

A SZERZŐDÉSES BIZALOM A HAZAI FELDOLGOZÓIPARI VÁLLALATOK ÜZLETI KAPCSOLATAIBAN

Bevezetés

Az utóbbi évtizedekben a fejlett világ vállalatainak számos új típusú kihívással kellett és kell szembenézniük. Piore és Sabel (1984) egyenesen egy korszak lezáródásáról, a tömegtermelés válságáról tudósítanak nagy hatású és sokat vitatott könyvükben. Érvelésük szerint a tömegtermékek piaci telítődtek, a fogyasztói igények a specializált, magasabb minőséget képviselő termékek irányába mozdultak el. A változékonnyá váló piaci környezetben a termékciklusok rövidülése és az új technológiák bevezetésének tetemes költségei és kockázatai következtében a vállalatok egyre inkább innovációra kényszerülnek. A megváltozott feltételekhez való alkalmazkodásnak csak egyik formája a vállalati szervezet megújulása. A vállalatok közötti kapcsolatok is jelentős átalakuláson mennek keresztül. A változások tetten érhetők mind a beszállítói–vevői kapcsolatokban, mind pedig versenytársak között formálódó stratégiai szövetségek elterjedésében. A tömegtermelés válsága lehetőséget teremt az ipari övezetek lokális hálózatot alkotó rugalmas és specializált vállalatainak prosperálására. A gazdálkodó szervezetek közötti kapcsolatok átváltozására reflektálva egyes szerzők a „piac” és a „hierarchia” mellett egy harmadik irányítási mechanizmus, a *hálózat* (vagy hálózati szervezet) létezése mellett érvelnek (lásd például Powell–Smith–Doerr 1994; Grabher 1993).

A vállalatközi kapcsolatok újabban megjelenő mintázatainak tanulmányozásakor elkerülhetetlen a bizalmi viszonyok és az azt befolyásoló tényezők vizsgálata. A gazdálkodó egységek közötti bizalom empirikus vizsgálata során arra fogunk választ keresni, hogy a hazai feldolgozóipari vállalatok értékesítési kapcsolatai milyen mértékben támaszkodnak a bizalomra. Azt is megkíséreljük majd, hogy magyarázatot adjunk arra, milyen tényezők játszanak szerepet abban, hogy egyes vállalatok magas bizalomszintű kapcsolatokat alakítanak ki üzleti partnerekkel, míg mások alacsony bizalomszintűeket.

Mielőtt hozzálátnánk a fenti kérdések tárgyalásához, először is tisztáznunk kell, mit értünk bizalmon. A kérdéskör az utóbbi egy-két évtizedben több tudományágban is az érdeklődés homlokterébe került. Többek között szociológusok, pszichológusok, közgazdászok és szervezetelmélettel foglalkozók tollából jelentek meg írások. A rendelkezésünkre álló irodalom meglehetősen szerteágazó. A tanulmány következő részében azt fogjuk áttekinteni, hogy mennyiben fedezhetők fel közös elemek a bizalom különböző koncepcióiban.

Az elméleti áttekintés lezárásaként áttérünk a fogalom általános tárgyalásáról a szervezetek közötti bizalom problémájára. Itt részben Mari Sako (1992), részben

pedig Karl-Dieter Opp (1996) munkájára fogunk támaszkodni, amikor azt a kérdést járjuk körül, hogy milyen tényezők befolyásolhatják a szervezeteket abban, hogy alacsony vagy magas bizalomszintű szerződéses kapcsolatokra törekedjenek.

A bizalom fogalmáról

A bizalom azon fogalmak közé tartozik, amelyek számtalan jelentést hordoznak, de a különböző felfogások között találni azért közös elemeket (Rousseau–Sitkin 1998; Lane–Bachmann 2000).

A különböző diszciplínák (szociológia, pszichológia, közgazdaságtan) képviselői többnyire osztják azt az álláspontot, hogy *a bizalom fogalma felételezi a bizonytalanság vagy kockázat fennállását* (Rousseau–Sitkin 1998). Ebben a felfogásban a bizalom egy lehetséges módja annak, hogy a szereplők megbirkózzanak a cserekapcsolatokban rejlő bizonytalansággal vagy kockázattal (Lane–Bachmann 2000). „A bizalom a kockázat specifikus problémáira adott megoldás” (Luhmannt idézi Sztompka 1999).

A bizalom szociológiai megközelítésében a bizonytalanság és a kockázat a cserekapcsolatok természetes velejárói. Ennek hátterében az idő és az informáltság problémája áll, melyre Simmel mutatott rá elsőként. A társadalmi interakcióban a válasz gyakran időben késleltetett, és a kezdő lépést annak a (teljes) tudásnak a hiányában kell megtenni, hogy mi lesz a cserepartner válaszlépése. Ehhez pedig a bizalom egy bizonyos fokára van szükség (Simmelt idézi Lane–Bachmann 2000).

A különböző elméletek második közös feltevése *a bizalmi viszony szereplőinek (trustor és trustee) interdependenciájára* vonatkozik (Rousseau–Sitkin 1998, Lane–Bachmann 2000). A felek kölcsönös függését illető feltevést jól szemlélteti Dasgupta bizalommeghatározása. A szerző bizalom alatt az egyik szereplőnek a másik fél cselekvésére vonatkozó várakozásait érti, mely várakozások hatással vannak az illető egyén saját cselekvésének megválasztására, feltéve, hogy a szóban forgó cselekvésről szóló döntést az egyénnek előbb kell meghoznia, mintsem hogy megfigyelhetné a másik fél cselekvését (Dasgupta 1988). Vagyis a másik fél cselekvésével kapcsolatos várakozásnak következményeket kell maga után vonnia az egyén saját döntésére vonatkozóan (Luhmannt idézi Sztompka 1999).

Az eddig elmondottak alapján a bizalmat definiálhatnánk úgy is, mint az egyén arra való hajlandóságát, hogy sebezhetővé (*vulnerable*) tegye magát kockázat fennállása és a bizalmi viszony szereplőinek kölcsönös függése mellett (Rousseau–Sitkin 1998). Ehhez kapcsolódik az a bizalomról szóló irodalomban gyakori kitétel, mely szerint a bizalmat kezdeményező várakozása az, hogy *az egyik félnek a kockázat vállalásából eredő sebezhetőségével a másik fél a kapcsolat során nem él vissza* (Lane–Bachmann 2000). A közgazdaságtanban és a szervezetelméleti irodalomban honos megfogalmazással élve ez a kitétel az opportunistá magatartás hiányát jelenti (lásd pl. Williamson 1985). Tetten érhető ez a feltevés többek között Gambetta bizalomról szóló fejtegetéseiben is. E szerint amikor az egyik szereplő megbízik a másikban, akkor az a szubjektív valószínűségi szint, melyet ahhoz rendel, hogy a másik szereplő jövőbeli cselekvése számára hasznos, vagy legalábbis nem hátrányos, kellően magas ahhoz, hogy a vele való kooperációt válassza (Gambetta 1988).

A bizalom fogalmában ugyanakkor azt is feltételeznünk kell, hogy *a másik fél rendelkezik akkora szabadsággal, hogy ne feleljen meg az egyik fél vele szemben megfogalmazott várakozásainak* (Gambetta 1988). Ellenkező esetben, vagyis ha a másik fél cselekvési lehetőségei szigorúan korlátozottak lennének, a bizalom szerepe az egyik fél döntéseinek irányításában arányosan kisebb volna (Gambetta 1988). A bizalmat úgy is meghatározhatjuk tehát mint a mások szabadságával való megbirkózás eszközt (Luhmann idézi Gambetta 1988).

A fenti rövid áttekintésből látható, hogy az egyes tudományterületek egymástól különböző bizalomkoncepcióinak léteznek közös elemei. Amiben a téma kutatóinak álláspontja jelentősebb eltérést mutat, az az, hogy miben látják a bizalom indítékát vagy alapját (racionális kalkuláció, értékek és normák közös készlete stb.).

Megjegyezzük, hogy a fenti fejtegetésben a bizalmat *mint a társadalmi kapcsolatok kvalitását* konceptualizáltuk. Ez csak egy a lehetséges megközelítések között. A szociológiai irodalomban alapvetően a bizalom három különböző felfogásával találkozhatunk. A bizalmat úgy is tételezhetjük, mint a személyiség jellemző vonását. Számos szerző feltételezi egy alapvető bizalomra való hajlandóság létezését, amelynek kialakulása a sikeres gyermekkori szocializáció következménye. Egy harmadik perspektívából a bizalom sem nem társadalmi kapcsolat, sem nem pszichológiai hajlandóság, hanem kulturális szabály. Ha a bizalmat megkövetelő szabályokat vall magáénak egy közösség, és ezeket a közösség tagjai mint adottat és külsőt érzlelik, akkor ezek erős kényszert jelentenek a bizalom gyakorlására vagy megvonására vonatkozóan (Sztompka 1999).

