



Területi Statisztika

Közzététel: 2024. szeptember 26.

A tanulmány címe:

A győri kkv-k működésének térbeli kiterjedése az ügyvezetők személyes értékelése alapján

Szerzők:

Reisinger Adrienn–Kovács Norbert

<https://doi.org/10.15196/TS640505>

Az alábbi feltételek érvényesek minden, a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Területi Statisztika c. folyóiratában (a továbbiakban: Folyóirat) megjelenő tanulmányra. Felhasználó a tanulmány, vagy annak részei felhasználásával egyidejűleg tudomásul veszi a jelen dokumentumban foglalt felhasználási feltételeket, és azokat magára nézve kötelezőnek fogadja el. Tudomásul veszi, hogy a jelen feltételek megszegéséből eredő valamennyi kárért felelősséggel tartozik.

- 1) A jogszabályi tartalom kivételével a tanulmányok a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szt.) szerint szerzői műnek minősülnek. A szerzői jog jogosultja a KSH.
- 2) A KSH földrajzi és időbeli korlátozás nélküli, nem kizárólagos, nem átható, térítésmentes felhasználási jogot biztosít a Felhasználó részére a tanulmány vonatkozásában.
- 3) A felhasználási jog keretében a Felhasználó jogosult a tanulmány:
 - a) oktatási és kutatási célú felhasználására (nyilvánosságra hozatalára és továbbítására a 4. pontban foglalt kivétellel) a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - b) tartalmáról összefoglaló készítésére az írott és az elektronikus médiában a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - c) részletének idézésére – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző(k) megnevezésével.
- 4) A Felhasználó nem jogosult a tanulmány továbbértékesítésére, hasznoszerzési célú felhasználására. Ez a korlátozás nem érinti a tanulmány felhasználásával előállított, de az Szt. szerint önálló szerzői műnek minősülő mű ilyen célú felhasználását.
- 5) A tanulmány átdolgozása, újra publikálása tilos.
- 6) A 3. a)–c.) pontban foglaltak alapján a Folyóiratot és a szerző(ke)t az alábbiak szerint kell feltüntetni:

„Forrás: Területi Statisztika c. folyóirat 64. évfolyam 5. számában megjelent, Reisinger Adrienn–Kovács Norbert által írt, A győri kkv-k működésének térbeli kiterjedése az ügyvezetők személyes értékelése alapján c. tanulmány”

- 7) A Folyóiratban megjelenő tanulmányok kutatói véleményeket tükröznek, amelyek nem esnek szükségképpen egybe a KSH, vagy a szerzők által képviselt intézmények hivatalos álláspontjával.

A győri kkv-k működésének térbeli kiterjedése az ügyvezetők személyes értékelése alapján

The spatial extent of the operations of small and medium-sized companies in Győr based on the personal evaluation of the executives

Reisinger, Adrienn

Széchenyi István Egyetem, Győr
E-mail: reisinger.adrienn@ga.sze.hu

Kovács, Norbert

Széchenyi István Egyetem, Győr
E-mail: kovacsn@sze.hu

A gazdasági folyamatok területi vizsgálatának egyik eleme lehet annak elemzése, hogy milyen területi szinteken működnek az egyes szereplők, vagyis annak feltárása, hogy a vállalatok honnan szerzik be a termeléshez szükséges inputokat, milyen piacokra termelnek, hol vannak a kapcsolataik. A tanulmány célja a vállalati működés térbeli kiterjedésének mérése a kis- és középvállalatok (kkv) ügyvezetőinek személyes értékelése alapján. Harminc győri kkv-ról 2021–2022-ben készített strukturált interjú alapján a tanulmány választ keres arra a kérdésre, hogy milyen a megkérdezett vállalatok működésének térbeli kiterjedése az inputok, az outputok, a kapcsolatok és a vállalati hatások dimenziójában? A megkérdezett vállalatok egy kivételével működésük valamely területén biztosan jelen vannak a helyi szinten túl a regionális/országos folyamatokban is, illetve egy részük a nemzetközi piacokon is megjelent már. A vállalatok leginkább a munkaerő esetében számítanak helyinek, míg az alapanyagokat főként a nemzetközi piacokról szerzik be. A kutatás eredményei képet adnak a vállalatok térbeli kiterjedéséről, és mind vállalati, mind kutatói oldalról hasznos információkkal szolgálhatnak a kkv-k területi szerepéről.

Economic processes from territorial perspective can be analyzed using various approaches such as identifying the territorial levels at which firms operate. This involves understanding where firms source their inputs from, the location of their markets and the extent of their relations with stakeholders. The paper aims to measure the spatial extent of

Kulcsszavak:

térbeli kiterjedés,
kkv (kis- és középvállalat),
személyes értékelés,
helyi szint,
nemzetközi szint

Keywords:
spatial extent,
SMEs (small- and medium sized
companies),
personal perception,
local level,
international level

firms based on a personal perception of small- and medium-sized enterprises' (SMEs) owner-managers. Based on structured interviews in 2021–2022 with thirty SMEs in Győr, Hungary the paper looks for the answer to what is the spatial extent of the operations of the surveyed firms in the dimensions of inputs, outputs, relationships and corporate impacts? Exception of one of the surveyed companies, all of them are present at least at the regional level and some of them have already entered international markets as well. Firms are mostly considered local in the case of the workforce, while stocks are mainly purchased from international markets. The results of the research characterize the spatial extent of the firms, which can serve as useful information about the territorial role of SMEs for both practitioners and scholars.

Beküldve: 2024. február 26.

Elfogadva: 2024. július 4.

Bevezetés

A gazdasági és társadalmi folyamatok területi kiterjedése többféle megközelítésből vizsgálható. A hagyományos közgazdasági modellekben a gazdaság egy tér nélküli világban található, így egyszerűbb is a folyamatok jellemzése, azonban ma már szinte megkerülhetetlen a térbeliség hatásának elemzésekbe történő beemelése. A tér hatásának meghatározása a különböző elemzésekben legtöbbször az egyes szereplők, a tevékenységek, a foglalkoztatottak, a tőke stb. térbeli eloszlásának vizsgálatából áll, és elsősorban erre vonatkoznak az adatszolgáltatások is [1]. Ezek az elemzések alapvetően a *Hol?* kérdésre válaszolnak, azonban a térbeli folyamatok vizsgálatában további kérdések lehetnek a *Honnan?* *Hová?* és a *Milyen térbeli kiterjedésben?* is. Érdeemes választ keresni továbbá arra a kérdésre is, hogy milyen térbeli kiterjedéssel jellemezhetőek az egyes vállalatok vagy akár egy szektor, térség vállalatai is. A területi kutatásokban nem újdonság utóbbiak vizsgálata sem. Módszertanuk szerteágazó, jellemzőbb a nagyvállalati kör elemzése, alapvetően a vállalati kapcsolatok, vagy az input-output piacok, továbbá az értékláncok térbelisége (például: Chikán 1997, Agárdi–Kolos 2005, Csizmadia–Grosz 2011, Csizmadia 2012, Koppány et al. 2014, Reisinger 2014, Túry 2015, Kecskés 2018). Egyes tanulmányok továbbá kizárólagosan a kkv-szektor területi, azon belül is helyi és nemzetközi szerepét, valamint lehetőségeit vizsgálják (például: OECD 2000, 2004, Maggioni–Bramanti 2002, Torun et al. 2017, Singh et al. 2022), köztük

olyan elemzésekkel, melyek összekötik a tér szerepét és a vállalati/térségi versenyképesség mérésének lehetőségét is (például: Lukovics–Kovács 2008, Szerb et al. 2023).

Kutatásunk célja, hogy megvizsgáljuk a Győrben működő kkv-k működésének térbeli kiterjedését az ügyvezetők és/vagy tulajdonosok személyes értékelése alapján. Azaz a térbeli kiterjedés (hatás- és vonzáskörzet) elemzése során nem szekunder (számviteli és egyéb gazdaságstatisztikai) adatokra támaszkodunk, hanem a strukturált interjúsorozat keretében megkérdezett vállalatvezetők személyes értékelései alapján jellemezzük azt, hogy a győri kkv-k a működésük különböző területein milyen térbeli kiterjedésűek. Az általunk választott módszer a vállalati működés négy területére fókuszál: az inputra, az outputra, az üzleti kapcsolatokra, valamint a társadalmi és gazdasági hatásokra. Kutatási kérdésünk az, hogy milyen a kkv-k működésének térbeli kiterjedése az említett 4 dimenzióban, az ügyvezetők személyes értékelése alapján? Ez az értékelés fontos kiegészítője lehet a csak számviteli, gazdaságstatisztikai adatokon alapuló elemzéseknek, és bizonyos esetekben e vállalati méretkategória térbeli kapcsolatrendszerét is pontosabban jellemzi.

