

• Mike Károly–Boza István–Molnár Gábor Tamás •

## A VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEK MINT SZERZŐDÉSTÁMOGATÓ INTÉZMÉNYEK

### Egy magyar vállalati felmérés tanulságai\*

A vállalkozói szerveződések fontos, ám a közgazdaságtanban elhanyagolt funkciója a vállalatok közötti szerződéses kapcsolatok támogatása. A tanulmány azt elemzi, hogyan képesek e szerveződések elősegíteni az üzleti ígéretek hitelességét és ennek révén a vállalkozások közötti bizalmat. Egy országos kis- és középvállalati kérdőíves felmérés alapján vizsgálja a magyarországi kamarák, önkéntes szakmai szervezetek és helyi vállalkozói szerveződések tevékenységének hatását. Az adatok tanúsága szerint ezek az intézmények sok esetben erősítik az üzleti bizalmat mind a tagságukon belül, mind azon kívül. A szerződési akadályok mérséklése segítheti a piaci versenyt.

### A VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEK LEHETSÉGES FUNKCIÓI

Az üzleti vállalkozások által létrehozott szakmai, ágazati vagy közös érdekeiket más módon segítő szerveződéseknek nincs túl jó hírük a közgazdaságtanban. Adam Smith sorait a közgazdászok általában egyetértően idézik: „Szakmabeli összeje-vetelek, még ha szórakozás és vigadozás volt is a céljuk, majdnem mindig azzal végződnek, hogy a résztvevők mintegy összeesküsznek a közönség érdekei ellen...” (Smith [1776/1959] 139. o.) Smith pedig maga is a céhek és kartellek versenykorlátozó viselkedésével szembeni korábbi skolasztikus kritikát visszhangozta (De Roover [1951]). E témakört a közösségi döntések elmélete bontotta ki a 20. század második felében: a vállalkozói szerveződések járadszerző érdekcsoportokként ragadta meg (Olson [1997], Azfar [2001], Rowley és szerzőtársai [2013]). A cégek – különösen a kisebbek – közösen nagyobb sikerrel jutnak kormányzati döntések révén többletjövődelemhez, járadékhoz, mint külön-külön. A közös fellépést azonban gátolhatja a koordináció hiánya és a potyautas-viselkedés. Ezek leküzdésére hoznak

\* A tanulmány a Széchenyi 2020 program EFOP-3.6.1-16-2016-00013. számú Intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztések a Budapesti Corvinus Egyetem székesfehérvári Campusán című európai uniós projektje keretében, a Közép-Dunántúli Régióhoz kapcsolódó esettanulmányok megalapozásaként készült. A tanulmány alapját képező adatfelvételre a Hétfi Kutatóintézetben A vállalkozói tőke mint a fenntarthatóság tényezője című kutatás keretében került sor az Országgyűlés Hivatala Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanácsának Titkársága megbízásából. Köszönjük Berezvai Zombor, Lőrincz László és a kötet szerkesztőinek kritikai észrevételeit, amelyeket a tanulmány korábbi változataihoz fűzték.

létre „politikai vállalkozók” olyan többé-kevésbé stabil szervezeti kereteket, amelyek támogatják egy-egy csoport kollektív fellépését (*Olson* [1997]). A vállalkozói szerveződések kapcsán az egyedüli kérdés így az lesz, hogy a járadékokért folyó versengésük különböző körülmények között milyen mértékű jóléti veszteséghez vezet a kiharcolt közpolitikai döntések révén (*Mitchell–Munger* [2004]).

A smithi gondolatot viszi tovább a piacszerkezetek irodalma is. Nemcsak a kormányzat által biztosított privilégiumok lehetnek ugyanis járadékforrások, hanem olyan versenyt korlátozó horizontális és vertikális szerződési feltételek is, amelyeket egy ágazat szereplői közösen alakítanak ki és érvényesítenek. Ezek megteremtésében és működtetésében fontos szerep jut a cégek közötti informális (gyakran rejtett) egyeztetéseknek (*Motta* [2007] 156–164. o.), aminek stabil keretet adhatnak az ágazati, szakmai szerveződések (*Reid* [2003]).

Komoly tévedés lenne azonban a vállalkozói szerveződéseknek kizárólag negatív szerepet tulajdonítani. A kormányzati szabályozás kudarcai már az 1980-as évek elejétől ráirányították a figyelmet arra, hogy társadalmi előnyökkel járhat, ha egy ágazat vagy szakma szereplői a technológiai vagy piaci tranzakciós szabályaik egy részét önszerveződő módon alakítják ki és érvényesítik (*Shaked–Sutton* [1981], *Matthews* [1991], *Ogus* [1995]). Az önszabályozás előnye, hogy kiküszöböli a politikai és bürokratikus döntéshozatal információs és motivációs problémáit. Potenciális hátránya azonban – különösen akkor, ha kartellszerűen monopolhelyzetben valósul meg –, hogy az ágazati szereplők a kívül maradó versenytársak vagy a fogyasztók rovására hozhatnak szabályokat (*Muraközy–Valentiny* [2013]).

Még pozitívabb színben tünteti fel a vállalkozói szerveződések az új intézményi közgazdaságtan egy újabb, eddig viszonylag kevés visszhangot kapott vonulata. Eszerint e szerveződések egy sor eszközzel csökkenthetik a gazdasági szereplők közötti tranzakciók költségeit (*Doner–Schneider* [2000], *Knack* [2003], *Prüfer* [2015]). Megkönnyíthetik, hogy az összeillő partnerek egymásra találjanak; szakmai standardokkal segíthetik a szerződések kötését; támogathatják az üzleti hírnevet információáramlással vagy tagjaik ellenőrzésével; üzleti viták rendezését segítő szolgáltatásokat nyújthatnak stb. (*McMillan–Woodruff* [2000]). A szerződések támogatása mellett további pozitív funkciójuk lehet a tulajdonjogok védelme akár a bűnözőkkel, akár a kisajátításra törekvő kormányzattal szemben, különösen ingatag jogrendű országokban (*Pyle* [2009], *Duvanova* [2011]).

Végül nem hagyható figyelmen kívül a különféle szakmai és vállalkozói szerveződéseknek a technológiai és üzleti tudás generálásában és továbbadásában játszott szerepe. A szakmák mintegy definíció szerint egy közös tudáshalmaz megőrzésére és folyamatos továbbfejlesztésére jönnek létre (*Chandler* [1977]), de ilyen funkciót töltenek be bizonyos fokig a közös piacokon tevékenykedő vállalkozások hálózatai, társulásai is, amint például az amerikai Szilícium-völgy szakmai és üzleti közösségei bizonyítják (*Benner* [2003], *Mike* [2017]).

Ebben a tanulmányban a vállalkozói szerveződések szerződéstámogató funkciójára összpontosítunk. Még közelebről azt vizsgáljuk meg, hogy az ilyen kollektív

szervezetek milyen módokon és milyen hatásokkal segítenek megoldani a szerződéses kapcsolatok egyik legalapvetőbb problémáját: a szerződéses ígéretek melletti hiteles elköteleződést. Egy hazai, országos hatókörű vállalkozói kérdőíves felmérés adatait elemezzük. A nemzetközi szakirodalomban is nagyon kevés kvantitatív empirikus eredmény született erről a kérdésről, a magyar vállalkozói gazdaságban pedig eddig nem készült hasonló elemzés.<sup>1</sup>

A következőkben először felvázoljuk a hiteles elköteleződés közgazdasági problémáját, valamint azt, hogy a vállalkozói szerveződések milyen szerepet tölthetnek be e probléma intézményi megoldásában. Ezután áttekintjük a nemzetközi szakirodalom fontosabb empirikus eredményeit, amelyek adatfelvételünk és kutatási kérdéseink kiindulópontját képezik. Az empirikus elemzésünk első lépéseként megvizsgáljuk, hogy a vállalkozói szervezetek folytatnak-e olyan tevékenységeket, amelyek alkalmasak az üzleti hitelesség megteremtésére. Ezután pedig azt, hogy a cégvezetők valóban érzékelik-e a szerveződések ilyen irányú kedvező hatásait; s ha igen, a nagyobb hitelesség a szervezetek mely tevékenységeivel függ össze leginkább. Végül az elérhető adatok alapján azt a kérdéskört járjuk körül, hogy a vállalkozói szervezetek elősegítik-e a cégeknek, hogy ők maguk jobban megbízzanak meglévő partnereikben, továbbá túllépjenek bejáratott kapcsolati hálójukon, illetve térben távolabbi partnereket szerezzenek. Ez utóbbi módon ezek az intézmények különösen segíthetik a piacok megtámadhatóságát, a piaci verseny erősödését.

## A HITELES ELKÖTELEZŐDÉS PROBLÉMÁJA ÉS INTÉZMÉNYI MEGOLDÁSAI

Egy csere mindig ígéretek cseréje, hiszen még a legegyszerűbb „azonnali csere” esetén is kiderülhet, hogy a kapott termék – mondjuk egy megvásárolt gombóc fagyalt – nem felel meg a várakozásoknak. Minél összetettebb és időben kiterjedtebb egy tranzakció, annál jelentősebb a csere ígéreteleme. A felek ésszerű elvárása, hogy a kapott ígéretek *hitelesek* legyenek, vagyis az ígéretet adó fél hihető érveket tudjon felhozni amellett, hogy ígéretét valóban teljesíteni fogja. Az ígéretszegés veszélye abból fakad, hogy *ex post*, amikor eljön az ígéret teljesítésének ideje, a teljesítés haszna az ígérettevő számára elmarad a költségétől (*Kreps* [1990]). Ennek oka lehet, hogy az ígéret tevője az ellentételezést már korábban megkapta, a teljesítés költségei nem várt módon megnőnek, vagy az ígérettevő időközben mástól vonzóbb üzleti ajánlatot kap.<sup>2</sup> Ennek megfelelően egy ígéretet általában az tesz hitelessé, ha az ígérettevő fél

<sup>1</sup> Magyar szakmai és ágazati szerveződések sokrétű tevékenységéről kiváló esettanulmányokat közöl, de nem kifejezetten a szerződések kérdésére helyezi a hangsúlyt *Bognár* [2010].

<sup>2</sup> Az utolsó esetben is arról van szó tulajdonképpen, hogy a teljesítés *alternatív* költsége a haszna fölé emelkedik.

az ígéretszegés esetére olyan szankciót, vagyis többletköltséget vállal magára, amely a megszegés költségét számára a teljesítésé fölé emeli (*Mike-Kiss* [2017]).

Az ígéretek általában nem feltétel nélküliek, vagyis nem bármi áron történő teljesítésre vonatkoznak. Előfordulhatnak ugyanis olyan esetek, amikor a teljesítés költsége jelentős mértékben megemelkedik, jóval a másik fél számára jelentkező haszon fölé. Ekkor hatékony lehet olyan megoldást keresni, amely lehetővé teszi a teljesítés alóli kibújást bizonyos feltételek mellett. A feltételeket definiálhatja előzetesen maga a szerződés, alakíthatják maguk a felek „menetközben” méltányossági szempontokat is figyelembe véve, de előírhatják kívülről adott (jogi vagy más) szabályok is (*Williamson* [1979]).<sup>3</sup> Minden esetben igaz, hogy a szankciónak a két fél számára ismertnek és érthetőnek kell lennie, továbbá azt szükség esetén valakinek ténylegesen is érvényesítenie is kell.

A szankció ezért valamilyen játékszabály-rendszerbe, társadalmi „intézménybe” (*North* [1990]) ágyazottan jelenik meg. A szerződéses ígéretszegést szankcionáló intézmények sokfélék lehetnek. *Greif* [2008] két olyan szempontot emel ki, amely szerint érdemes megkülönböztetnünk őket: 1. tervezettségük szerint az intézmények lehetnek organikusak vagy tervezettek (*organic or designed*), illetve 2. működtetőik szerint magán- vagy állami intézmények (*private-order or public-order institutions*). Az organikus magánintézmények közé tartoznak a közösségek erkölcsi szabályai, a társadalmi normák, a hírnévmechanizmusok és az informális kapcsolati szerződések. A jog és a hatósági szabályozás tervezett állami intézmények. E két kategória mellett a közgazdászok gyakran figyelmen kívül hagynak egy harmadikat: a tervezett magánintézményeket, vagyis olyan játékszabály-rendszereket, amelyeket nem állami, hanem magánszereplők működtetnek és nem spontán, evolutív módon alakulnak ki, hanem – legalább részben – tudatosan tervezik meg őket. Valójában ide sorolhatók a vállalatok, amennyiben saját belső szabályrendszerüket hozzák létre a belső tranzakcióik lebonyolítására (*Williamson* [2002]). De ide tartoznak a vállalkozások által létrehozott klubok, társulások, szerveződések is, amelyek – más funkcióik mellett – a cégek közötti hiteles elköteleződést segítik elő.

A három intézményi kategóriát az 1. táblázat foglalja össze. Fontos azonban szem előtt tartani, hogy a valóságban ezek az intézménytípusok keverednek. A tervezett szabályok soha nem veszik át teljesen a spontánok helyét; sokszor kiegészítik vagy megerősítik azokat. A polgári jog csakúgy, mint egy vállalat vagy egy egyesület a formális szabályait sok esetben erkölcsre, normákra, reputációra, illetve önkikényszerítő szerződéselemekre is hagyatkozva érvényesíti.