Bizalom a vállalatok közötti kapcsolatokban

Mari Sako 1992-es, *Prices, Quality and Trust* című könyvének fő kérdése, hogy milyen tényezők magyarázzák a vállalkozói kapcsolatok egymástól eltérő mintázatait. Miért van az, hogy a vállalatok a koordináció más és más módjait választják? Kissé pontosabban megfogalmazva a kérdést: milyen vállalat-specifikus, iparági szintű és társadalmi tényezők befolyásolják a koordináció módjának megválasztását?

Kiindulópontként Sako a beszállítói–vevői kapcsolatok koordinációjának két ideáltípusát írja le, amelyek leginkább egy kontinuum végpontjaiként foghatók fel. A skála egyik végpontján azok a szerződéses kapcsolatok találhatók, melyekben a felek megtartják egymás között a három lépés távolságot. Ezt a kapcsolati típust Sako „*távolságtartó szerződéses viszonyoknak*” nevezi (*arm's-length contractual relation*). A szerződéses kapcsolat egy meghatározott, diszkrét gazdasági tranzakciót takar. A szerződésben a felek kötelezettségeit még az ügylet megkezdése előtt rögzítik minden eshetőség figyelembe vételével. A másik kapcsolati típust (*obligational contractual relation*) leginkább „*elköteleződésen alapuló viszonyoknak*” fordíthatjuk le. A szerződés itt az üzleti partnerek kölcsönös bizalmon alapuló viszonyrendszerébe beágyazott. Ennek alapján a tranzakcióra anélkül kerül sor, hogy a felek az összes feltételben előzetesen megállapodnának (Sako 1992).

A két ideáltípus mindent kimerítő összehasonlítása helyett itt megelégszünk a legfontosabb különbségek kiemelésével.¹ Ezek szerint az „elköteleződésen alapuló” kapcsolatok, szemben a „távolságtartó viszonyokkal”, a felek nagyobb tranzakciós függésével, hosszabb időtávval, a felek arra vonatkozó nagyobb hajlandóságával, hogy még az árak rögzítése előtt rendeléseket kezdeményezzenek, illetve fogadjanak el, az írásos szerződéseknek a kapcsolatban betöltött kisebb szerepével, végül pedig az információ, a know-how és a kockázatok partnerek közötti megosztásával jellemezhetők.

A kapcsolatok két ideáltípusa mindenekelőtt az üzleti partnerek közötti bizalom (bizonyos típusainak) jelenlétében, illetve annak hiányában mutatkozik meg. Ennek részletesebb tárgyalása előtt azonban ki kell térnünk arra, hogy mit ért a szerző bizalom alatt, s annak milyen típusait különbözteti meg.

Sako meghatározásában a bizalom az egyik üzleti partnernek a másikkal kapcsolatos azon várakozása, miszerint az kiszámítható és kölcsönösen elfogadható módon viselkedik. Kiszámíthatóságról különböző okokból kifolyólag lehet szó, és ez módot ad arra, hogy különbséget tehesünk a bizalom három típusa között. A „*szerződéses bizalom*” (*contractual trust*) a tisztesség és az ígéretek megtartásának közösen osztott normáján alapul (Sako 2000). A bizalom ezen típusát úgy határozhatjuk meg, mint az egyik szerződő fél azon várakozását, hogy a másik fél az ígéreteit betartja. Azok az üzleti kapcsolatok, amelyekben a felek inkább szóbeli megállapodásra támaszkodnak az írásos szerződésekhez képest, a szerződéses bizalom magasabb fokával jellemezhetők (Sako 1992).

A másik fél kiszámíthatóságáról azonban beszélhetünk más összefüggésben is. Az úgynevezett „*hozzaértésbe vetett bizalom*” (*competence trust*) az üzleti partner arra vonatkozó várakozása, hogy a másik fél rendelkezik a vállalt feladat teljesítéséhez szükséges technikai és menedzseri kompetenciával (Sako 1992). A bizalomnak ez a fajtája a szerződő feleknek az üzleti magatartással, a technikai és vezetési elvárásokkal kapcsolatban vallott közös felfogásán alapul (Sako 2000).

A bizalom fentebb bemutatott két típusát illetően fontos megjegyeznünk, hogy ezek bármilyen üzleti kapcsolat zökkenőmentes működéséhez nélkülözhetetlenek, legyen az akár „távolságtartó”, akár „elköteleződésen alapuló” viszony. A szerződéses viszonyok két ideáltípusa (távolságtartó és elköteleződésen alapuló) a bizalom egy harmadik válfaja, az úgynevezett *goodwill bizalom* mentén különíthető el. Az előző két típustól eltérően ez a bizalom egy diffúz fajtája. A „goodwill bizalom” esetében – szemben a „szerződéses bizalommal” – nincsenek explicit ígéretek, melyek megtartását a felek egymástól elvárják, és – szemben a „hozzaértésbe vetett bizalommal” – nincs szó rögzített szakmai sztenderdekről sem. Ennek a bizalom típusnak a sajátossága az egymással szembeni nem-specifikus kötelezettségek (*open commitments*) kölcsönös elvárása (Sako 1992). „Goodwill bizalom” akkor alakulhat

¹ Megjegyezzük, hogy Sako csatlakozik azon álláspont képviselőihez, mely szerint a vállalatközi hálózatok a „piac” és a „hierarchia” mellett (vagy között) egy harmadik irányítási vagy koordinációs mechanizmusként értelmezhetők. Az „elköteleződésen alapuló szerződéses viszonyok” a sakói elméletben szorosan kapcsolódnak a hálózatok és más, a „piac” és a „hierarchia” közötti koordinációs módokhoz (Sako 1992).

ki, ha a felek között egyetértés van a fair magatartás elveire vonatkozóan (Sako 2000).

A szerződéses kapcsolatok két ideáltípusa közötti különbség a „goodwill” bizalom jelenlétében vagy hiányában ragadható meg: a bizalomnak ez a fajtája csak az „elköteleződésen alapuló” üzleti viszonyokban található meg (Sako 1992).

A vállalatok közötti kapcsolatok két ideáltípusának ismeretében visszatérhetünk arra a kérdésre, hogy milyen tényezők magyarázzák a kapcsolatok egymástól eltérő mintázatait. Sako könyvében a japán és a brit vállalatok közötti szerződéses viszonyok empirikus vizsgálatára tesz kísérletet. Azt találja, hogy bár akadnak kivételek, a beszállítói–vevői kapcsolatok Nagy-Britanniában jellemzően „távolságtartó szerződéses kapcsolatok”, Japánban pedig „elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok” (Sako 1992).

Sako a szerződéses kapcsolatokban megfigyelhető különbségek magyarázatára egy szocioökonómiai modellt állít fel. A szerző explicit módon támaszkodik a gazdaság-szociológiából jól ismert beágyazottság koncepciójára (Granovetter 1985), mely szerint a gazdasági cselekvés nem légtüres (társadalmi) térben, hanem társadalmi struktúrákba beágyazottan megy végbe. Ennek megfelelően azok a tényezők, amelyeket a közgazdasági elemzések szokásosan exogén változókként tételeznek (az egyéni preferenciák, technológia), itt a modell szempontjából endogén változók. Olyan tényezők befolyásolják őket, mint a múltban és a jelenben létező ideológiák, kulturális és vallási tradíciók, valamint társadalmi és morális normák (Sako 1992).

A szerződéses kapcsolatok empirikusan megfigyelhető mintázatainak eltéréseit alapvetően a tényezők három csoportja okozza. Először és mindenekelőtt a *nemzetgazdaságok közötti* különbségek, melyek az országspecifikus intézményeknek és kulturális diszpozícióknak köszönhetők. Ezek között kiemelt szerepe van a jogszabályi környezetnek, a pénzügyi rendszernek és a foglalkoztatási rendszernek. A banki központú pénzügyi rendszer a hosszú távú vállalkozói kapcsolatokat támogatja, míg a tőkepiac központú pénzügyi rendszer a rövid távú szemléletet erősíti. Sako feltételezi továbbá, hogy az egyes országokban erős a hasonlóság a beszállítói–vevői kapcsolatok és a foglalkoztatási viszonyok mintái között. A *szektorok közötti* különbségek technológiai és piaci tényezőkre vezethetők vissza. Az azonos iparágak *vállalatai közötti* eltérések pedig végső soron a menedzserek céljainak és attitűdjeinek különbségeiből származnak (Sako 1992).

Tekintve, hogy az empirikus vizsgálat alapjául szolgáló minta csak a hazai feldolgozóipari vállalatok adatait tartalmazza, figyelmünket itt az iparági szintű különbségek elemzésére fordítjuk.