2021 augusztusa és 2022 októbere között végeztük a strukturált interjúkon alapuló kutatásunkat a kkv-k társadalmi kapcsolódásáról, melynek keretében kvalitatív és kvantitatív technikákkal vizsgáltuk a vállalatok térbeli kiterjedését. Kutatásunkat 30 győri kkv körében folytattuk le, a nagyvállalatokétól jelentősen eltérő működésű kkv-k térbeli sajátosságainak feltérképezése érdekében. Általános vélekedés (Vyakaranam et al. 1997, Jenkins 2004, Yuhua–Bayhaqi 2013), hogy a kisebb vállalatok jellemzően helyiek, vagyis helyi piacokat látnak el alapvetően helyi forrásokból, és gazdasági/társadalmi hatásuk is jellemzően erre a területi szintre terjed ki. A vállalatok ügyvezetőivel készült interjúk alapján választ tudunk adni arra a kérdésre, hogy a vállalatok működése milyen mértékben tekinthető helyinek, és valóban csak helyi szintű-e. Az általunk kidolgozott módszerrel – az ügyvezetők személyes értékelése alapján – számszerűsíthetjük a vállalatok működésének térbeliségét.

A harmincelemű vállalati mintát megfelelőnek tartottuk ahhoz, hogy ez alapján bemutathassuk a kutatási eredményeinket, valamint az általunk kidolgozott adatgyűjtési és értékelési módszer főbb jellemzőit, majd a mintára vonatkozóan következtetéseket is meg tudjunk fogalmazni. Mintánk a teljes kkv-sokaság 5%-át teszi ki, azonban nem reprezentatív a sokaság főbb jellemzői szerinti arányokra, így a kutatás alapján általános megállapításokat nem teszünk a Győrben működő kkv-król, azonban rávilágítunk néhány jellemző tulajdonságra, mellyel hozzájárulunk a hazai és kiemelten a győri kkv-szektorral kapcsolatos kutatási eredményekhez.

A tanulmány első felében azt vizsgáljuk, hogyan jelent meg a térbeliség a gazdasági szereplők viselkedésének elemzésében, és milyen szerepe van a térnek a vállalatok életében, kiemelten a helyi és a nemzetközi folyamatokban. Tanulmányunk központi témája a vállalati térbeli kiterjedés mérésének vezetői személyes értékelések alapján történő felmérési lehetősége. A lehetséges módszerek felvázolása után ismertetjük az

általunk kidolgozott módszert, mely megmutatja azt, hogyan lehet közvetett módon, személyes megítélés alapján mérni a vállalatok térbeli kiterjedését.

A tér és a vállalatok

A gazdasági folyamatok elemzésének keretei, módszerei folyamatosan változnak, igazodva a változó környezethez, társadalmi-gazdasági folyamatokhoz és a tudományos elméletekhez. Az általunk alkalmazott elemzési keret egyik fontos pillére a tér, a területiség, melynek elemzésekben való megjelenése ma már általánosnak tekinthető (Dusek 2013, Lengyel 2021). Nem volt ez mindig így, a gazdasági folyamatok hagyományos értelmezése sokáig kizárólag „egy pontból” közelítette meg, mely egy mozgás nélküli világot feltételez, ahol minden helyben érhető el (Dusek 2013). Ez a megközelítés még ma is jelen van a fő áramú közgazdaságban (Varga 2021). A valóság megértését segítő modellek építését és megértését ugyan segítheti a gazdasági folyamatok egyszerűsített megközelítése, azonban ahhoz, hogy kimutathatóvá váljanak a gazdasági szereplők közötti valós kapcsolódások, szükség van területi megközelítésre is, ugyanis „a gazdasági folyamatok földrajzi megkötöttsége a korábbi időszakokhoz képest jelentősen csökkent” (Koltai–Filó 2021: 81. o.).

Bár Adam Smith „A nemzetek gazdagsága és fő elemzési szempontjai” című könyvében már megjelentek területi szempontok, ezek azonban még nem épültek be a közgazdasági modellekbe. A tér megjelenésének első formái a 19. század első harmadától kifejtett telephelyelméletek voltak, melyek azt vizsgálták, hogy a gazdasági tevékenységek a tér mely pontjain, milyen kiterjedésben jelennek meg (Lengyel 2000, Lengyel–Rechnitzer 2004). Thünen elmélete megmutatja, hogy milyen távolságban szükséges termelni a különböző termékeket a központ körül. Négy termelési kört azonosított (intenzív gazdálkodás, erdőgazdálkodás, szemestakarmányok termesztése, állattenyésztés). Több évtizeddel később Weber ipari telephelyek esetében vizsgálta a tér szerepét. Christaller azt bizonyította, hogy a települések hierarchikus rendet alkotnak, és hatszögletű piac rajzolható körük (ez volt a központi helyek elmélete). Ezt az elméletet Lösch fejlesztette tovább, aki megállapította, hogy termékenként eltérő piacterületek jellemzők, melyek folyamatosan változnak. A 20. század második felében Isard az optimális telephelyválasztást már több tényező együttes figyelembevételével vizsgálta. Ezek már azok az évtizedek voltak, amikor önálló tudományterületként megjelent a regionális tudomány is, melynek „fókuszában a térben zajló társadalmi és gazdasági folyamatok állnak, s azt vizsgálja, hogy maga a térbeliség miként hat ezekre az összefüggésekre” (Rechnitzer 2007: 1580. o.). Az 1990-es években Porter (1990, 1998) és Krugman (1998) is megfogalmazták, hogy a térbeli elemzéseknek és a közgazdaságtannak kapcsolódniuk kell egymáshoz. Krugman (1998 – idézi Lengyel 2000: 965. o.) ezt így fogalmazta meg: „a tér a közgazdaságtan utolsó feltáratlan határvidéke.”

A közgazdaságtan hagyományos kérdései a *Mit?* a *Hogyan?* és a *Kinek?* Ennek kiegészítése szükséges a *Hol?* kérdéssel (Lengyel 2021), mely alapján vizsgálhatók a gazdasági folyamatok térbeli leképeződésének alapvető törvényszerűségei is. A telephely-választásban meghatározó tényezők vizsgálata ma is fontos része a területi folyamatok elemzésének, melynek az a központi kérdése (Koltai–Filó 2021), hogy miért éppen az adott helyet választotta egy gazdasági szereplő, és mely szempontok jelentek meg a termelés megkezdése előtt? Hasonlóan fontos az is, hogy a gazdasági szervezetek működésük során milyen mértékben vannak jelen a térben egyrészt a piacukat, másrészt a termelési tényezők beszerzési forrását vizsgálva. Vagyis arra a kérdésre is keressük a választ, hogy *Honnan?* és *Hová?* (Lengyel 2021), illetve hogy *Meddig?* terjed a szereplők hatása (Reisinger 2021). Ezekkel a kérdésekkel kiegészítve már egy komplex rálátásunk lehet arra, hogy milyen a gazdasági szereplők térbeli eloszlása (például Szakálné Kanó 2011, 2017), milyen a vállalatok térbeli kiterjedése az input- és termékpiacok, valamint a társadalmi, gazdasági hatások tekintetében. A piacok alapján (Lengyel 2021) megkülönböztetünk helyi (non-traded) szektort, ahol a helyi kereslet kielégítése a cél; bázis- (traded) szektort, mely esetében a régió kívülről is szállítanak, és tényező-vagyis erőforrásfüggő szektort. Lengyel (2021) kiemeli, hogy a gazdasági tevékenységek összetettsége miatt (például a piaci stratégiák változatossága, a termékdifferenciáltság, a tevékenység időbeli változása, az adatgyűjtés ilyen szintű hiányossága) nem lehet cél az, hogy egy vállalatot egy területi szinthez kapcsoljunk, mert változatos az, hogy hol és milyen tevékenységet folytatnak, valamint honnan tudnak ehhez erőforráshoz jutni. Véleményünk szerint itt külön lehet azt is választani, hogy milyen vélt célok mentén szándékozik működni a vállalat, és mire van ténylegesen lehetősége. Elképzelhető, hogy egy vállalat célként tűzné ki a helyi piacok támogatását, de olyan tevékenységet folytat, amelynek elvégzéséhez a szükséges inputokat csak az ország másik részéből, vagy akár nemzetközi piacokról tudja beszerezni, mert csak ott gyártják, vagy arról a szintről kedvezőbb a szállítás (idő, költség).

A különböző területi szintek eltérő mértékben érinthetik az egyes gazdasági szereplőket. Lengyel (2003) szerint a helyi, az országos és a nemzetközi szintek azok, amelyek szinte minden vállalat működésére hatással lehetnek, közvetlenül vagy közvetett módon. Ezen gondolat mentén a következő fejezetben a helyi és a nemzetközi szintet emeljük ki, alapvetően a globális-lokális paradoxon (Porter 1998, Lengyel 2003, 2010) mentén.

