint a tagok, illetve a menedzsment közötti bizalom.

A Bakucs et al. (2008) által használt kérdőívet felhasználva, Dudás (2009) szintén megvizsgálta a bizalom csoportkohézióra, illetve a tagok teljesítményére, valamint elégedettségére való hatását, és úgy találta, hogy a bizalom meghatározó szerepet játszik a csoportkohézió kialakulásában. Ezen belül az érzelmi alapú („affective”) bizalom nagyobb hatást gyakorol a csoportkohézióra, mint a racionális alapú („cognitive”) bizalom. Megállapította, hogy „... a csoportkohézió pozitív hatással van a tagság teljesítményére és elégedettségére” (Dudás 2009: 135).

A felhasznált adatforrások bemutatása (Anyag)

Jelen tanulmány adatbázisa a fenti két kérdőívezésen alapuló adatgyűjtésből származik, melynek alanyai a zöldség-gyümölcs szektorban tevékenykedő termelői szerveződések voltak. Az első körben végzett felmérésben (2006) a MÓRAKERT Zöldség-Gyümölcs Termelői Értékesítő Szövetkezet (továbbiakban MÓRAKERT Szövetkezet) tagsága volt érintett (Bakucs et al., 2008). Mint az ismeretes, ez a termelői szerveződés volt Magyarország első és egykoron legnagyobb tagságú és forgalmú termelői értékesítő szervezete (TÉSZ), mely 2010-2011-re gyakorlatilag befejezte tevékenységét, felszámolás alá került. A kérdőíves felmérés időpontjában a TÉSZ több mint félezer nyilvántartott tagsággal rendelkezett, melyből 136 töltötte ki az információs lapot.

A második adat-felvételezés (2008) egy kevésbé ismert (legalábbis a MÓRAKERT Szövetkezethez mérten) termelői szerveződés, a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet tagjait érintette (Dudás, 2009). A szövetkezet 2003. augusztus 25-én kapta meg az előzetes TÉSZ elismerést, 2009. január 1-től pedig végleges TÉSZ elismeréssel rendelkezik. Tevékenységét a mai napig végzi. A felmérés időszakában a szövetkezet 99 taggal rendelkezett, melyből 57 töltötte ki a kérdőívet.

A kutatás módszertani háttere

Az előző szerkezeti részben ismertetett kérdőíves felmérést – részben függetlenül egymástól – két kutatócsoport végezte. Ebből következően a felhasznált kérdőívek adattartalma némileg különbözik, ugyanakkor vannak átfedések, megteremtve az összemérés lehetőségét. Jelen tanulmányunkban ezen átfedésekre építve végezzük el vizsgálatainkat.

Mindkét kutatócsoport kitért a bizalom, azon belül is a kognitív és affektív bizalmi dimenziók szerepére az együttműködésekben, valamint igyekeztek összefüggést kimutatni e dimenziók,

illetve a tagok elégedettsége, valamint a csoportkohézió között. A felmérések ide tartozó kérdéseit az 1. táblázat tartalmazza, melyet a válaszadók 1-7 skálán értékelték.

Mindegy kontroll változóként bevontuk a vizsgálatokba a válaszadók korára (KOR) és iskolai végzettségére (ISK) vonatkozó információkat is, valamint a tagok szövetkezetben nyújtott teljesítménye is - aktivitási ráták (A) képzésével - kifejezésre került.