<sup>3</sup> A joggazdaságtan alapmodellje szerint a teljesítés és nem teljesítés közötti választás hatékonyságát biztosítja, ha a nem teljesítő fél a partnere várt hasznával egyenlő kártérítést köteles fizetni. Ez ugyanis arra ösztönöz, hogy pontosan akkor teljesítsen „természetben”, ha a teljesítés költsége az ő számára kisebb, mint a másik fél pénzben kifejezett, teljesítésből származó haszna. Természetesen ez csak az elemzés kiindulópontja (*Cooter-Ulen* [2005], *Szalai* [2013]).

1. TÁBLÁZAT • Szerződéstámogató intézmények lehetséges tipológiája

| Működtető szereplő                       | Tervezettség                                                                                         |                                                                                                             |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | spontán                                                                                              | tervezett                                                                                                   |
| Magán                                    | Erkölcsei szabályok<br>Társadalmi normák<br>Hírnévmechanizmusok<br>Informális kapcsolati szerződések | Vállalati hierarchiák<br>Vállalkozói szerveződések (szakmai szervezet, vállalkozói klub, ágazati szövetség) |
| Állami (igazságszolgáltatás, kormányzat) | —                                                                                                    | Polgári jog<br>Hatósági szabályozás                                                                         |

Egy fejlett gazdaságban a szerződéskikényszerítő intézményi mechanizmusok széles skálája működik (*Mike–Kiss* [2017]). Ennek oka, hogy minden egyes ilyen mechanizmus tökéletlen, és önmagában általában gyenge szerződéses biztosítékot jelent. A spontán, organikus mechanizmusok gyakran említett korlátja, hogy viszonylag nagyfokú személyességet, közösségi kapcsolathálót, földrajzi közelséget tételeznek fel. Ezért elsősorban egy szűkebb körben csökkenthetik a tranzakciós költségeket, de akadályozhatják – vagy legalábbis nem feltétlenül segítik kellőképpen – az üzleti kapcsolatok tágabb körben való kiépítését (*Kranton* [1996]). Az informális kapcsolatokon túlnyúló, formalizált szakmai, vállalkozói szerveződéseknek fontos funkciója lehet, hogy segítsenek túllépni az organikus kialakult mechanizmusok határain (*Greif* [2008], *Prüfer* [2015]). Ezt a célt szolgálja természetesen az állami jogrend is, azonban sok esetben nagyobb költséggel, nehezkesebben, és inkább csak végső menedékként (*Dixit* [2011], *Masten–Prüfer* [2014])

Ha egy vállalat tagja egy olyan szerveződésnek, amely szelekciós, ellenőrző, információs vagy vitarendezést segítő mechanizmusai révén szankcionálja az ígéretszegést, akkor a cég üzleti ígérete hitelesebbé válik a szerveződés más tagjai számára. Így a tagok könnyebben lépnek túl már meglévő személyes üzleti kapcsolataikon (*Prüfer* [2015]). A hiteles elköteleződés azonban könnyebben létrejöhet az olyan kapcsolatokban is, ahol az egyik fél nem tagja a szerveződésnek (*Greif és szerzőtársai* [1994], *Recanatini–Ryterman* [1999], *Greif* [2002]). Egyrészt egy külső fél jobban meg fog bízni abban, aki tagja egy vállalkozói szervezetnek, ha az szankcionálja ígéretszegő tagjait, vagy eleve fel sem vesz megbízhatatlanokat a tagjai közé. Másrészt a szerveződés tagjának több eszköze lehet arra, hogy egy külső felet szankcionáljon, és így a tőle *kapott* ígéret is hitelesebb lesz. A szerveződés tagjain keresztül ugyanis könnyebben és megbízhatóbban terjesztheti el a hírt, ha az üzletfél nem tartja be ígéretét. Ezenfelül a szerveződésnek lehetnek olyan belső szabályai vagy informális normái, amelyek szankcionálják, ha tagjaik együttműködnek bárkivel, aki korábban bármely tagjának tett ígéretét megszegte. Egy vállalkozói szerveződés tehát a *tagság körén belül*, valamint a *tagok és a nem tagok között* is kölcsönösen támogathatja a hiteles elköteleződést, valamint ezen keresztül az üzleti bizalmat.

## A NEMZETKÖZI SZAKIRODALOM EMPIRIKUS EREDMÉNYEI

Kevés kvantitatív empirikus elemzés született a vállalkozói szerveződések és a szerződéskikényszerítés kapcsolatáról. Makroszintű, országokat összehasonlító elemzésükben *De Clercq és szerzőtársai* [2010] azt találta, hogy a felnőtt lakosságból minél többen tagjai önkéntes szervezeteknek, annál nagyobb azoknak az aránya, akik újonnan alapított vállalkozásokat vezetnek vagy tulajdonolnak, vagyis – a szerzők értelmezése szerint – annál élénkebb az ország vállalkozói élete. A szerzők feltételezése szerint az összefüggés egyik oka, hogy az önkéntes szerveződések elősegítik az üzleti lehetőségekre vonatkozó információk terjesztését és a bizalom kialakulását. *Danis és szerzőtársai* [2011] egy kibővített adatbázist használva hasonló eredményekre jutott, azzal a kiegészítéssel, hogy a vizsgált kapcsolat erősebb a feltörekvő gazdaságokban, mint a fejlettekben. Ez arra utal, hogy a szerveződések hatásai a tággabb intézményi rend fejlettségétől is függenek.

A vállalati szintű elemzések sajátos módon Kelet- és Közép-Európára koncentrálnak. *Recanatini–Ryterman* [1999] az 1990-es évek átalakuló orosz gazdaságában azt figyelte meg, hogy kevésbé esett vissza azoknak a vállalatoknak a kibocsátása, amelyek vállalkozói szerveződésekben vettek részt. Feltételezésük szerint ennek elsődleges oka az volt, hogy a szerveződések információáramlással segítették a megfelelő és megbízható üzletfelek megtalálását. Negatív eredményre jutott viszont egy másik elemzés, amelynek során arról kérdezték az orosz vállalati vezetőket, hogy a vállalkozói szerveződések és „pénzügyi-ipari csoportok” játszanak-e konkrét, intézményi szerepet az üzleti vitáik rendezésében (*Hendley és szerzőtársai* [2000]). A cégek a beszállítóikkal és a vevőikkel folytatott vitáikban egyaránt igen ritkán (a cégek 4, illetve 3 százalékánál) fordultak csak ilyen szerveződések tisztviselőihez, akkor sem túl nagy hatásfokkal. Hasonló megfigyelést tett *Broadman és szerzőtársai* [2004] a balkáni országokban, ahol a vállalkozói szerveződésekben tag cégeknek mindössze 0–10 százaléka állította, hogy azok jelentős vagy kritikus segítséget nyújtottak a viták rendezéséhez.

A mélyrehatóbb ökonometria elemzések nagy része lényegében ugyanarra az adatfelvételre támaszkodik, amelyet az 1990-es évek végén öt közép- és kelet-európai ország (Szlovákia, Lengyelország, Románia, Ukrajna és Oroszország) kis- és közepes vállalkozói körében végeztek el (*Johnson és szerzőtársai* [2000]). *McMillan–Woodruff* [2000] eredményei szerint azok a cégek, amelyek tagjai valamely üzleti szerveződésnek, nagyobb eséllyel értesülnek ügyfeleik vitás ügyeiről, jóllehet saját vitáik hírét nem tudják ügyfeleik partnereivel hatékonyabban megosztani. Elemzésüket továbbfejlesztve, *Pyle* [2005] ugyanakkor kimutatta, hogy ha adottnak vesszük a cégek között a szerződéskötést megelőzően személyes vagy informális üzleti csatornákon folytatott kommunikáció szintjét, a szerveződési tagság sikeresebb „árulkodást” tesz lehetővé.

Az említett szerzők azt is megvizsgálták, hogy a szakmai szerveződések elősegítik-e a földrajzi távolságok áthidalását. Az eredmények ellentmondásosak. Egyrészt nem igazolódott, hogy a tagoknak nagyobb eséllyel lennének távolabbi kapcsola-

taik, mint a nem tagoknak (*McMillan–Woodruff* [2000]). Másrészt a pénzügyi követeléseiket (tartozás esetén) sikeresebben tudták érvényesíteni földrajzilag távoli üzletfelek esetében, mint a nem tag cégek (*Pyle* [2006]). Ez pedig vélhetően növelte hajlandóságukat arra, hogy földrajzilag bővítsék kapcsolataik körét.

A legtöbbet hivatkozott elemzésben *Johnson és szerzőtársai* [2002] többek között azt vizsgálta, hogy azok a cégek, amelyek tagjai valamely szakmai szerveződésnek, jobban megbíznak-e üzletfeleik ígéreteiben. A szerzők a bizalom mértékét a megrendelőnek adott, teljesítés utáni fizetési haladék nagyságával mérték. Azt találták, hogy azoknak a szerveződéseknek a tagjai, amelyek információt továbbítanak más cégekről, és választottbírószági szolgáltatást nyújtanak, *gyakrabban adnak fizetési haladékokat* partnerüknek. Megvizsgálták azt is, hogy kedvezőbb ajánlat esetén nagyobb eséllyel válnak-e üzleti partnert a szerveződések tagjai, mint a nem tagok, és pozitív választ kaptak. Ez arra utal, hogy az ilyen szervezetek elősegítik az üzleti partnerek körének bővülését, és ezáltal fokozzák a piaci versenyt.

Kérdéses, hogy a posztkommunista átmenet időszakának eredményei mennyire általánosíthatók. Egy fontos jelenségre mindenesetre ráirányítják a figyelmet: a vállalkozói szerveződések elsősorban nem azzal segítik a szerződéses ígéretek kikényszeríthetőségét és annak révén hitelessé tételét, hogy rendezik a felek között felmerülő vitákat, hanem sokkal inkább azáltal, hogy hiteles információkat terjesztenek a tagságuk körén belül és azon túl is (*Pyle* [2005]).

Ezt erősítik meg *Cai–Szeidl* [2017] friss eredményei is: a szerzők egy nagyszabású kínai terepkísérletben vizsgálták, hogyan hat a cégek viselkedésére az, ha részt vesznek a kutatók által létrehozott és működtetett üzleti hálózatokban. Azok a cégek, amelyek véletlenszerűen bekerültek a (rendszeres összejöveteleket is tartó) hálózatokba, a kívül maradó kontrollcsoport tagjainál nagyobb mértékben növelték a forgalmukat és a nyereségüket, több új ügyfelet szereztek, és nagyobb lett a formális (banki) és informális hitelállományuk is. E pozitív hatások háttérében többek között az állt, hogy a saját hálózatukon belül több közvetlen üzleti kapcsolatot tudtak kialakítani, valamint több ajánlást is kaptak a hálózati tagoktól. Az utóbbi arra utal (bár a szerzők ezt közelebbről nem vizsgálták), hogy a szerveződés a tagságon belüli bizalom mellett bizonyos fokig a saját határain túl is erősíti tagjai számára az üzleti bizalmat.

## ADATOK ÉS KUTATÁSI KÉRDÉSEK

Empirikus vizsgálatunk főbb vonalaiban *Johnson és szerzőtársai* [2000] és [2002] 1990-es évek végi kelet- és közép-európai adatfelvételét követi. A Hétfa Kutatóintézet kis- és közepes magyarországi vállalkozások vezetői körében készített kérdőíves felmérést reprezentatív országos mintán, amely egyaránt kiterjedt a más vállalkozásokhoz fűződő szerződésekkel és a szakmai, vállalkozói szerveződésekkel kapcsolatos tapasztalatokra. 2016 májusában 391 darab, 5–250 főt alkalmazó vállalkozás vezetője töltötte ki a kérdőívet. A mintavétel reprezentatív volt Magyarország hét

régiójára és a gazdasági nagyágazatokra (ipar, kereskedelem, szolgáltatások) nézve, a mezőgazdaság kivételével, amelyre technikai okokból nem terjedt ki a vizsgálat (az adatbázist részletesen bemutatja Mike–Kiss [2017]).

Prüfer [2015] a vállalkozói szerveződések (*business associations*) olyan „formális, magán, nem közvetlenül üzleti célú szervezetekként” definiálja, amelyek célja „a tagjaik közös üzleti érdekeinek elősegítése” (306. o.). A kérdőívben a szerveződések három kategóriájáról tettünk fel kérdéseket: 1. a kamarákról, 2. az önkéntes szakmai szerveződésekről, valamint 3. a helyi üzleti szerveződésekről. A kamarák Magyarországon szorosan véve nem magánjellegűek, hanem hibrid intézmények. Egyfelől közjogi státussal rendelkeznek, és részben kötelező díjakból finanszírozzák magukat. Másfelől a bennük való aktív részvétel önkéntes, és a tevékenységük nagymértékben a tagjaik (gyakran helyi vagy regionális) önszerveződésén alapul. Ez a részlegesen önszerveződő jelleg indokolja szerepeltetésüket a vizsgálatban.

Az önkéntes szakmai-ágazati szerveződések természetüknél fogva általában országos kiterjedésűek. Mellettük fontosnak tartottuk a helyi vállalkozói életet szervező intézmények bevonását is a vizsgálatba. Ezek halmazát tágabb értelemben tekintettük, mivel gyakran olyan klubok, egyesületek, hálózatok is segíthetik az üzleti érdekeket, amelyek elsődleges célja nem ez, hanem civil, közösségi jellegű (gondoljunk például a Rotary vagy a Lions Club szervezeteire). Míg kamarában csaknem minden cég tag volt (92 százalék), egyéb szakmai szerveződésben a cégek vagy vezetőik<sup>4</sup> 37 százaléka, helyi szervezetben pedig 22 százalékuk vett részt (2. táblázat).