A helyi és a nemzetközi tér szerepe a vállalati működésben

Ahhoz, hogy egy vállalat bármilyen tevékenységi területen, bármilyen méretben is működjön, arra a nemzetközi folyamatai valamilyen szinten hatással lesznek, és a nemzetközi versenyben kell helytállnia (bár ez az állítás jellemzően inkább a fejlett gazdaság nagyobb vállalataira igaz [Lengyel 2003, 2010]), miközben a helyi, országos szintű folyamatok, jogszabályok jelentősen meghatározzák és befolyásolják a működési

környezetet (Lengyel 2021). Több szerző kifejtette már (például: Porter 1990, Camagni 2002) azt, hogy bár a nemzetközi tér (szélesebb értelemben vett földrajzi tér) hatást gyakorol a gazdasági szereplőkre, tartós versenyelőny mégis a helyi együttműködésekben és a helyi szintű beágyazottságból származik.

A nemzetközi szintén a gazdasági szereplők ottani megjelenésével válik egyre meghatározóbbá, mely ma már nem csak a nagyvállalatokra jellemző, egyre inkább a kisebb vállalatok is megjelennek a nemzetközi piacokon (Szerb et al. 2021). Ezen a ponton fontosnak tartjuk kiemelni, hogy mivel a nagyvállalatok és a kisebb vállalatok működési jellemzői jelentősen különböznek egymástól (Spence 1999, Jenkins 2004, Málóvics 2009), ezért a nemzetközi és a helyi szinten való megjelenésük elemzése is más-más megközelítésből lehet releváns. A nemzetközi piacokon való megjelenésnek számos oka és motivációja lehet, Szerb et al. (2021) nemzetközi kutatásokra hivatkozva megállapítják, hogy a legfőbb motiváció a vállalati növekedés lehet. A kisebb vállalatok nemzetközi piacokon való megjelenésének fontosságára utal az is, hogy az ITM (2019) külön fejezetben tárgyalja a témát, melynek középpontjában a külföldi piacokra való terjeszkedés áll.

A vállalatok helyi és nemzetközi jelenlétén túl azt is lehet vizsgálni e két területi szinthez kapcsolódóan, hogy a rajtuk zajló folyamatok milyen hatással vannak a szereplőkre, és a szereplők milyen hatást gyakorolnak az adott térfolyamatokra (Reisinger 2021). Ebben az esetben, azon túlmenően, hogy (a termelési tényezők és az árak, szolgáltatások szempontjából) vizsgálni lehet a vállalatok hazai és nemzetközi piacait, azt is megtudhatjuk, hogy melyik az a területi szint, amelyikre még figyelnie kell a vállalatnak, mert az ottani folyamatok érintik a működését, illetve, hogy maga a vállalat mire lesz hatással és milyen területi szinten.

További szempont lehet a különböző területi szintek szerepének, mértékének és jelentőségének mérése, azonban ehhez sokrétű és rendszeres adatgyűjtésre lenne szükség mind mikro-, mind makroszinten. Az ilyen mélységű adatok begyűjtése és rendszerezése nagy kihívást jelent (Lengyel 2021), így a statisztikai elemzések is csak korlátozottan végezhetők el. A következő fejezetben ehhez kapcsolódóan néhány mérési lehetőséget mutatunk be, és egyúttal felveszük saját módszerünket, melyet kkv-k körében teszteltünk.

A vállalati működés térbeli kiterjedésének mérése

Tanulmányunk központi kérdése abból indult ki, hogy vajon hogyan lehetne azt mérni, hogy egy vállalat/település/régió/ország vállalatai, továbbá egy konkrét ágazat mennyire tekinthető helyi, regionális, nemzeti vagy nemzetközi működésűnek, vagyis milyen területi szinten jellemző a tevékenységük, milyen a térbeli kiterjedésük? A téma összetett, hiszen érinteni kell a vállalati működés többféle területét, így azt is, honnan szerzik be a termelési tényezőket, milyen piacokra termelnek, honnan van erőforrásuk fejlesztésekhez, hol vannak azok a szereplők, akikkel kapcsolatban állnak, milyen

társadalmi és gazdasági hatásaik vannak? A felsorolt szempontok többek között a következő kérdések mentén vizsgálhatók:

1. Hol értékesíti a vállalat a termékeit?
2. Honnan szerzi be a vállalat a termeléshez, működéshez, fejlesztéshez szükséges inputokat?
 - Honnan jön a munkaerő?
 - Honnan jön a tőke?
 - Honnan jön az alapanyag?
3. Hol vannak a vállalat partnerei, kapcsolatai?
4. Meddig ér a vállalat társadalmi, gazdasági hatóköre, vagyis milyen területi szintig ér el a hatása?

Meglátásunk szerint ezekre a kérdésekre kétféle úton kaphatunk választ:

1. Közvetlen módon, szekunder adatok alapján. Ha az egyes tényezőkről rendelkezésre állnak vállalati szintű adatok. Például a vállalat részletes kimutatással rendelkezik a munkavállaló lakóhelyéről, a beszerzett alapanyag forrásáról, települési, országos szintű bontásban, az eladott termékek pontos helyéről¹. Ezek összesítésével egy adott vállalati kör, település, térség vállalatairól is lehet információkat kapni. E módszer feltétele, hogy a szükséges adatok rendelkezésre álljanak, de ahogy Lengyel (2021) is utal rá, ilyen mélységű rendszeres adatgyűjtés ritkán jellemző, pedig éppen ezek adhatnának objektív választ a térbeliségre.
2. Közvetett módon, primer adatfelvétel alapján. Ha nem állnak rendelkezésre másodelemzésre adatok, vagy hiányzik a gazdasági, társadalmi kapcsolatok szempontjából releváns indikátorokhoz kapcsolódó adatok begyűjtése, tisztítása, rögzítése, akkor kétféle megoldás lehet:
 - kérdőív segítségével összegyűjteni a releváns adatokat;
 - a vállalatok tulajdonosaival és/vagy ügyvezetőkkel készített strukturált interjúsorozat keretében felmérni az ügyvezetők személyes értékelését a vállalati működés térbeliségéről. A vezetői vélemények személyesek ebben az esetben, de elemzésükkel mégis jellemezhetjük azt, hogy mely területi szinteket érintett a vállalat tevékenysége, továbbá értékelhető lehet az is, hogy ezeknek mekkora a jelentősége.

Módszertan

Kutatásunk célja a győri kkv-vezetők vállalatuk térbeli kiterjedésének mértékével kapcsolatos személyes értékelésének feltárása volt. Strukturált interjúkat készítettünk, valamint a véleményeket számszerűsítettük. Azért választottuk a működés térbeli kiterjedésének mérésére a közvetett módszert, mert a korábbi saját tapasztalataink mellett

¹ Arról az eredménykimutatás ad információt, hogy a nettó árbevétel hány százaléka hazai és nemzetközi, tehát megállapítható, hogy a vállalat eladásainak hány százaléka export, de ennél többet nem tudhatunk meg.

a szakirodalomban megjelenő kutatási eredmények is alátámasztják azt (Spence 1999, Jenkins 2006, Radácsi 2021), hogy a strukturált, rendszeres adatgyűjtés kevésbé/nem jellemző a kkv-kra, így a számviteli és a gazdaságstatisztikai adataik elemzésére korlátozottan van lehetőség. Emellett érdekelt bennünket az is, hogy ha nem konkrétan arról kérdezzük a vállalatvezetőket, hogy vannak-e kapcsolataik, azok hol vannak, hol működnek a beszállítók stb., hanem azt szándékozunk megtudni, hogy személyesen ők hogyan ítélik meg a vállalatuk területi szerepét, akkor erre hogyan reagálnak, és mit válaszolnak. Tehát azt mértük, hogy milyen a vállalatuk működésének térbeli kiterjedése (helyi, regionális, nemzetközi)? Ezzel a módszerrel megismerhettük azt, hogy a vezetők milyennek tartják vállalatuk területi szerepét, súlyát vagy hatását.

Az interjúkat 2021 augusztusa és 2022 októbere között folytattuk le, összesen harminc – győri székhelyű, 10 és 249 fő közötti létszám-kategóriájú – vállalat ügyvezetőjével. A vállalatok kiválasztásában az Opten adatbázist vettük alapul [2]. 2021. január 31-én összesen 601, a vizsgált létszám-kategóriába tartozó kkv-nek volt Győrben a székhelye, melyek közül elsődlegesen azokat kerestük meg, amelyek esetében volt közvetlen elérhetőség az ügyvezetőhöz. A kiválasztás egyrészt véletlenszerű volt, másrészt néhány interjúalany által ajánlott kkv-t is bevontunk. Vagyis az interjúalanyok körülbelül egyötöde ajánlások alapján vett részt a felmérésben. A vállalat tevékenysége szerint nem szűkítettük mintánkat, mert nem egy vagy több konkrét vállalati szegmenst szándékoztunk jellemezni. A mintában szereplő vállalatok tevékenységük alapján területi szempontból is vizsgálhatók, tehát mindegyik esetében potenciálisan megjelenhet több területi szint is, az egyes tényezők esetében.