A brit és a japán vállalatok körére kiterjedő empirikus vizsgálat azt mutatja, hogy bizonyos iparágak nagyobb hajlandóságot mutatnak a „távolságtartó szerződéses kapcsolatok” létesítésére, mint más iparágak. Ezt többek között magyarázhatják a technológiák (termék- és folyamattechnológiák) eltérései.

A *folyamattechnológia* sajátosságai jól megragadhatók Williamson eszközspecifikusság-koncepciójával. Minél inkább eszközspecifikus egy beruházás, annál nagyobb tere van a szerződéskötést követő (*post-contractual*) opportunistá magatartásnak mindkét fél részéről. Minél inkább fennáll a szerződött felek opportunistá magatartásának esélye, annál nagyobb mind a vevő, mind pedig az eladó részéről a hosszú távú elköteleződés igénye, és ezért egyre kifizetődőbbé válik az üzletfelek

réséről a bizalmi viszony kiépítésébe való befektetés. Sako ezért azt feltételezi, hogy az eszközspecifikusság magasabb foka az „elköteleződésen alapuló” kapcsolatok kifejlődését valószínűsíti.²

A szerződéses kapcsolatok mintázatait befolyásoló másik tényező a *terméktechnológia*. Nem mellékes, hogy az előállított termékek (vagy részegységek) tömegtermékek vagy „testre szabott” termékek. A testre szabott termékek gyártása különböző módon történhet: a beszállító gyárthat a megrendelő által szolgáltatott teljesen specifikált tervek szerint, vagy termelhet saját (a vevő által jóváhagyott) tervek alapján is. Ez utóbbi megoldás a bizalom magasabb fokára tart igényt a vevő részéről (hozzaértésbe vetett és goodwill bizalom egyaránt). Ennek alapján Sako azt a hipotézist fogalmazza meg, hogy minél inkább testre szabottak a termékek, és minél inkább részt vesz a beszállító a fejlesztési és a tervezési folyamatban, annál szükségesebbé válik a szerződő felek közötti „elköteleződésen alapuló” kapcsolat.

A beszállító-vevői kapcsolatok megválasztását befolyásolja a *verseny természete* is. Sako azt feltételezi, hogy amikor a versenyképesség megtartásához elengedhetetlen a jó minőség, a pontos szállítás és a folyamatos megújulás, az „elköteleződésen alapuló kapcsolatok” előnyt élveznek a „távolságtartó kapcsolatokkal” szemben. Ugyanez a helyzet akkor is, ha a késztermék-előállítók a minőség mellett a termékdiffereciáció tekintetében is versenyeznek. A versenypozíció megőrzése ekkor ugyanis a bizalom (szerződéses, a másik fél hozzáértésébe vetett és goodwill bizalom) magas fokát, valamint fokozott információcserét és koordinációt igényel a beszállító és a vevő vállalat között.

A *piaci kereslet ingadozása*, karöltve a rövidülő termékciklussal és a részegységek nagy számával, megsokszorozza a potenciális problémákat a termelés vállalatközi koordinációjában. Nincs egyértelmű válasz arra, hogy ilyen esetben a beszállító-vevői kapcsolatok mely típusát preferálják a szereplők.

A beszállító szemszögéből tekintve, a kereslet fluktuációjából adódó bizonytalanság Williamson nyomán (1985) magatartási és „környezeti” (vagy parametrikus) bizonytalanságra bontható le. A magatartási bizonytalanság kisebb az „elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok” esetében, köszönhetően egyfelől a vevő üzleti terveivel (is) kapcsolatos információk áramlásnak, másfelől pedig a vevő azon törekvésének, hogy kisimítsa a kereslet ingadozásait. Ennek alapján Sako azt a feltételezést fogalmazza meg, hogy a beszállító „távolságtartó viszonyt” azon vevőkkel létesít, akikkel kapcsolatosan nagy magatartási bizonytalanságot feltételez, míg „elköteleződésen alapuló” szerződéses kapcsolatra olyan vevőkkel lép, akik várhatóan csökkenteni fogják a rendelési bizonytalanságot.

A beszállító-vevői kapcsolatokra hatással lehetnek a *keresleti várakozások* is. Statikus gazdaságban az egyik szereplő piaci részesedése a másik rovására növekedhet, és a vevő az ártárgyalásokon a beszállító költségére realizálhat nyereséget (zéró összegű játék). Ilyen helyzetben a vevő vállalat nem kíván elköteleződni egyetlen beszállító felé sem, hiszen így megőrizheti abbéli szabadságát, hogy beszállítóit az

² Fontos megjegyezni még valamit a kapcsolat természetére vonatkozóan. Az, hogy milyen mértékű eszközspecifikusság jön létre, nem független attól, hogy milyen hosszú távú üzleti kapcsolatra számítanak a partnerek. Minél hosszabb távú kapcsolatban gondolkodnak, annál nagyobb hajlandósággal kezdenek eszközspecifikus beruházásba (Sako 1992).

árak függvényében változtassa, illetve hogy rendeléseket töröljön, ha úgy szükséges. Ezzel szemben növekvő gazdaságban, illetve iparágban nagyobb tere van az „elköteleződésen alapuló” kapcsolatok kialakulásának a „távolságtartó kapcsolatok” rovására.

Sako szerint nehéz ellenállni annak a kísértésnek, hogy azt feltételezzük, a *piaci szerkezet* is hatással van a beszállítói–vevői kapcsolatok típusára, vagyis minél több alternatív üzleti partner van jelen, annál nagyobb tere van a „távolságtartó kapcsolat” kifejlődésének, és fordítva, minél kisebb a lehetséges üzletfelek száma, annál valószínűbb az „elköteleződésen alapuló” kapcsolat kialakulása. Szerinte azonban nem törvényszerű, hogy a „távolságtartó szerződéses” viszony jellemzőbb atomisztikus piacszerkezet esetén, az „elköteleződésen alapuló” pedig koncentráltabb piacokon. A beszállítói–vevői kapcsolatok típusa inkább a vállalatok azon választásán múlik, hogy hajlandók-e elkötelezett kapcsolatra (*committed relationship*) lépni függetlenül attól, hogy léteznek-e potenciális alternatív üzleti partnerek (Sako 1992).

Sako ez utóbbi álláspontjától eltérőek a Karl-Dieter Opp (1996) kooperatív vállalati magatartást leíró elméletéből adódó következtetések. Opp vállalati mikro-makro modelljében a kooperatív magatartást befolyásoló tényezők között megkülönbözteti a kooperációs normákat, a szankcionálási lehetőségeket, a kooperatív magatartásból vagy annak hiányából várható hasznot és a másik fél előzetes kooperációját.

Opp szerint a másik fél előzetes kooperációja annál valószínűbb, minél nagyobb a piaci szereplők közötti kapcsolat kohéziója, a másik fél viselkedésének megfigyelhetősége, és minél gyakoribbak az interakciók. Ily módon a piaci szerkezet atomisztikus jellege vagy koncentráltasága, az interakcióban résztvevő szereplők száma, a kapcsolatok áttekinthetősége, a másik fél cselekvéseinek kontrollálhatósága befolyásolja a felek kooperációját mint előzetes teljesítményt.

Az elemzés célja és a hipotézisek

Empirikus vizsgálatunkban az előzetes kooperációt a bizalmi viszony megnyilvánulásának tekintve Opp modelljét is figyelembe vettük a gazdasági szereplők közötti kapcsolatokat befolyásoló tényezők elemzésekor. Ebből kiindulva első feltevésünk arra vonatkozik, hogy a *piaci szerkezet* hatással van-e arra, hogy a vállalatok üzleti kapcsolataikban mennyire támaszkodnak a bizalomra. Ahogyan azt az előző fejezetben láttuk, a szakirodalom alapján két egymástól eltérő hipotézist állíthatunk fel. Opp nyomán azt feltételezhetjük, hogy minél átláthatóbb adott térben és időben a piac szerkezete és a piaci szereplők viselkedése, annál valószínűbb, hogy a gazdaság szereplőinek viszonyát a bizalom jellemzi. Az a vállalat tehát, *melynek vevőköre koncentrált*, vagyis amelyik kevesebb vevővel áll kapcsolatban, *inkább épít a bizalomra, mint az, amelynek vevőköre szórt*, amely számára a piac nehezen átlátható és kontrollálható. Ezzel szemben Sako arra mutat rá, hogy bár nagy a kísértés azt feltételezni, hogy a piaci szerkezet hatással van a vállalatközi kapcsolatok típusára, mégsem egyértelmű, hogy a „távolságtartó szerződéses viszony” jellemzőbb atomisztikus piacszerkezet esetén, az „elköteleződésen alapuló” pedig koncentráltabb piacokon (Sako 1992).

