A tudás alkalmazása a magyarországi szőlőtermelésben és borászatban (Egy empirikus felmérés tapasztalatai)

Tóth József

Kulcsszavak: borpiac, tudás, alkalmazás, eredményesség.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A világpiaci bortrendek a magasabb tudást megtestesítő prémium- és szuperprémiumborok irányába mutatnak. Európában leginkább Franciaország határozza meg ezt a vonulatot. Magyarország az elmúlt évtizedben elmaradt ettől a trendtől. Vizsgálataink szerint a tudás használata és terjedése ugyan jelentős tényező a különféle vállalkozások sokféleségében, de nem egyértelműen szignifikáns a többféle módon mért eredményesség alakításában. Ugyanakkor az is megállapítható, hogy a magyarországi vállalkozások a vállalkozás egészének innovatív jellege, a borágazatban felhalmozódott tudás napi kapcsolatokon keresztül történő terjedése és a vállalati folyamatok innovatív menedzsmentje révén piaci sikereket érhetnek el.[1]

BEVEZETÉS

A közép- és kisvállalkozások innovációs kapacitása (erőfeszítések, tevékenységek és azok eredményei) korlátozottak, mert a kapacitások fejlesztése, illetve fenntartása nagyon hamar erőforráskorlátokba ütközik. Ugyanakkor az egyes területeken, mint például a borszektorban tapasztalható rendkívül éles verseny miatt különösen a kisvállalkozásokban megkerülhetetlen az „ugrásra kész" innovatív menedzsmentszemlélet. A belső erőforrások szűkössége, továbbá a méretkorlát miatt kihasználhatatlan skálahozadék ténye arra kényszeríti a vállalkozásokat, hogy a partneri kapcsolatrendszeren alapuló külső gazdasági erőforrásaikat mozgósítsák a szervezeti tudás kiterjesztése és az innováció hatékony alkalmazása érdekében (*Kühne – Gellynck, 2010*). Általánosan elfogadott, hogy a közepes és kisvállalkozások kompetitív előnyeinek megszerzésében és fenntartásában a termékekre, technológiára, folyamatokra és a piaci megoldásokra kiterjedő innovációs tevékenység meghatározó szerepet tölt be (*Alston, 2010*).

A tanulmányban azt vizsgáljuk, hogy a magyarországi szőlőtermelésben és borászatban kimutatható-e az innovatív menedzseri szemlélet jelenléte, illetve ez szerepet játszik-e valamilyen mértékben a vállalkozás eredményességében. A vizsgált időszak (2004–2006) egybeesik az Európai Unióban kezdeményezett borreform éveivel, amikor megkerülhetetlenné vált az agresszív exportbővüléssel fellépő országok (elsősorban Ausztrália, Chile és Dél-Afrika) piaci térnyerésére történő közösségi válaszadás. Az új közösségi irány alapvetően a piaci folyamatok hatását, vagyis a még jobban felerősödő verseny szellemét közvetítette tovább. A szinte kizáró-

[1] A tanulmány a TÁMOP-4.2.1/B-09/1/KMR-2010-0005, valamint az OTKA K 84327 sz. „Kisgazdaságok beágyazódása a modern élelmiszer láncokba Magyarországon" kutatási program keretében készült.

lag közepes és kisvállalkozási keretek között működő hazai borágazatban ezáltal az innováció felkarolása, alkalmazása és terjesztése még hangsúlyozottabbá vált.

