Vállalati együttműködések a romániai kis- és középvállalkozások esetében: egy országos felmérés eredményei

GYÖRGY OTTILIA[1] – MADARAS SZILÁRD[2]

Tanulmányunk a vállalati együttműködések és üzleti partnerségek típusait vizsgálja egy 2018-as, romániai KKV-k körében végzett, országosan reprezentatív kérdőíves felmérés adatai alapján. Kérdőíves felmérésünk a következő területekre fókuszál: a vállalkozások közötti együttműködések, a stratégiai együttműködések, a beszállítók száma, valamint a beszállítók típusa, együttműködések az állammal és a helyi intézményekkel, valamint a helyi vagy külföldi partnerek előnyben részesítése. Klaszteranalízis és főkomponens-elemzés alapján azonosítottuk a romániai KKV-k leggyakoribb együttműködési alaptípusait, illetve a hosszú távú beszállítókkal szemben támasztott legfontosabb kritériumokat.

Kulcsszavak: KKV, üzleti partnerségek, vállalkozói együttműködés, beszállítói kapcsolatok.

JEL kódok: L2, L26, L29.

Bevezetés

Elemzésünk célja a romániai KKV-k együttműködési alaptípusainak azonosítása. A vállalati együttműködések elemzése a szakirodalom aktuális kérdései közé tartozik. A 80-as évek végétől napjainkig számos kutatás született, amely a vállalatok közötti együttműködést vizsgálja. A kutatások többségében megjelenik az az általánosan elfogadott nézet, hogy a vállalati együttműködésnek a versenyelőny megszerzésében van jelentős szerepe (Tallman et al. 2004).

A 21. századi globális gazdasági világban a cégek közötti együttműködés a szokásos üzletmenet részévé vált. A kisvállalatok elsődleges érdekei közé tartozik erős kapcsolatokat kiépíteni a beszállító cégekkel, hiszen az üzleti hatékonyságuk és sikerük ettől is függ (Beekman–Robinson 2004). Az üzleti interdependenciák kulcsfontosságúvá váltak napjainkban. A termékpiacokon a kapcsolatrendszer megléte hozzájárul a vállalat lokális versenyelőnyéhez, például egy kisvállalat számára a hosszú távú szerződések használata növeli a cég túlélési esélyeit (Aldrich–Auster 1986).

[1] PhD, egyetemi adjunktus, Sapientia Tudományegyetem, Csíkszeredai Kar, e-mail: gyorgyottilia@uni.sapientia.ro.

[2] PhD, egyetemi adjunktus, Sapientia Tudományegyetem, Csíkszeredai Kar, e-mail: madarasszilard@uni.sapientia.ro.

A Fuschi–Tvaronavičienė (2016) szerzőpáros javaslata szerint, amennyiben egy vállalat stratégiája a tevékenységek kiszervezése, illetve a hálózatalapú üzleti társulás létrehozása (kis- és középvállalkozások esetén), valószínűleg csökken a menedzsmentkontroll, de ezzel együtt nő az elérhető megbízható szakértők száma. Ugyanakkor ez a stratégia költséghatékonyságot von maga után a vállalat számára.

Az üzleti kapcsolatok kialakításának öt fontos sikertényezője van a vállalatok számára: az ismeretek megosztása, az innováció serkentése, a tranzakciós költségek csökkentése, jobb hírnév kialakítása, illetve újabb piaci lehetőségek felkutatása. Ezen kívül fontos megemlíteni, hogy azon vállalatok, amelyek több partnerrel rendelkeznek, nagyobb és mélyebb hálózati rendszert tudnak kialakítani maguknak (Lin–Lin 2016).

Szakirodalmi áttekintés és kutatási módszertan

A vállalati együttműködésről 2018-ban országosan reprezentatív kérdőíves felmérést végeztünk a romániai KKV-k vezetői és/vagy menedzserei körében. Azt a tíz kérdést, amely ezt a témakört vizsgálta, a szakirodalom alapján a következő dimenziók szerint csoportosítottuk: az együttműködés típusa, az állammal és a helyi intézményekkel kialakított kapcsolatok, a beszállítók jellemzői, illetve a földrajzi elhelyezkedés. Az alábbiakban ezen dimenziók rövid szakirodalmi tárgyalása következik.

A vállalati együttműködés típusai

Egy vállalat együttműködhet a többi vállalattal, az állami intézményekkel, létrehozhat hosszabb stratégiai szövetséget, vagy rövidebb (például egy projekt erejéig kialakított) együttműködést.

Egy jól kialakított partnerségi megállapodási rendszer biztosítja a kisvállalatok számára is az erőforrásokhoz való hozzáférés lehetőségét. Az elmúlt években számos kutatás bizonyította, hogy a KKV-k szívesen együttműködnek az állami intézményekkel és az alvállalkozókkal egyaránt (Davey et al. 2001).