Második hipotézisünk szerint összefüggés van az üzleti kapcsolat tárgyát képező *termékek jellege* és a bizalmi viszonyok között. Sako nyomán azt feltételezzük, hogy minél inkább „testre szabottak” a termékek, vagyis minél inkább egyedi igényeket elégítenek ki, annál nagyobb az esélye a szerződő felek közötti „elköteleződésen alapuló kapcsolat” kialakulásának (Sako 1992).

Opp szerint a cserepartner előzetes kooperatív magatartása a másikat is kooperációra készíteti, miután a bizalmi kapcsolatokat erősíti (Opp 1996). Ez alapján egy további hipotézist fogalmaztunk meg, mely szerint a *partnerek kooperatív magatartása* valamely tranzakciót megelőzően a gazdaság szereplőiben a megbízhatóság érzetét kelti, és növeli a felek közötti bizalom szintjét.

A rendelkezésünkre álló adatbázison ellenőrizzük azt is, hogy van-e összefüggés a *vállalatok piaci pozíciója, gazdasági helyzete, perspektívája* és aközött, hogy milyen gyakran előlegeznek bizalmat partnereiknek egy-egy gazdasági tranzakcióban. Sako szerint a keresleti várakozások hatással vannak a beszállító–vevői kapcsolatok jellegére. Ennek alapján azt feltételezzük, hogy minél gyorsabb és határozottabb a kereslet növekedése, annál nagyobb tere van az „elköteleződésen alapuló kapcsolatok” kifejlődésének a „távolságtartó kapcsolatok” rovására (Sako 1992).

Azt is ellenőrizni fogjuk, hogy van-e összefüggés a *vállalatok mérete* és a bizalmi kapcsolatok működése között. Gyakrabban építenek-e az interperszonális viszonyokhoz kötődő bizalmi kapcsolatokra a kis méretű vállalatok, mint a nagy, formálisan erősebben szabályozott bürokratikus szervezetek? A formalizált kapcsolatok erősödéséhez vezet-e a növekedés a szervezeten belül, csökkentve a személyes kapcsolatok, a bizalmi viszonyok szerepét?

A *vállalatok tulajdonosi szerkezete* és a bizalmi kapcsolatok működése közötti összefüggések verifikálása esetén a külföldi és magyar – ez utóbbin belül állami, illetve önkormányzati, magán- és dolgozói – tulajdonban lévő gazdasági szervezetek társadalmi beágyazottságának különbségeit írhatjuk le. Az előlegezett bizalom, a kötelezettségek és elvárások kiegyenlítetlensége, az aszimmetriák halmaza Coleman terminológiája szerint be nem nyújtott váltóként funkcionál, és minél magasabb a forgalomban lévő váltók mennyisége, annál több a felhasználható társadalmi tőke (Coleman 1996). A változók közti szignifikáns kapcsolat esetén különböző tulajdonformák különbözőképpen járulnak hozzá a szereplők által szabadon felhasználható társadalmi tőke felhalmozásához.

Végül a piac biztonsága, stabilitása megítélésének a vállalkozói magatartásra gyakorolt nyilvánvaló hatása miatt elemzésünkben külön foglalkozunk a *gazdasági szereplők biztonságérzetével*. James S. Coleman a társadalmi tőke megteremtését, megőrzését és megsemmisítését befolyásoló tényezők között a társadalmi hálózatok zártsága, az altruizmus ideológiája, a társadalmi kapcsolatok életben tartása, a rendszeres érintkezés mellett fontosnak tartja a társadalmi struktúra stabilitásának szerepét. (Coleman 1996). Ismeretes, hogy a rendszerváltást megelőző évtizedekben Magyarországon a második gazdaság társadalmi környezetének stabilitást nélkülöző vonása, a megengedem-megszorítom politika váltogatása a piacokonform viselkedéssel össze nem egyeztethető vállalkozói magatartást – pazarló fogyasztást, rövidtávú, gyors gazdagodásra törekvést, rossz minőséget – eredményezett (Gábor 1985). Adatsorainkon ellenőriztük, befolyásolja-e statisztikailag mérhető módon a kilencvenes évek végén az üzleti környezet biztonságának megítélése, hogy milyen gyak-

ran építenek a gazdaság szereplői a bizalomra, hagynak-e „be nem nyújtott váltókat” forgalomban, avagy szimmetrikus viszonyok kialakítására törekcszenek, és az informális kapcsolatokat írásban rögzített feltételekkel és szankciókkal, szerződéses viszonyokkal helyettesítik.

Elemzésünkben a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Szociológiai és Szociálpolitikai Tanszéke által végzett *Vállalati panelvizsgálat* 1999. évi adatbázisát használjuk. Az adatfelvétel alapsokaságát a gyártással foglalkozó ipari vállalatok köre képezi. A mintavétel területi elhelyezkedés és létszámkategóriák szerint rétegzett.

A kérdőíves megkérdezés eredményeképpen összesen 379 vállalat válaszait dolgoztuk fel. A gazdasági szervezetek – jogi és nem jogi személyiségű társaságok – több mint fele (56%) legfeljebb 10 főt foglalkoztató mikrovállalkozás, 32,6 százaléka 11–50 főt foglalkoztató kisvállalkozás, a közepes méretű vállalkozás (51–300 fős) a minta 8,6 százaléka, és 2,6 százalék az ennél nagyobb méretű cégek aránya.

A függő változó definiálása és az alkalmazott módszerek

A vállalati magatartás vizsgálata során a gazdasági szereplők közötti bizalmi kapcsolatokra vonatkozó rész a szóbeli és írásbeli szerződések, megállapodások születésének és a gazdasági cselekvésnek az összefüggéseit kutatja. A bizalmi kapcsolatok erősségének mérésére alkalmasnak találtuk a kérdőív erre vonatkozó kérdését, ami alapján a bizalmi kapcsolatok erősségét azzal mérjük, hogy a gyártás vagy a szolgáltatás nyújtása megelőzi-e az írásos megállapodások megkötését. A függő változó definiálásához – megtartva az eredeti ötfokozatú skálát – mindössze az elnevezésen változtattunk az alábbiak szerint.

Eredeti kérdés

Mennyire jellemző önökre, hogy üzleti partnereiknek még az írásos szerződés megkötése előtt, szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást, szolgáltatást?

(1) Egyáltalán nem jellemző

(2) Inkább nem jellemző

(3) Is-is

(4) Jellemző

(5) Nagyon jellemző

A bizalom erősségét mérő változó

A bizalom szintje (a bizalmi kapcsolatok erőssége)

Nagyon alacsony

Alacsony

Közepes

Magas

Nagyon magas

A bizalom e definíciója alapján csak a Sako által „szerződéses bizalomnak” nevezett bizalomtípust áll módunkban vizsgálni. Ahhoz, hogy a hazai feldolgozóipari vállalatok közötti üzleti kapcsolatokat elhelyezhessük a Sako által bevezetett két ideáltípus, a „távolságtartó” és az „elköteleződésen alapuló szerződéses kapcsolatok” között, további ismeretekkel kellene rendelkezünk, mindenekelőtt a szervezetek közötti „goodwill bizalom” mértékéről. A távolságtartó és az elköteleződésen alapuló kapcsolatok közötti választóvonal ugyanis leginkább a „goodwill bizalom” jelenléte vagy hiánya mentén húzható meg.

Az általunk elemzett minta alapján kapott alapsor azt mutatja, hogy a vállalatok 39,2 százalékánál gyakran előfordul, hogy bízva partnerükben, szóbeli megállapodás alapján megkezdik a gyártást, szolgáltatást. Ettől csak kevéssel marad el azok aránya (36,2%), amelyeknél ez egyáltalán nem vagy csak igen ritkán fordul elő.

1. táblázat

A gazdasági szereplők megoszlása aszerint, hogy milyen gyakran játszik szerepet gazdasági cselekvéseikben a bizalom

A bizalom szintje	N	százalék
Nagyon alacsony	72	19,0
Alacsony	65	17,2
Közepes	93	24,7
Magas	101	26,9
Nagyon magas	46	12,3
<i>Összesen</i>	<i>377</i>	<i>100,0</i>

A hipotéziseink ellenőrzéséhez szükséges függő változók definiálásánál a kérdőív eredeti kérdéseinek használatára törekedtünk. Emellett azonban arra is szükség volt, hogy új változókat hozzunk létre. Ezt általában több azonos jellegű változó összevonásával (összeadásával) tettük meg, néhány esetben pedig dichotóm változókká transzformáltuk az eredeti adatokat.

A változók közötti kapcsolatot a megfelelő alapsorok és kereszttáblák elemzésével, illetve ezek adataival végzett statisztikai számításokkal igyekeztünk feltárni. A kapcsolat tényét χ^2 -próbával ellenőriztük, ahol határértéknek az 5 százalékos szignifikanciát tekintettük. Az egyes változók mérési szintjének függvényében asszociációs és kontingencia-együtthatót is számoltunk, illetve szórásелеmzéssel vizsgáltuk a változók közti összefüggést. A számításokhoz az SPSS statisztikai programcsomagot használtuk.