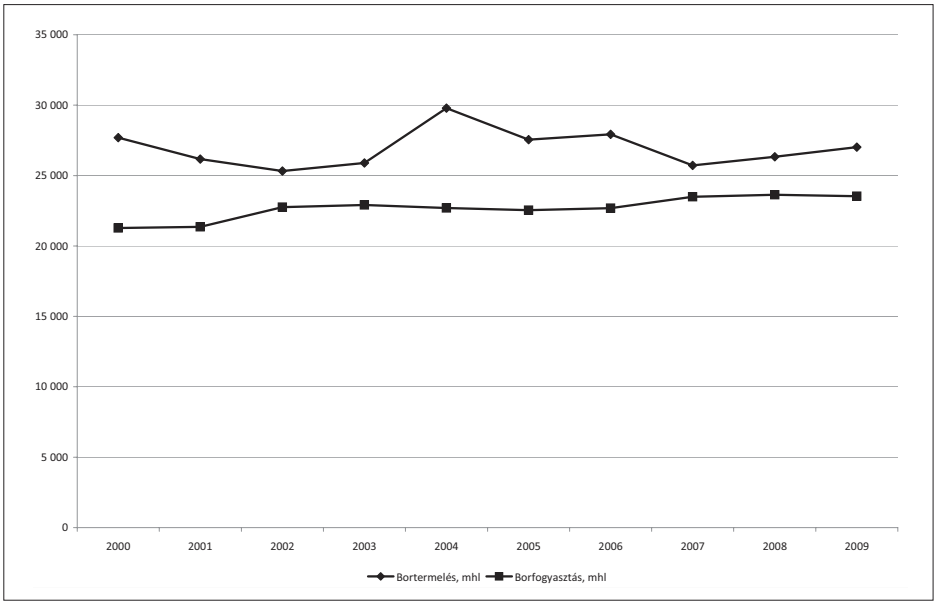
A tanulmány először a nemzetközi borpiac alakulását elemzi azzal a céllal, hogy rámutasson a prémiumborok (és így a bennük megtestesülő innováció) hangsúlyos térnyerésére. Ezt követően az információs közgazdaságtan alapvetését hívja segítségül ahhoz, hogy az ágazattal kapcsolatos tesztelhető és jól értelmezhető hipotézist fogalmazzon meg. A harmadik rész ismerteti az empirikus felméréshez használt kérdőívet és bemutatja néhány összefoglaló statisztikáját. A negyedik részben kerül sor a használt módszertan ismertetésére, melynek keretében előbb a kérdőíves válaszok mögötti struktúrát felfedő főkomponens-analízist, ezután pedig a rangsor logit regressziót mutatjuk be. Ezután következnek az eredmények, majd a tanulmány az eredmények értékelésével és rövid összegzéssel zárul.

1. A BOREXPORTPIACOK ÁTRENDEZŐDÉSE

Az elmúlt másfél-két évtizedben a világ bortermelése és fogyasztása egyaránt enyhe növekedést mutat: 2000–2003/1992–1995 között a termelés 4,5%-kal, míg 1992–2004 között a fogyasztás 4,9%-kal nőtt (*Lehota – Fehér, 2007*). A termelés és a fogyasztás között azonban tartós és elég jelentősnek mondható eltérés mutatkozik (1. ábra): az előbbi kb. 9-23%-kal haladja meg az utóbbit, aminek kettős hatása van a bor nemzetközi kereskedelmére. Az elsődleges hatás a kínálati piacok természetrajza szerint erőteljesen lefelé viszi az árakat, és egyúttal kitermeli a bor alternatív felhasználásának (bioüzemanyag, ipari alkohol, likőrbor stb.) piacait. A másik hatás a piacok strukturális átrendeződését jelenti: a piacon a nagyobb hozzáadott értékkel megjelenő borok kezdik kiszorítani, illetve az alternatív felhasználási pályák felé terel-

1. ábra

A világ bortermelésének és fogyasztásának alakulása 2000–2009 között



Forrás: Anderson – Nelgen, 2011 alapján saját szerkesztés

1. táblázat

Főbb szereplők és részarányuk változása a világ borexportpiacán

Ország	Részarány, %		Részarány változása	Helyezés változása	Export-növekedés, %
	1992	2004			
Olaszország	24,7	18,7	-6,2	+1	126
Franciaország	24,9	18,7	-6,0	-1	126
Spanyolország	14,7	17,6	+2,9	0	200
Ausztrália	1,7	8,4	+6,7	+5	823
Chile	1,6	6,1	+4,5	+6	633
USA	2,6	5,0	+2,4	+1	323
Portugália	5,4	4,1	-0,3	-2	126
Németország	6,5	3,5	-3,0	-4	91
Dél-Afrika	0,6	3,4	+2,8	+5	951
Moldávia	3,6	3,0	-0,6	-4	139
Argentína	0,9	2,1	+1,2	+2	374
Bulgária	1,8	1,2	-0,6	-4	110
Ausztria	0,4	1,0	+0,6	+2	414
Magyarország	1,7	0,6	-1,1	-4	58
Új-Zéland	0,2	0,5	+0,3	+2	558