A KKV-k választhatják a horizontális együttműködést, amellyel együttesen képesek a méretgazdaságosság elérésére. A vertikális együttműködéssel pedig fókuszálhatnak az alaptevékenységeikre, mélyíthetik a külső munkamegosztást, valamint létrehozhatják a vállalkozások közötti hálózatot (Nwokocha–Nwankwo 2019). Romániában a KKV-k többsége alvállalkozóként működik. A KKV-k viszonylag könnyen alkalmazkodnak, így könnyedén részt vesznek a vertikális integrációban (Ciplea–Stoenoiu 2019).

Kétfajta partnerségről beszélhetünk: az egyik a projektpartnerség, ahol a felek csupán egy projekt erejéig működnek együtt, a másik pedig a stratégiai partnerség, ahol a felek az együttműködést hosszabb távra tervezik (Davey et al. 2001).

Az üzleti partnerségek (vagy nevezhetjük stratégiai szövetségeknek is) két csoportját különböztethetjük meg aszerint, hogy termelési vagy szolgáltatási tevékenységhez kapcsolódik (Kafigi 2015): olyan szövetségek, amelyek elsősorban a termeléshez kapcsolódnak, illetve olyan szövetségek, amelyek tartalmazzák a gyártási folyamat valamelyik szegmensét.

Egyes tanulmányok azt vizsgálják, hogy a szövetség típusa elősegíti-e a cégek túlélési esélyeit (Kafigi 2015). A cégek a stratégiai szövetségek különböző formáit használják versenyképességük növelésére, hiszen sok esetben a céljaik elérése nagymértékben függ a szövetség formájától (Elmuti–Kathawala 2001). Kutatások igazolják, hogy kapcsolat van a szövetségek típusa, a költség- és kockázatcsökkentés között, illetve az erőforrások hozzáférhetősége között (Kafigi 2015). Ugyanakkor számos kutatás szerint a hosszú távú üzleti kapcsolatok a bizalomra épülnek (Wimmer–Mandják 2003).

A romániai KKV-k innovációs erőfeszítései a 2014 és 2015 közötti időszakban elsősorban az új termékekre, az új menedzsment- és marketingmegközelítésekre, az új technológiákra és az információs rendszerekre összpontosultak (Nicolescu et al. 2012).

Az ágazati szintű megoszlás Romániában azt mutatja, hogy a KKV-szektorban a legmagasabb a nagy- és kiskereskedelemben működők aránya, ezt követi a szolgáltatói szektor, majd az ipar, és ezen belül is az építőipar, valamint a feldolgozóipar (Vătămănescu et al. 2017).

Az üzleti kapcsolatok kialakításában fontos elem, hogy milyen típusú kapcsolati formát vesz igénybe egy vállalat, illetve hogy mennyire fontosak az egyes típusú kapcsolati formák a vállalat számára. Ez a döntés tulajdonképpen egy stratégiai döntés is, amely által a vállalat a céljait, valamint a határait is megszabja.

Felmérésünkben a vállalatközi kapcsolatok fő típusaira (Szegedi–Prezenszki 2010) kérdeztünk rá: „mennyire fontosak az üzleti kapcsolataik alábbi típusai a vállalati stratégia megvalósítása szempontjából (a hosszú távú kapcsolatok megléte, együttműködés; a stratégiai szövetségek megléte; a stabil kapcsolatok a helyi intézményekkel; illetve az állami együttműködések)?" (KOOP1, KOOP2, INT1, INT2 változók az 1. táblázatban). A válaszadóknak egy 1-től 10-ig terjedő skálán kellett kiválasztaniuk a kapcsolati forma fontosságát.

Az állammal és helyi intézményekkel kialakított kapcsolatok

Az együttműködések és partnerségi formák között előkelő helyet foglalnak el az állami szervezetekkel, illetve helyi intézményekkel kialakított együttműködések.

A globalizáció, valamint az ennek köszönhető gazdasági interakciók következtében a helyi önkormányzatokat is arra kényszerítik, hogy új stratégiákat kövessenek, kapcsolódjanak az üzleti világhoz (Yanez et al. 2008).

Manapság az állami szervezetek együttműködése a vállalkozói szférával elsősorban a támogatás formájában, közvetett módon valósul meg. Ezáltal segítheti az állam a vállalkozásokat új projektek megvalósításában. Ez közvetett módon befolyásolja a vállalkozások innovációs tevékenységét (Matt–Wolff 2004). Valójában az együttműködések kialakítása a KKV-k és az együttműködési szervezetek között kétoldalú szervezeti innovációhoz vezethetnek (Amin et al. 2015).

Tanulmányok bizonyítják, hogy a vállalkozások/intézmények közötti együttműködés, ideértve a főbb megállapodásokat és az informális, hosszú távú stratégiai szövetségeket is, fokozatos újításokhoz vezethetnek (Sammarra–Biggiero 2008).

A beszállítók jellemzői

A vállalat legfontosabb döntései közé tartozik a számára legjobb beszállítói kör kialakítása, hiszen ez a beszerzési stratégiájának a része.