1. táblázat: A felmérésben használt kérdések

<p>RACIONÁLIS ALAPÚ BIZALOM</p> <p>(1) Amikor azt értékelem, hogy megbízhatok-e egy másik szövetkezeti tagban, ugyanúgy ésszerűen járok el, mint más üzleti partnerek esetében (<i>egy másik szövetkezeti taggal szembeni racionális bizalom szintje, CT1</i>)</p> <p>(2) Amikor azt értékelem, hogy megbízhatok-e a szövetkezet vezetőiben, ugyanúgy ésszerűen járok el, mint más üzleti partnerek esetében (<i>a szövetkezet menedzsmentjével szembeni racionális bizalom szintje, CT2</i>)</p>
<p>ÉRZELMI ALAPÚ BIZALOM</p> <p>(1) Úgy érzem, hogy bízhatok a többi szövetkezeti tagban (<i>egy másik szövetkezeti taggal szembeni érzelmi bizalom szintje, AT1</i>)</p> <p>(2) Úgy érzem, hogy bízhatok a szövetkezet vezetőiben (<i>a szövetkezet menedzsmentjével szembeni érzelmi bizalom szintje, AT2</i>)</p>
<p>ELÉGEDETTSÉG</p> <p>(1) Úgy ítélem meg, hogy a szövetkezeti tagság jelentős gazdasági hasznot eredményezett a vállalkozásom számára (<i>S</i>)</p>
<p>CSOPORTKOHÉZIÓ</p> <p>(1) Úgy érzem, hogy a szövetkezeti tagság nemcsak anyagi előnyöket ad nekem, hanem egyben egy közösséghez való tartozást is jelent (<i>GC</i>)</p>

Forrás: saját összeállítás

Az adatbázisok kiértékelésében a leíró statisztika mutatószámai mellett használtuk a varianciaanalízist (ANOVA) és a láncszerűen konstruált regressziós modelleket is. További fontos módszertani adalék, hogy a regressziós modellekben a változókat standardizált formában szerepeltettük, melynek eredményeként a számított modellparaméterek korrekt módon összemérhetők.

Eredmények

Vizsgálatainkat a következő logika szerint végeztük: első körben azt vizsgáltuk, hogy a szövetkezetként konstruált többváltozós regressziós modellekben a kontrollváltozók, valamint a bizalomváltozók miként hatnak a tagok elégedettségére. Ezt követően, mintegy láncszerűen bevonva az elégedettség változóját a magyarázó faktorok közé, azonosítani kívántuk a csoportkohéziót befolyásoló tényezőket. Végezetül utolsó lépésként a csoportkohézióval kiegészített magyarázó itemek hatását elemeztük az aktivitási rátára.

Az előbbieken levezetett logika szerint először a szövetkezeti tagok elégedettségét befolyásoló tényezők azonosítására tettünk kísérletet. Mindkét szövetkezet esetében statisztikailag validálható regressziós modelleket sikerült építenünk, melyeknek legfontosabb paramétereit a 2. táblázatban foglaltuk össze. Röviden összegezve a tapasztalatokat megállapítható, hogy összes vizsgált változó közül az affektív (érzelmi) bizalmi dimenzió parciális determináló hatása igazolható csupán a tagok elégedettségére. A szövetkezetek differenciát mutatnak, míg a MÓRAKERT esetében a menedzsmenttel szembeni (AT2), addig a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezetnél a tagok közötti affektív bizalom (AT1) hatása mutatkozik egyedül szignifikánsnak.

2. táblázat: A tagok elégedettségére ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Elégedettség (sS)	
	MÓRAKERT Szövetkezet	ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	0,027 [CI95%: -0,130 - 0,185]	-0,005 [CI95%: -0,271 - 0,262]
sISK [-]	0,062 [CI95%: -0,097 - 0,221]	0,123 [CI95%: -0,152 - 0,397]
sCT1 [-]	0,025 [CI95%: -0,159 - 0,209]	-0,322 [CI95%: -0,7889 - 0,145]
sCT2 [-]	-0,060 [CI95%: -0,263 - 0,143]	0,297 [CI95%: -0,307 - 0,901]
sAT1 [-]	0,053 [CI95%: -0,140 - 0,246]	0,548** [CI95%: 0,091 - 1,003]
sAT2 [-]	0,614** [CI95%: 0,408 - 0,819]	-0,014 [CI95%: -0,612 - 0,585]
Konstans [-]	0,000 [CI95%: -0,145 - 0,145]	0,000 [CI95%: -0,237 - 0,237]
Modell-validáció	R²: 0,37; F-sig.: 0,000	R²: 0,33; F-sig.: 0,003

Forrás: saját számítás

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005; ** - 0.001 szinten.