2. TÁBLÁZAT • Vállalkozások részvétele a vállalkozói szerveződések különböző típusaiban  
(N = 391)

| Tagság                                                            | Tagok részaránya<br>a mintában (százalék) | Tagok száma<br>a mintában (N) |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------|
| KAMARÁBAN                                                         | 92                                        | 359                           |
| ÖNKÉNTES SZAKMAI SZERVEZŐDÉSSEN                                   | 37                                        | 144                           |
| Ezen belül                                                        |                                           |                               |
| – ágazati vállalkozói szervezetben                                | 18                                        | 70                            |
| – országos vállalkozói szervezetben                               | 17                                        | 66                            |
| – egyéb szakmai szervezetben                                      | 25                                        | 97                            |
| HELYI SZERVEZŐDÉSSEN                                              | 22                                        | 87                            |
| Ezen belül                                                        |                                           |                               |
| – helyi vállalkozói klubban, szervezetben                         | 13                                        | 51                            |
| – egyéb, nem gazdasági célú, civil kezdeményezésben, egyesületben | 14                                        | 54                            |
| – egyéb helyi szervezetben                                        | 6                                         | 25                            |
| Az összes megkérdezett <sup>a</sup>                               | 100                                       | 391                           |

<sup>a</sup> Természetesen a 391 választ adó közül jó néhány többféle szerveződésben is részt vesz.

<sup>4</sup> Míg bizonyos szervezetekben a cégek, másokban a tulajdonosaik vagy vezetőik lehetnek tagok. A kérdések arra vonatkoztak, hogy akár a cég, akár valamelyik vezetője tagja-e a különböző típusú szervezeteknek.

Elsőként arra voltunk kíváncsiak, milyen tevékenységeket végeznek ezek a szerveződések, valóban vállálnak-e olyan funkciókat, amelyek támogatják az üzleti szerződéses kapcsolatokat. A cégvezetőket megkértük, hogy jellemezzék a számukra legfontosabb szerveződés tevékenységi körét.

Második lépésben a cégvezetők közvetlen percepcióit, *vélekedését* próbáltuk meg feltárni arról, hogy a vállalkozói szerveződések ténylegesen elősegítik-e az üzleti bizalom kialakulását a tagság körében, illetve a szerveződésen kívüli cégek részéről a tagok iránti bizalmat. Megvizsgáltuk továbbá, hogy a szerveződések mely tevékenységei függenek össze az üzleti bizalom érzékelt nagyságával.

Harmadik lépésben a cégvezetőket konkrét üzleti kapcsolataik jellemzőiről kérdeztük. Arra kértük őket, hogy jellemezzék és értékeljék vállalkozásuk két üzleti kapcsolatát: egyet, amely egy tőlük árut vagy szolgáltatást rendelő másik céghez fűzi őket, és egy másikat, amely egy beszállítójukhoz. A minta egyik felétől azt kértük, hogy a legrégebbi vevőjére és beszállítójára gondoljon, míg a másik felétől azt, hogy a legújabbakra, ezzel növelve a mintában szereplő kapcsolatok sokféleségét (vö. *Johnson és szerzőtársai* [2002]). Az adatok a magyar kis- és középvállalatok üzleti kapcsolatainak széles körét fogják át. A vizsgált partnerek között főleg a magyar magántulajdonú, Magyarországon működő kis- és középvállalatok szerepeltek, de nagyobb, magyar állami és külföldi tulajdonú, illetve külföldön működő partnerek is bekerültek a mintába. A kapcsolatok hossza egy hónapnál rövidebbtől húsz éven túlig terjed.<sup>5</sup>

Két kérdést vizsgáltunk, követve a korábbi empirikus vizsgálatok fő irányát (*Recanatini–Ryterman* [1999], *Hendley és szerzőtársai* [2000], *Johnson és szerzőtársai* [2000], [2002], *McMillan–Woodruff* [2000], *Pyle* [2005], [2006]). Egyrészt arra voltunk kíváncsiak, vajon a vállalkozói szerveződések tagjai jobban megbíznak-e üzletfeleikben, mint azok a cégek, amelyek nem csatlakoznak ilyen szervezetekhez. Másrészt arra, hogy a vállalkozói szerveződések segítik-e a tagjaikat abban, hogy korábban nem ismert partnerekkel, illetve földrajzilag távolabbi partnerekkel lépjenek üzleti kapcsolatra.

A közgazdasági elmélet alapján háromféle hatást azonosítottunk, amelyet a vállalkozói szerveződések az üzleti kapcsolatokra gyakorolhatnak: 1. növelhetik a tagjaik közötti üzleti bizalmat, 2. növelhetik a tagjaik iránti bizalmat külső cégek részéről, és 3. növelhetik a tagjaik bizalmát külső cégek iránt. Míg a bizalom percepciójával kapcsolatos kérdéseink az első két hatásra vonatkoznak, a partnerek megbízhatóságával kapcsolatos kérdés alapvetően a harmadikra. Abban a jelenségben, hogy egy cég ismeretlen, illetve távoli partnerekkel kezd üzletelni, mindhárom hatás megjelenhet.

<sup>5</sup> A cégeket, üzletfeleiket és a kapcsolatuk jellemzőit leíró változókat lásd a *Függelék F1. táblázatában*, az adatbázist részletesen bemutatja *Mike–Kiss* [2017].

## A VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEK FUNKCIÓI A MAGYAR VÁLLALATI VEZETŐK SZEMÉVEL

Milyen tevékenységeket végeznek a vállalkozói szerveződések? A cégvezetőket megkértük, hogy azonosítsák, mivel foglalkozik a számukra legfontosabb vállalkozói szervezet. A lehetséges tevékenységek viszonylag széles körét adtuk meg, de elsősorban azokra koncentráltunk, amelyek közvetve vagy közvetlenül támogathatják az üzleti ígéretek hitelességének megteremtését. Ez utóbbi tevékenységek közé tartozik a (potenciális) üzleti partnerekre vonatkozó hiteles információk megosztása, áramoltatása; a tagok megbízhatóságának ellenőrzése a szelektív tagfelvétel és a tagok etikai és szakmai ellenőrzése révén; valamint üzletivita-rendezési szolgáltatások nyújtása. A cégek számára legfontosabb szerveződések 59 százaléka folytatott legalább egyet ezek közül a tevékenységek közül, és átlagosan két ilyen szervezeti funkciót vállaltak (3. táblázat). Az egyes tevékenységek mindegyikét 25–40 százalékos gyakorisággal említették; legritkábban a tagok szakmai ellenőrzését (25 százalék), leggyakrabban a morális szempontú tagszelekciót (40 százalék).

Attól, hogy egy vállalkozói szerveződés a többihez képest „a legfontosabb” egy cég szemében, annak tevékenységei még nem feltétlenül különösképpen fontosak

### 3. TÁBLÁZAT • A vállalkozói szerveződések tevékenységei (százalék)

*Interjúkérdés:* Mely állítások igazak az alábbiak közül az [Ön számára legfontosabb] szerveződésre? (igen/nem)

|                                                     |                                                                                                                    | Igen válaszok aránya               |                                                                                            |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Funkció                                             | Kérdés                                                                                                             | az összes cég körében<br>(N = 391) | azok körében, akik<br>számára fontos legalább<br>egy szerveződés<br>(N = 275) <sup>a</sup> |
| SZERZŐDÉSEK KIKÉNYSZERÍTÉSÉT TÁMOGATÓ TEVÉKENYSÉGEK |                                                                                                                    |                                    |                                                                                            |
| Információmegosztás                                 | A szerveződés tagjai egymásról könnyebben szereznek információkat, mint azokról, akik nem tagjai a szerveződésnek? | 32                                 | 40                                                                                         |
| Morális szelekció                                   | Csak olyanokat vesz fel a tagjai közé, akik etikusan viselkednek?                                                  | 40                                 | 52                                                                                         |
| Morális ellenőrzés                                  | Van írott etikai kódexe, amelyet a tagjai körében érvényesít?                                                      | 35                                 | 42                                                                                         |
| Szakmai szelekció                                   | Tagfelvételkor szigorú szakmai elvárásokat érvényesít?                                                             | 33                                 | 42                                                                                         |
| Szakmai ellenőrzés                                  | A tagokat szakmai szempontból rendszeresen ellenőrzi?                                                              | 25                                 | 32                                                                                         |
| Üzletivita-rendezés                                 | Van olyan tisztviselője vagy testülete, amely segít az üzleti viták rendezésében?                                  | 34                                 | 40                                                                                         |
| Legalább egy szerződéstámogató tevékenység          |                                                                                                                    | 59                                 | 76                                                                                         |
| Szerződéstámogató tevékenységek száma (0–6)         |                                                                                                                    | átlag: 1,99                        | átlag: 2,82                                                                                |
| EGYÉB TEVÉKENYSÉGEK                                 |                                                                                                                    |                                    |                                                                                            |
| Érdekképviselet                                     | Érdekképviselői tevékenységet végez                                                                                | 38                                 | 46                                                                                         |
| Szakmai élet szervezése                             | Szakmai rendezvényeket vagy továbbképzéseket szervez                                                               | 47                                 | 54                                                                                         |

<sup>a</sup> Azok nélkül, akik igennel válaszoltak arra a kérdésre, hogy Igaz-e, hogy egyik szervezeti tagságot sem tekintem fontosnak?

sámára. Ezért kiszűrtük azokat a cégeket, amelyeknek vezetője úgy nyilatkozott, hogy számukra igazából nem fontos a jellemzett szervezet. Ha csak ezt a szűkebb halmazt vizsgáljuk, vagyis azokat a szerveződések, amelyek valóban fontosak a cégek számára, akkor azt találjuk, hogy ezek 76 százaléka folytat olyan tevékenységet, amely alkalmas a szerződéses kapcsolatok támogatására; és átlagosan 2,82-féle ilyen tevékenységet folytatnak (a 3. táblázat jobb szélső oszlopa).

Az egyéb tevékenységi körök közül az érdekképviselést a cégvezetők valamivel több, mint harmada, de kevesebb mint fele említette. Ez egyszerre erősíti meg a hagyományos érdekcsoport-elmélet (*Olson* [1997]) relevanciáját és korlátját. Bár a vállalkozói szerveződések jelentős hányadának fontos feladata a kormányzati döntések befolyásolása, többségük nem folytat ilyen tevékenységet, tehát létük értelmét és társadalmi funkciójukat másban kell keresnünk. A szakmai rendezvények, továbbképzések szervezése volt az összes közül a leggyakrabban említett tevékenység (47 százalék, illetve a szűkebb körben 54 százalék), megerősítve, hogy a vállalkozói szerveződések fontos szerepet játszanak az üzletileg releváns közös tudás előállításában és megosztásában (*Mike* [2017]).

## A VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEK HATÁSA AZ ÉRZÉKELT ÜZLETI BIZALOMRA

Bár a vállalkozói szerveződések többsége végez olyan tevékenységet, amely alkalmas lehet a vállalkozások közötti bizalom fokozására, nem feltétlenül biztos, hogy valóban van érdemi hatásuk. Hogyan érzékelik ezt a cégek? Az összes megkérdezett vállalatvezető 30 százaléka nyilatkozott úgy, hogy részt vesz olyan szerveződésben, amelynek tagjai nagyobb bizalommal fordulnak egymáshoz, mint a nem tagokhoz. Ha csak azt a szűkebb kört vesszük, akik fontosnak tartották a tagságukat valamely szervezetben, ugyanez az arány 42 százalék. Arra a kérdésre pedig, hogy a tagság növeli-e a szerveződésen kívüli üzletfelek irántuk megnyilvánuló bizalmát, az összes cég 27 százaléka, a vállalkozói szerveződést fontosnak tartóknak pedig 35 százaléka válaszolt igennel (4. táblázat).

4. TÁBLÁZAT • Vállalkozói szerveződések érzékelt hatása a belső és külső bizalomra<sup>a</sup> (százalék)

| Bizalom típusa                           | Összes cég  |             |                            | Azok a cégek, amelyeknek fontos valamely szerveződés |             |                            |
|------------------------------------------|-------------|-------------|----------------------------|------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|
|                                          | igen        | nem         | nem tudja/<br>nem válaszol | igen                                                 | nem         | nem tudja/<br>nem válaszol |
| Szerveződésen belüli bizalom             | 30<br>(117) | 52<br>(203) | 18<br>(71)                 | 42<br>(115)                                          | 38<br>(104) | 20<br>(56)                 |
| Külső bizalom a szerveződés tagjai iránt | 27<br>(106) | 57<br>(222) | 16<br>(63)                 | 35<br>(96)                                           | 48<br>(133) | 17<br>(47)                 |

*Szerveződésen belüli bizalom:* Igaz-e hogy „a szerveződés tagjai nagyobb bizalommal fordulnak egymáshoz üzleti ügyben, mint azokhoz, akik nem tagok”?

*Külső bizalom a szerveződés tagjai iránt:* Igaz-e, hogy „az, hogy ön tagja a szerveződésnek, a szerveződésen kívüli üzletfelei bizalmát növeli ön iránt”?

<sup>a</sup> Zárójelben a válaszok száma.