A Beekman–Robinson (2004) szerzőpáros azt vizsgálja, hogy erős korreláció van egy vállalat növekedése és a beszállítókkal való kapcsolatok megléte között. Ezek a kapcsolatok nemcsak lehetőséget adnak más piacokra betörni, de határozott növekedést is létrehozhatnak, vagyis beigazolódott hipotézisük, mely szerint a beszállítótól történő nagyobb mértékű vásárlás megnöveli a vállalat eladásait is. A vállalat a beszállítóval együttműködve növekszik, melynek következtében elérhet egy olyan szintet, hogy kinövi a jelenlegi partnereit és nagyobbakra lesz szüksége, mégis a megfigyelések azt mutatják, hogy próbálnak együtt dolgozni a már meglévő partnereikkel.

Több kutatás foglalkozik a beszállítók számának kiválasztásával. Nemcsak előnye, hanem hátránya is van a sok beszállítónak (Piskóti 2004), illetve létezik egyfajta nyitás a hosszú távú együttműködések felé, amelyre inkább a kisebb számú beszállítói kör a jellemző (Narayandas–Rangan 2004).

Kérdőíves felmérésünkben rákérdeztünk a vállalkozások főtevékenységéhez kapcsolódó beszállítóinak számára, akik terméket és/vagy szolgáltatást nyújtottak. Felmérésünk második kérdése arra vonatkozott, hogy „hány beszállítóval dolgozik a vállalat, ami közvetlenül a vállalat tevékenységéhez kapcsolódik?”

(BESZ1 változó az 1. táblázatban). Négy válaszlehetőséget adtunk meg (1. a beszerzés több mint 80 százaléka kevesebb mint 5 beszállítótól származik; 2. 5–20 beszállító; 3. 21–100 beszállító; 4. több mint 100 beszállító).

Harmadik kérdésünkben arra voltunk kíváncsiak, hogy a beszállítói kapcsolatoknak milyen a jellege, azaz termékeket vagy inkább szolgáltatásokat vesznek igénybe. A kérdés így hangzott: „hogyan oszlanak meg azok a beszállítók, akikkel a cége együttműködik (szállítók, akik több terméket szállítanak, vagy szállítók, akik további szolgáltatást/szolgáltatásokat nyújtanak)?" (BESZ2 és BESZ3 változók az 1. táblázatban). Ennek a kérdésnek az volt az elsődleges célja, hogy rávilágítson: a vizsgálatban részt vevő KKV-ra melyik típusú beszállítói partnerség jellemző leginkább.

A legfőbb döntési dimenziók közé tartozik az is, hogy „mekkora a belföldi és külföldi partnerek aránya a beszállítói hálózatban?" (HELY1 és HELY2 változók az 1. táblázatban). Az arra vonatkozó döntést, hogy hazai vagy nemzetközi beszállítóval dolgoznak, számos tényező befolyásolhatja, mint például a földrajzi távolságokból adódó költségek vagy az ellátásbiztonság.

Ezen kívül természetesen az is fontos, hogy egy vállalat stratégiájában a hosszú távú kapcsolatok milyen szerepet töltenek be. Kérdőívünkben rákérdeztünk a vállalatok hosszú távú kapcsolatainak arányára is, a következőképpen: „mekkora a hosszú távú (egy éven túli) szerződések aránya az összes beszállítóval kötött szerződésből?" (KOOP3 változó az 1. táblázatban). Öt lehetséges válaszalternatívát fogalmaztunk meg: 1–20% között, 21–40% között, 41–60% között, 61–80% között, valamint 81–100% között.

A beszállítók földrajzi elhelyezkedése

A KKV-k számára rendkívül fontos a nemzetközi együttműködés, mert ezáltal a viszonylag korlátozott forrásaikat kibővíthetik, s így gyakran használnak egy nemzetközi együttműködést belépőnek a külföldi piacokon (Kaufmann 1995). Egy másik kutatás ugyanakkor azt is alátámasztja, hogy az üzleti kapcsolatok bővítése pozitív hatással van a KKV-k teljesítményére, valamint a külföldi piacra való betörésére (Cisi et al. 2016). Más kutatások arra világítanak rá, hogy amennyiben a nemzetközi együttműködési megállapodások jelentős szerepet játszanak a KKV-k stratégiájában, az exportteljesítményük is sikeresebb (Antti et al. 2005).

Felmérésünkben két kérdés vonatkozott a vállalkozások beszállítóinak földrajzi elhelyezkedésére, amelyekben a válaszadó vállalatvezetők a belföldi, illetve külföldi beszállítók arányát adták meg (1. táblázat).