A piaci szerkezet koncentrálttsága és a bizalmi viszonyok összefüggései

A piaci szerkezet koncentrálttsága és a bizalmi viszonyok kapcsolatának vizsgálata különösen érdekes probléma, hiszen mint láttuk, eltérő hipotézisek fogalmazhatók meg Karl-Dieter Opp és Mari Sako elmélete alapján. Míg Opp egyértelműen okozati kapcsolatot tételez fel aközött, hogy milyen mértékben atomizált (szórt) a vevőkör és milyen mértékű a kooperációra való hajlandóság, addig Sako szerint a beszállító–vevői kapcsolat típusa független a piaci koncentráció mértékétől. Az összefüggéseket ezért igyekeztünk minél sokoldalúbban vizsgálni oly módon, hogy a piaci koncentráció fogalmának többféle definícióját használtuk. Ezt elősegítette, hogy az eredeti kérdőív több olyan kérdést is tartalmazott, amely a vállalatok piacára, annak összetételére és változására vonatkozott:

- a különböző jellegű termékek (egydi darab, kisszéria, tömegcikk, folyamatos termék, szolgáltatás) részesedése az üzleti forgalomból,

- az üzleti forgalom százalékos megoszlása az egyes vásárlói típusok (nagykereskedelem, kiskereskedelem, más vállalat, személyi fogyasztó, közintézmény) között,
- a legnagyobb vásárló részesedése a teljes üzleti forgalomból,
- a piac területi kiterjedése,
- a piac volumenének csökkenése vagy növekedése,
- a piacra újonnan belépő vásárlók részesedése az üzleti forgalomból.

A piaci szerkezet definiálásánál feltételeztük, hogy vizsgálatunk szempontjából csak annak van jelentősége, hogy az adott cég vásárlói mennyire szórta, illetve mennyire koncentráltak. Szórtnak tekintettük azt a vevőkört, amely jellemzően személyi fogyasztókból vagy kiskereskedőkből, koncentrálnak pedig azt, amelyik „nagy” vevőkből (nagykereskedelmi cégek, közintézmények, további feldolgozásra vásárló vállalatok) áll. A harmadik kategóriába a vegyes piaccal rendelkező vállalatok kerültek.

Ez alapján kétféle változót is definiáltunk. Az egyik esetben megköveteltük, hogy az adott vásárlói csoporttól származzon az üzleti forgalom 100 százaléka, így módon három „homogén” kategóriát hoztunk létre. A másik esetben csak a dominanciát vártuk el (az adott vevőcsoport 50 százaléknál nagyobb részesedése az összforgalomból).

2. táblázat

A piaci szerkezet koncentrálttsága a vásárlók különböző típusainak az üzleti forgalomból való részesedése alapján

	Homogén		Domináns	
	N	százalék	N	százalék
Koncentrált	140	38,3	281	77,0
Vegyes	198	54,3	18	5,0
Szórt	27	7,3	66	18,0
Összesen	365	100,0	365	100,0

A piaci szerkezet jellemzésére egy harmadik változót is bevezettünk az alapján, hogy *mennyire meghatározó a vállalat piacán a legnagyobb vásárló*: azt a piacot tekintettük koncentrálnak, ahol a legnagyobb vásárlótól származik az üzleti forgalom legalább 50 százaléka. Minden más vállalat a szórt vevőkörű kategóriába került. E szerint a definíció szerint koncentrált vevőkörrel rendelkezik a vállalatok 27 százaléka, míg 73 százalék vevőkre szórt.

A fentiek mellett érdekesnek tartottuk megvizsgálni a piac *területi koncentrálttságát* is. Ennek mérésére a kérdőívben szereplő kérdést („Fő termékeinek, illetve szolgáltatásainak legjellemzőbb piaca jelenleg”) változtatás nélkül használtuk. A piacot annál koncentráltabbnak tekintettük, minél kisebb földrajzi területre terjed ki. A mintánkban szereplő vállalatok 10,4 százaléka egy településre vagy annál kisebb lakókörzetre kiterjedő helyi piacon tevékenykedik, 15,7 százalék több településen, 15,8 százalék egy vagy több megyében értékesíti termékeit. Az egész országra kiterjed a vállalatok 40,2 százalékának tevékenysége, 17,8 százalék pedig külföldre is értékesít.

A fentiek szerint különbözőképpen definiált piaci koncentráció hatását a bizalomra kétdimenziós kereszt táblák elemzése alapján esélyhányadosok, kontingencia együtthatók és χ^2 -statisztikák segítségével végeztük. Vizsgálatunk minden esetben azt mutatta, hogy *a piaci szerkezet és a bizalmi viszonyok között nem mutatható ki statisztikailag szignifikánsnak mondható összefüggés* bármelyik indikátorát is használjuk a piaci szerkezetnek. Ellenőrzésképpen az eredeti intervallum szintű változókat – az egyes vevőtípusok százalékos részesedése az üzleti forgalomból – meghagyva szórás elemzéssel is vizsgáltuk az összefüggést, aminek eredménye teljes mértékben megerősítette az előbbieket. Vizsgálatunk tehát Opp-pal szemben a sakói elméletet látszik igazolni.

A termék jellege és a bizalom

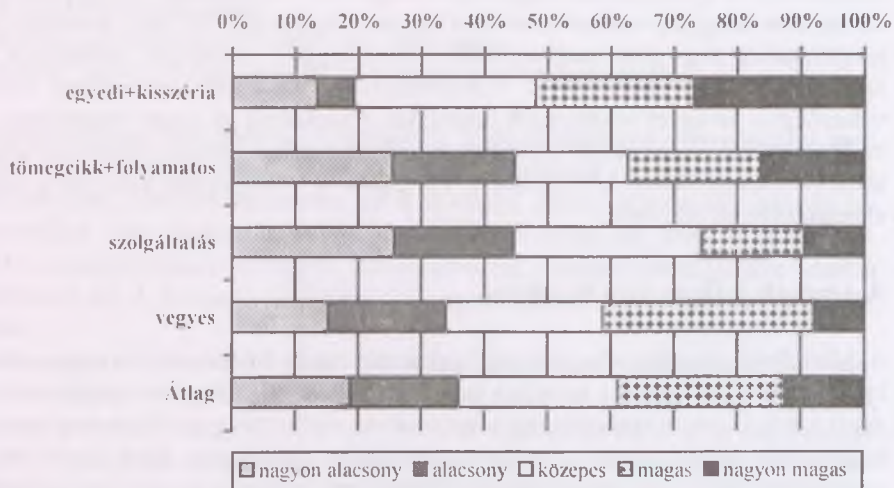
A Mari Sako elmélete alapján megfogalmazott másik hipotézisünk szerint minél inkább „testre szabottak” a termékek (minél inkább egyedi igényeket szolgálnak ki), annál kiterjedtebb és szorosabb együttműködésre van szükség a vállalat és a vevője között, ezért annál nagyobb a bizalom szerepe a kapcsolataikban. Ez a feltevés nem mond ellent Karl-Dieter Opp megállapításainak sem, hiszen az egyedi vagy kisszériás termékek esetében a piac rendszerint átláthatóbb és könnyebben kontrollálható, mint tömegcikkék esetén.

A termékjelleget mutató változót a különböző terméktípusok forgalomból való százalékos részesedését mérő eredeti változók összevonásával képeztük. Egy csoportba soroltuk azokat a vállalatokat, amelyeknél az üzleti forgalmat teljes egészében a *kisszériás termékek és az egyedi darabok* adják – ez a vállalatok 14,9 százaléka. Egy másik kategóriát képezték azok a vállalatok – minden ötödik ilyen –, ahol az üzleti forgalom kizárólag *tömegcikkék és folyamatos* termékek értékesítéséből származik. Sajátosságai miatt a tisztán *szolgáltatásokat* értékesítő cégeket külön kategóriába soroltuk. Az utolsó „*vegyes*” kategóriába a cégek közel fele került.

Elemzésünk ezúttal igazolta kiinduló hipotézisünket, azaz valóban *kimutatható kölcsönhatás a termék jellege és a kapcsolatokban megjelenő bizalom között*: statisztikai próbával is megerősíthető, szignifikáns az összefüggés ($\chi^2 = 32,432 > \chi^2_{n=12, p=0,95} = 21,0$). Az egyedi igényeket kiszolgáló vállalkozások az átlagosnál lényegesen gyakrabban építenek a bizalomra a partnerkapcsolatokban.