Forrás: FAOSTAT, idézi Lehota – Fehér, 2007

ni a sztenderd borfajtákat, ugyanakkor az átrendeződés radikálisan eltérő módon érinti az egyes exportáló országokat (1. táblázat).

Ausztrál kutatók (*Witwer – Rothfield, 2005*) parciális egyensúlyi modellt szerkesztve elkészítették a világ borexportszerkezetének várható alakulását a 2003–2010-es évekre. A modellszámítások eredményei egyértelműen jelzik a régi világtermelők (Franciaország, Olaszország és Németország) részarányának csökkenését, illetve az új világtermelők (Ausztrália, Új-Zéland, Chile, Argentína és USA) előretörését. Kimutatják továbbá, hogy jelentős elmozdulás várható a prémium és szuperprémium kategóriák exportjában, míg az alapborok kivitele jelentősen csökken (2. táblázat).

Az európai országok eltérően reagáltak a világtrendekre. Elemzésünk szempontjából lényeges, hogy a nagyobb hozzáadott értékkel bíró prémiumborok irányába tapasztalható elmozdulás miként tükröződik az exportborok átlagárában. A magasabb áron történő értékesítés mögött egyrészt magasabb szintű innovációs kompetencia húzódik meg (*Harmsen – Grunert – Declerck, 2000*), másrészt az árak alakulása visszatükrözi a nemzeti borstratégiák célkitűzéseit. Ez utóbbi az, ami végül is kanalizálja az adott ország innovációs erőfeszítéseit és eredményeit. A 2. ábra Magyarország exportátlagárát hasonlítja a kiemelkedő (Franciaország, Olaszország), illetve néhány követő (Románia, Bulgária) ország hasonló értékeihez az elmúlt évtizedben.

Az egyes országokhoz tartozó értékek és azok alakulása figyelemreméltó. Franciaország például egyértelmű növekedési trendet mutat fel, és a legmagasabb fajlagos értékű borokat exportálja. Ezek együttesen alátámasztják és jól kiegészítik az 1. és 2. táblázat tendenciáit. A bemutatott tényekben egyértelműen kifejeződik – amit más oldalról több tanulmány is alátámaszt (*Harmsen – Grunert*

2. táblázat

A borexport minőségi szerkezetének átalakulása
(Parciális egyensúlyi modellbecslés, 2003–2010 összesen)

(M. e.: millió hl)

Franciaország	P	-860
	SP	2 020
	B	-1 080
Olaszország	P	-1 600
	SP	80
	B	-3 060
Németország	P	-280
	SP	60
	B	-260
Ausztrália	P	6 040
	SP	1 510
	B	-300
Új-Zéland	P	340
	SP	780
	B	0
Chile	P	4 080
	SP	520
	B	-180
Argentína	P	140
	SP	0
	B	240
USA	P	2 260
	SP	20
	B	740
Összesen	P	10 120
	SP	4 990
	B	-3 900

Jelmagyarázat: P – prémium, SP – szuperprémium, B – sztenderd minőségű bor
Forrás: Witwer – Rothfield, 2005 alapján saját szerkesztés

– Declerck, 2000; Maurel, 2009) –, hogy mind az innovációnak, mind a vállalkozások külső kapcsolatrendszerének jelentős pozitív hatása van az export bővülésére. Magyarországnak az export terén mutatott zsugorodó arányát vizsgálva felmerül a kérdés: miként jellemezhető az innovációs tevékenység a hazai borszektorban?