1. táblázat: Az elemzés változói

Dimenziók / Változók	Jelölés	N	Minimum	Maximum	Átlag	Szórás
Az együttműködés típusa szerint						
Hosszú távú partnerségi-együttműködési kapcsolatok	KOOP1	373	2,00	10,00	8,60	1,209
Stratégiai szövetségek	KOOP2	371	2,00	10,00	8,16	1,470
Hosszú távú szerződések	KOOP3	374	3,00	10,00	8,38	1,314
Az állammal és helyi intézményekkel kialakított kapcsolatok						
Helyi intézményekkel kialakított stabil kapcsolatok	INT1	292	1,00	5,00	3,2691	1,21445
Az állammal kialakított együttműködési kapcsolatok	INT2	361	1,00	10,00	7,95	1,507
A beszállítók jellemzői						
A vállalkozás főtevékenységéhez kapcsolódó beszállítók száma	BESZ1	374	0,00	4,00	2,5166	1,15206
Olyan beszállítók, amelyek több terméket szállítanak	BESZ2	374	0,00	4,00	,9864	,83110
Olyan beszállítók, amelyek egy szolgáltatást vagy kiegészítő szolgáltatást szállítanak	BESZ3	374	1,00	4,00	2,0894	,66773
A beszállítók földrajzi elhelyezkedése						
Belföldi beszállítók	HELY1	372	1,00	4,00	3,5695	,70638
Külföldi beszállítók	HELY2	199	1,00	4,00	1,7779	,77321
A hosszú távú beszállítók kiválasztásának kritériumai						
Alacsonyabb és stabilabb árak/ költségek	HTBESZ1	292	5,00	10,00	8,98	5,862
Biztonságos ellátás, nagyobb vásárlási stabilitás	HTBESZ2	292	4,00	10,00	9,19	7,323
Idő- és tranzakciós költségek megtakarítása	HTBESZ3	292	1,00	10,00	8,68	4,740
Előny megszerzése a versenytársakkal szemben	HTBESZ4	292	5,00	10,00	8,59	1,115
A szállító kompetenciája és hírneve	HTBESZ5	292	1,00	10,00	8,72	1,201
Hűség és bizalom azon beszállítókhoz, akik már bizonyítottak	HTBESZ6	292	5,00	10,00	8,69	1,164
A beszállítói kapcsolat hozzájárul a vállalatról kialakított kedvező piaci megítéléshez	HTBESZ7	292	1,00	10,00	9,44	9,849
A beszállítóval közös, jövőbeni stratégia megvalósításának lehetősége	HTBESZ8	292	1,00	10,00	9,15	8,365

Forrás: Saját számítások

A hosszú távú beszállítók kiválasztásának ismérvei

A romániai KKV-kra vonatkozó kérdőíves felmérésünkben külön vizsgáltuk a hosszú távú beszállítók kiválasztásának legfontosabb kritériumait: alacsonyabb árak, stabilitás, idő- és tranzakciós költségek megtakarítása, versenytársakkal szembeni előnyök, a beszállító kompetenciája és hírneve, hűség és bizalom, a beszállító hozzájárulása a vállalatról kialakított kedvező megítéléshez, illetve a beszállítóval közös stratégiai együttműködés jövőbeli esélye.

Az ötödik kérdéscsoport a hosszú távú (1 évnél hosszabb idejű), beszállítók kiválasztásának kritériumaira vonatkozott:

– alacsonyabb és stabilabb árak/költségek (HTBESZ1),

– biztonságos ellátás, nagyobb vásárlási stabilitás (HTBESZ2),

– idő- és tranzakciós költségek megtakarítása (HTBESZ3),

– előny megszerzése a versenytársakkal szemben (HTBESZ4),

– a szállító kompetenciája és hírneve (HTBESZ5),

– hűség és bizalom azon beszállítókhoz, akik már bizonyítottak (HTBESZ6),

– a beszállítói kapcsolat hozzájárul a vállalatról való kedvező piaci megítélés és vélemény kialakításához (HTBESZ7),

– a beszállítóval közös, jövőbeni stratégia megvalósításának lehetősége (HTBESZ8).

Összefoglalva, elemzésünk öt kérdéscsoportot vizsgál, tizennyolc változót használva fel, melyek statisztikai jellemzői az 1. táblázatban találhatók.

A változók közötti kapcsolatok vizsgálata

Első lépésben, a változók közötti kapcsolatok elemzése céljából, a Spearman-féle korrelációs együtthatót számoltuk ki. A legfontosabb korrelációs kapcsolatok a következők:

– A belföldi beszállítók (HELY1) és külföldi beszállítók (HELY2) között erős negatív szignifikáns kapcsolat van.

– A hosszú távú partnerségnek (KOOP1) közepes pozitív szignifikáns kapcsolata van a stratégiai szövetséggel (KOOP2), a helyi intézményekkel (INT1) és állammal (INT2) kialakított együttműködéssel.

– A stratégiai szövetségnek (KOOP2) közepes pozitív szignifikáns kapcsolata van a helyi intézményekkel (INT1) és állammal (INT2) kialakított együttműködéssel.

– A vállalkozás főtevékenységéhez kapcsolódó beszállítók számának (BESZ1) közepes pozitív szignifikáns kapcsolata van a szolgáltatásbeszállítóval (BESZ3).