1. ábra

A bizalom alakulása a termékjelleg szerint



A kapcsolat „finomszerkezetének” feltárásához külön-külön is megvizsgáltuk mind az öt terméktípus részesedését az üzleti forgalomból, szórásanalízissel vizsgálva a bizalommal való összefüggésüket. A kapott összefüggések ellenőrzése céljából egy másik módon képzett termékjelleg-változóval is elvégeztük a vizsgálatot. Ehhez öt dichotóm változót képeztünk aszerint, hogy az adott vállalatnál előfordul-e valamely terméktípus, vagy sem, majd mindegyikre külön is megvizsgáltuk a bizalommal való összefüggést. Mindkét módszer ugyanarra az eredményre vezetett. Eszerint az öt terméktípus közül kettőnél kaptunk figyelemre méltó eredményt: a kisszeriás termékekénél és a szolgáltatásoknál.

A *kisszeriás termékek* arányának vizsgálata azt mutatja, hogy elsősorban ezekkel, és kevésbé az egyedi darabok értékesítésével függ össze a „testre szabott” termékekénél jellemző bizalmi kapcsolat. Minél magasabb ugyanis a bizalom foka, annál magasabb az üzleti forgalmon belül a kisszeriás termékek aránya, míg az egyedi termékek esetében ilyen összefüggés nem mutatható ki. (A kisszeriás termékek esetén a szignifikanciaszint 0,009.)

A másik figyelemre méltó eredmény a *szolgáltatásoknál* mutatkozik. A grafikonról is látható, hogy a tisztán szolgáltató profilú szervezetek hasonlóságot mutatnak a tömegcikkeket/folyamatos termékeket gyártó vállalatokkal, sőt. körükben még inkább jellemző a bizalomhiány, hiszen a magasabb fokú bizalom előfordulási aránya e csoportban a legalacsonyabb. Ez az eredmény azért is meglepő, mert ellentmondani látszik a szolgáltatásokkal kapcsolatos szakirodalmi megállapításoknak, a szolgáltatásmarketing alapelveinek. Ezek szerint ugyanis a szolgáltatások lényeges jellegzetessége, hogy – a termékekkel szemben – nincsenek olyan mérhető fizikai tulajdonságaik, ami alapján a minőséget definiálni és mérni lehetne. Ezért a szolgáltatások értékesítésében sokkal nagyobb szerep jut a környezeti feltételeknek, illetve a bizalomnak. Az eltérésre részben magyarázat lehet, hogy a szolgáltatásoknál elsősorban a vevő oldaláról kell e bizalomnak megnyilvánulni, míg jelen munkánkban

inkább az eladó részéről mutatkozó bizalom képezi a vizsgálat tárgyát. Ez tulajdonképpen a bizalom kölcsönösségének kérdését veti fel, azt, hogy a bizalom mennyire lehet a partnerek részéről is megnyilvánuló bizalomra adott válasz.

A bizalom és a másik fél előzetes kooperációja

Opp megállapítja, hogy az üzleti partner magatartása, az „előzetes kooperáció” nagyobb valószínűséggel készteti kooperációra a másik felet, nagyobb mértékben ébreszt bizalmat, mint annak hiánya, a „magatartási bizonytalanság”. A bizalom kölcsönösségére vonatkozó előbbi problémafelvetést a vevők kooperatív magatartásával – a partnerek fizetési elmaradásaival – foglalkozó kérdés segítségével ellenőriztük, amely így hangzott: *Mennyire jellemezte ezt az évet, hogy a partnereik nem tettek eleget időben fizetési kötelezettségeiknek?* A vállalatok majdnem felénél nem jellemző, hogy a partnerek késlekednének a fizetési kötelezettségeik teljesítésével. Csak minden tizedik cég jelezte, hogy ez gyakori probléma, de további 16,7 százaléknál is jellemzően előfordul a késedelem.

A bizalom és a partner magatartása közti összefüggés vizsgálata nem erősítette meg az előzetes feltevésünket. Azt vártuk ugyanis, hogy minél inkább kooperatív magatartást mutatnak a partnerek, annál inkább erősödik a megbízhatóság érzete, ami a bizalmi kapcsolatok erősödését vonja maga után. Ezzel szemben a kontingenciatábla elemzése, az adatok szóródása azt jelzi, hogy a két változó között nincs közvetlen összefüggés ($\chi^2 = 4.475 < \chi^2_{n=16, p=0.95} = 26,3$): *a partnerkapcsolatokban megmutatkozó normakövető vagy normaszegő magatartás mintánkban nem befolyásolja statisztikailag szignifikánsan a felek közötti bizalom szintjét, nem magyarázza meg a bizalmi kapcsolatok alakulását.*

A megelőlegezett bizalom a vállalatok piaci pozíciója, gazdasági helyzete és azok változása függvényében

Mari Sako szerint növekvő gazdaságban illetve iparágban nagyobb tere van a bizalmi kapcsolatoknak, mint statikus gazdaságban, ahol az egyik szereplő csupán a másik rovására növekedhet. Ennek nyomán hipotézisünk úgy szólt, hogy a kedvező gazdasági perspektíva nagyobb valószínűséggel vezet a bizalom megelőlegezésére, „elköteleződésen alapuló kapcsolat” kifejlődésére, míg kedvezőtlen piaci helyzetben a vállalatok a „távolságtartó kapcsolatokat” preferálják. A fenti összefüggések fordítva is érdekes kérdést vetnek fel, nevezetesen, hogy a bizalomnak van-e valamilyen szerepe a vállalatok növekedésében; illetve a bizalom hiánya nem eredményezi-e a piac beszűkülését, csökkenését?

A piaci pozíció méréséhez a cég szakmában elfoglalt helyére, szerepére vonatkozó kérdést használtuk: *Ön hogyan látja, melyik állítás írja le az Ön cégének helyzetét a szakmában?* A felsorolt négy válaszlehetőségből a cégek tizede választotta a „meghatározó szerep”, 41,7 százalék pedig az „elég fontos szerep” minősítést, összesen tehát a cégek mintegy fele gondolja saját szerepét jelentősnek. A megkér-

dezetek további 30,6 százaléka szerint „nem túl fontos szerepet” tölt be a cég a szakmában. végül 16,9 százalék véli úgy, hogy „nincs fontos szerepük”.

A statisztikai számítások ez esetben sem erősítették meg feltételezésünket, vagyis *a vállalat jelenlegi piaci pozíciója és a bizalom erőssége között nem mutatható ki kapcsolat* ($\chi^2 = 14,380 < \chi^2_{n=12, p=0.95} = 21,0$).

A bizalmi kapcsolatokat azonban feltehetően nemcsak az adott helyzet, hanem annak *változása* is befolyásolhatja, amire vonatkozóan szintén szerepelt kérdés a kérdőívben: *Az Önök termékeinek, szolgáltatásainak piaca az utóbbi három évben hogyan változott?* A válaszok szerint a vállalatok mintegy harmadának (32,6%) nem változott a piaca, kétharmad válaszolt úgy, hogy a piac változott, ezen belül inkább a piac bővülése jellemző (38,6%).

Az adatok eloszlása alapján úgy tűnik, hogy a piac bővülése inkább a bizalommal, míg szűkülése a bizalom hiányával mutat összefüggést, de csupán a nagyon magas és a nagyon alacsony bizalmi szinteknél érzékelhető ez a fajta kapcsolat. A kontingencia-együttható alacsony értéke és a χ^2 -próba ($\chi^2 = 6,115 < \chi^2_{n=8, p=0.95} = 15,5$) azonban most is a két változó közti függetlenséget erősíti meg.

Ugyanerre az eredményre – vagyis a változók közti kapcsolat hiányára – jutunk, ha a piac bővülését a piacra újonnan belépő vásárlók forgalomból való részesedésével mérjük („*A tavalyi év üzleti forgalmának hány százalékát adták olyan új megrendelők, akik korábbi években nem vásároltak Önöktől?*”). Az új vásárlók részesedése egyik bizalmi kategóriában sem tér el szignifikáns mértékben az átlagos 18,8 százaléktól.

A vállalati méret és a bizalmi viszonyok

A vállalati méret meghatározásának általánosan elfogadott módja az alkalmazotti létszám szerinti kategóriák kialakítása. A szokásos felosztás szerint mikro-, kis-, közepes és nagyvállalatokról beszélhetünk, ahol a kategóriahatárok 10, 50 és 300 fő. Elemzésünk során – abban bízva, hogy árnyaltabb különbségekre is fény derülhet – ennél finomabb felosztást alkalmaztunk azáltal, hogy a 300 fő alatti cégek esetében a fenti kategóriák mindegyikét még kettébontottuk. Eszerint a vállalatok közel egyharmada esik a legkisebb, 0–5 fős kategóriába, további egynegyede pedig 6–10 főt foglalkoztat. A megkérdezett cégeknek tehát valamivel több mint fele (56%) mikrovállalkozás. A vállalatok második legnépesebb csoportja a kisvállalkozásoké, minden harmadik esik ebbe a kategóriába. A középvállalkozások aránya 10 százalék alatt marad, a nagyvállalkozások közül pedig mindössze néhány került be a mintába. Az egész mintasokaságra számított átlagos állományi létszám 46 fő.