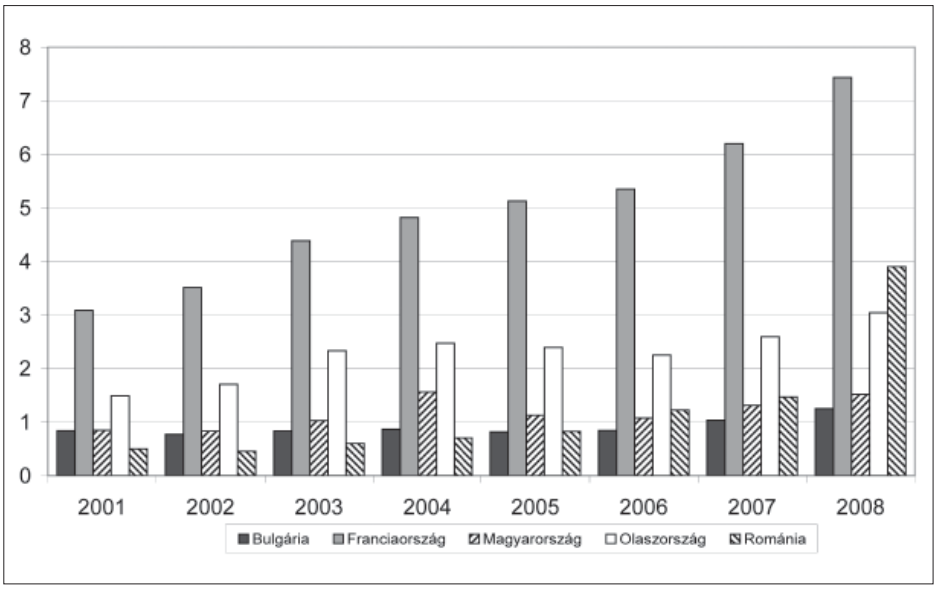
2. A TUDÁS ÉS INNOVÁCIÓ GAZDASÁGI SZEREPE

A szervezetekben felhalmozott és használt tudás a vállalkozások meghatározó erőforrása. Jól használható tudás szükséges a technológiai eszközök, de ugyanígy a pénzügyi és gazdasági erőforrások megfelelő kombinálásához, hogy a kitűzött célokat hatékonyan el lehessen érni. Bármely dologról, tényről, folyamatról stb. szerzett ismeret azonban csak akkor válik a szervezeti tudás részévé, ha megfelelő cselekvést vált ki (*Birchler – Bütler, 2007, 33-50. pp.*). A tudás azért értékes, mert legfőbb forrása a cselekvés: a lehetséges reakció növeli a várható hasznosságot. A cselekvéshez vezető információ/tudás értéke egyenlő azzal a hasznosságnövekménnyel, amit a döntéshozó az információ megismerésére reagálva elvár. A tudás és az általa kiváltott megfelelő cselekvés a hatékony koordináció (*Tóth, 2010*) adekvát módja.

A hazai borvidékek vonatkozásában ezek a szempontok a következő *hipotézis* megfogalmazását indukálják: a borszektorban jelen van a tudás megszerzése, fejlesztése, használata és továbbterjedése mint sikerességet alakító tényező. Ha csupán a borkereskedelem alakulását vizsgáljuk, mindenképpen állíthatjuk, hogy a vezető exportőrökhöz viszonyítva valószínűleg szerényebb mértékben. Hogy egyáltalán kimutatható-e a jelenléte, azt a következőkben egy empirikus vizsgálat adatainak tesztelésével igazoljuk.

2. ábra

Néhány ország borexport-értékesítési átlagárának változása (USD/l)



Forrás: FAOSTAT, 2011 alapján saját szerkesztés

3. A VIZSGÁLATOKHOZ HASZNÁLT KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS

A felmérést a 22 hazai borvidéken 2005-ben a *T 046882 OTKA* (*Tóth, 2009*) kutatás keretében végeztük, segítségül kérve a *Hegyközségek Nemzeti Tanácsát* a kiválasztáshoz, valamint az interjúk lebonyolításához. Összesen 119 kérdőívet töltöttek ki a hegyközségek munkatársai, vagyis borvidékenként átlagosan mintegy 5 darabot. Tekintve, hogy a borvidéki reprezentativitás (statisztikai értelemben) nem volt biztosítható, az elemzéseket országos szintre vonatkozóan tesszük közzé.