2. táblázat: A Spearman-féle korrelációs táblázat eredményei

	KOOP1	KOOP2	KOOP3	INT1	INT2	BESZ1	BESZ2	BESZ3	HELY1	HELY2
KOOP1	1,000	,413**	,061	,460**	,348**	,045	-,132**	,089	,037	-,199**
KOOP2	,413**	1,000	-,134*	,426**	,479**	,008	,057	,048	,024	-,184**
KOOP3	,061	-,134*	1,000	,082	-,092	,078	,035	-,110	-,074	,104
INT1	,460**	,426**	,082	1,000	,334**	,058	-,041	,021	-,035	-,076
INT2	,348**	,479**	-,092	,334**	1,000	-,077	-,092	-,008	-,034	-,084
BESZ1	,045	,008	,078	,058	-,077	1,000	,132**	,284**	-,211**	,062
BESZ2	-,132**	,057	,035	-,041	-,092	,132**	1,000	-,257**	,164**	-,055
BESZ3	,089	,048	-,110	,021	-,008	,284**	-,257**	1,000	-,222**	,024
HELY1	,037	,024	-,074	-,035	-,034	-,211**	,164**	-,222**	1,000	-,964**
HELY2	-,199**	-,184**	,104	-,076	-,084	,062	-,055	,024	-,964**	1,000

** a korreláció 0,01 szinten szignifikáns, * a korreláció 0,05 szinten szignifikáns

Forrás: Saját számítások

A továbbiakban az eltérő skálákon mért változókat standardizáltuk, majd klaszterelemzéssel vizsgáltuk a kapcsolatok típusait, illetve faktorelemzéssel a hosszú távú beszállítókkal kapcsolatos elvárásokat.

A romániai KKV-k kapcsolati és együttműködési típusainak vizsgálata

Kérdőíves adatbázisunk tartalmazza a romániai kis- és középvállalkozások kapcsolati és együttműködési típusainak legfontosabb jellemzőit. A vállalkozások különböznek abban, hogy partnerségi együttműködésük hosszú távú vagy rövid távú, külföldi vagy belföldi, illetve nagyszámú vagy kevés beszállítóval rendelkeznek, melyek terméket vagy szolgáltatást nyújtanak. Ezek a különbségek egyértelműen megjelennek az elvégzett klaszterelemzésben, és meghatározzák a vállalkozásokból létrehozott csoportok típusait (3. táblázat).

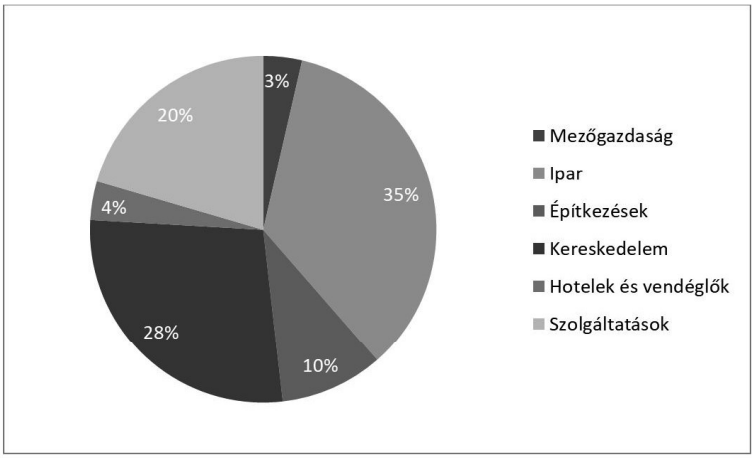
3. táblázat: A klaszterelemzés klaszterközéppontjai

Változók	Klaszterek			
	1	2	3	4
KOOP1	9	8	7	2
KOOP2	9	7	9	4
KOOP3	3,28	3,38	3,02	4,00
INT1	9	8	6	3
INT2	9	7	5	4
BESZ1	2,49	2,16	3,07	4,00
BESZ2	1,20	1,16	1,34	0,00
BESZ3	2,29	2,16	3,07	3,00
HELY1	3,17	3,26	3,19	2,00
HELY2	1,74	1,69	1,81	3,00

Forrás: Saját számítások

K-közép klaszterelemzéssel a vállalkozások adatbázisából négy klaszter-csoportot alakítottunk, amelyek tulajdonságaik szerint jól elkülönülnek (3. táblázat).