Az összefüggést a bizalmi szint különböző méretkategóriák szerinti eloszlását mutató kontingenciatáblával, illetve a bizalom különböző szintjét mutató vállalkozások átlagos állományi létszámának összehasonlításával is elvégeztük. A kontingenciatábla alapján úgy tűnik, hogy a vállalati méret csökkenésével erősödik a bizalom mértéke, bár a legkisebb vállalatoknál ez a tendencia már nem érvényesül, ebben a körben nagyjából az egész sokaságra jellemző átlagos értékeket tapasztalhatjuk. Ugyanezt erősíti az egyes bizalmi kategóriákra számított átlagos állományi létszám összehasonlítása is, vagyis a bizalom magasabb szintjét mutató vállalkozások köré-

ben kisebb létszámúak, mint a bizalomra kevésbé építő vállalkozások. Következtetéseinkben azonban óvatosságra int, hogy a magas és nagyon magas, illetve a közepes és az alacsony kategóriák közötti eltérés nem számottevő. Ezt az óvatosságot igazolják a statisztikai próbák is, mivel sem a szórásелемzés, sem a χ^2 -próba nem támasztja alá a fenti összefüggés fennállását ($\chi^2 = 29,565 < \chi^2_{n=24, p=0,95} = 36,4$). A függetlenség tényét erősítette az is, amikor az eredeti adatbázisban alkalmazott méretkategóriák szerinti besorolást megtartva (0–19 fő, 20–49 fő, 50–249 fő, 250–x) végeztük el a számításokat. Azt mondhatjuk tehát, hogy *a vállalati méret nincs befolyással a bizalom erősségére*.

A vállalatok tulajdoni szerkezete

A tulajdoni szerkezet definiálásánál hasonló problémával kerülünk szembe, mint a piaci szerkezet vagy a termékjelleg esetében. A kérdőív nyolc különböző csoportnak az alapítói vagy non belüli tulajdoni arányát tartalmazta külön-külön: az *állami* és az *önkormányzati* tulajdon, a *felső vezetők* és a *többi alkalmazott* tulajdoni arányát, a *dolgozói tulajdonon kívüli magyar magánszemélyek*, a *magyar vállalatok és bankok* tulajdoni hányadát és a *külföldi* tulajdont. A tulajdoni szerkezetet leíró változók képzését azzal az eljárással végeztük el, hogy megvizsgáltuk, az egyes csoportok tulajdoni aránya meghaladja-e az ötven százalékot, azaz többségi tulajdonnal rendelkezik-e. Ezt megelőzően azonban az állami és az önkormányzati tulajdoni arányokat összevontuk, mert feltételeztük, hogy nincs számottevő különbség a tulajdonosi szerep gyakorlásában az állami és önkormányzati szervek között. Hasonló indokok alapján vontuk össze a magyar vállalati és banki, illetve a felső vezetői és az egyéb dolgozói tulajdoni részarányokat is (később kiderült, hogy az utóbbi esetben az összevonást indokló feltételezésünk nem igazolódott).

3. táblázat

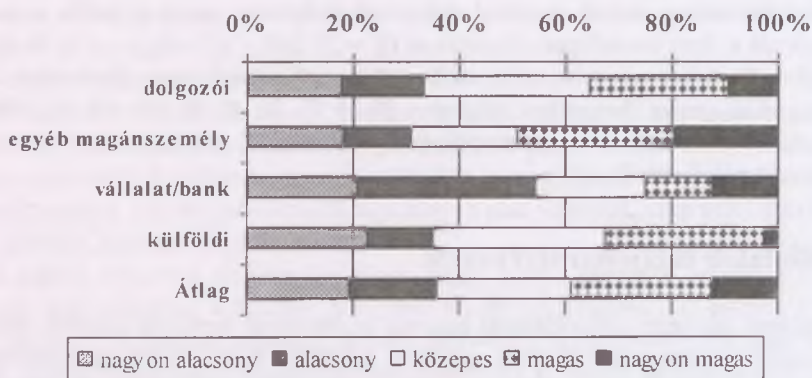
A vállalatok tulajdoni szerkezet szerinti megoszlása

	N	százalék
Állami/önkormányzati	4	1,1
Dolgozói	132	38,1
Egyéb magánszemély	134	38,8
Magyar vállalat/bank	25	7,3
Külföldi	40	11,6
Vegyes	10	3,0
<i>Összesen</i>	<i>346</i>	<i>100,0</i>

A bizalmat mérő változó egyes tulajdoni kategóriákon belüli megoszlásának vizsgálata azt mutatja, hogy *a tulajdoni szerkezet számottevő befolyással van a bizalom alakulására* (a szignifikancia 1% alatti).

2. ábra

A bizalom szintjének megoszlása a különböző tulajdoni formák szerint*



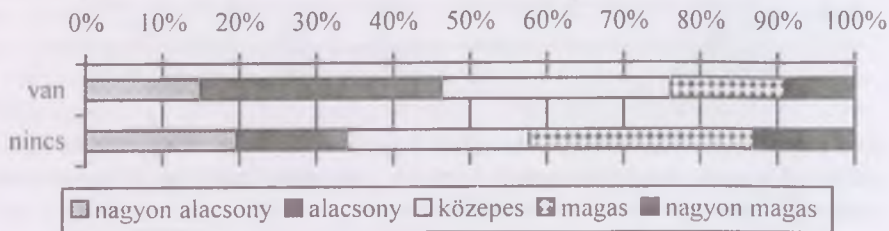
*Az állami/önkormányzati és a vegyes tulajdont az alacsony előfordulás miatt elhagytuk.

Látható, hogy az átlagtól való jelentősebb eltérés főleg két csoportban mutatkozik. A nem alkalmazott magánszemélyek többségi tulajdona esetében az átlagosnál magasabb fokú bizalom nyilvánul meg, míg a magyar vállalatok/bankok többségi tulajdona jelentős bizalomrontó tényező. Utóbbi megállapításunkat azonban fenntartásokkal kell fogadni azért is, mert ez a kategória is elég kis számosságú. Az összefüggések további vizsgálata meg is erősíti, hogy ez az eltérés itt inkább a véletlen ingadozásoknak köszönhető. Az igazi különbség az alkalmazotti (de nem vezetői) tulajdon esetében mutatkozik meg. Az előzőekben ez az összefüggés azért nem jelentkezett, mert ezt a tulajdoni formát a felső vezetői tulajdoni aránnyal összevontan kezeltük.

A cégek 17 százalékában rendelkeznek a felső vezetőkön kívüli alkalmazottak valamilyen tulajdoni aránnyal. Egyértelműen kimondhatjuk: e tulajdoni forma jelenléte gyengíti a bizalmat. Egyetlen más tulajdoni forma jelenlétének sincs ilyen erős hatása a bizalom szintjére. Sőt, a többi egyike sincs szignifikáns hatással, kivéve a „dolgozói tulajdonon kívüli magyar magánszemélyeket”. Ez esetben inkább fordított irányú a kapcsolat, azaz jelenlétük kismértékben bizalmerősítő hatású.

3. ábra.

A bizalom fokának megoszlása annak függvényében, hogy van-e a cégben a (nem felső vezető) alkalmazottaknak tulajdoni részesedése



A diagram szemléletesen mutatja, hogy ahol az alkalmazottak tulajdonosi részese-déssel bírnak, ott a magas vagy nagyon magas bizalmat tanúsítók aránya közel 20 százalékkal alacsonyabb, az alacsonyabb fokú bizalmat mutatók aránya jelentősen nagyobb, mint azoknál a vállalatoknál, ahol ez a tulajdoni forma nincs jelen. A statisztikai próbák is itt mutatják az eddigi legerősebb összefüggést.