Bár a klasztertípusú együttműködés felerősíti és az exportban kimutathatóvá teszi a tudáshasználat eredményességét (*Maurel, 2009*), a klaszterek lehatárolása nem központi problémája a jelen vizsgálatnak. A szőlő-bor ágazatban egyébként is eléggé egyértelműen adódik, hogy a klaszter addig terjed, amíg az adott borvidék határai (amelyek általában nem esnek egybe a statisztikai számbavételi, illetve tervezési térséghatárokkal). A fő kérdés tehát nem az, hogy hol húzódnak ezek a határok, hanem az, hogy az alapvetően tényezőellátottságra épülő (vagyis lényegében fordista típusú) borvidékek felmutatnak-e a közös értékekre épülő tudásalkalmazó, vagy éppen tudásteremtő jegyeket, meghaladva ezzel a lényegében véve a komparatív előnyöket használó versenyképességet.

A kereszttáblák elemzésével készített elsődleges vizsgálataink arra irányultak, hogy statisztikai értelemben mennyire megalapozottan függ össze az ágazatban akkumulálódó és elérhető tudás alkalmazásának, valamint a tudás előállításának és szétterjedésének gyakorlata a vállalati eredményességgel. (A vállalati eredményességet első közelítésben a 2005. évi adózott eredménnyel mértük, s a következő kategóriákat használtuk: eredmény 100 ezer Ft-ig – beleértve a negatív eredményt

is –, 100 ezer és 1 millió Ft között, 1 és 10 millió Ft között, illetve 10 millió Ft felett.)

Néhány összefoglaló megállapítást a 3. táblázathoz hasonlóan készített táblázatok alapján teszünk. Minden kérdésre a Lickert-skálán mért 1-től 7-ig terjedő értékelést adtak a válaszadók. A bemutatott példa az új termelési eljárások kifejlesztéséről ad tájékoztatást. További megállapításaink hasonló megalapozással készültek.

A 3. táblázat egyértelmű jelzését adja, hogy a magyarországi borvidékek összességükben legfeljebb tudásalkalmazó térségként foghatók fel. Önmagában ez természetesen nem minősítő megállapítás, hiszen a sikeresség ezen fejlettségi szinten is megcélozható. Mindenképpen figyelmeztet azonban az ágazat erőteljes tényezőellátottság- és külsőinnovációfüggésére.

A kérdőív kereszttábla-elemzésén alapuló főbb megállapításaink az alábbiak:

• A hazai borvidékeken az infrastrukturális adottságok inkább kedvezőtlennek ítélhetők, s ez igaz az eredményesebben gazdálkodó vállalkozásokra is.

• A kommunikációs infrastruktúra fejlettsége jóval kedvezőbb képet mutat. Ez jelzi azt a helyzetet, hogy Magyarország e tekintetben viszonylag gyorsan fölzárkózott a fejlettebb országok színvonalára, s ez a tényező nem jelent számottevő akadályt a sikeresség útjában. Ugyanakkor a meglehetősen szállítás- és logisztikaigényes borágazat hátrányba kerülhet a fizikai infrastruktúra viszonylagos fejletlensége miatt, különösen ha nagyobb mennyiség kerül az ágazatból exportra.

• A kutatóhelyek, tudásteremtő műhelyek fizikai közelsége igen fontos tényező. Úgy tűnik, ennek fontossága a hazai borászatban is visszaigazolódik, bár ez jelentős mértékben inkább a kisebb profittal dolgozó vállalkozások számára jelent segítséget.

• A hazai borágazat nem él kellőképpen a speciális kutatóhelyek szolgáltatásaival. Ennek nyilván többféle oka is létezik, amelyek vizsgálatára ez a kutatás nem terjedt ki. Azonban az előző kérdéssel együtt vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a kutatóhelyek viszonylagos távolsága a termelőhelyektől egyfajta oka lehet az eredmények nem kellő használatának. Indirekt módon így éppen az igazolódik, hogy az ilyen fajta közelségre a borágazatnak szüksége lenne.