Az 1. táblázatban a kutatásba bevont 30 vállalat fő jellemzőit foglaltuk össze. A vállalatok többsége a feldolgozóipar és a kereskedelem terén tevékenykedik, 18 vállalatot (a minta 60%-át) 2000 előtt alapítottak, 22 vállalat (a minta 73,33%-a) a kisvállalati létszám-kategóriába tartozott. A 2022. évi adózott eredménye alapján a 30 vállalatból csak kettő volt veszteséges egy olyan évben, amikor a világjárvány negatív hatással volt.

1. táblázat

A vállalati minta főbb jellemzői, 2022
Main characteristics of the company sample, 2022

Sor- szám	Tevékenység ^{a)}	TEÁOR- szám	Alapítás	Vállalat- kategória	Foglal- kozta- tottak száma, fő,	Nettó árbevétel	Adózott ered- mény
						ezer forint	
1.	Fémmegmunkálás	2562	2000 előtt	közepes	101	1 811 198	9 579
2.	Híradás-technikai berendezés gyártása	2630	2000 előtt	kis	13	201 870	1 070
3.	Irodabútor gyártása	3101	2000 után	kis	15	215 163	5 392
4.	Elektronikus, híradás-technikai berendezés, és alkatrészei nagykereskedelme	4652	2000 előtt	kis	15	1 924 183	209 843
5.	Egyéb bútor gyártása	3109	2000 után	kis	17	214 738	5 943
6.	Víz-, gáz-, fűtés-, légkondicionáló- szerelés	4322	2000 után	kis	21	603 905	68 666
7.	Gépjárműalkatrész- nagykereskedelem	4531	2000 előtt	kis	18	601 475	61 810
8.	Egyéb m. n. s. gép, berendezés nagykereskedelme	4669	2000 előtt	kis	24	1 792 725	214 229
9.	Ipari gép, berendezés üzembe helyezése	3320	2000 után	kis	30	998 425	51 094
10.	M. n. s. egyéb speciális gép gyártása	2899	2000 előtt	közepes	86	3 162 731	75 090
11.	Erdészeti, egyéb erdőgazdálkodási tevékenység	0210	2000 előtt	közepes	112	3 908 002	157 935
12.	Mérnöki tevékenység, műszaki tanácsadás	7112	2000 előtt	kis	23	1 208 915	298 287
13.	Egyéb irodagép, -berendezés nagykereskedelme	4666	2000 előtt	kis	19	404 340	16 349
14.	Egyéb élelmiszer nagykereskedelme	4638	2000 előtt	kis	11	1 893 518	26 497
15.	Egyéb m. n. s. gép, berendezés nagykereskedelme	4669	2000 előtt	kis	12	523 737	31 859
16.	Gyógyszer, gyógyászati termék nagykereskedelme	4646	2000 előtt	kis	14	914 066	18 082
17.	Lakó- és nem lakó épület építése	4120	2000 előtt	kis	40	3 057 917	86 193
18.	Számítógépes programozás	6201	2000 után	kis	34	421 308	292
19.	Számítógép, periféria, szoftver kiskereskedelme	4741	2000 után	közepes	103	2 303 178	114 885
20.	Egyéb beton-, gipsz-, cementtermék gyártása	2369	2000 előtt	kis	31	794 303	103 849

(A táblázat folytatása a következő oldalon.)

(Folytatás.)

Sor-szám	Tevékenység ^{a)}	TEÁOR-szám	Alapítás	Vállalat-kategória	Foglalkoztatottak száma, fő,	Nettó árbevétel	Adózott eredmény
						ezer forint	
21.	Fémmegmunkálás	2562	2000 után	kis	10	965 728	320 427
22.	Fémmegmunkálás	2562	2000 után	közepes	129	2 632 331	421 056
23.	Lakó- és nem lakó épület építése	4120	2000 előtt	kis	14	369 342	48 198
24.	Ipari gép, berendezés javítása	3312	2000 után	kis	32	1 764 799	464 296
25.	Textil-nagykereskedelem	4641	2000 előtt	közepes	99	2 370 316	168 699
26.	Dísznövény nagykereskedelme	4622	2000 előtt	kis	16	1 141 447	51 693
27.	Fa-, építőanyag-, szaniteráru-nagykereskedelem	4673	2000 után	kis	22	3 272 469	358 188
28.	Szerszámgyártás	2573	2000 után	kis	37	815 434	–38 071
29.	Elektronikai alkatrész gyártása	2611	2000 után	közepes	85	4 416 915	192 104
30.	M. n. s. egyéb speciális gép gyártása	2899	2000 előtt	közepes	51	1 480 212	15 161

a) A Gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere (TEÁOR'08) szerint.

A vállalatok térbeli kiterjedését és kapcsolatait strukturált és mélyinterjúk vegyes alkalmazásával mértük fel, az ügyvezetők önértékelése alapján. Vagyis azt, hogy az általuk vezetett vállalat mennyire tekinthető helyi, regionális, vagy éppen nemzetközi szereplőnek az erőforrások, a termékpiacok, valamint a gazdasági, társadalmi kapcsolatrendszer és hatások szerint. A következő tényezőket² vizsgáltuk, melyek értelmezését az interjúk során az ügyvezetők megismerték:

- A termeléshez, szolgáltatáshoz szükséges inputok a tőke, a munka, valamint a termelési folyamatokban felhasznált anyagok (nyersanyagok, félkész és késztermékek) – Milyen területi szintről szerzik meg a vállalatok a termeléshez szükséges erőforrásokat?
- Az áruk és szolgáltatások piaca – Hová szállítják, azaz hol értékesítik a termékeiket a kkv-szektorba tartozó vállalatok?
- Kapcsolatok (vállalkozási, piaci, tulajdonosi) – Milyen területi szinten találhatók azok a szereplők, akikkel a vállalatok kapcsolatban vannak?
- A vállalatok gazdasági és társadalmi hatása – Milyen területi szintre terjed ki a vállalat társadalmi és gazdasági hatóköre, hol vannak azok a szereplők, akikre, amelyekre úgy tartják az ügyvezetők, hogy hatást tudnak gyakorolni?

² Az elemzett tényezők gyakorlatilag lefedik a vállalati működés szinte teljes egészét.

Társadalmi hatáson minden olyan tényezőt, tevékenységet értünk, mellyel a vállalat valamilyen változást hoz az emberek életében, közösségeiben, jólétében és jólétében (Siemieniako et al. 2021, Brzustewicz et al. 2022). A gazdasági hatás a vállalat tevékenységének foglalkoztatásra, bruttó hazai termékre (gross domestic product – GDP), gazdasági növekedésre gyakorolt hatását jelenti (Scholz et al. 2023).

Az elemzésben a következő területi szinteket vizsgáltuk:

- Helyi szint: Győr és a környező települések;
- Regionális szint: Észak-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl a helyi szinten túl;
- Országos szint: az ország többi része;
- Nemzetek feletti szint: Európa, Európai Unió (EU);
- Nemzetközi szint: Európán kívül a többi kontinens.

A vállalatok ügyvezetőit arra kértük, hogy egy kilenc fokozatú skálán jelöljék meg, hogy az általunk vizsgált tényezők vonatkozásában az adott területi szint mennyire jelenik meg a vállalatuk működésében. A 9 fokozatú ordinális skála értékeinek jelentése a következő: 0: az adott területi szint egyáltalán nem jellemző vagy nem releváns, 1: megjelenik az adott területi szint, de nem jelentős módon, 9: az adott területi szint teljes mértékben meghatározó. Például a munkaerő esetében a helyi szintre adott 9-es érték azt jelenti, hogy a munkavállalók esetében jelentős szerepe van a helyi szintnek. Az elemzés során beláttuk, hogy az eredmények könnyebb áttekinthetősége és a megfelelő következtetések levonása érdekében több skálaértéket érdemes összevonni, így azokat a következő kategóriákra alakítottuk át:

- 0: az adott területi szint egyáltalán nem jellemző vagy nem releváns;
- 1: az adott területi szint kismértékben jellemző (eredeti skálán 1–3);
- 2: az adott területi szint közepes mértékben jellemző (eredeti skálán 4–7);
- 3: az adott területi szint jelentős mértékben jellemző (eredeti skálán 8–9).

Eredmények

Inputok

Az inputok esetében azt vizsgáltuk, hogy a pénztőke, a munkaerő, az alapanyag és a fejlesztéshez szükséges erőforrások jellemzően milyen területi egységről származnak. A 2. táblázat azt mutatja be, hogy az adott területi szintet hány ügyvezető értékelte az adott értékre és mekkora a módusz az eredeti, 0 és 9 közötti skálán és az átkódolt 0 és 3 közötti skálán. A két módusz kiszámítását azért tartottuk szükségesnek, hogy rámutasson a két skálázás esetleges különbségeire, ami árnyalhatja a kutatási eredményeket. A skála leggyakrabban előforduló értéke mutatja meg a jellemző tulajdonságot az adott erőforrás vonatkozásában. A táblázat szerint alapvetően a helyi és a regionális szint a meghatározó, az alapanyagok kivételével, továbbá – bár alacsony

gyakorisággal – de a nemzetek feletti és a nemzetközi területi szintről is származik input a megkérdezett vállalatok egy részénél.