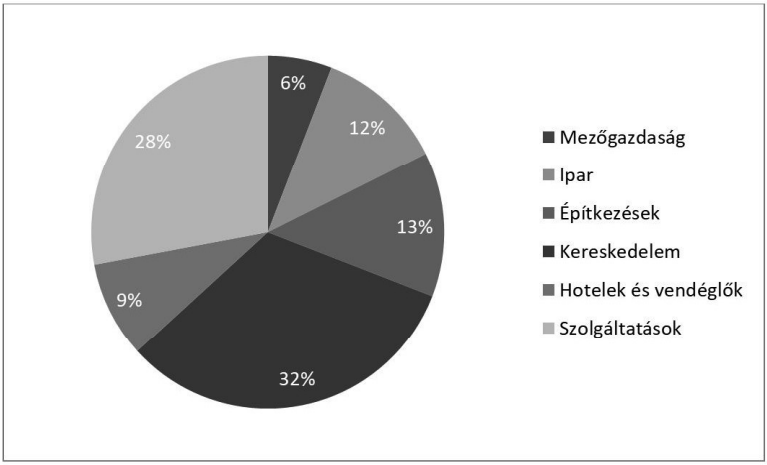
Az első csoportban, amelynek az *Állammal és helyi intézményekkel kialakított hosszú távú és stratégiai együttműködés* nevet adtunk, olyan vállalkozások találhatóak, amelyek esetében a legmagasabb a preferencia a hosszú távú partnerségi-együttműködési kapcsolatok (KOOP1) terén, illetve a stratégiai szövetségek (KOOP2), valamint a helyi intézményekkel (INT1) és az állammal kialakított együttműködési kapcsolatok (INT2) esetében. Az ebben a klaszterben található 83 vállalkozás közül, sorrendben, legtöbben az iparban (35%), a kereskedelemben (28%), a szolgáltatásokban (20%), illetve az építkezésben (10%) fejtik ki tevékenységüket.



Forrás: Saját számítások

1. ábra: Az állammal és helyi intézményekkel kialakított hosszú távú és stratégiai együttműködés csoportban található vállalkozások ágazati szerkezete

A második csoport, a *Belföldi beszállítók* esetében, a többi klaszterhez képest a legmagasabb a HELY1, vagyis a belföldi beszállítók értéke. Ágazati bontásban a legtöbb ebben a csoportban található vállalkozás a kereskedelemben tevékenykedik (32%), ezt követi a szolgáltatások (28%), az építkezések (13%), az ipar (12%), a hotelek és vendéglők (9%) és a mezőgazdaság (6%).



Forrás: Saját számítások

2. ábra: A belföldi beszállítók csoportban található vállalkozások ágazati szerkezete

A harmadik csoportba (*Szolgáltatásokkal kialakított stratégiai szövetségek*) azok a vállalkozások kerültek, ahol magas értékkel szerepelnek a stratégiai szövetségek (KOOP2) és a szolgáltatásbeszállítók (BESZ3). A vállalatok 75%-a a kereskedelemben, 25%-uk az iparban tevékenykedik.

A negyedik csoportnak a *Külföldi beszállítók* nevet adtuk, ide a legmagasabb preferenciával a hosszú távú szerződések (KOOP3), a nagyszámú beszállítók (BESZ1), illetve a külföldi beszállítók (HELY2) tartoznak. Egyetlen, a szolgáltatások területén tevékenykedő vállalat tartozik ehhez a klaszterhez.

A romániai KKV-k beszállítóinak kiválasztási kritériumai

A hosszú távú beszállítók kiválasztásának kritériumaira elemzésünkben nyolc kérdés vonatkozott (az 1. táblázatban bemutatott HTBESZ1–HTBESZ8 változók). Ezen kritériumokat kiegészítettük a hosszú távú partnerségi együttműködés (KOOP1) és a beszállítók száma (BESZ1) változókkal, majd ezt az összesen tíz változót főkomponens-elemzéssel vizsgáltuk (4. táblázat).

A változók számának csökkentésén túl arra voltunk kíváncsiak, hogy milyen látens változók alapján tudjuk leírni a szakirodalomból ismert beszállítói elvárá-

sokat, úgymint a bizalom (Wimmer–Mandják 2003), a versenyképesség növelése (Elmuti–Kathawala 2001), a hosszú távú együttműködés fontossága (Narayandas–Rangan 2004), az erőforrásokhoz való hozzáférés, illetve a költség- és kockázatcsökkentés (Kafigi 2015).

Az eredmények azt mutatják, hogy a KMO (Kaiser–Meyer–Olkin) kritérium értéke 0,723, tehát az adatok alkalmasak a faktorelemzésre. Az általunk kiszámolt négy főkomponens a variancia 81,397%-át írja le.

Az első főkomponensnek a *Hosszú távú partnerség, előny és bizalom* nevet adtuk, mivel erős pozitív kapcsolatot mutat a következő változókkal: előny megszerzése a versenytársakkal szemben (HTBESZ4), a szállító kompetenciája és hírneve (HTBESZ5), hűség és bizalom azon beszállítókhoz, akik már bizonyítottak (HTBESZ6) és a hosszú távú partnerségi-együttműködési kapcsolatok (KOOP1).