Folytatva a vizsgálatokat, a második lépésben a csoportkohéziót magyarázó faktorokat vizsgáltuk (3. táblázat).

3. táblázat: A csoportkohézióra ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Csoportkohézió (sGC)	
	MÓRAKERT Szövetkezet	ZÖLD-TERMÉK Szövetkezet
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	0,078 [CI95%: -0,067 - 0,224]	0,182 [CI95%: -0,055 - 0,419]
sISK [-]	-0,025 [CI95%: -0,172 - 0,122]	-0,153 [CI95%: -0,400 - 0,093]
sCT1 [-]	0,222* [CI95%: 0,051 - 0,392]	-0,092 [CI95%: -0,516 - 0,331]
sCT2 [-]	-0,016 [CI95%: -0,204 - 0,171]	0,448* [CI95%: 0,094 - 0,991]
sAT1 [-]	-0,051 [CI95%: -0,229 - 0,127]	0,452* [CI95%: 0,022 - 0,882]
sAT2 [-]	0,398** [CI95%: 0,182 - 0,614]	-0,534* [CI95%: -1,067 - -0,002]
sS [-]	0,334** [CI95%: 0,1644 - 0,503]	0,455* [CI95%: 0,194 - 0,716]
Konstans [-]	-0,000 [CI95%: -0,133 - 0,133]	0,000 [CI95%: -0,211 - 0,211]
Modell-validáció	R²: 0,47; F-sig.: 0,000	R²: 0,48; F-sig.: 0,000

Forrás: saját számítás

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005; ** - 0.001 szinten.

A legfontosabb megállapítások a következőképp összegezhetők: a MÓRAKERT esetében a legmarkánsabb determináló tényezőként a tagok és a menedzsment közötti affektív bizalom szintje (AT2), majd pedig az elégedettség mértéke (S) azonosítható. A ZÖLD-TERMÉK esetében szintén igazolható ez előbbi két tényező csoportkohézióra gyakorolt hatása, amely kiegészül a CT1 és AT1 változók statisztikailag igazolható szerepével. Érdekes tapasztalatként jelenik meg ugyanakkor, hogy a csoportkohézióra legjelentősebb hatást gyakorló, menedzsment irányába kinyilvánított érzelmi alapú bizalom (AT2) negatív előjelet kapott, vagyis a menedzsment irányába növekvő érzelmi elköteleződés a csoportkohézió csökkenése irányába hat. A MÓRAKERT esetében a kapcsolat pozitív.

A vizsgálatok utolsó mozzanataként a szövetségben kifejtett aktivitás magyarázatára olyan regressziós modellt építettünk melyben magyarázó változóként az eddigieken túlmenően helyet kapott a csoportkohézió mértékét kifejező változó is. A vizsgálatba bevont tényezők bár igen szerény, mintegy 19-25%-ban képesek magyarázni a függő változóként szereplő aktivitást, ugyanakkor az ANOVA szerint ez elegendő ahhoz, hogy a modellt statisztikailag akkreditálnak fogadjuk el (4. táblázat). Értékelve a kapott eredményeket kimutatható, hogy a MÓRAKERT Szövetség tagsági körében a szövetségi aktivitást ismételten a menedzsment irányába történő érzelmi alapú bizalom (AT2) határozta meg leginkább. Ezen túlmenően a tagság iskolai végzettsége és életkora is fontos tényezőként azonosítható, tendenciaként megjelenik, hogy kvalifikáltság növekedésével és az életkor előre haladtával a szövetségi aktivitás csökken.

A ZÖLD-TERMÉK Szövezettől származó adatbázison végzett elemzés egy magyarázó változó parciális hatását sem jelölte meg szignifikánsnak.