2. táblázat

A termeléshez, fejlesztéshez szükséges inputok területi kiterjedésének értékelése, 2021–2022

Evaluation of the territorial extent of inputs required for production and development, 2021–2022

Értékelés	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
Termeléshez, szolgáltatáshoz szükséges inputok: tőke					
0: egyáltalán nem	5	17	11	15	21
1: kismértékben	0	1	2	1	1
2: közepes mértékben	5	4	8	9	6
3: jelentős mértékben	20	8	9	5	2
Módus (0–9 alapján)	9	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	3	0	0	0	0
Termeléshez, szolgáltatáshoz szükséges inputok: munka					
0: egyáltalán nem	0	7	9	17	21
1: kismértékben	0	5	4	7	5
2: közepes mértékben	8	6	11	3	2
3: jelentős mértékben	22	12	6	3	2
Módus (0–9 alapján)	9	9	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	3	3	2	0	0
Termeléshez, szolgáltatáshoz szükséges inputok: alapanyag					
0: egyáltalán nem	12	16	11	8	13
1: kismértékben	6	5	5	2	1
2: közepes mértékben	4	5	7	8	5
3: jelentős mértékben	8	4	7	12	11
Módus (0–9 alapján)	0	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	0	0	0	3	0
Fejlesztéshez, befektetéshez szükséges inputok					
0: egyáltalán nem	5	16	10	19	22
1: kismértékben	4	2	4	2	2
2: közepes mértékben	8	9	8	7	5
3: jelentős mértékben	13	3	8	2	1
Módus (0–9 alapján)	9	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	3	0	0	0	0

Megjegyzés: itt és a továbbiakban n=30.

Részletesebben jellemezhetjük a vállalati működés térbeli kiterjedését, ha megjelöljük az adatokat az egyes vállalatokhoz kapcsolódóan adatsávós ábrázolással is,

melyet a munkaerő és az alapanyag esetében mutatunk be a 3. és 4. táblázatokban. A vállalatok többségénél a munkaerő alapvetően helyi, regionális szintről származik. Azon vállalatok ügyvezetői, melyek esetében nem csak a helyi és a regionális szint a meghatározó, kifejtették, hogy bár fő célkitűzés a helyi munkaerőpiac támogatása, de nem minden esetben találni olyan végzettségű munkavállalót, aki megfelelő lenne a vállalat számára, egyrészt azért, mert nincs olyan képzés a városban, a régióban, mint amire szükségük lenne, másrészt, ha van is, nincs megfelelő minőségű és számú jelentkező. Két olyan vállalat volt a mintában, melyek esetében az ügyvezető úgy ítélte meg, hogy számukra minden területi szint jelentős a munkaerőforrás tekintetében (egy gyógyszer-kereskedelemmel foglalkozó és egy építőipari kisvállalat).

Az alapanyag-beszerzési források területisége eltéréseket mutat. Tizenegy olyan vállalat volt a mintában, amelyeknél az alapanyag-beszerzés nemzetközi területi szintje is jelentős, közöttük csak három esetében meghatározó mindegyik területi szint, a többi esetben az országos szint feletti térbeli kategóriák számítanak jelentősnek, vagyis az alapanyagot jellemzően Európából vagy Európán kívülről szerzik be. Két olyan vállalat van, amely esetében csak a nemzetközi szintet jelölték meg, jelentős mértékűnek ítélve, vagyis esetükben az alapanyagokat a világ bármely részéről beszerezhetik, és ez a meghatározó. A szakirodalomban is megjelenő globális-lokális paradoxonra hívta fel a figyelmet egy közép vállalat ügyvezetője, mely szerint számukra és – véleménye szerint – a kkv-k többsége számára is fontos, hogy a helyi piacokat támogassák azzal, hogy amit tudnak, helyi szintről szereznek be, de ma már olyan szinten globalizált világban élünk, hogy nem lehetséges az, hogy csak helyi forrásokból működjön egy vállalat, mert az alapanyagok jelentős része helyben nem is érhető el, vagy csak sokkal drágábban. Kiemelték az időtényezőt is, ami a gyártás és a versenyképesség szempontjából kulcsfontosságú, mely sokszor nyomásként nehezedik rájuk, és rákényszerülnek arra, hogy onnan rendeljenek, ahonnan a leggyorsabban megérkezik az áru. Egy gyógyszer-kereskedelemmel foglalkozó kisvállalat ügyvezetője azt emelte ki, hogy véleményük szerint, ma már egyre inkább elavulttá válik az az elképzelés, hogy egy kkv feladata elsődlegesen a helyi gazdaság támogatása azáltal, hogy helyben szerzi be az erőforrásokat, hiszen olyan sokszínű tevékenységek jellemzik ma már a kkv-szektor, továbbá olyan sokféle szempontot kell a működés során figyelembe venni, hogy természetes, ha egy kkv megjelenik a nemzetközi piacokon is.

Az ügyvezetők által adott értékekkel a 3. és a 4. táblázatban adatsávosan mutatjuk be azt, hogy milyen térbeli kiterjedés jellemző a vállalatokra az egyes tényezők szerint.

3. táblázat

A termeléshez szükséges munka területi kiterjedése adatsávós ábrázolással,
2021–2022

Territorial extent of work required for production
with data bar representation, 2021–2022

Sorszám	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
1.	2	3	3	2	1
2.	3	0	0	0	0
3.	3	2	2	2	2
4.	3	3	2	1	0
5.	2	1	0	0	0
6.	3	1	0	0	0
7.	3	0	0	0	0
8.	2	0	2	0	0
9.	3	3	3	3	2
10.	3	2	1	1	1
11.	3	1	0	0	0
12.	2	0	1	0	0
13.	3	3	2	1	0
14.	3	0	3	0	0
15.	3	3	2	0	0
16.	3	3	3	3	3
17.	3	3	3	3	3
18.	3	0	1	0	0
19.	2	1	0	0	0
20.	2	0	0	0	0
21.	3	3	3	2	0
22.	3	2	2	0	0
23.	2	1	0	0	0
24.	3	2	1	0	0
25.	2	2	2	1	1
26.	3	2	2	1	0
27.	3	3	0	0	0
28.	3	3	2	0	0
29.	3	3	2	1	1
30.	3	3	2	1	1

4. táblázat

**A termeléshez szükséges alapanyag területi kiterjedése adatsávós ábrázolással,
2021–2022**

Territorial extent of raw material required for production
with data bar representation, 2021–2022

Sorszám	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
1.	2	2	2	3	2
2.	3	3	3	3	3
3.	3	3	3	3	3
4.	1	1	3	3	3
5.	0	0	0	3	0
6.	3	2	2	1	0
7.	0	0	0	3	3
8.	0	0	0	3	0
9.	2	2	2	2	2
10.	0	0	2	2	2
11.	3	0	0	0	0
12.	0	0	0	0	0
13.	0	0	1	3	3
14.	3	0	3	2	0
15.	3	2	2	2	2
16.	0	0	1	3	3
17.	3	3	3	3	3
18.	0	0	0	0	0
19.	0	0	0	0	3
20.	2	0	0	0	0
21.	1	1	3	3	0
22.	0	0	2	0	0
23.	3	3	0	0	0
24.	0	0	0	0	3
25.	1	1	1	1	2
26.	1	0	0	3	0
27.	0	0	3	2	1
28.	2	2	2	2	0
29.	1	1	1	2	3
30.	1	1	1	2	3

Output – piacok

A megkérdezett vállalatok többsége termékeivel, szolgáltatásaival nemcsak Győr és környékét látja el, hanem azokkal országosan is megjelenik (5. táblázat), továbbá volt 19 olyan vállalat a mintában, melyek termékeikkel nemzetek feletti/nemzetközi szinten is jelen vannak. Öt olyan vállalat volt továbbá, amelyek esetében a termékek értékesítésénél a nemzetközi szint is legalább közepesen meghatározó. Ezek alapján a megkérdezett vállalatokat a bázisszektorba (traded) soroltuk, egyetlen vállalat kivételével, melynek csak helyi szintű értékesítése van. Ez a vállalat minden más tekintetben is helyinek számít, tehát a harminc megkérdezett vállalat közül egy olyan volt, mely az erőforrások, a piacok, a kapcsolatok és a hatások alapján is helyi kiterjedésűnek számít, az ügyvezető jellemzése alapján. Módszerünkkel azt nem tudjuk mérni, hogy az eladások konkrétan hány százaléka jelenik meg külföldön, de azt be tudjuk mutatni, hogy az ügyvezetők értékelése alapján mely területi szinteken jelennek meg a vállalatok termékeikkel és szolgáltatásaikkal.