4. táblázat: A főkomponens-elemzés eredményei

Változók		Főkomponensek			
		1	2	3	4
Alacsonyabb és stabilabb árak/költségek	HTBESZ1	0,218	0,595	0,325	0,016
Biztonságos ellátás, nagyobb vásárlási stabilitás	HTBESZ2	0,003	-0,051	0,905	-0,004
Idő- és tranzakciós költségek megtakarítása	HTBESZ3	0,222	-0,265	0,093	-0,606
Előny megszerzése a versenytársakkal szemben	HTBESZ4	0,715	-0,012	0,168	0,004
A szállító kompetenciája és hírneve	HTBESZ5	0,698	-0,154	-0,195	-0,076
Hűség és bizalom azon beszállítókhoz, akik már bizonyítottak	HTBESZ6	0,716	0,036	0,142	-0,041
A beszállítói kapcsolat hozzájárul a vállalatról kialakított kedvező piaci megítéléshez	HTBESZ7	0,115	-0,206	0,061	0,766
A beszállítóval közös, jövőbeni stratégia megvalósításának lehetősége	HTBESZ8	0,182	-0,306	0,06	0,214
Hosszú távú partnerségi-együttműködési kapcsolatok	KOOP1	0,742	0,143	-0,069	0,09
A vállalkozás főtevékenységéhez kapcsolódó beszállítók száma	BESZ1	0,018	0,698	-0,145	0,051

Forrás: Saját számítások

A második főkomponensnek, a *Nagyszámú beszállítónak*, a vállalkozás főtevékenységéhez kapcsolódó beszállítók számával (BESZ1) van erős pozitív kapcsolata.

A harmadik a *Biztonság és stabilitás* főkomponens, amelynek erős pozitív kapcsolata van a biztonságos ellátás, nagyobb vásárlási stabilitás (HTBESZ2) változóval.

Végül sorrendben a negyedik főkomponens, amelynek a *Kedvező piaci megítélés* nevet adtuk, a HTBESZ7 (a beszállítói kapcsolat hozzájárul a vállalatról kialakított kedvező piaci megítéléshez) változóval mutat erős pozitív kapcsolatot (4. táblázat).

Következtetések

Cikkünkben a romániai kis- és középvállalkozások vállalati együttműködését egy 2018-as országosan reprezentatív kérdőíves felmérés adatai alapján vizsgáltuk. A kérdéseket négy dimenzió szerint csoportosítottuk: az együttműködés típusa (hosszú távú együttműködés, illetve szerződések és stratégiai szövetségek), az állammal és helyi intézményekkel kialakított kapcsolatok, a beszállítók jellemzői (beszállítók száma, terméket, illetve szolgáltatást beszállítók) és földrajzi elhelyezkedése (belföldi vagy külföldi beszállítók) alapján.

A változók közötti Spearman-féle korrelációs együttható értéke erős negatív szignifikáns kapcsolatot mutat a belföldi beszállítók (HELY1) és külföldi beszállítók (HELY2) között, ami arra utal, hogy a romániai KKV-k a beszállítók közül szinte kizáró jelleggel, vagy csak belföldieket, vagy csak külföldieket preferálnak.

Klaszterelemzésünk eredményeként négy jól körülhatárolható klasztercsoportot azonosítottunk. Az első csoportban, összhangban a szakirodalomból megismert eredményekkel, a hangsúly a hosszú távú partnerségi-együttműködési kapcsolatokon, mint Narayandas–Rangan (2004) elemzésében, valamint a stratégiai szövetségeken, a helyi intézményekkel és az állammal kialakított együttműködési kapcsolatokon van. Ebbe a csoportba többségében az iparban, a kereskedelemben, a szolgáltatásokban, illetve az építkezésben tevékenykedő vállalatok kerültek. A második csoportban található vállalkozások esetében dominálnak a belföldi beszállítók, és ágazati szempontból a legtöbben a kereskedelemben és szolgáltatásokban tevékenykednek. A harmadik csoportba kerültek azok a romániai kis- és középvállalkozások, amelyeknél magas értékkel szerepeltek a stratégiai szövetségek és a szolgáltatásbeszállítók. Végül a negyedik csoport domináns változói a hosszú távú szerződések, a nagyszámú beszállítók, illetve a külföldi beszállítók voltak.

A tíz változóból kialakított adatbázis főkomponens elemzés négy komponens esetében mutatott egynél nagyobb sajátértéket. Az első főkomponens (*Hosszú*

távú partnerség, előny és bizalom) összhangban van Wimmer–Mandják (2003) megállapításaival az üzleti kapcsolatokon belüli bizalom tekintetében. A második főkomponens (*Nagyszámú beszállító*) utal a romániai KKV-k széles körű partnerségi és beszállítói szerkezetére. A harmadik főkomponens (*Biztonság és stabilitás)* Wimmer–Mandják (2003) és Kafigi (2015) eredményeit támasztja alá. *Kedvező piaci megítélésre* utal a negyedik főkomponens, amely a beszállítói kapcsolatoknak a következménye, részben alátámasztva Beekman–Robinson (2004) megállapításait, mely szerint a beszállítókkal való kapcsolatok hozzájárulnak a vállalat fejlődéséhez.