Azt látjuk tehát, hogy a vállalkozói szerveződések viszonylag széles körben érezhető hatással vannak az üzleti bizalomra – és ez a hatás nemcsak a tagságon belül jelentkezik, hanem a tagok iránt kívülről is megnyilvánul. Melyek azok a tevékenységi körök, amelyek leginkább elősegítik a belső, illetve külső bizalom növekedését? Regressziós elemzéssel kerestük a választ. A függő (kétértékű) változók a szerveződésen belüli nagyobb bizalom, illetve a külső bizalom a szerveződés tagjai iránt. A változók jellegének megfelelően bináris logisztikus regressziós becslést végeztünk.<sup>6</sup> Egy logisztikus modell azt becsüli meg, hogyan befolyásolják különböző tényezők annak az esélyét, hogy egy kategoriális változó 0 vagy 1 értéket vesz-e fel. Vegyük példaként a morális szelekció mint független és a szerveződésen belüli nagyobb üzleti bizalom mint függő változó kapcsolatát! Ha a morális szelekció jelen van (tehát a változója nem 0, hanem 1 értéket vesz fel), a modell azt vizsgálja, hogy ez befolyásolja-e annak az esélyét, hogy nagyobb-e a szerveződésen belüli bizalom. Esélyen (*odds*) a  $P/(1 - P)$  arányt értjük, ahol  $P$  annak a valószínűsége, hogy a függő változó értéke 1,  $(1 - P)$  pedig azé, hogy 0. Esetünkben tehát az esély a nagyobb bizalom jelenlétének valószínűsége osztva annak a valószínűségével, hogy a bizalom nem nagyobb. A modell azt becsüli meg, hányszor nagyobb (vagy kisebb) ez az esély, ha a morális szelekció jelen van, ahhoz képest, mint ha nincs jelen. Az esélynek ezt a változását, a független változónak az esélyre gyakorolt „hatását” nevezzük esélyhányadosnak (*odds ratio*).

A könnyebb értelmezhetőség kedvéért az esélyhányadosból minden cég esetében kiszámolható a független változónak a  $P$  valószínűsége gyakorolt parciális hatása is. Ha ezt az összes cégre kiszámítjuk, majd átlagoljuk, megkapjuk az átlagos marginális hatást (*average marginal effect*). Talán ezzel ragadható meg számszerűen a legérthetőbben egy változó hatásának *mértéke*. Ha például azt kapjuk, hogy a morális szelekció átlagos marginális hatása 0,1, akkor a morális szelekció jelenléte a vállalkozói szerveződésben átlagosan 10 százalékponttal növeli a  $P$  valószínűségét annak, hogy egy cég nagyobb üzleti bizalmat érzékel a szerveződésen belül.

A független változóink a szerveződés szerződéseinek támogatására alkalmas tevékenységei (3. táblázat) és – kontrollként – a szervezeti tagságok és a cégek jellemzői. A modellek logisztikus függvénykapcsolatot feltételeznek, ezért a függő változó esélyének logaritmusai szerepel benne. A modellek így a következők:

$$\log \left[ \frac{P(IT_i=1)}{1-P(IT_i=1)} \right] = \alpha + \beta CBA_i + \gamma MBA_i + \delta F_i + \mu_{ij}, \quad (1)$$

ahol  $IT_i$  az  $i$ -edik cég által érzékelt nagyobb belső bizalom a számára legfontosabb vállalkozói szerveződésen belül,  $CBA_i$  a cég számára legfontosabb vállalkozói szervezet tevékenységei,  $MBA_i$  a vállalkozói szerveződések különböző típusaiban (kamara, önkéntes szakmai, helyi) való tagság,  $F_i$  a vállalkozás jellemzői.

<sup>6</sup> A probit modell is alkalmas lenne a valószínűségi összefüggések vizsgálatára, de a logit modell előnye, hogy az eredményeit könnyebb értelmezni.

$$\log \left[ \frac{P(ET_i=1)}{1-P(ET_i=1)} \right] = \alpha + \beta CBA_i + \gamma MBA_i + \delta F_i + \mu_{ij}, \quad (2)$$

ahol az  $ET_i$  az  $i$ -edik cég által érzékelt nagyobb külső bizalom, amely a számára legfontosabb vállalkozói szerveződés tagjai felé külső cégek részéről megnyilvánul.

A becsléseket elvégeztük az összes mintában szereplő cégre, valamint csak azokra, amelyek számára fontos valamely vállalkozói szerveződés, de lényeges különbségeket nem találtunk. A becslési eredményeket az 5. táblázat foglalja össze. A modell

5. TÁBLÁZAT • A vállalkozói szerveződések tevékenységeinek hatása a tagságon belüli és a tagok felé megnyilvánuló külső bizalomra [log(esélyhányados), logit becslés]

|                                      | Minden cég (N = 349)                |                                                | Cégek, amelyeknek fontos valamely szerveződés (N = 249) |                                                |
|--------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|                                      | szerveződésen belül nagyobb bizalom | szerveződés tagjai iránt nagyobb külső bizalom | szerveződésen belül nagyobb bizalom                     | szerveződés tagjai iránt nagyobb külső bizalom |
|                                      | (1)                                 | (2)                                            | (1)                                                     | (2)                                            |
| TAGSÁG SZERVEZŐDÉSEKBEN              |                                     |                                                |                                                         |                                                |
| Kamarában                            | −0,534<br>(0,495)                   | 0,302<br>(0,779)                               | −0,658<br>(0,603)                                       | 0,477<br>(0,819)                               |
| Szakmai szerveződésben               | −0,392<br>(0,551)                   | 0,616<br>(0,503)                               | −0,195<br>(0,650)                                       | 0,781<br>(0,565)                               |
| Helyi szerveződésben                 | 1,660***<br>(0,446)                 | 1,215***<br>(0,466)                            | 2,077***<br>(0,478)                                     | 1,146**<br>(0,498)                             |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉS FUNKCIÓI     |                                     |                                                |                                                         |                                                |
| Morális szelekció                    | 1,597***<br>(0,667)                 | 1,641***<br>(0,574)                            | 1,882**<br>(0,880)                                      | 1,813***<br>(0,620)                            |
| Morális ellenőrzés                   | 0,136<br>(0,539)                    | 0,173<br>(0,480)                               | −0,269<br>(0,538)                                       | 0,251<br>(0,513)                               |
| Szakmai szelekció                    | 1,162**<br>(0,564)                  | 0,356<br>(0,530)                               | 0,980<br>(0,625)                                        | −0,210<br>(0,541)                              |
| Szakmai ellenőrzés                   | −0,382<br>(0,523)                   | 0,942*<br>(0,564)                              | −0,472<br>(0,521)                                       | 0,934<br>(0,581)                               |
| Üzletvitel-rendezés                  | 1,242**<br>(0,527)                  | 0,134<br>(0,441)                               | 1,050*<br>(0,560)                                       | −0,158<br>(0,488)                              |
| Információmegosztás                  | 2,686***<br>(0,512)                 | 2,512***<br>(0,504)                            | 2,531***<br>(0,593)                                     | 2,630***<br>(0,544)                            |
| A VÁLLALKOZÁS JELLEMZŐI <sup>a</sup> | Igen                                | Igen                                           | Igen                                                    | Igen                                           |
| $\chi^2$                             | 127,69                              | 121,87                                         | 114,02                                                  | 95,93                                          |
| Szabadságfok                         | 27                                  | 27                                             | 27                                                      | 27                                             |
| $P$                                  | 0,000                               | 0,000                                          | 0,000                                                   | 0,000                                          |
| Pseudo $R^2$                         | 0,545                               | 0,532                                          | 0,526                                                   | 0,494                                          |

<sup>a</sup>A kontrollváltozók felsorolását lásd az F1. táblázatban.

Robusztus standard hibák zárójelben.

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .

közvetlenül becsült együttthatói az esélyhányadosok logaritmusai – ezeket és a zárójelben a standard hibáikat tartalmazza a táblázat.<sup>7</sup>

A kiszámított átlagos marginális hatásokat a 6. táblázat tartalmazza. A tagok etikai szempontú megválogatása és az üzleti információk megosztása az a két funkció, amely a belső és a kívülről megnyilvánuló bizalomra is egyértelműen ösztönzően hat. Az összes céget tekintve, a morális szelekció 13 és 14, az információmegosztás 22 és 20 százalékponttal növeli annak a valószínűségét, hogy egy cég nagyobb belső, illetve külső bizalmat érzékel a vállalkozási szerveződés kapcsán. A kimutatott hatások valamivel erősebbek, ha csak azokat a cégeket vesszük, amelyeknek fontos

6. TÁBLÁZAT • A vállalkozói szerveződések tevékenységeinek hatása a tagságon belüli és a tagok iránt megnyilvánuló külső bizalomra (átlagos marginális hatás)

|                                  | Minden cég (N = 349)                |                                                | Cégek, amelyeknek fontos valamely szerveződés (N = 249) |                                                |
|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|                                  | szerveződésen belül nagyobb bizalom | szerveződés tagjai iránt nagyobb külső bizalom | szerveződésen belül nagyobb bizalom                     | szerveződés tagjai iránt nagyobb külső bizalom |
|                                  | (1)                                 | (2)                                            | (1)                                                     | (2)                                            |
| TAGSÁG SZERVEZŐDÉSEKBEN          |                                     |                                                |                                                         |                                                |
| Kamarában                        | -0,045<br>(0,0406)                  | 0,025<br>(0,065)                               | -0,063<br>(0,057)                                       | 0,048<br>(0,084)                               |
| Szakmai szerveződésben           | -0,0327<br>(0,045)                  | 0,051<br>(0,042)                               | -0,019<br>(0,062)                                       | 0,079<br>(0,058)                               |
| Helyi szerveződésben             | 0,139***<br>(0,036)                 | 0,100***<br>(0,037)                            | 0,200***<br>(0,043)                                     | 0,116**<br>(0,050)                             |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉS FUNKCIÓI |                                     |                                                |                                                         |                                                |
| Morális szelekció                | 0,133***<br>(0,053)                 | 0,135***<br>(0,044)                            | 0,180**<br>(0,078)                                      | 0,183***<br>(0,057)                            |
| Morális ellenőrzés               | 0,011<br>(0,045)                    | 0,014<br>(0,039)                               | -0,026<br>(0,051)                                       | 0,025<br>(0,052)                               |
| Szakmai szelekció                | 0,097**<br>(0,044)                  | 0,029<br>(0,043)                               | 0,094<br>(0,059)                                        | -0,021<br>(0,055)                              |
| Szakmai ellenőrzés               | -0,032<br>(0,043)                   | 0,078*<br>(0,047)                              | -0,045<br>(0,050)                                       | 0,095<br>(0,060)                               |
| Üzletitárgy-kezelés              | 0,104**<br>(0,041)                  | 0,011<br>(0,036)                               | 0,101**<br>(0,050)                                      | -0,016<br>(0,050)                              |
| Információmegosztás              | 0,224***<br>(0,031)                 | 0,207***<br>(0,033)                            | 0,243***<br>(0,0421)                                    | 0,266***<br>(0,041)                            |

Robusztus standard hibák zárójelben.

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .

<sup>7</sup> Tehát például az összes cég körében  $e^{1,597} = 4,94$ -szer növeli az esélyét annak, hogy a vállalkozói szerveződésen belül nagyobb a bizalom, ha a szerveződés foglalkozik morális szelekcióval.

valamely szerveződés. A belső bizalmat emellett az üzletivita-rendezés lehetősége segíti, némileg gyengébben. A többi funkció hatása jóval bizonytalanabb. A kamarai és szakmai szervezeti tagság önmagában nem számít kimutatható módon, a helyi vállalkozói szerveződések tagjai viszont nagyobb belső és külső bizalomról számoltak be.

## A VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSI TAGSÁG ÉS AZ ÜZLETFELEKBE VETETT BIZALOM

Ha egy cég belép egy szerveződésbe, nemcsak benne bízhatnak meg jobban a partnerei, hanem ő is hitelesebb ígéretekre számíthat partnereitől, ha a szerveződés olyan eszközöket ad a kezébe, amelyekkel szankcionálhatja az ígéretszegést. Igaz-e tehát, hogy a vállalkozói szerveződések tagjai jobban megbíznak üzletfeleikben, mint mások? Az üzleti bizalom egy lehetséges mércéje: az eladó megengedi-e a vevőnek, hogy a vételár egészét vagy egy részét csak a teljesítés után fizesse meg (*Johnson és szerzőtársai* [2002]). Ha ilyen módon a teljesítéshez képest fizetési haladékat nyújt, tulajdonképpen „kereskedelmi hitelt” (*trade credit*) nyújt. Minél inkább megbízik az eladó a partnerében, annál nagyobb eséllyel hitelez neki. A cégektől azt kérdeztük meg, hogy egy konkrét vevőjükhöz fűződő kapcsolatukban hogyan ütemezik a fizetést.<sup>8</sup> A pontos kérdés a következő volt:

|                                                                     |        |
|---------------------------------------------------------------------|--------|
| Milyen ütemezésben fizeti ki a megrendelő jellemzően a vételárat?   |        |
| – Amikor a megrendelést megteszi, vagy később, még teljesítés előtt | .....% |
| – Teljesítéskor                                                     | .....% |
| – 1–7 napon belül a teljesítést követően                            | .....% |
| – 8–30 napon belül a teljesítést követően                           | .....% |
| – 30 napon túl a teljesítést követően                               | .....% |
| Összesen                                                            | 100%   |

A cégvezetők 80 százaléka számolt be (legalább részben) a teljesítés utáni fizetésről, és ezeknek az eseteknek a túlnyomó részében a haladék az ár 100 százalékára terjedt ki (lásd a *Függelék F1. ábráját*). A cégek 75 százaléka nyújtott hét napon túl is haladékat, és itt is legtöbbször az ár 100 százalékára (*F2. ábra*). Így az üzleti bizalom mércéinek a teljesítés utáni haladék, illetve a hét napon túli haladék létét megragadó kétértékű változókat választottuk (*7. táblázat*).<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Itt tehát csak a cégek vevőkhöz fűződő kapcsolatait vizsgáljuk, a beszállítói kapcsolatokat nem.