5. táblázat

A termékek, szolgáltatások piacának területi kiterjedésének értékelése, 2021–2022

Evaluation of the territorial extent of the market for products and services, 2021–2022

Értékelés	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
A termékek piaca					
0: egyáltalán nem	7	8	5	11	20
1: kismértékben	3	1	3	4	5
2: közepes mértékben	5	9	11	10	3
3: jelentős mértékben	15	12	11	5	2
Módus (0–9 alapján)	9	9	9	0	0
Módus (átkódolás alapján)	3	3	2, 3	0	0
Szolgáltatások piaca					
0: egyáltalán nem	5	10	9	17	25
1: kismértékben	3	2	3	5	3
2: közepes mértékben	9	8	9	5	2
3: jelentős mértékben	13	10	9	3	0
Módus (0–9 alapján)	9	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	3	0, 3	0, 2, 3	0	0

Kapcsolatok

A vállalatok működése, térségbe való beágyazottsága szempontjából fontos tényező, hogy kikkel, hány szereplővel vannak kapcsolatban? További meghatározó szempont lehet, hogy a vállalati kapcsolatok milyen területi szinten vannak jelen, vagyis mennyire van benne például egy vállalat a helyi, az országos vagy a nemzetközi

körforgásban. A megkérdezett vállalatok közül 22 helyi, regionális és országos kapcsolatokkal is rendelkezik, 19 vállalat rendelkezik valamilyen szintű európai és 9 vállalat Európán túli kapcsolatokkal is (6. táblázat). Három vállalat esetében a nemzetközi szintű kapcsolatok jelentősek, közülük kettő esetében ez az értékesítéshez kapcsolódik.

6. táblázat

A kapcsolatok területi kiterjedésének értékelése, 2021–2022

Assessment of the spatial extent of relationships, 2021–2022

Értékelés	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
A termékek piaca					
0: egyáltalán nem	2	6	3	11	21
1: kismértékben	3	3	9	6	5
2: közepes mértékben	7	8	11	7	1
3: jelentős mértékben	18	13	7	6	3
Módsz. (0–9 alapján)	9	9	9	0	0
Módsz. (átkódolás alapján)	3	3	2	0	0

Gazdasági és társadalmi hatások

Az ügyvezetők számára kivétel nélkül a vállalat hatásának megítélése jelentette a legnagyobb kihívást, mert nem volt jellemző, hogy működésük során azon gondolkodtak volna, hogy kire, milyen mértékű hatást gyakorolnak. Azt többségük természetesen érzékelt, hogy van jelentőségük a környezetükben, de ennek mértéke, formája ritkán fordult elő az ügyvezetők által adott válaszokban. Gazdasági hatásként a termékeiket és a munkaerőpiacon való jelenlétet említették, ezek olyan tényezők, amelyek nyilván a mindennapi működés során előtérben vannak, de nem feltétlenül vállalati hatásként. A társadalmi hatások megfogalmazása még nagyobb kihívás volt, több ügyvezető nem is értette, hogy kkv-ként ez miért lehet releváns, hiszen inkább a nagyvállalatok esetében lehet a középpontban. Az interjúk során azonban a vállalatvezetők többsége elismerte a téma fontosságát, és volt olyan ügyvezető is, aki kijelentette, hogy az interjú hatására a jövőben többet foglalkozik ezzel a kérdéskörrel. Az interjúkból kiderült, hogy a vállalatok sem a gazdasági, sem a társadalmi hatásukat nem mérik. Társadalmi hatásként a következőket azonosították:

- közvetett hatás a termékeiken keresztül;
- a vállalat tevékenysége hat a társadalomra;
- a vezetők viselkedése hat a munkavállalókra, akik azt tovább viszik a vállalaton kívülre;
- a munkavállalók felé közvetített pozitív munkahelyi légkör;
- társadalmi aktivitás, például adományozás, a jó ügyek támogatása.

A 7–9. táblázat (melyből kettő adatsávosan ábrázolja a területi szintek jelentőségét) azt mutatja, hogy a megkérdezett vállalatok összességében jelentősebbnek tartják

gazdasági hatásukat a társadalminál, melyek inkább helyi és regionális szinten jelennek meg gyakrabban, az országos szint már kevésbé meghatározó, de ez a szint is megjelenik a vállalatok több mint kétharmadában. Jelentősebb európai hatásról öt, nemzetközi szintűről két vállalatvezető számolt be.

A társadalmi hatás már sokkal inkább helyi és regionális szintre korlátozódik. Az egyik kisvállalat vezetője ezt úgy foglalta össze, hogy hatásuk azokra az emberekre lehet, akikkel együtt dolgoznak, továbbá közvetetten az ő családjukra, illetve a velük kapcsolatban lévő partnerekre, de ezek inkább emberi szintű hatások és nem társadalmi szintűek, utóbbiak inkább a nagyvállalatok területe. Úgy gondoljuk, hogy ez nézőpont kérdése lehet, mert ha azt az oldalát vesszük a tevékenységüknek, hogy valamilyen módon mindegyik vállalat részt vesz a társadalmi ügyek és/vagy a civil szervezetek támogatásában³, ami társadalmi aktivitásnak számít, és legalább helyi szinten hatást tudnak gyakorolni vele. Ezt az ügyvezetők 17 vállalat esetében legalább közepes szintűnek értékelik.

7. táblázat

A vállalatok gazdasági és társadalmi hatásának területi kiterjedésének értékelése, 2021–2022

Evaluation of the territorial extent of the economic and social impact of companies, 2021–2022

Értékelés	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
A vállalat gazdasági hatása					
0: egyáltalán nem	2	6	9	21	26
1: kismértékben	6	10	14	4	2
2: közepes mértékben	17	11	4	3	1
3: jelentős mértékben	5	3	3	2	1
Módus (0–9 alapján)	4	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	2	2	1	0	0
A vállalat társadalmi hatása					
0: egyáltalán nem	5	11	16	26	28
1: kismértékben	8	10	9	3	1
2: közepes mértékben	10	7	4	1	1
3: jelentős mértékben	7	2	1	0	0
Módus (0–9 alapján)	0	0	0	0	0
Módus (átkódolás alapján)	2	0 (1)	0	0	0

³ A kutatás részletesen kitért a vállalatok társadalmi szerepére, az ehhez kapcsolódó eredmények publikálása jelen tanulmány megjelenésének időpontjában még folyamatban van.

8. táblázat

**A vállalatok gazdasági hatásának területi kiterjedése adatsávós ábrázolással,
2021–2022**

Territorial extent of the companies' economic impact with data bar representation,
2021–2022

Sorszám	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
1.	2	1	1	1	0
2.	0	0	3	0	0
3.	3	3	2	2	2
4.	2	2	1	0	0
5.	2	2	3	0	0
6.	3	2	2	0	0
7.	3	3	0	0	0
8.	2	2	0	0	0
9.	2	2	2	1	0
10.	2	1	1	0	0
11.	1	2	1	1	0
12.	2	1	1	0	0
13.	3	3	1	0	0
14.	0	0	0	0	0
15.	2	2	0	0	0
16.	1	1	1	1	1
17.	2	2	1	0	0
18.	1	0	1	0	0
19.	2	1	1	0	0
20.	2	0	0	0	0
21.	1	1	1	0	0
22.	2	0	0	3	0
23.	1	0	0	0	0
24.	2	1	0	0	0
25.	2	2	2	2	1
26.	2	2	3	3	0
27.	2	1	1	0	0
28.	3	2	0	0	0
29.	1	1	1	2	3
30.	2	1	1	0	0

9. táblázat

**A vállalatok társadalmi hatásának területi kiterjedése adatsávós ábrázolással,
2021–2022**

Territorial extent of companies' social impact with data bar representation,
2021–2022

Sorszám	Helyi	Regionális	Országos	Nemzetek feletti	Nemzetközi
1.	2	1	1	0	0
2.	0	0	3	0	0
3.	3	3	2	2	2
4.	2	1	0	0	0
5.	3	2	0	0	0
6.	3	1	0	0	0
7.	3	3	0	0	0
8.	2	2	0	0	0
9.	3	2	2	1	0
10.	1	1	0	0	0
11.	1	1	0	0	0
12.	2	0	1	0	0
13.	0	0	0	0	0
14.	0	0	0	0	0
15.	0	0	0	0	0
16.	1	1	1	1	1
17.	1	1	1	0	0
18.	1	0	1	0	0
19.	3	0	0	0	0
20.	0	0	2	0	0
21.	2	1	1	0	0
22.	2	0	1	0	0
23.	2	1	0	0	0
24.	1	1	0	0	0
25.	2	2	2	1	0
26.	2	2	1	0	0
27.	1	0	0	0	0
28.	3	2	0	0	0
29.	1	0	0	0	0
30.	2	2	1	0	0