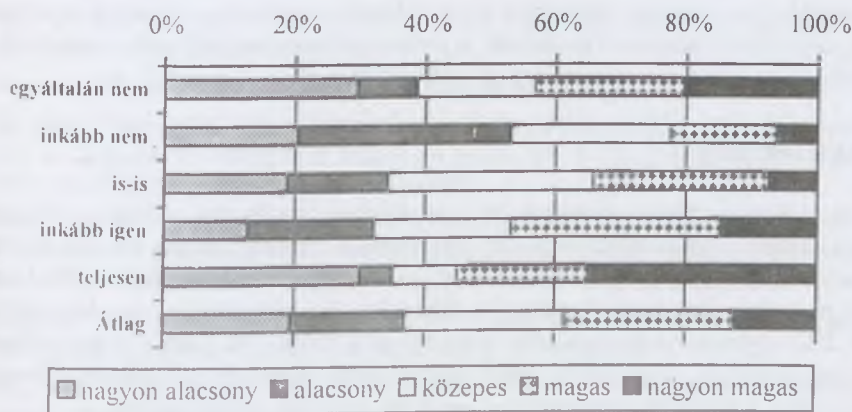
A biztonság és a bizalom összefüggései

A szakirodalom alapján a biztonság és a bizalom közötti egyértelmű kapcsolat ép-pűgy feltételezhető, mint a két változó függetlensége. Kérdésünk ezért így hangzik: tekinthető-e a bizalom a biztonságos környezet szükségszerű velejárójának, következményének, avagy a megelégezett bizalom inkább ott jelenik meg, ahol a környezeti tényezők bizonytalanok, kiszámíthatatlanok, és maga a bizalom megelége-zése is a piaci kockázatot növelő tényező. Fontosabb szerepet játszik-e a bizalom azoknak a gazdasági szereplőknek a cselekvéseiben, akik biztonságosnak tartják környezetüket, mint azokéban, akik szerint az üzleti környezet nem biztonságos?

Az üzleti környezetet a válaszolók valamivel több mint harmada (34,6%-a) tartja „inkább biztonságosnak” vagy „teljesen biztonságosnak”. A cégek negyede (25,8%) ezzel ellentétesen vélekedik, szerintük az üzleti környezet „egyáltalán nem” vagy „inkább nem” tekinthető biztonságosnak. Negyven százalék az „is-is” válaszlehető-séget jelölte meg. Az egyes kategóriákban vizsgálva a bizalom erőssége szerinti megoszlást, az alábbi grafikon adódik:

4. ábra

A bizalom szintje annak függvényében,
hogy mennyire tekinthető biztonságosnak az üzleti környezet



Látható, hogy az üzleti környezetet biztonságosabbnak ítéelő vállalkozások körében gyakoribb a bizalom megelégezése, az írásbeli szerződés születését megelőző cselekvés, mint más gazdasági szereplőknél. Különösen feltűnő, hogy azok körében, akik szerint az üzleti környezet teljesen biztonságos, 37 százalék válaszolta azt, hogy

gyakran megkezdik a gyártást az írásos megállapodás megkötése előtt. Az összefüggést jelzi a változók közötti kapcsolat 0,01 százalékos szignifikanciaszintje is.

A regionális hovatartozás és a bizalmi viszonyok

A gazdasági szervezetek piaci környezetének változását jól szemléltetheti azok regionális hovatartozása is. Miután Magyarország földrajzi régióiban a gazdaság és a piaci kereslet növekedési üteme eltérő, Sako alapján feltételezhetjük, hogy a fejlettebb, prosperáló országrészek gazdasági szereplőire inkább jellemző a bizalmi viszonyok működése, mint a stagnáló területek vállalataira. E feltevésből kiindulva megnéztük, hogy van-e statisztikailag igazolható összefüggés a regionális hovatartozás és a bizalmi kapcsolatok működése között. A gazdasági szervezeteknek a gyarapodó, az infrastruktúra és az iparosodás szempontjából fejlett térségekben való működése, vagy inkább a modernizációs folyamatok által kevésbé érintett régiók jelentenek a tradicionális társadalmi viszonyok fennmaradása révén a bizalmi viszonyok működéséhez kedvező társadalmi környezetet?

Vizsgálatunkhoz a mintában szereplő vállalatokat területi hovatartozásuk alapján hét régióba soroltuk, ahol a régiók megegyeznek a jelenleg használt tervezési-statisztikai régiókkal. A vállalatok relatív többsége (41,9%) a közép-magyarországi régióban (Budapest és Pest megye) működik. Mintegy ötödük a fejlettebbnek és iparosodottnak mondható nyugat- és közép-dunántúli régiókban (19,9%) található, és hasonló nagyságrendű az észak és dél-alföldi cégek száma is (21,7%). Dél-Dunántúl és Észak-Magyarország egyaránt 8,1–8,1 százalékkal képviselteti magát a mintában.

A bizalom szintjét régióként vizsgálva úgy tűnik, a gazdasági fejlődésben, befektetésekben élenjáró nyugati megyék esetében a bizalmi tényezők szerepe alacsonyabb az átlagnál. Méginkább látszik a különbség, ha ezeket a régiókat Közép- és Észak-Magyarországgal hasonlítjuk össze. Mindezek ellenére most is azt mondhatjuk, hogy ebben határozott tendenciát, *a területi elhelyezkedésből adódó szignifikáns különbséget nem tudtunk kimutatni* ($\chi^2 = 30,33586 < \chi^2_{n=24, p=0,95} = 36,4$).

Összefoglalás

A hazai feldolgozóipari vállalatok 39,2 százalékáról mondhatjuk el, hogy vevői kapcsolataikban a sakói értelemben vett „szerződéses bizalom” magas fokáról tesznek tanúbizonyságot, vagyis jellemzően még az írásos szerződés megkötése előtt, szóbeli megállapodás alapján kezdik el a teljesítést. A cégek közel ekkora hányadával (36,2%) ugyanakkor ez egyáltalán, vagy alig-alig fordul elő. Láttuk, hogy statisztikailag igazolható, szignifikáns hatása van a bizalmi viszonyok működésére a *termék jellegének, a tulajdoni szerkezetnek és az üzleti környezet biztonságának*.

Az átlagosnál lényegesen gyakrabban építenek a bizalomra az üzleti kapcsolatokban az egyedi igényeket kiszolgáló – különösen a kisszériás termékeket előállító – vállalkozások. A tisztán szolgáltató profilú szervezetekre viszont a tömegcikkeket és folyamatos termékeket előállító vállalatokhoz hasonlóan inkább a bizalomhiány jellemző, vagyis kapcsolataik erősebben formalizáltak, írásos szerződésekkel megerősítettek.

A tulajdoni szerkezet és a bizalomra építő vállalati magatartás összefüggéseiről azt mondhatjuk, hogy nem alkalmazott magánszemélyek többségi tulajdona esetén gyakoribb a vállalati magatartásban megnyilvánuló bizalom, míg az alkalmazotti tulajdon jelentős bizalomrontó tényező. Más tulajdoni forma nincs szignifikáns hatással a bizalom szintjére.

Végül erős bizalomművelő tényező, ha a vállalkozó biztonságosnak tartja az üzleti környezetet. Főképpen a teljes biztonságérzet növeli meg számottevően a bizalom szintjét, és a vállalatok által hasznosítható társadalmi tőkét. Ennek birtokában a vállalatok viszonylag gyakran termelnek, illetve szolgáltatnak kizárólag szóbeli megállapodás alapján, csökkentve ezáltal tranzakciós költségeiket.

Irodalom

- Coleman, James S. 1996. Társadalmi tőke. In: Lengyel Gy.–Szántó Z. (szerk.) *A gazdasági élet szociológiája*. Budapest: BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék
- Dasgupta, Partha 1988. Trust as Commodity. In: D. Gambetta (ed.) *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. New York: Basil Blackwell
- Gambetta, Diego 1988. Can We Trust Trust? In: D. Gambetta (ed.) *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. New York: Basil Blackwell
- Gábor R. István 1985. A második gazdaság. A magyar tapasztalatok általánosíthatóknak tűnő tanulságai. *Valóság*: (2), 20–37.
- Grabher, Gernot 1993. *The Embedded Firm. On the Socioeconomics of Industrial Networks*. London: Routledge
- Granovetter, Mark 1996. A gazdasági intézmények társadalmi megformálása: a beágyazottság problémája. In: Lengyel Gy.–Szántó Z. (szerk.) *A gazdasági élet szociológiája*. Budapest: BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék
- Lane, Christel–Reinhard Bachmann 2000. *Trust Within and Between Organizations*. New York: Oxford University Press
- Luhmann, Niklas 1979. *Trust and power*. Chichester: John Wiley
- Opp, Karl-Dieter 1996. Piacszerkezetek, társadalmi szerkezetek, és a piaci kooperáció. In: Lengyel Gy.–Szántó Z. (szerk.) *A gazdasági élet szociológiája*. Budapest: BKE Szociológia és Szociálpolitika Tanszék
- Powell, Walter W.–Laurel Smith-Doerr 1994. Networks and Economic Life. In: N. J. Smelser–R. Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, N. J.: Princeton University Press és New York: Russel Sage Foundation
- Rousseau, D. M.–S. B. Sitkin–R. S. Burt–C. Camerar 1998. Not so different after all: a cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23, 3.
- Sako, Mari 1992. *Prices, Quality and Trust. Interfirm Relations in Britain and Japan*. New York: Cambridge University Press
- 2000. Does Trust Improve Business Performance. In: C. Lane–R. Bachmann (eds.) *Trust Within and Between Organizations*. New York: Oxford University Press
- Sztompka, Piotr 1999. *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge, UK: Cambridge University Press
- Williamson, Oliver E. 1985. *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press