4. táblázat: A szövetségben kifejtett aktivitásra ható tényezők vizsgálata (regressziós outputok összefoglaló táblázata)

Független változók	Függő változó: Aktivitás (sA)	
	MÓRAKERT Szövetség	ZÖLD-TERMÉK Szövetség
	Standardizált regressziós koefficiensek (beta)	
sKOR [-]	-0,138* [CI95%: -0,313 - -0,037]	-0,089 [CI95%: -0,399 - 0,221]
sISK [-]	-0,202* [CI95%: -0,378 - -0,025]	0,259 [CI95%: -0,060 - 0,579]
sCT1 [-]	-0,101 [CI95%: -0,310 - 0,108]	-0,466 [CI95%: -1,008 - 0,075]
sCT2 [-]	0,124 [CI95%: -0,100 - 0,350]	0,139 [CI95%: -0,573 - 0,852]
sAT1 [-]	-0,079 [CI95%: -0,293 - 0,134]	0,095 [CI95%: -0,478 - 0,669]
sAT2 [-]	0,265* [CI95%: 0,008 - 0,538]	-0,062 [CI95%: -0,771 - 0,646]
sS [-]	-0,123 [CI95%: -0,339 - 0,092]	-0,266 [CI95%: -0,641 - 0,108]
sGC [-]	0,158 [CI95%: -0,062 - 0,379]	0,091 [CI95%: -0,287 - 0,469]
Konstans [-]	0,049 [CI95%: -0,110 - 0,209]	0,050 [CI95%: -0,219 - 0,320]
Modell-validáció	R²: 0,191; F-sig.: 0,001	R²: 0,25; F-sig.: 0,008

Forrás: saját számítás

Megjegyzés: szignifikáns * - 0.005; ** - 0.001 szinten.

Következtetések

Tanulmányunkban a bizalom szerepét vizsgáltuk a termelői szerveződések életében. Részletesebben kifejtve, kutatómunkánk során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a bizalom milyen hatást gyakorol a tagok elégedettségére, az összetartozás, vagyis a csoportkohézió érzetére, valamint ezeken keresztül a szövetkezeten belül kifejtett aktivitására. A bizalmat – szakirodalmi forrásokra támaszkodva – két dimenzió mentén vizsgáltuk: kognitív (racionális), illetve affektív (érzelmi) alapon. A vizsgálatok adatbázisát két korábban végzett – kérdőívesen alapuló – empirikus kutatás outputjai adták.

Tapasztalataink alapján kijelenthetjük, hogy a bizalom fontos szereppel bír a termelői szerveződésekben, statisztikailag igazolhatóan befolyásolva a szövetkezeti tagsággal kapcsolatos elégedettséget, az összetartozás érzését és nem utolsósorban a tagok aktivitását. A vizsgálatba bevont bizalom-dimenziók közül az érzelmi alapon megjelenő (affektív) bizalom hatása emelhető ki leginkább, az is főként a menedzsment és tagság relációjában. Mindez egyértelművé teszi, hogy a termelői szerveződések sikerének egyik kulcs fontosságú titka az a sikeres menedzsment, amely képes a tagságot érzelmi alapon elkötelezni, a tagsággal szemben magas szintű bizalmat kialakítani.

Fontos további eredményként tartjuk számon a tagság demográfiai jellemzői és a szövetkezeten belül kifejtett aktivitás között feltárt összefüggéseket. Egyrészt bizakodásra ad okot az a tény, hogy a fiatalabb gazdálkodók aktivitása magasabb, hiszen a közeljövőben prognosztizálható generációváltás ezen keresztül a szerveződések helyzetének stabilizálása irányába hat. Másrészt miután igazolást nyert, hogy az alacsonyabb szintű iskolai végzettséggel rendelkező tagság nagyobb aktivitást mutat a szövetkezetekben, alátámaszthatjuk ezen gazdálkodói szerveződések létjogosultságát, illetve fontosságát is a vidéki gazdálkodói közösségekben. Ugyanis azáltal, hogy a szövetkezetek különféle szolgáltatásokat nyújtanak az alacsonyabb kvalifikáltsággal rendelkező gazdálkodóknak is, segítik azok versenyképes piacra jutását.