<sup>9</sup> *Johnson és szerzőtársai* [2002] a teljesítés, illetve a hét napon túli fizetési haladék százalékos arányát is alkalmazták alternatív mércéként, de ezt a magyar minta erősen bináris eloszlása nem indokolja (lásd a *Függelék F1. és F2. ábráit*).

7. TÁBLÁZAT • Kereskedelmi hitel (teljesítés utáni fizetés) nyújtása és mértéke a vevői kapcsolatokban (N = 350)

| Változó                                                                              | Minimum | Maximum | Átlag | Szórás |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-------|--------|
| Kereskedelmi hitel nyújtása a vevőnek (1 = igen/0 = nem)                             | 0       | 1       | 0,80  | 0,40   |
| Mekkora a vételár teljesítést követően fizetendő része? (százalék)                   | 0       | 100     | 74,3  | 40,45  |
| Hét napon túli kereskedelmi hitel nyújtása a vevőnek (1 = igen/0 = nem)              | 0       | 1       | 0,75  | 0,44   |
| Mekkora a vételár teljesítés után hét nappal vagy később fizetendő része? (százalék) | 0       | 100     | 67,9  | 43,50  |

Hipotézisünk szerint azok a cégek, amelyek tagjai vállalkozói szerveződéseknek, nagyobb eséllyel tesznek szert olyan megrendelőkre, akik ígéreteiben jobban megbízhatnak. Várakozásunk szerint a szerveződések tagjai *ceteris paribus* nagyobb eséllyel nyújtanak fizetési haladékot a teljesítés után, illetve a teljesítést követő hetedik napon túl.

A hipotézist logisztikus regressziós modellekkel teszteltük, amelynek függő változója a fizetési haladék, illetve a hét napon túli fizetési haladék kétértékű változója. Az elsődleges magyarázó változók a tagságok a különböző típusú szerveződésekben: 1. kamarában, 2. önkéntes szakmai szerveződésben és 3. helyi szerveződésben. Amint láttuk, korántsem minden szerveződés végez az üzleti szerződések szempontjából releváns tevékenységeket. Ezért az alapmodell mellett, amely csak a tagságváltozókat tartalmazza, egy részletesebb modellt is építettünk, amelyben a vállalkozás szempontjából legfontosabb szerveződés szerződéstámogató funkciói is szerepelnek magyarázó változóként. Továbbá, mivel elképzelhető, hogy e funkciók között helyettesítő vagy kiegészítő viszony van, két további modellváltozatot is készítettünk: az egyikben az egyes funkciók helyett egy olyan kétértékű változó szerepel, amely azt jelzi, hogy legalább egy szerződéstámogató funkció jelen van-e a szerveződésben (helyettesítést feltételezve a funkciók között); a másikban pedig a szerződéstámogató funkciók számát összegző numerikus változó (amely kiegészítő viszonyt tételez fel a funkciók között). Így összesen négy modellt írtunk fel mindkét függő változóra.

A hitelesség mértékét (a fizetési haladékot) az üzletfelek és a köztük lévő tranzakciók jellemzői is befolyásolhatják. A tranzakciós költségek gazdaságtana szerint bizonyos tranzakciós jellemzők különösen kedveznek az önérdékkövető magatartásnak (*opportunism*), így megnehezítik a hiteles elköteleződést. Ezek közé tartozik a tranzakciók kapcsolatspecifikus jellege, alkalmi (és nem rendszeres) volta, megvalósítási bizonytalansága és nehéz mérhetősége (*Williamson* [1979], *Murrell* [2003]).

Figyelembe kell továbbá venni, hogy a hitelességre nem feltétlenül a formális vállalkozói szerveződések gyakorolnak kedvező hatást, hanem olyan organikus intézményi mechanizmusok, amelyek ugyan kapcsolódhatnak hozzájuk, de nélkülük is kifejtenék hatásukat (*Pyle* [2005], *Prüfer* [2015]). Ilyen mechanizmusok működhetnek a személyes kapcsolati hálón vagy a spontán kialakuló üzleti hálózaton

keresztül, valamint a piaci hírnév útján. A kérdőívből tudjuk, hogy a vállalkozás hogyan került kapcsolatba a vevőjével: szerepet játszott-e ebben 1. a személyes rokoni-baráti viszony, 2. a közvetlen vagy közvetett üzleti ismeretség, illetve 3. a vevő piaci hírneve. Ezek az adatok utalnak a cég számára elérhető informális mechanizmusokra.<sup>10</sup>

Ezt szem előtt tartva az alapmodell a következő formát ölti:

$$\log \left[ \frac{P(CR_{ij}=1)}{1-P(CR_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \delta TR_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \mu_{ij}, \quad (3)$$

ahol  $CR_{ij}$  a  $j$ -edik üzletfél ígéretei hitelességének mértéke az  $i$ -edik válaszadó vállalkozás megítélése szerint, az  $F_i$  a vállalkozás, a  $P_{ij}$  pedig a vállalkozás üzletfelének jellemzőit tartalmazó vektorok,  $MBA_i$  a vállalkozói szerveződésben való tagság,  $TR_{ij}$  pedig az ígéretek hitelességét potenciálisan befolyásoló kapcsolatjellemzők vektora. Az  $OI_i$  az  $i$ -edik vállalkozás által igénybe vett organikus intézményeket jelöli.

A kiegészített modellek formája a következő:

$$\log \left[ \frac{P(CR_{ij}=1)}{1-P(CR_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \delta TR_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \eta CBA_i + \mu_{ij}, \quad (3')$$

ahol a  $CBA_i$  annak a vállalkozói szerveződésnek a funkcióit tartalmazza, amelyben az  $i$ -edik vállalkozás részt vesz. A modellek közötti különbség abban áll, hogy mi a  $CBA_i$  közelebbi tartalma: az egyes szerződéstámogató funkciók vektora, a bármely funkció jelenlétét jelző kétértékű változó vagy pedig a funkciók számát összegző numerikus változó.

A regressziós modellek kapcsán észben kell tartanunk, hogy azok nem alkalmasak az ok-okozati összefüggések kimutatására, és a változók együttmozgását ellentétes irányú kauzalitás (vagy a modellből kihagyott változó) is okozhatja. Esetünkben előfordulhat például, hogy az adott vállalatnak a piaci versenyben való helytállás egyik eszközeként kell növelnie a fizetési határidőket, így belép egy olyan szerveződésbe, amely elősegíti az üzleti információk áramlását tagjai körében (vagy akár elkezdi ezt ösztönözni egy olyan szervezetben, ahol már tag).<sup>11</sup> A pontosabb összefüggésekre részletesebb adatok kifinomultabb ökonometriai vizsgálata deríthet fényt a jövőben.

A logisztikus regressziós modellek eredményeit a 8. táblázat foglalja össze. Várakozásainkkal ellentétben a vállalkozói szerveződési tagságok nincsenek hatással a fizetési haladék nyújtására. Ugyanakkor növeli a teljesítés utáni, illetve a hét napon túli haladék megadásának esélyét, vagyis értelmezésünk szerint fokozza az üzletfél hitelességét, ha a vállalkozó számára legfontosabb szerveződés elősegíti az üzleti információk áramlását tagjai körében. A kiszámított átlagos marginális hatások szerint ilyen esetben bármilyen fizetési haladék adásának valószínűsége

<sup>10</sup> A részleteket lásd alább a 9. táblázatban.

<sup>11</sup> Erre a lehetséges összefüggésre Berezvai Zombor hívta fel a figyelmünket.

8. TÁBLÁZAT • A (hét napon túli) fizetési haladék jelenlétének becslése logisztikus regressziókkal [log(esélyhányados), logit becslés]

Kontrollváltozók: a vállalkozás jellemzői, az üzletfél jellemzői, a kapcsolat tranzakciós jellemzői  
(a kontrollváltozók felsorolását lásd az F1. táblázatban)

Minta: vevői kapcsolatok

|                                                                                | Fizetési haladék teljesítés után<br>(igen/nem; N = 228) |                    |                    |                    | Hét napon túli fizetési haladék<br>(igen/nem; N = 268) |                     |                     |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                                                                | (1)                                                     | (2)                | (3)                | (4)                | (1)                                                    | (2)                 | (3)                 | (4)                 |
| TAGSÁG SZERVEZŐDÉSEKBEN                                                        |                                                         |                    |                    |                    |                                                        |                     |                     |                     |
| Kamarában                                                                      | 0,623<br>(0,894)                                        | 0,434<br>(0,763)   | 0,600<br>(0,911)   | 0,580<br>(0,886)   | 0,357<br>(0,761)                                       | -0,011<br>(0,695)   | 0,270<br>(0,765)    | 0,217<br>(0,757)    |
| Szakmai szerveződésben                                                         | 0,356<br>(0,595)                                        | -0,179<br>(0,723)  | 0,275<br>(0,657)   | 0,121<br>(0,592)   | 0,465<br>(0,523)                                       | -0,111<br>(0,593)   | 0,378<br>(0,546)    | 0,210<br>(0,533)    |
| Helyi szerveződésben                                                           | 0,538<br>(0,584)                                        | 0,382<br>(0,766)   | 0,353<br>(0,650)   | 0,390<br>(0,678)   | -0,016<br>(0,513)                                      | -0,155<br>(0,626)   | -0,165<br>(0,569)   | -0,202<br>(0,602)   |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉS FUNKCIÓI                                               |                                                         |                    |                    |                    |                                                        |                     |                     |                     |
| Legalább egy, a szerveződések kikényszerítéséhez kapcsolódó funkció (igen/nem) |                                                         |                    | 1,057<br>(0,717)   |                    |                                                        |                     | 0,681<br>(0,551)    |                     |
| A szerveződések kikényszerítéséhez kapcsolódó funkciók száma (0–6)             |                                                         |                    |                    | 0,221<br>(0,192)   |                                                        |                     |                     | 0,195<br>(0,138)    |
| Morális szelekció                                                              |                                                         | 0,056<br>(0,979)   |                    |                    |                                                        | -0,268<br>(0,717)   |                     |                     |
| Morális ellenőrzés                                                             |                                                         | -0,637<br>(0,766)  |                    |                    |                                                        | -0,249<br>(0,527)   |                     |                     |
| Szakmai szelekció                                                              |                                                         | -0,369<br>(0,945)  |                    |                    |                                                        | -0,198<br>(0,707)   |                     |                     |
| Szakmai ellenőrzés                                                             |                                                         | 0,352<br>(1,022)   |                    |                    |                                                        | 0,717<br>(0,748)    |                     |                     |
| Üzletivita-rendezés                                                            |                                                         | 0,335<br>(0,725)   |                    |                    |                                                        | -0,144<br>(0,615)   |                     |                     |
| Információmegosztás                                                            |                                                         | 1,750**<br>(0,868) |                    |                    |                                                        | 1,406**<br>(0,651)  |                     |                     |
| INFORMÁLIS MECHANIZMUSOK                                                       |                                                         |                    |                    |                    |                                                        |                     |                     |                     |
| Beágyazottság személyes hálózatokba <sup>a</sup>                               | –                                                       | –                  | –                  | –                  | 2,795*<br>(1,614)                                      | 2,599*<br>(1,406)   | 2,833*<br>(1,527)   | 2,796*<br>(1,508)   |
| Beágyazottság üzleti hálózatokba                                               | 1,480**<br>(0,695)                                      | 1,758**<br>(0,739) | 1,552**<br>(0,709) | 1,584**<br>(0,697) | 1,384***<br>(0,496)                                    | 1,655***<br>(0,563) | 1,398***<br>(0,493) | 1,474***<br>(0,490) |
| Az üzletfél személyes hírnevére hagyatkozás                                    | 1,748<br>(2,164)                                        | 1,661<br>(2,407)   | 1,845<br>(2,145)   | 1,849<br>(2,336)   | 2,161<br>(1,837)                                       | 2,232<br>(1,903)    | 2,187<br>(1,808)    | 2,268<br>(1,875)    |
| $\chi^2$                                                                       | 77,48                                                   | 81,64              | 86,3               | 74,44              | 81,29                                                  | 90,03               | 89,21               | 86,1                |
| Szabadságfok                                                                   | 44                                                      | 50                 | 45                 | 45                 | 46                                                     | 52                  | 47                  | 47                  |
| P                                                                              | 0,0014                                                  | 0,0031             | 0,0002             | 0,0038             | 0,001                                                  | 0,0008              | 0,0002              | 0,0004              |
| Pseudo R <sup>2</sup>                                                          | 0,402                                                   | 0,4293             | 0,4146             | 0,4122             | 0,3498                                                 | 0,375               | 0,3563              | 0,3593              |

<sup>a</sup> Az első négy modellben a személyes hálózatokba ágyazottság tökéletesen összefügg a fizetési haladék jelenlétével, ezért nem szerepel a logisztikus becslésben.

Robusztus standard hibák zárójelben.

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .

16 százalékponttal, hét napon túli haladéké pedig 15-tel nagyobb. Ez az eredmény összecseng azokkal a korábbi, más közép- és kelet-európai országokban tett megfigyelésekkel, hogy a vállalkozói szerveződések elsősorban a hiteles információk megosztásával támogatják a szerződéses kapcsolatokat (*Recanatini–Ryterman* [1999], *Pyle* [2005]).