Kutatásunk korlátait az jelenti, hogy a romániai kis- és középvállalkozásokra vonatkozó kérdőívünkben a vállalati együttműködések kérdéscsoport dimenziói elsősorban a partnerségek meglétére és típusaira vonatkoztak, emiatt kevésbé mértük fel az együttműködések szakmai, termék- vagy szolgáltatásfejlesztési, illetve tudásmegosztó jellegét. Következő kutatási témaként ezen dimenziók vizsgálatát jelöltük ki.

Irodalomjegyzék

Aldrich, H. E.–Auster, E. 1986. Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications. In: Staw, B. M.–Cummings, L. L. (eds.) *Research in Organizational Behavior*. Greenwich: JAI Press, 165–198.

Amin, R. K.–Maryam, R.–Zahra, H.–Safoora, A. D. J. 2015. Cooperation Networks and Innovation Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *International Journal of Management, Accounting and Economics* 2(3), 233–242.

Antti, H.–Vivekananda, M.–Ugur, Y.–Emin, B. 2005. Cooperative strategy, knowledge intensity and export performance of small and medium sized enterprises. *Journal of World Business* 40, 124–138.

Beekman, A. V.–Robinson, R. B. 2004. Supplier Partnerships and the Small, High-Growth Firm: Selecting for Success. *Journal of Small Business Management* 42(1), 59–77.

Ciplea, S. A–Stoenoiu, C. E. 2019. Analiza IMM-urilor din Romania. *Stiinţă şi inginerie* 35(9), 1–6.

Cisi, M.–Devicienti, F.–Manello, A.–Vannoni, D. 2016. The Impact of Formal Networking on the Performance of SMEs. *Working Papers Collegio Carlo Alberto 490*, Carlo Alberto Notebooks.

Davey, C. L.–Lowe, D. J.–Duff, A. R. 2001. Generating opportunities for SMEs to develop partnerships and improve performance. *Building Research & Information* 29(1), 1–11.

Elmuti, D.–Kathawala, Y. 2001. An overview of strategic alliances. *Management Decision* 39(3), 205–218.

Fuschi, D. L.–Tvaronavičienė, M. 2016. A network based business partnership model for SMEs management. *The International Journal, entrepreneurship and sustainability issues* 3(3), 282–289.

Kafigi, J. 2015. Strategic Alliance Typology and Survival Chances among Medium-Sized Manufacturing Firms in Tanzania. *Journal of Competitiveness* 7(2), 38–59.

Kaufmann, F. 1995. Internationalization via co-operation – strategies of SME. *International Small Business Journal* 13(2), 27–32.

Lin, F. J.–Lin, Y. H. 2016. The effect of network relationship on the performance of SMEs. *Journal of Business Research* 69(5), 1780–1784.

Matt, M.–Wolff, S. 2004. Incentives, coordination and learning in government-sponsored vs. spontaneous inter-firm research cooperation. *International Journal of Technology Management* 27(8), 694–711.

Narayandas, D.–Rangan, V. K. 2004. Building and Sustaining Buyer–Seller Relationships in Mature Industrial Markets. *Journal of Marketing* 68(3), 63–77.

Nicolescu, L.–Nicolescu, C.–Nicolae, E. 2012. Romanian SME's and their human resource management: recent trends and proposals for future. In: Illés, C. B. (ed.) *SMEs' Management in the 21st Century – Challenges and Solutions.* Czestochowa: Czestochowa Publisher, 54–66.

Nwokocha, V. C.–Nwankwo, C. 2019. The effects of subcontracting forms on the sustenance of SMEs: A panacea for sustainable development goals (SDGs) in Enugu State Nigeria. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 15(4), 293–307.

Piskóti, I. 2014. *Business marketing-menedzsment – Üzleti döntések, kapcsolatok marketing támogatása*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Sammarra, A.–Biggiero, L. 2008. Heterogeneity and specificity of inter-firm knowledge flows in innovation networks. *Journal of Management Studies* 45(4), 800–829.

Szegedi, Z.–Prezenszki, J. 2010. *Logisztika-menedzsment.* Budapest: Kossuth Kiadó.

Tallman, S. B.–Jenkins, M.–Henry, N.–Pinch, S. 2004. Knowledge, clusters, and competitive advantage. *Academy of Management Review* 29(2), 258–271.

Vătămănescu, E.–Andrei, A. G.–Nicolescu, L.–Pînzaru, F.–Zbuchea, A. 2017. The Influence of Competitivenesson SMEs Internationalization Effectiveness. Online Versus Offline Business Networking. *Information Systems Management* 34(3), 205–219.

Wimmer, Á.–Mandják, T. 2003. Az üzleti kapcsolatok, mint értékteremtő tényezők? *45. sz. Műhelytanulmány*. Budapest: Vállalatgazdaságtan Tanszék.

Yanez, C. J. N.–Magnier, A.–Ramirez, M. A. 2008. Local governance as government-business cooperation in western democracies: analyzing local and intergovernmental effects by multi-level comparison. *International Journal of Urban and Regional Research* 32(3), 531–547.