• Úgy tűnik, a kutatóhelyek, egyetemi tanszékek és laboratóriumok nincsenek

3. táblázat

Új termelési vagy más javított eljárások, módszerek

2005. évi adózott eredmény	Értékelhetetlen	Ezeket jellemzően kívülről vesszük át	2	3	4	5	6	Ezek jellemzően a mi borvidékünkön kerülnek kifejlesztésre	Összes
< 100 E Ft	3	6	18	20	14	15	5	3	84
100 E Ft < 1 M Ft	1	1	0	2	1	1	2	0	8
1 M Ft < 10 M Ft	1	2	4	3	6	0	2	0	18
10 M Ft <	0	1	1	2	2	1	1	1	9
Összesen	5	10	23	27	23	17	10	4	119

eléggé érzékelhető fizikai közelségben a termelőkhöz. Ezt az űrt még a nagyoknál sem képes teljesen betölteni a saját maguk által folytatott kutatás, mert például a szaporítóanyag-nemesítés, illetve génkutatás egészen nyilvánvalóan meghaladja egy – mégoly nagy – vállalkozás fizikai, szellemi és financiális kapacitásait.

• Arra a kérdésre, hogy szükségesek-e a középfokú képzettségűek a szőlészet-borászatban, meghatározó módon egyetértő válaszok születtek. A probléma szorosan összefügg az országos szakképzési helyzettel, és jelzi, hogy a borágazat jelentős mértékben igényt tart erre a speciális ismereteket feltételező szakmára.

• A vizsgálatból a térségben elérhető szakképzett munkaerő hiányára derül fény. A nagyobb profitot realizáló vállalkozások e tekintetben sem jelentenek kivételt az átlagos tendencia alól.

• Mind a nagy profitot termelők, mind a kevésbé eredményes vállalkozók számára egyértelmű a speciális tudás haszna.

• A cégek az ilyen speciális tudásnak valamelyest birtokában is vannak, s ez kiváltképp jellemző a nagyobb profitú vállalkozásokra. Az is érdekes tapasztalat, hogy egyetlen olyan vállalkozás sem akadt, ahol valamiféle specialitásról ne tartották volna úgy, hogy az kizárólag csak az övék.

A következő kérdések a tudás terjedéséhez kapcsolódnak, míg az eddigiek inkább a felhasználási oldalt vizsgálták.

• Milyen módon terjed a tudás vállalatok között? A táblázat alacsony szintű kitöltöttsége arra utal, hogy ez a kérdés nincs a figyelem középpontjában. Érdekes módon a legkisebb profitot elérők vélekednek úgy, hogy a tudás vállalatok közötti terjedésének kellő indokoltsága lenne. A nem intézményesített megoldások (amelyek elvileg az egymás közelségéből fakadó előnyöket használnák) nem jellemzőek az ágazatban. Kétségkívül akadályoztatottnak ítélhető a *„tacit knowledge"* terjedése.

• A versenytársak – úgy tűnik – nem ellenfelei egymásnak, hiszen igen jelentősnek mondható a közöttük folyó információáramlás. Ez mindenesetre része annak a szinergiát teremtő erőnek, aminek révén a borvidéken folyó gazdasági koordináció több, mint egyszerű piaci verseny.

• A beszállítókkal folytatott kölcsönös tudásmegosztás jelentősebb mértékű és egyértelműbben jellemző, mint a versenytársak esetében.

• Az adatok szerint egy hazai borászatnak viszonylag sokszereplős versenymezőnyben kell helytállnia.

• A verseny egyúttal inkább intenzívnek mondható, semmint gyengének. Ez mind a magas profitot termelőkre, mind a gyengébbekre egyaránt vonatkozik.

• A válaszadók többsége úgy véli, hogy új piaci szereplők belépése várhatóan nem járna sikerrel, mert a piac felvevőképessége ugyancsak korlátozott.

• A speciális beszállítók földrajzi közelsége értelemszerű előnyt biztosíthat az ágazat szereplői számára.