Szembetűnő az informális organikus intézményi mechanizmusok szerepe. A rokon-baráti kapcsolatokba ágyazottság és az informális üzleti kapcsolathálóok egyaránt növelik a fizetési haladék nyújtásának esélyét. Úgy tűnik (bár ez további vizsgálatot igényelne), hogy a formalizált szerveződések mintegy ezekre segítenek rá az információs funkciójukkal.

### TÚLLÉPÉS A KAPCSOLATI HÁLÓN ÉS A HELYI PIACOKON

Azon túl, hogy erősíthetik a bizalmat meglévő üzleti kapcsolataikban, a vállalkozói szerveződések abban is segíthetnek tagjaiknak, hogy túl tudjanak lépni meglévő személyes és üzleti kapcsolati halójukon, illetve a bejáratott lokális piacaikon azáltal, hogy pótlólagos szerződéstámogató mechanizmusokat kínálnak nekik. A keresztmetszeti adataink nem teszik lehetővé, hogy megragadjuk a szerződéses kapcsolatok változásának dinamikáját. Azt tudjuk vizsgálni, hogy a cégek hogyan vették fel a kapcsolatot a legújabb üzletfelekkel – egy beszállítóval és egy vevővel –, túlléptek-e meglévő kapcsolatrendszerükön; továbbá mekkora földrajzi távolságra van tőlük az üzletfelek telephelye. Nem tudjuk, hogy az üzleti kapcsolat vagy a szervezeti tagság volt előbb, ám ez nem feltétlenül gátja az eredmények értelmezésének. Elképzelhető, hogy az ismeretlenül induló vagy távoli kapcsolat jött létre előbb, majd a cég az ilyen kapcsolatait támogatandó csatlakozott a szervezethez. Az is lehetséges, hogy a szervezeti tagság segítette hozzá vagy bátorította fel, hogy belevágjon ilyen kapcsolatba. Mindkét esetben arról van szó, hogy az ismeretlen vagy távoli partnerkapcsolat és a szervezeti tagság cégstratégiája összekapcsolódik.

A 9. táblázat ad áttekintést arról, milyen mechanizmusok támogatták a cégek által (egyik) legújabbként említett vevői és beszállítói kapcsolatok létrejöttét. Az üzleti kapcsolatok körülbelül 40 százaléka jött létre korábbi ismeretség nélkül, ami jelzi, hogy a magyar vállalkozások sok esetben hajlandók túllépni meglévő hálózataikon. Figyelemre méltó az is, hogy nagyon kevés üzletféllel vették fel a kapcsolatot közvetlenül a vállalkozói szerveződésekben vagy szakmai rendezvényeken keresztül. Alapvető feltevésünk ugyanakkor, hogy a vállalkozói szerveződések pozitív hatása a szerződések kikényszerítésére jóval sokrétűbb, mint az üzleti kapcsolatfelvétel közvetlen elősegítése.

Milyen messzire hajlandók menni a vállalkozások az üzletfelek keresésekor? Arról vannak információink, milyen messze találhatóak a legújabb üzletfelek telephelyei a vállalkozásától (10. táblázat).

9. TÁBLÁZAT • Intézményekre hagyatkozás az üzletfelek megtalálásában (N = 197)

| Milyen intézmények támogatták az üzleti kapcsolatok létrejöttét?                                                                                   | Legújabb beszállítók |    | Legújabb vevők |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|----------------|----|
|                                                                                                                                                    | százalék             | N  | százalék       | N  |
| BEÁGYAZOTTSÁG SZEMÉLYES HÁLÓZATOKBA                                                                                                                | 7                    | 14 | 2              | 5  |
| „Ez az üzletfél az én rokonom vagy barátom, illetve egy rokon vagy barát ajánlotta nekem.”                                                         | 7                    | 14 | 2              | 5  |
| BEÁGYAZOTTSÁG INFORMÁLIS ÜZLETI HÁLÓZATOKBA                                                                                                        | 24                   | 47 | 27             | 52 |
| „Ezt az üzletfelet egy korábbi üzletfelem, ismerős vállalkozó ajánlotta nekem.”                                                                    | 21                   | 41 | 25             | 48 |
| „Ezt az üzletfelet a könyvelőm, ügyvédem, bankárom ajánlotta nekem.”                                                                               | 3                    | 6  | 2              | 4  |
| PIACI HÍRNÉVRE HAGYATKOZÁS                                                                                                                         | 17                   | 33 | 11             | 22 |
| „Ez az üzletfél egy, a piacon jól ismert nagykereskedő, nagyvállalat. [... egy, a piacon jól ismert nagykereskedő, nagyvállalat ajánlotta nekem.]” | 17                   | 33 | 11             | 22 |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEKRE ÉS VÁSÁROKRA HAGYATKOZÁS                                                                                               | 10                   | 20 | 6              | 12 |
| „Ezzel az üzletféllel szakmai rendezvényen, vásáron kerültem kapcsolatba.”                                                                         | 7                    | 14 | 4              | 9  |
| „Ezzel az üzletféllel valamelyik szakmai szerveződés [például kamarák] közvetítésével kerültem kapcsolatba.”                                       | 3                    | 6  | 2              | 3  |
| ELŐZETES ISMERETSÉG HIÁNYA                                                                                                                         | 37                   | 73 | 40             | 79 |
| „Ez az üzletfél ismeretlenül bejelentkezett az én vállalkozásomhoz [például hirdetésre jelentkezett, interneten bukkant a vállalkozásomra].”       | 16                   | 31 | 27             | 53 |
| „Ezzel az üzletféllel én vettem fel ismeretlenül a kapcsolatot.”                                                                                   | 21                   | 42 | 13             | 26 |
| Nincs adat                                                                                                                                         | 6                    | 12 | 13             | 26 |

10. TÁBLÁZAT • Legújabb üzletfelek telephelyének távolsága a mintában szereplő vállalkozásoktól

| Üzletfelek telephelyének távolsága | Legújabb vevők |     | Legújabb beszállítók |     |
|------------------------------------|----------------|-----|----------------------|-----|
|                                    | százalék       | N   | százalék             | N   |
| 1. Azonos településen              | 34             | 67  | 23                   | 44  |
| 2. Azonos megyében                 | 21             | 42  | 20                   | 40  |
| 3. Eltérő megyében                 | 24             | 48  | 37                   | 73  |
| 4. Magyarországon kívül            | 9              | 18  | 18                   | 35  |
| Nincs adat                         | 11             | 22  | 2                    | 5   |
| Összesen                           | 100            | 197 | 100                  | 197 |

Első hipotézisünk szerint a vállalkozói szerveződésben való tagság növeli az esélyét annak, hogy az üzleti kapcsolat előzetes ismeretség nélkül jött létre. Az ennek megfelelő alapmodell a következő:

$$\log \left[ \frac{P(AN_{ij}=1)}{1-P(AN_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \mu_{ij}, \quad (5)$$

ahol  $AN_{ij}$  egy kétértékű változó, amely 1 értéket vesz fel, ha a vállalkozás és az üzletfele nem ismerték egymást az üzleti kapcsolat létrejötte előtt, és 0 értéket, ha közvetlen vagy közvetett kapcsolatban álltak a személyes vagy üzleti hálózataikon keresztül.

A második hipotézis szerint a vállalkozói szerveződésben való tagság növeli annak esélyét, hogy az üzletfél telephelye nagyobb földrajzi távolságra van. Az alapmodell:

$$\log \left[ \frac{P(D_{ij}=1)}{1-P(D_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \mu_{ij}, \quad (6)$$

ahol  $D_{ij}$  a vállalkozás és üzletfélének székhelye közötti távolságot jelöli.

A korábbiakhoz hasonlóan most is mindegyik függő változóra négy modellt írtunk fel, amelyek közül az imént bemutatott alapmodellben csak a szerveződési tagság szerepel független változóként, a 2. modell kiegészül a cég számára legfontosabb szerveződés szerződéstámogató funkcióival, a 3. modell azzal a kétértékű változóval, amely jelzi, hogy bármelyik ilyen funkció jelen van-e, a 4. modell pedig a funkciók számát összegző változóval. A funkciókkal kiegészített modellek alakja:

$$\log \left[ \frac{P(AN_{ij}=1)}{1-P(AN_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \eta CBA_i + \mu_{ij}, \quad (5')$$

$$\log \left[ \frac{P(D_{ij}=1)}{1-P(D_{ij}=1)} \right] = \alpha + \beta F_i + \gamma P_{ij} + \varepsilon OI_i + \zeta MBA_i + \eta CBA_i + \mu_{ij}, \quad (6')$$

ahol  $CBA_i$  a szerveződési funkciók változója.

Nézzük először azokat a regressziós becsléseket, ahol a függő változó az ismeretség nélküli kapcsolatfelvétel (11. táblázat)! Eredményeink szerint a vállalkozói szerveződésekben való tagság nem jár együtt az üzleti kapcsolat korábbi ismeretség nélküli jellegének nagyobb valószínűségével. A vállalkozói szerveződések által folytatott tevékenységek közül egyedül a szakmai ellenőrzés növeli annak a valószínűségét (átlagosan 14 százalékponttal), hogy az üzleti kapcsolatot korábbi ismeretség nélkül alakították ki. Aki tehát tagja egy olyan vállalkozói szerveződésnek, amely szakmai szempontból rendszeresen ellenőrzi a tagjait, nagyobb eséllyel kezd ismeretlenekkel üzleti kapcsolatba. Ezzel szemben a morális szelekció – azaz a tagok etikai szempontú megválogatása egy szerveződésben – csökkenti ezt a valószínűséget (átlagosan 21 százalékponttal). Ez utóbbi szelekciós hatásra utal, hogy aki olyan tevékenységet folytat, amelynél fontos az etikai ellenőrizhetőség, nagyobb eséllyel lép be ezt kínáló szerveződésbe, és egyúttal kisebb eséllyel kezd ismeretlennel üzleti kapcsolatba. Ha együtt tekintjük a szerződésekhez kapcsolódó funkciókat, a hatásuk nem érzékelhető (3. és 4. modell). Általában tehát nem nyert megerősítést, hogy a vállalkozói szerveződések segítenék a „kilépést az ismeretlenbe”. Kivételt azok képeznek, ahol rendszeres belső szakmai ellenőrzés folyik.

Elősegítik-e a vállalkozói szerveződések a földrajzilag távolabbi üzletfelek szerzését? A földrajzi távolságot négy kategoriális változóval ragadtuk meg: 1. azonos település, 2. azonos megye, 3. eltérő megye Magyarországon belül, 4. eltérő ország. Ezek alapján azt vizsgáltuk, hogy a szerveződési tagság növeli-e az esélyét annak, hogy egy cég *a)* nem a saját településén belüli (1. kategória), hanem azon túli (2., 3. vagy 4.), *b)* nem a saját megyéjén belüli (1. vagy 2.), hanem azon túli (3. vagy 4.), illetve *c)* nem az országon belüli (1., 2. vagy 3.), hanem a határain túli (4.) céggel szerződik.

11. TÁBLÁZAT • Regressziós modellek a korábbi ismeretség nélküli üzleti kapcsolat valószínűségének magyarázatára [logit becslés, log(esélyhányados),  $N = 303$ ]

Függő változó: kapcsolat korábbi ismeretség nélkül (igen/nem)

Kontrollváltozók: a vállalkozás jellemzői, az üzletfél jellemzői (a kontrollváltozók felsorolását lásd az F1. táblázatban)

Minta: a legújabb kapcsolatok

|                                                                              | (1)               | (2)                  | (3)               | (4)               |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-------------------|
| TAGSÁG VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉSEKBEN                                          |                   |                      |                   |                   |
| Kamarában                                                                    | 0,560<br>(0,557)  | 0,211<br>(0,523)     | 0,576<br>(0,563)  | 0,482<br>(0,582)  |
| Szakmai szerveződésben                                                       | -0,507<br>(0,344) | -0,459<br>(0,428)    | -0,502<br>(0,345) | -0,610<br>(0,382) |
| Helyi szerveződésben                                                         | -0,041<br>(0,356) | 0,209<br>(0,413)     | -0,025<br>(0,373) | -0,137<br>(0,364) |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉS FUNKCIÓI                                             |                   |                      |                   |                   |
| Legalább egy, a szerződések kikényszerítéséhez kapcsolódó funkció (igen/nem) |                   |                      | -0,053<br>(0,345) |                   |
| A szerződések kikényszerítéséhez kapcsolódó funkciók száma (0–6)             |                   |                      |                   | 0,084<br>(0,082)  |
| Morális szelekció                                                            |                   | -1,364***<br>(0,396) |                   |                   |
| Morális ellenőrzés                                                           |                   | -0,073<br>(0,338)    |                   |                   |
| Szakmai szelekció                                                            |                   | 0,458<br>(0,417)     |                   |                   |
| Szakmai ellenőrzés                                                           |                   | 1,132**<br>(0,455)   |                   |                   |
| Üzletivita-rendezés                                                          |                   | 0,341<br>(0,358)     |                   |                   |
| Információmegosztás                                                          |                   | 0,094<br>(0,458)     |                   |                   |
| $\chi^2$                                                                     | 65,68             | 79,05                | 66,06             | 64,68             |
| Szabadságfok                                                                 | 28                | 34                   | 29                | 29                |
| $P$                                                                          | 0,0001            | 0,0000               | 0,0001            | 0,0002            |
| Pseudo $R^2$                                                                 | 0,1677            | 0,2092               | 0,1678            | 0,1705            |

Robusztus standard hibák zárójelben. Robusztus standard hibák vállalkozás szintjén klaszterezve.