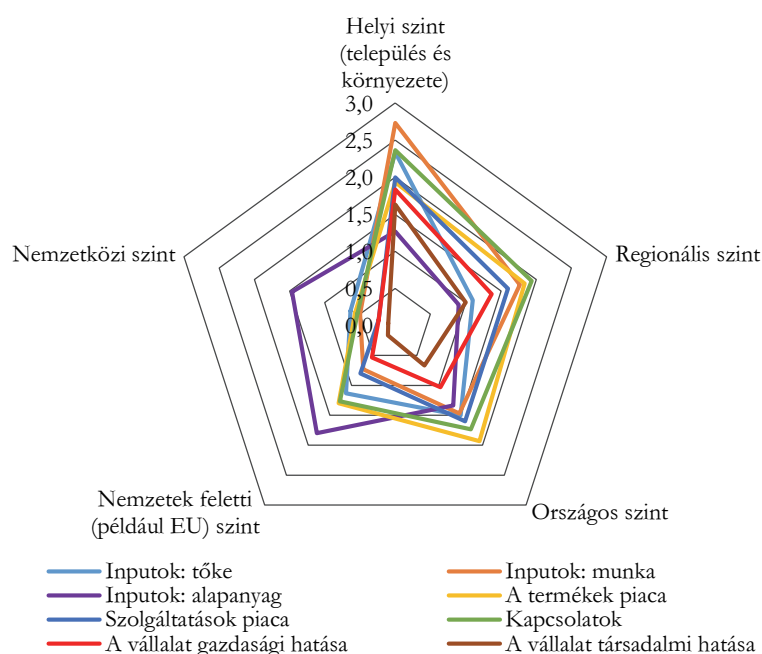
Összesített eredmények

Az eredményeket összesítő 1. ábra azt mutatja, hogy az alapanyagok kivételével minden további tényező hasonló mintát követ a 30 vállalat esetében.

1. ábra

A vizsgált tényezők jelentősége az egyes területi szinteken, 2021–2022

The significance of the examined factors at each territorial level, 2021–2022



Elemzésünkben megállapítottuk, hogy a megkérdezett kkv-k működése nem csak a helyi szinthez köthető a vezetők értékelése alapján, az 1. ábrán az is megmutatkozik, hogy ettől függetlenül a vállalatok működésében leggyakoribb a helyi/regionális/országos szint. A tőke, a munkaerő, a piacok, a kapcsolatok és a hatások esetében a helyi szint szerepe erős, a munkaerő esetében kiemelkedő, míg az alapanyagok esetében a nemzetközi szint a meghatározó, a vezetők személyes értékelése alapján. Ez azt jelenti, hogy alapvetően a megkérdezett vállalatok helyi/regionális kapcsolatokkal értékesítenek, jellemzően szintén inkább helyben, azonban az alapanyag-beszerezés terén jelentős a nemzetközi kitettségük.

Ez megerősíti azokat a korábbi szakirodalmi eredményeket (Vyakarnam et al. 1997, Jenkins 2004, Yuhua–Bayhaqi 2013, Torun et al. 2017), melyek szerint a kkv-k inkább helyi szervezetek, azonban eredményeink rámutatnak arra, hogy az országos és a nemzetközi térben – az alapanyagok esetében a legjelentősebb mértékben – is jelen van a megkérdezett vállalatok egy része. Vagyis a győri kkv-k körében biztosan

vannak olyan vállalatok, amelyek működése több tényező esetében is túlmutat a helyi, akár az országos szinten, ami egy országosan jelentős és a nemzetközi körforgásban is megjelenő kkv-szektor meglétét valószínűsíti. Ez azt jelenti, hogy a szervezetek már rendelkeznek valamilyen fokú nemzetközi tapasztalatokkal, amit fel lehet használni a szektor stratégiai tervezésében is, így eredményeink nemcsak a vállalati és a kutatási szféra számára nyújthat hasznos információkat, hanem a döntéshozók számára is. Eredményeink alapján megmutatkozik, hogy a kkv-k nemzetközi szerepének erősítése alapvetően az output és a kapcsolatok terén szükséges, akár támogatási rendszerekkel, akár vezetőképzéssel, melyek egy idő után maguk után vonhatják a ma még erőteljesen helyi hatások térbeli kiterjedését is.

Összegzés

A tanulmányunkban a megkérdezett kkv-ügyvezetők személyes értékelése alapján mértük a vállalati működés térbeli kiterjedését. Napjainkban egy komplex gazdasági elemzés már megköveteli, hogy a klasszikus közgazdasági kérdések mellett választ keressünk a *Hol? Honnan? Hová? Meddig?* kérdésekre is. Ezek alapján vizsgálható a gazdasági szereplők, tevékenységek, ágazatok térbeli eloszlása, továbbá az is, hogy a vállalatok milyen területi szinteken vannak jelen működésük során, valamint meddig ér el a hatásuk. Tanulmányunk egyrészt, a vállalatvezetők személyes értékelése alapján méri a működés térbeli kiterjedését, másrészt egy konkrét magyarországi városban, Győrben vizsgálja a kkv-k térbeli szerepét, utóbbival hozzájárulva a település gazdaságához kapcsolódó kutatási eredményekhez.

A kkv-k térbeli hatásával, jelenlétével kapcsolatban felmérésünk lényege, hogy a vállalatvezetők személyes értékítélete alapján jelenítettük meg az adott területi szint jelentőségét, melyből következtetni lehet a vállalati működés területi kiterjedésére. A módszer alapján bármilyen vállalat, vállalatcsoport, ágazat vizsgálható lehet, kutatásunk azonban kizárólag a kkv-kre irányult.

Összességében megállapítható, hogy a termelésben használt humán inputok közül a hazai/helyi, a termelésben felhasznált anyagi inputok közül pedig a hazai és a nemzetközi erőforrások használata emelkedik ki. Ami az értékesítési piacokat illeti, azok a helyi piacok mellett országos és nemzetközi szinten is megjelennek. A kapcsolatok inkább hazaiak, míg a hatások jellemzően helyi szintűek. Fontos továbbá az is, hogy egy vállalat kivételével mindegyik megkérdezett kkv egy vagy több tényező esetében jelen volt a helyi szinten kívül is, vagyis az ügyvezetők véleménye szerint a kutatásba bevont vállalatok egyáltalán nem csak a helyiek, sőt nem is csak regionális kiterjedésűek, ugyanis változó arányban, de megjelennek a nemzetközi szinten is. Ez azért jelentős eredmény, mert rámutat arra, hogy a kkv-k egy része már most is jelen van a nemzetközi piacokon, sőt az alapanyagok tekintetében a hazain kívüli területi szintek a meghatározóak. Emögött alapvetően az a tény áll, hogy azok az inputok, amelyekkel ezek a vállalatok dolgoznak, nem érhetőek el hazai viszonylatban, vagy ha igen, akkor

olcsóbb a külföldi beszerzésük. Ebben az esetben a nemzetközi jelenlét motivációja a vállalati létezés maga, hiszen ha nincs helyben a megfelelő alapanyag vagy az drága, akkor máshol kell a forrásokat megkeresni.

Kutatásunk alapján megállapítottuk, hogy az általunk kidolgozott módszer alkalmas lehet arra, hogy mérjük vele a vállalatok térbeli kiterjedését, személyes módon, a vállalatvezetők értékítélete alapján. Úgy véljük, hogy így is megfelelő pontossággal kimutathatjuk akár egy vállalat, akár egy település vállalatainak, akár egy szektor sajátosságait. Mindez azért is jelentős, mert az éves beszámolók alapján ilyen mélységben nem tudnánk jellemezni a vállalati működés térbeliségét.

Kutatásunk korlátjaként egyrészt a minta elemszámát, másrészt a módszer személyes jellegét emeljük ki. A 30 elemű minta a teljes sokaság 5%-át teszi ki, és nem tükrözi annak arányait, ezért – mint említettük – általános következtetések levonására nem alkalmas. Egy jövőbeli kutatásban azonban a minta méretének növelésével és reprezentatívvá tételével, akár kompozit indikátor számításával már komplexebb összefüggések is kimutathatók lennének. Az önértékelést korlátként említjük, de ez inkább a következtetéseket érinti, és ez a korlát teljesen nem is küszöbölhető ki, hiszen magából a kutatás céljából és módszeréből fakad, miszerint éppen azt vizsgáltuk, hogy a vállalatvezetők mit gondolnak a saját szervezetük területi kiterjedéséről, azaz helyi, regionális stb. szereplőnek tartják-e inkább magukat. Nyilván az ügyvezetők személyes véleménye a vállalat működési jellemzőin alapul, de a válaszokhoz nem feltétlenül szükségesek konkrét gazdasági adatok, melyek összegyűjtésére talán nem is vállalkoznának. A válaszokban ezért gyakran megjelenik a személyes tapasztalat, ami természetesen nem mentes a szubjektivitástól sem. Viszont éppen az volt a célunk, hogy megismerjük a kkv-ügyvezetők személyes értékítéletét, és ebből adódóan a személyes elemek a következtésekben is megjelennek.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült. Az adatok rendszerezésében való közreműködésért köszönetünket fejezzük ki Riegler Péternek.