• A minőségi termék előállításának elengedhetetlen feltétele a minőségi inputok beszerzési lehetőségének megteremtése. Úgy tűnik, a hazai borászat ebből a szempontból többnyire megnyugtató helyzetben érezheti magát.

• A szabályozási környezet jellegzetesen inkább gátló tényezőként jelentkezik az ágazat számára.

• A felmérés arról tanúskodik, hogy a szabályozás egyik kategóriában sem kedvez az ágazat K+F tevékenysége fellendülésének.

4. A HIPOTÉZIS TESZTELÉSÉNÉL ALKALMAZOTT MÓDSZER

Bár a tudás használata és terjedése a kérdőív egyes szempontjai alapján is érzékelhetővé és kimutathatóvá vált, mégis szükséges annak igazolása, hogy az egyes kérdésekre külön-külön megfogalmazott válaszok összességükben szignifikánsan hangzanak.

Tekintve, hogy a kérdőívben több mint 100 kérdést tettünk fel, továbbá a tudásteremtés és alkalmazás területén viszonylag kevés elméleti, illetve empirikus ismerettel rendelkezünk, célszerűnek mutatkozott az adatbányászás (*data exploration*) eszközéhez nyúlni. Ennek keretében először is főkomponens-elemzést végeztünk. A főkomponens-analízis olyan változó-redukciós eljárás, ami a lineárisan korreláló változók lineáris kombinációjából csoportokat hoz létre, miközben a változócsoport a lehető legnagyobb mértékben különbözik a tőle eltérő csoporttól. A főkomponens-eljárás biztosítja, hogy a főkomponensek a megőrzött információmennyiség nagysága szerinti sorrendben kerülnek kialakításra.

Második lépésben a főkomponensek felhasználásával regressziós számításokat végeztünk. Független változóként a főkomponenseket szerepeltettük, függő változóink a sikeresség különböző mutatói voltak. A sikerességet *egyrészt* árbevétel-növekedési kategóriaként definiáltuk és bináris változóval jeleztük, ami akkor vett fel „1" értéket, ha az árbevétel 2004–2006 között legalább szinten maradt. Ennek hátterében az áll, hogy a megkérdezettek mindössze kb. 40%-a válaszolt az árbevétel kérdésre, ezért a mögöttes információt kellő óvatossággal kell kezelni. A sikeresség *második* mércéjeként az alkalmazotti létszám megmaradását, illetve növekedését értelmeztük (ugyancsak bináris változóval jellemezve). A tudásalkalmazás és terjedés szempontjából a humán erőforrás pótolhatatlan szerepet játszik. Ezért úgy gondoljuk, hogy az a vállalkozás, amelyik megtartja, illetve növelni tudja az alkalmazottak létszámát, mindenképpen sikeresnek ítélhető. *Harmadikként* alkalmaztuk a sikeresség mérésére az alapítástól eltelt idő logaritmusát. A borszektorban ez a mutató ugyancsak jól jelzi a piacon történő helytállás tartósságát.

A főkomponensek sikerességben játszott szerepét részben logit (árbevétel, létszám), részben logaritmikus (működés) regresszióval teszteltük. Számításainkat Stata 11-gyel végeztük.

5. A VIZSGÁLAT EREDMÉNYEI

A főkomponens-elemzéssel megállapított 1-nél nagyobb sajátértékű főkomponensek (számuk 45 db) a variancia több mint 85%-át magyarázzák. Számosságukat tekintve ez még így is rendkívül sok. Szinte lehetetlen a további elemzés, illetve nehezen azonosíthatók a főkomponens-tartalmak. Végül is az első hét főkomponenst a jellemző tartalmuk alapján sikerült beazonosítani. Ezek együttesen a variancia 51%-áért felelősek. A hét főkomponens tartalma sorrendben: *(i)Kapcsolatrendszer, (ii)Innovatív vállalkozás, (iii)Tudásterjedés, (iv)Koncentrált tudás, (v)Pénzügyi sikeresség, (vi)Klaszter, (vii) Innovációs folyamat.*

A főkomponensek tehát jelzik a tudás, illetve a kapcsolatrendszer jelenlétét és a kérdőíves kérdésekre adott válaszokban megfogalmazott variancia magyarázó képességét.