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .

Ennek megfelelően a négy logisztikus modellt háromféle függő változóval becsültük meg úgy, hogy a kétértékű függő változót a távolsági kategóriák *a*), *b*) és *c*) szerinti összevonásával állítottuk elő. A saját település határain való túllépéssel a becslések szerint nem függött össze a vállalkozói szervezeti tagság. A megye- és az országhatáron történő túllépésre vonatkozó eredményeket a 12. táblázatban foglaltuk össze.

Eredményeink nem erősítik meg, hogy a vállalkozói szerveződésekben való tagság pozitívan függne össze az üzletfelek távolságával. A helyi üzleti szerveződések esetében az egyik modellspecifikáció (3. modell) egyenesen negatív kapcsolatot mutat. Ez arra utalhat (bár a többi modell ezt nem erősíti meg), hogy a helyi tagság akkor része egy koherens cégstratégiának, ha a cég a lokális piacra koncentrálna. A vállalkozói szerveződések tevékenységei közül a szakmai szelekció és ellenőrzés függ össze

12. TÁBLÁZAT • Regressziós modellek a távolabbi partnerek valószínűségének magyarázatára  
(logit becslés,  $N = 311$ )

Függő változó: az üzleti partner távolsága (0 = megyén/országon belül; 1 = megyén/országon kívül)

Kontrollváltozók: a vállalkozás jellemzői, az üzletfél jellemzői

Minta: a legújabb kapcsolatok

|                                                                                          | Túllépés a megyehatáron |                     |                   |                   | Túllépés az országhatáron |                    |                   |                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
|                                                                                          | (1)                     | (2)                 | (3)               | (4)               | (1)                       | (2)                | (3)               | (4)               |
| TAGSÁG SZERVEZŐDÉSEKBEN                                                                  |                         |                     |                   |                   |                           |                    |                   |                   |
| Kamarában                                                                                | 0,269<br>(0,595)        | 0,370<br>(0,518)    | 0,242<br>(0,613)  | 0,204<br>(0,583)  | -0,393<br>(0,821)         | 0,171<br>(0,835)   | -0,230<br>(0,962) | -0,367<br>(0,859) |
| Szakmai szerveződésben                                                                   | 0,135<br>(0,375)        | -0,1770<br>(0,409)  | 0,128<br>(0,375)  | 0,052<br>(0,375)  | 0,457<br>(0,502)          | 0,502<br>(0,532)   | 0,506<br>(0,517)  | 0,487<br>(0,520)  |
| Helyi szerveződésben                                                                     | -0,379<br>(0,416)       | -0,957**<br>(0,484) | -0,415<br>(0,433) | -0,489<br>(0,440) | -0,224<br>(0,488)         | -0,535<br>(0,654)  | -0,070<br>(0,515) | -0,187<br>(0,513) |
| VÁLLALKOZÓI SZERVEZŐDÉS FUNKCIÓI                                                         |                         |                     |                   |                   |                           |                    |                   |                   |
| Legalább egy,<br>a szerződések<br>kikényszerítéséhez<br>kapcsolódó funkció<br>(igen/nem) |                         |                     | 0,103<br>(0,389)  |                   |                           |                    | -0,563<br>(0,531) |                   |
| A szerződések<br>kikényszerítéséhez<br>kapcsolódó funkciók<br>száma (0–6)                |                         |                     |                   | 0,084<br>(0,084)  |                           |                    |                   | -0,033<br>(0,123) |
| Morális szelekció                                                                        |                         | 0,295<br>(0,393)    |                   |                   |                           | -0,506<br>(0,608)  |                   |                   |
| Morális ellenőrzés                                                                       |                         | -0,063<br>(0,444)   |                   |                   |                           | -0,866<br>(0,574)  |                   |                   |
| Szakmai szelekció                                                                        |                         | 1,154**<br>(0,534)  |                   |                   |                           | 1,657**<br>(0,770) |                   |                   |
| Szakmai ellenőrzés                                                                       |                         | -1,391**<br>(0,548) |                   |                   |                           | -0,978<br>(0,844)  |                   |                   |
| Üzletvita-rendezés                                                                       |                         | -0,210<br>(0,402)   |                   |                   |                           | 0,443<br>(0,568)   |                   |                   |
| Információmegosztás                                                                      |                         | 0,699<br>(0,498)    |                   |                   |                           | 0,016<br>(0,842)   |                   |                   |
| $\chi^2$                                                                                 | 65,07                   | 61,18               | 65,51             | 63,26             | 81,62                     | 96,30              | 78,30             | 81,75             |
| Szabadságfok                                                                             | 27                      | 33                  | 28                | 28                | 27                        | 33                 | 28                | 28                |
| $P$                                                                                      | 0,0001                  | 0,0020              | 0,0001            | 0,0002            | 0,0000                    | 0,0000             | 0,0000            | 0,0000            |
| Pseudo $R^2$                                                                             | 0,1910                  | 0,2221              | 0,1912            | 0,1937            | 0,2838                    | 0,3116             | 0,2893            | 0,2842            |

Robusztus standard hibák zárójelben. Robusztus standard hibák vállalkozás szintjén klaszterezve

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .

az üzletfél távolságával, de ellentmondásosan. Míg a szelekció növeli a megye- és az országhatáron túli üzleti kapcsolat esélyét, a szakmai ellenőrzés csökkenti a megyén túliét.<sup>12</sup> Ez arra utal, hogy a szakmai szelekció – mint a szerveződésen kívül is érzékelhető biztosíték – földrajzi hatóköre nagy, míg a szakmai ellenőrzése korlátozott.

<sup>12</sup> Kiszámítottuk a szakmai szelekció átlagos marginális hatását a megyehatár átlépésének valószínűségére, amely 21 százalékpont, és az országhatáréra, amely 15. A szakmai ellenőrzés átlagos marginális hatása a megyehatár esetében 15 százalékpont.

## KÖVETKEZTETÉSEK

A vállalkozói szerveződések – kamarák, szakmai-ágazati szervezetek, helyi egyesületek – társadalmi szempontból egyértelműen pozitív, lehetséges funkciói közé tartozik, hogy támogathatják a vállalkozások egymás iránti hiteles elköteleződését, és ezen keresztül az üzleti tranzakciók sikeréhez szükséges kölcsönös bizalom kialakulását. Adataink tanúsága szerint, amelyek egy 2016-os országos kis- és középvállalati felmérésből származnak, a vállalkozói szerveződések többsége folytat olyan tevékenységeket, amelyek ezt a célt szolgálják. Etikai és szakmai szempontból megválogatják és ellenőrzik tagjaikat, támogatást nyújtanak az üzleti vitáik rendezéséhez, és – ami talán a legfontosabb – elősegítik a hiteles információk áramlását a cégek viselkedéséről. Összességében e funkciók jelentősége nem marad el az érdekképviselői tevékenységétől, aminek általában jóval nagyobb teret szentel a közgazdasági irodalom.

A cégvezetők mintegy harmada érzékelte úgy, hogy a számukra legfontosabb vállalkozói szervezet tagsága körében magasabb fokú a bizalom, mint azon kívül, és a szervezeten kívüli vállalatok is nagyobb bizalommal tekintenek a tagokra. Az etikai alapú szelekció és a szervezeten belüli információmegosztás mind a belső, mind a külső bizalmat elősegíti. A szakmai alapú tagszelekció és a vitarendezési szolgáltatások a belső, a tagok rendszeres szakmai ellenőrzése a külső megbízhatóságot támogatja.

A vállalkozói szerveződések bizonyos fokig azt is elősegítik, hogy tagjaik olyan partnereket találjanak – akár a tagságon kívül is –, akiknek ígéreteiben jobban megbízhatnak. Ezt a jelek szerint annak révén érik el, hogy tagjaik körében gördülékenyebbé teszik az üzleti információk áramlását. Ugyanakkor csak igen korlátozottan igazolódott a szakirodalomnak az a sejtése, hogy a vállalkozói szerveződések segítenek túllépni az informális kapcsolati hálón, illetve a földrajzi határokon. A tagok rendszeres szakmai ellenőrzése az a tényező, amely segíti őket, hogy ismeretlen cégekkel bővítsék ügyfélkörüket, de inkább csak szűkebb földrajzi körben, megyehatáron belül. Ugyanakkor a tagok szakmai szempontú szelekciója pozitív összefüggést mutat a megye- és az országhatáron túli üzleti kapcsolatokkal, ami arra utal, hogy tág földrajzi körben is működhet a megbízhatóság jelzéseként.

A tanulmányunk egy egyelőre szűkös nemzetközi empirikus szakirodalomba illeszkedik, és nem igazán lehetett több mint az első lépés a magyarországi viszonyok feltárása felé. Eredményeink igazolják, hogy számos vállalkozói szerveződésnek fontos szerepe van az üzleti szerződéses kapcsolatok támogatásában. Ugyanakkor adataink csak igen korlátozottan tették lehetővé, hogy feltárjuk, miképpen illeszkednek e szerveződések formális és informális szolgáltatásai a cégek üzleti stratégiájába. Azt a szintén fontos kérdést pedig egyáltalán nem tudtuk megvizsgálni, hogy a cégek maguk hogyan alakítják e szervezetek működését. Az előrelépést e kérdéseket illetően leginkább talán az egy-egy ágazatra fókuszáló kvalitatív esettanulmányok és kérdőíves adatfelvételek jelenthetik.

## IRODALOM

- AZFAR, O. [2001]: The Logic of Collective Action. Megjelent: *Shughart, W. F.–Razzolini, L.* (szerk.): *The Elgar Companion to Public Choice*. Edward Elgar, Cheltenham–Northampton. 59–82. o.
- BENNER, C. [2003]: Learning Communities in a Learning Region: The Soft Infrastructure of Cross-Firm Learning Networks in Silicon Valley. *Environment and Planning A*, Vol. 35. No. 10. 1809–1830. o.
- BOGNÁR FRUZZINA (szerk.) [2010]: *Gazdasági érdekképviseletek és kamarák. Zárótanulmány.* PPH Közpolitika Elemző Kft., Budapest.
- BROADMAN, H.–ANDERSON, J.–CLAESSENS, C.–RYTERMAN, R.–SLAVOVA, S.–VAGLEASINDI, M.–VENCELETTE, G. [2004]: *Building Market Institutions in South Eastern Europe: Comparative Prospects for Investment and Private Sector Development.* International Bank for Reconstruction and Development, Washington, D.C.
- CAI, J.–SZEIDL ÁDÁM [2017]: Interfirm Relationships and Business Performance. *Quarterly Journal of Economics*, megjelenés alatt, <https://doi.org/10.1093/qje/qjx049>.
- CHANDLER JR, A. D. [1977]: *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business.* Harvard University Press, Cambridge, MA.–London.
- COOTER, R.–ULEN, T. [2005]: *Jog és közgazdaságtan.* Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- DANIS, W.M.–DE CLERCQ, D.–PETRICEVIC, O. [2011]: Are Social Networks More Important for New Business Activity in Emerging than Developed Economies? An Empirical Extension. *International Business Review*, Vol. 20. No. 4. 394–408. o.
- DE CLERCQ, D.–DANIS, W. M.–DAKHLI, M. [2010]: The Moderating Effect of Institutional Context on the Relationship between Associational Activity and New Business Activity in Emerging Economies. *International Business Review*, Vol. 19. No. 1. 85–101. o.
- DE ROOVER, R. [1951]: Monopoly Theory prior to Adam Smith: A Revision. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 65. No. 4. 492–524. o.
- DIXIT, A. K. [2011]: *Lawlessness and Economics: Alternative Modes of Governance.* Princeton University Press, Princeton.
- DONER, R. F.–SCHNEIDER, B. R. [2000]: Business Associations and Economic Development: Why Some Associations Contribute More than Others. *Business and Politics*, Vol. 2. No. 3. 261–288. o.
- DUVANOVA, D. S. [2011]: Firm Lobbying versus Sectoral Organization. The Analysis of Business-State Relations in Post-communist Russia. *Post-Soviet Affairs*, Vol. 27. No. 4. 387–409. o.
- GREIF, A. [2002]: Institutions and Impersonal Exchange: From Communal to Individual Responsibility. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol. 158. No. 1. 168–204. o.
- GREIF, A. [2008]: Commitment, Coercion and Markets: The Nature and Dynamics of Institutions Supporting Exchange. Megjelent: *Ménard, C.–Shirley, M.* (szerk.): *Handbook of New Institutional Economics.* Springer, Berlin–Heidelberg. 727–786. o.
- GREIF, A.–MILGROM, P. R.–WEINGAST, B. R. [1994]: Coordination, Commitment, and Enforcement: The Case of the Merchant Guild, *Journal of Political Economy*, Vol. 102. 745–776. o.
- HENDLEY, K.–MURRELL, P.–RYTERMAN, R. [2000]: Law, Relationships and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises. *Europe-Asia Studies*, Vol. 52. No. 4. 627–656. o.