Kutatásunknak természetesen vannak korlátai is: a megfigyelések viszonylag alacsony száma mellett (a Mórakert Szövetkezet esetében $n=136$, a ZÖLD-TERMÉK Szövetkezetnél $n=57$), több esetben megjelent, hogy bizonyos összefüggések csak az egyik vagy másik szövetkezet esetében voltak igazolhatók. Mindezen tapasztalat egyúttal kijelöli a téma továbbvitelének lehetőségét is, további termelői szerveződések bevonva a vizsgálatba.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás az OTKA K105730 számú kutatási téma támogatásával készült! Köszönetünket fejezzük ki továbbá azon kutatócsoportoknak, akik a MÓRAKERT és ZÖLD-TERMÉK Szövetkezetnél végzett kérdőíves felmérés outputjait rendelkezésünkre bocsátották.

Hivatkozott források

Bakucs, L. Z., Fertő, I. and Szabó, G. G. (2008): The Impact of Trust on Co-operative Membership Performance and Satisfaction in the Hungarian Horticulture. In: Cs. Csáki and Cs. Forgács (eds.), *Agricultural Economics and Transition: "What was expected, what we observed, the lessons learned. Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe Vol. 44.* Halle: Leibniz Institute für Agrarentwicklung in Mittel and Osteurope, 382-392.

Bijman, J.- Iliopoulos, C. – Poppe, K.J.- Gijssels, C. - Hagedorn, K. – Hanisch, M. – Hendrikse, G.W.J. – Kühl, R. – Ollila, P. – Pyykkönen, P. - van der Slangen, G. (2012): *Support for Farmer's Cooperatives – Final Report*, Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 127 p. http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

Borgen, S. O. (2001): Identification as a trust-generating mechanism in cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics* 72 (2): 209-228.

Dudás, Gy. (2009): A termelői értékesítő szervezetek (TÉSZ) lehetőségei a zöldség-gyümölcs termelők koordinálásában a ZÖLD-TERMÉK szövetkezet példáján keresztül. Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő. Doktori (PhD) értekezés. 1-189 p.

Hansen, M.H., Morrow, Jr. J.L. and Batista, J.C. (2002): The Impact of trust on cooperative member retention, performance and satisfaction: an exploratory study, *International Food and Agribusiness Management Review* 5: 41-59.

http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

McAllister, D. J. (1995): Affect- and cognitive-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal* 38: 24–59.

Szabó, G.G. (2012a): Support for Farmers' Cooperatives in Hungary; Country Report Hungary. Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 86 p. http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/support-farmers-coop_en.htm

Szabó, G.G. (2012b): Support for Farmers' Cooperatives; Case Study Report: Performance and sustainability of new emerging cooperatives in Hungary. Wageningen: Wageningen UR, November 2012, 71 p.

Wilson, P.N. (2000): Social capital, trust, and the agribusiness economics. *Journal of Agricultural and Resource Economics* 25 (1): pp. 1-13.

Szerzők

Dr. Baranyai Zsolt, PhD

Adjunktus

Szent István Egyetem, GTK, KJMI, 2103 Gödöllő, Páter K. u. 1.
baranyai.zsolt@gtk.szie.hu

Dudás Gyula, PhD

Tudományos munkatárs

Agrárgazdasági Kutató Intézet, 1093 Budapest, IX. Zsil utca 3-5.
Dudas.Gyula@aki.gov.hu

Dr. Vásáry Miklós, PhD

Adjunktus

Szent István Egyetem, GTK, KJMI, 2103 Gödöllő, Páter K. u. 1.
vasary.miklos@gtk.szie.hu

Kovács Zoltán

Címzetes főiskolai docens

Szegedi Tudományegyetem, Mérnöki Kar, 6724 Szeged, Mars tér 7.
zoltan.kovacs@mailbox.hu

Dr. Szabó G. Gábor, CSc

Tudományos főmunkatárs

Magyar Tudományos Akadémia, 1112 Budapest Budaörsi út 45.
szabo.gabor@krtk.mta.hu