IRODALOM

- AGÁRDI, I.–KOLOS, K. (2005): (szerk.) *A vállalkozói kapcsolatok elemzése, a vállalkozói kapcsolatok egyes területein* 20. sz. Műhelytanulmány. Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Versenyképesség Kutató Központ, Budapest.
- BRZUSTEWICZ, P.–ESCHER, I.–HATAMI, A.–HERMES, J.–KERÄNEN, A.–ÜLKUNIEMI, P. (2022): Emergence of social impact in company–NGO relationships in corporate volunteering. *Journal of Business Research* 140 (C): 62–75.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.089>
- CAMAGNI, R. (2002): On the concept of territorial competitiveness: sound or misleading? *Urban Studies* 39 (13): 2395–2411. <https://doi.org/10.1080/0042098022000027022>

- CHIKÁN, A. (1997): *Versenyképesség és a gazdasági szereplők közötti interakciók. Versenyképesség és a gazdasági szereplők közötti interakciók projekt zárótanulmánya* Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest.
- CSIZMADIA, Z. (2012): Járműipari beszállítói kapcsolatok alapvető sajátosságai és területi differenciálódása. In: RECHNITZER, J.–SMAHÓ, M. (szerk.): *A járműipari beszállítói hálozat Kelet-Közép Európában és Magyarországon* pp. 29–45., Széchenyi István Egyetem; Univesritas-Győr Nonprofit Kft., Győr.
- CSIZMADIA, Z.–GROSZ, A. (2011): *Innováció és együttműködés. A kapcsolathálózatok innovációra gyakorolt hatása* MTA RKK, Pécs–Győr.
- DUSEK, T. (2013): *Tér és közgazdaságtan* L'Harmattan – TIT Kossuth Kiadó, Budapest.
- INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM [ITM] (2019): *A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások megerősítésének stratégiája 2019–2030* Budapest.
- JENKINS, H. (2004): A critique of conventional CSR theory: an SME perspective. *Journal of General Management* 29 (4): 37–57. <https://doi.org/10.1177/030630700402900403>
- JENKINS, H. (2006): Small business champions for corporate social responsibility *Journal of Business Ethics* 67: 241–256. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9182-6>
- KECSKÉS, P. (2018): *A közelség értelmezése szervezetközi relációkban* Doktori disszertáció. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- KOLTAI, Z.–FILÓ, Cs. (2021): A magyarországi városok telephelyi tényezőinek vállalati megítélése *Területi Statisztika* 61 (1): 79–104. <https://doi.org/10.15196/TS610104>
- KOPPÁNY, K.–KOVÁCS, N.–SZABÓ, D. R. (2014): Város és vonzáskörzete: gazdasági kapcsolattrendszer és növekedés. Vázlat a győri járműipari körzet regionális makromodelljének kidolgozásához *Tér és Társadalom* 28 (2): 128–158. <https://doi.org/10.17649/TET.28.2.2611>
- KRUGMAN, P. (1998): Space: the final frontier *Journal of Economic Perspectives* 12 (2): 161–175. <https://doi.org/10.1257/jep.12.2.161>
- LENGYEL, I. (2003): *Verseny és területi fejlődés* JATEPress, Szeged.
- LENGYEL, I. (2000): A regionális versenyképességről *Közgazdasági Szemle* 47 (12): 962–987.
- LENGYEL, I. (2010): *Regionális gazdaságfejlesztés* Akadémiai Kiadó, Budapest.
- LENGYEL, I. (2021): *Regionális és városgazdaságtan* Szegedi Egyetemi Kiadó, Szeged.
- LENGYEL, I.–RECHNITZER, J. (2004): *Regionális gazdaságtan* Dialóg Campus, Budapest–Pécs.
- LUKOVICS, M. – KOVÁCS, P. (2008): Eljárás a területi versenyképesség mérésére *Területi Statisztika* 48 (3): 245–263.
- MAGGIONI, M. A.–BRAMANTI, A. (2002): Local and global networks in the economics of SMEs – is proximity the only thing that matters? In: MACNAUGHTON, R.–GREEN, M. (eds.): *Global competition and local networks* pp. 247–277., Ashgate.
- MÁLOVICS, GY. (2009): The social role and responsibility of small and medium-sized enterprises: Results of an empirical investigation applying the social capital approach In: BAJMÓCY, Z.–LENGYEL, I. (szerk.): *Regional Competitiveness, Innovation and Environment*. pp. 222–236., JATEPress, Szeged.
- PORTER, M. E. (1990): *The competitive advantage of nations* The Free Press, New York.
- PORTER, M. E. (1998): The Adam Smith address: location, clusters, and the „new” microeconomics of competition *Business Economics* 33 (1): 7–14.
- RADÁCSI, L. (2021): *Felelős és fenntartható vállalat* Saldo, Budapest.

- RECHNITZER, J. (2007): A társadalomtudomány új ága: a regionális tudomány *Magyar Tudomány* 168 (12): 1580–1589.
- REISINGER, A. (2014) Vállalatok kapcsolati hálója Győrben és térségében. In: LADOS, M. (szerk.): *A gazdaságszerkezet és vonzáskörzet alakulása* pp. 230–243., Universitas–Győr Nonprofit Kft., Győr.
- REISINGER, A. (2021): A tér szerepe a vállalatok működésében *Tér-Gazdaság-Ember* 9 (2): 37–49.
- SIEMIENIAKO, D.–KUBACKI, K.–MITRĘGA, M. (2021): Inter-organisational relationships for social impact: a systematic literature review *Journal of Business Research* 132: 453–469. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.026>
- SINGH, R.–CHANDRASHEKAR, D.–HILLEMANE, B. S. M.–SUKUMAR, A.–JAFARI-SADEGHI, V. (2022): Network cooperation and economic performance of SMEs: direct and mediating impacts of innovation and internationalisation *Journal of Business Research* 148: 116–130. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.032>
- SPENCE, L. J. (1999): Does size matter? The state of the art in small business ethics *Business Ethics. A European Review* 8 (3): 163–174. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00144>
- SZAKÁLNÉ KANÓ, I. (2011): A gazdasági aktivitás térbeli eloszlásának vizsgálati lehetőségei *Statisztikai Szemle* 89 (1): 77–100.
- SZAKÁLNÉ KANÓ, I. (2017): *Gazdasági tevékenységek térbeli eloszlásának vizsgálata* JATEPress, Szeged.
- SZERB, L.–MÁRKUS, G.–CSAPI, V. (2021): Kis- és középvállalatok nemzetközi környezetben – hazai és külföldi tapasztalatok. In: BLAHÓ, A.–CZAKÓ, E.–POÓR, J. (szerk.): *Nemzetközi menedzsment* pp. 318–334., Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SZERB, L.–HORNYÁK, M.–KRABATNÉ FEHÉR, ZS.–RIDEG, A. (2023): Magyarországi városrégiók versenyképességének mérése és elemzése. *Közgazdasági Szemle* 70 (2): 119–148. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.2.119>
- TÚRY, G. (2015): *A transznacionális vállalatok termelési szerkezetének térbeli átalakulása a Volkswagen példáján* Doktori disszertáció. ELTE, Budapest.
- VARGA, A. (2021): Az innováció, a vállalkozás és a gazdasági növekedés térbelisége. In: VARGA A. (szerk.): *Regionális innováció, vállalkozás és gazdasági növekedés* pp. 9–20., Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- VYAKARNAM, S.–BAILEY, A.–MYERS, A.–BURNETT, D. (1997): Towards an understanding of ethical behaviour in small firms *Journal of Business Ethics* 16 (15): 1625–1636. <https://doi.org/10.1023/A:1022452502299>

INTERNETES FORRÁSOK

- OECD (2000): *Small and medium-sized enterprises: local strength, global reach* Policy Brief, June. <https://www.oecd.org/cfe/leed/1918307.pdf> (letöltve: 2024. június)
- OECD (2004): *Facilitating SMEs access to international markets*. <https://www.oecd.org/cfe/smes/31919223.pdf> (letöltve: 2024. június)
- SCHOLZ, R.–ALBU, N.–KNIERIM, L. (2023): *Quantifying the economic impact of companies* WifOR, Darmstadt. https://www.wifor.com/uploads/2023/01/Quantifying_The_Economic_Impact_of_Companies.pdf (letöltve: 2024. június)

- TORUN, M.–PUNTHAKEY, J.–THOMPSON, S. (2017): *Enterprise performance and SME policies in the eastern partner countries and peer regions* OECD. <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Enterprise-Performance-and-SME-Policies-in-Eastern-Partner-Countries-and-Peer-Regions.pdf> (letöltve: 2024. június)
- YUHUA, Z.–BAYHAQI, A. (2013): *SMEs' participation in global production chains* Issues Paper No. 3. Asia-Pacific Economic Cooperation. https://www.apec.org/docs/default-source/publications/2013/3/smes-participation-in-global-production-chains/2013_psu_sme_participation_gpcs.pdf?sfvrsn=d7483b6f_1 (letöltve: 2024. június)

HONLAPOK/ADATBÁZISOK

- [1] KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL: www.ksh.hu (letöltve: 2024. június)
- [2] OPTEN ADATBÁZIS: www.opten.hu (letöltve: 2021. június)