- JOHNSON, S.–MCMILLAN, J.–WOODRUFF, C. [2000]: Entrepreneurs and the Ordering of Institutional Reform: Poland, Slovakia, Romania, Russia and Ukraine Compared. *Economics of Transition*, Vol. 8. No. 1. 1–36. o.
- JOHNSON, S.–MCMILLAN, J.–WOODRUFF, C. [2002]: Courts and Relational Contracts. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol. 18. No. 1. 221–277. o.
- KNACK, S. [2003]: Groups, Growth and Trust: Cross-country Evidence on the Olson and Putnam Hypotheses. *Public Choice*, Vol. 117. No. 3. 341–355. o.
- KRANTON, R. E. [1996]: Reciprocal Exchange: a Self-sustaining System. *American Economic Review*, Vol. 86. No. 4. 830–851. o.
- KREPS, D. [1990]: Corporate Culture and Economic Theory. Megjelent: *Alt, J.–Shepsle, K.* (szerk.): *Perspectives on Positive Political Economy*. Cambridge University Press, Cambridge.
- MASTEN, S. E.–PRÜFER, J. [2014]: On the Evolution of Collective Enforcement Institutions: Communities and Courts. *Journal of Legal Studies*, Vol. 43. No. 2. 359–400. o.
- MATTHEWS, R. C. [1991]: The Economics of Professional Ethics: Should the Professions be More like Business? *Economic Journal*, Vol. 101. No. 407. 737–750. o.
- MCMILLAN, J.–WOODRUFF, C. [2000]: Private Order under Dysfunctional Public Order. *Michigan Law Review*, Vol. 98. 2421–2458. o.
- MIKE KÁROLY [2017]: The Intellectual Orders of a Market Economy. *Journal of Institutional Economics*, Vol. 13. No. 4. 899–915. o.
- MIKE KÁROLY–KISS GÁBOR [2017]: Hitelek-e a vállalkozások ígéretei Magyarországon? *Közgazdasági Szemle*, Vol. 64. No. 12. 1285–1315. o.
- MITCHELL, W. C.–MUNGER, M. C. [2004]: Az érdekcsoportok közgazdasági modellje. *Századvég*, Vol. 34. 129–170. o.
- MOTTA, M. [2007]: Versenypolitika. Elmélet és gyakorlat. Gazdasági Versenyhivatal – Versenykultúra Központ, Budapest.
- MURAKÖZY BALÁZS–VALENTINY PÁL [2013]: Az állami szabályozás alternatívái. Az ön- és együttsszabályozás. Megjelent: *Valentiny Pál–Kiss Ferenc László–Nagy Csongor István* (szerk.): *Verseny és szabályozás*, 2012. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 97–140. o.
- MURRELL, P. [2003]: Firms Facing New Institutions: Transactional Governance in Romania. *Journal of Comparative Economics*, Vol. 31. 4. 695–714. o.
- NORTH, D. C. [1990]: Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, Cambridge.
- OGUS, A. [1995]: Rethinking Self-Regulation. *Oxford Journal of Legal Studies*, Vol. 5. No. 1. 97–108. o.
- OLSON, M. [1997]: A kollektív cselekvés logikája. Osiris, Budapest.
- PRÜFER, J. [2015]: Business Associations and Private Ordering. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol. 32. No. 2. 306–358. o.
- PYLE, W. [2005]: Contractual Disputes and the Channels for Interfirm Communication. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol. 21. No. 2. 547–575. o.
- PYLE, W. [2006]: Collective Action and Post-communist Enterprise. The Economic Logic of Russia's Business Associations. *Europe-Asia Studies*, Vol. 58. 4. 491–521. o.
- PYLE, W. [2009]: Organized Business, Political Competition, and Property Rights. Evidence from the Russian Federation. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol. 27. No. 1. 2–31. o.

- RECANATINI, F.–RYTERMAN, R. [1999]: Disorganization or Self-Organization? The Emergence of Business Associations in a Transition Economy. Policy Research Working Papers, 2539. World Bank, Washington, D.C.
- REID, A. [2003]: EU Competition Law and Trade Associations. Megjelent: *Greenwood, J.* (szerk.): The Challenge of Change in EU Business Associations. Palgrave Macmillan, London, 74–90. o.
- ROWLEY, C.–TOLLISON, R. D.–TULLOCK, G. (szerk.) [2013]: The Political Economy of Rent-Seeking. Springer, New York.
- SHAKED, A.–SUTTON, J. [1981]: The Self-Regulating Profession. Review of Economic Studies, Vol. 48. No. 2. 217–234. o.
- SMITH, A. [1776/1959]: A nemzetek gazdagsága. E gazdagság természetének és okainak vizsgálata. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- SZALAI ÁKOS [2013]: A magyar szerződési jog gazdasági elemzése. L'Harmattan–Széchenyi István Szakkollégium, Budapest.
- WILLIAMSON, O. E. [1979]: Transaction-cost Economics: The Governance of Contractual Relations. Journal of Law and Economics, Vol. 22. No. 2. 233–261. o.
- WILLIAMSON, O. E. [2002]: The Lens of Contract: Private Ordering. American Economic Review, Vol. 92. No. 2. 438–443. o.

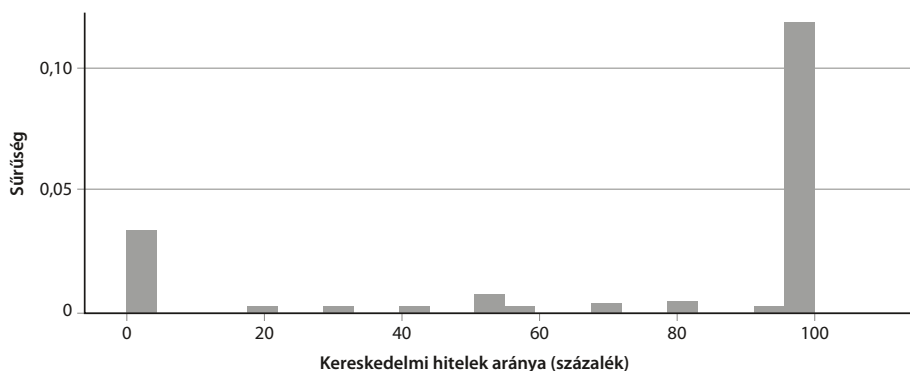
## FÜGGELÉK

F1. TÁBLÁZAT • A vállalkozások, az üzletfelek és a tranzakciók jellemzői – változók és értékeik a teljes vállalkozói mintában

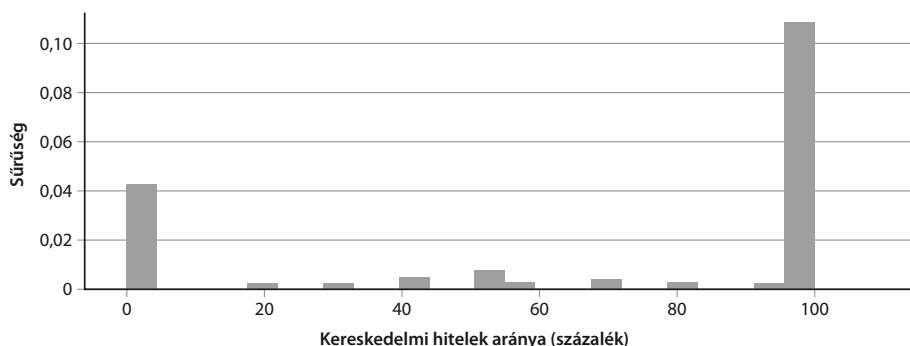
| Változó                                                       | N   | Súlyozott N | Átlag  | Szórás | Minimum | Maximum |
|---------------------------------------------------------------|-----|-------------|--------|--------|---------|---------|
| <b>VÁLASZADÓ VÁLLALKOZÁS JELLEMZŐI</b>                        |     |             |        |        |         |         |
| <i>Vállalkozás mérete*</i>                                    |     |             |        |        |         |         |
| Értékesítés az elmúlt évben (2015, millió forint)             | 738 | 732,2       | 308,17 | 743,33 | 1       | 8000    |
| Munkavállalói létszám                                         | 782 | 782,3       | 21,18  | 30,34  | 5       | 249     |
| Értékesítés logaritmusa                                       | 782 | 782,3       | 2,58   | 0,85   | 1,61    | 5,52    |
| Munkavállalói létszám logaritmusa                             | 738 | 732,2       | 4,73   | 1,36   | 0       | 8,99    |
| <i>Székhely településjellege</i>                              |     |             |        |        |         |         |
| Főváros (Budapest)                                            | 782 | 782,3       | 0,27   | 0,44   | 0       | 1       |
| Megyeszékhely vagy megyei jogú város                          | 782 | 782,3       | 0,24   | 0,43   | 0       | 1       |
| Egyéb város                                                   | 782 | 782,3       | 0,37   | 0,48   | 0       | 1       |
| Község                                                        | 782 | 782,3       | 0,12   | 0,32   | 0       | 1       |
| <i>Tulajdonos és vezetőség</i>                                |     |             |        |        |         |         |
| Legalább 10 százalékos külföldi tulajdonrész                  | 770 | 767,0       | 0,06   | 0,24   | 0       | 1       |
| Legalább 10 százalékos állami vagy önkormányzati tulajdonrész | 772 | 771,8       | 0,02   | 0,14   | 0       | 1       |
| Felsővezető felsőfokú végzettséggel rendelkezik               | 782 | 782,3       | 0,72   | 0,45   | 0       | 1       |
| Felsővezető életkora                                          | 762 | 764,4       | 52,65  | 10,93  | 25      | 78      |
| Cég életkora                                                  | 778 | 778,7       | 19,69  | 11,14  | 1       | 132     |
| <b>BEÁGYAZOTTSÁG NEMZETKÖZI PIACOKBA</b>                      |     |             |        |        |         |         |
| Export részaránya az értékesítésből                           | 782 | 782,3       | 0,28   | 0,45   | 0       | 1       |
| <b>ÜZLETFÉL JELLEMZŐI</b>                                     |     |             |        |        |         |         |
| Beszállító (1)/Vevő (0)                                       | 782 | 782,3       | 0,50   | 0,50   | 0       | 1       |
| Üzletfél több mint 50 alkalmazottal                           | 782 | 782,3       | 0,35   | 0,48   | 0       | 1       |
| <i>Üzletfél gazdasági ágazata</i>                             |     |             |        |        |         |         |
| – ipar                                                        | 782 | 782,3       | 0,37   | 0,48   | 0       | 1       |
| – kereskedelem                                                | 782 | 782,3       | 0,29   | 0,45   | 0       | 1       |
| – szolgáltatás                                                | 782 | 782,3       | 0,34   | 0,47   | 0       | 1       |
| Válaszadóval azonos gazdasági ágazat                          | 782 | 782,3       | 0,51   | 0,50   | 0       | 1       |
| Külföldi székhelyű üzletfél                                   | 734 | 733,2       | 0,45   | 0,50   | 0       | 1       |
| <i>Üzletfél többségi tulajdonosa</i>                          |     |             |        |        |         |         |
| – külföldi                                                    | 728 | 726,3       | 0,20   | 0,40   | 0       | 1       |
| – magyar állam vagy önkormányzat                              | 728 | 726,3       | 0,08   | 0,28   | 0       | 1       |
| – magyar magánszemély vagy magáncég                           | 728 | 726,3       | 0,69   | 0,46   | 0       | 1       |
| – egyéb                                                       | 728 | 726,3       | 0,02   | 0,14   | 0       | 1       |
| Kapcsolat kora (hónap)                                        | 693 | 699,9       | 105,18 | 95,42  | 0       | 408     |
| <b>TRANZAKCIÓ JELLEMZŐI (kétértékű változók)</b>              |     |             |        |        |         |         |
| Saját tranzakcióspecifikus beruházás                          | 731 | 731,7       | 0,62   | 0,49   | 0       | 1       |
| Üzletfél tranzakcióspecifikus beruházása                      | 726 | 726,5       | 00,52  | 00,50  | 0       | 1       |
| Piaci alternatívák elérhetősége a válaszadó számára           | 723 | 720,6       | 00,40  | 00,49  | 0       | 1       |
| Piaci alternatívák elérhetősége az üzletfél számára           | 735 | 734,6       | 00,46  | 00,50  | 0       | 1       |

| Változó                                                                                             | N   | Súlyozott N | Átlag | Szórás | Minimum | Maximum |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------------|-------|--------|---------|---------|
| <i>Stratégiai partnerség (az üzletfél részaránya a vállalkozás éves értékesítéséből/kiadásából)</i> |     |             |       |        |         |         |
| <1/3                                                                                                |     |             |       |        |         |         |
| >1/3                                                                                                | 701 | 702,2       | 0,25  | 0,43   | 0       | 1       |
| – még ismeretlen                                                                                    | 701 | 702,2       | 0,12  | 0,33   | 0       | 1       |
| <i>Tranzakciók gyakorisága</i>                                                                      |     |             |       |        |         |         |
| – hetente vagy hetente többször                                                                     | 705 | 705,6       | 0,30  | 0,46   | 0       | 1       |
| havonta többször                                                                                    | 705 | 705,6       | 0,29  | 0,45   | 0       | 1       |
| – 1–3 havonta                                                                                       | 705 | 705,6       | 0,28  | 0,48   | 0       | 1       |
| – 3–12 havonta                                                                                      | 705 | 705,6       | 0,07  | 0,26   | 0       | 1       |
| – ritkábban                                                                                         | 705 | 705,6       | 0,06  | 0,24   | 0       | 1       |
| Bizonytalanság a megvalósítás módjával kapcsolatban                                                 | 728 | 726,7       | 0,67  | 0,47   | 0       | 1       |
| Nehezen mérhető teljesítmény                                                                        | 730 | 728,1       | 0,28  | 0,45   | 0       | 1       |

\* A modellekben a logaritmikus változókat szerepeltetjük.



F1. ÁBRA • A vételár teljesítés után fizetendő részének hisztogramja (kereskedelmi hitelek)



F2. ÁBRA • A vételár teljesítés után hét nappal vagy később fizetendő részének hisztogramja (kereskedelmi hitelek)