A regressziós elemzés főbb eredményeit a 4. táblázat foglalja össze.

A kérdőívek elemzése alapján megállapítható, hogy a hipotézis részben igazolódott. A főkomponensek beazonosíthatósága, illetve ezek között a tudás megszerzésének, használatának és terjedésének a főkomponensekben megnyilvánuló magyarázó ereje ezt mutatják. Ugyanakkor az általunk választott piaci sikerességi mutatók formálásában általában nem szignifikáns a tudás szerepe. Az „Innovatív vállalkozás" főkomponens mind az árbevétel növekedésében, mind a létszám megtartásában/növelésében pozitív és szignifikáns szerepet játszik. A „Tudás terjedése" főkomponens ugyanilyen hatású az alapítástól eltelt idő hosszára nézve. A „Koncentrált tudás" és „Pénzügyi sikeresség"

4. táblázat

A regressziószámítás paraméterei

	Árbevétel-növekedés	Létszámnövekedés	Alapítástól eltelt idő
Kapcsolatrendszer	-0,0225803	0,1914806	0,0086599
Innovatív vállalkozás	0,6264413**	0,8024721**	-0,0164491
Tudás terjedése	0,2702993	0,3974248	0,0761152**
Koncentrált tudás	-0,2188282	-0,6145283*	-0,0242593
Pénzügyi sikeresség	-0,1667912	-0,6183458**	0,0131702
Klaszter	-0,146341	-0,0917235	0,002797
Innovációs folyamat	0,5762682*	-0,2091143	0,0289708
_konstans	1,043168	2,382867	2,267168
R^2	0,3627	0,4964	0,1560

Szignifikanciaszintek: 5% (**) és 10% (*)

komponensek szignifikánsan negatív hatással vannak a létszámbővülésre, míg az „Innovációs folyamat" jelenléte pozitív módon segíti elő az árbevétel-növekedést. A modellek magyarázó ereje – a harmadik modell kivételével – relatíve jelentősnek mondható. Empirikus eredményeink a hazai borágazatról összességükben egy erőforrás-alapú, tudásalkalmazó gazdasági szektor jellegzetességeit mutatják.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Alston, J. M. (2010): The Benefits from Agricultural Research and Development, Innovation, and Productivity Growth. OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers, No. 31, OECD Publishing – (2) Anderson, K. – Nelgen, S. (2011): Global wine markets, 1961 to 2009: a statistical compendium. E-book, University of Adelaide Press, http://www.adelaide.edu.au/wine-econ/databases/GWM, Letöltés dátuma: 2011.06.20. – (3) FAOSTAT (2011): http://faostat.fao.org/site/535/default.aspx#ancor, Letöltés dátuma: 2011. 05.02. – (4) Harmsen, H. – Grunert, K. – Declerck, F. (2000): Why did we make that cheese? An empirically based framework for understanding what drives innovation activity. R&D Management, 30, 151-166. pp. – (5) Jafari, M. – Bourouni, A. – Amiri, R. H. (2009): Predicting Knowledge Creation Behavior in Organizations: A General Systems Theory Perspective. Asian Social Science, 121-128. pp. – (6) Kühne, B. – Gellynck, X. (2010): Chain Networks as a Leverage for Innovation Capacity: The Case of Food SMEs. International Journal on Food System Dynamics, 279-294. pp. – (7) Lehota J. – Fehér I. (2007): Borexport-marketing: Nemzetközi borkereskedelem és marketing. SZIE GTK, Gödöllő – (8) Maurel, C. (2009): Determinants of export performance in French wine SMEs. International Journal of Wine Business Research, Vol. 21 No. 2, 118-142. pp. – (9) Tóth J. (2009): Regionális klaszterek versenyképessége az élelmiszergazdaságban. OTKA T 046882 zárójelentés, Budapest – (10) Wittwer, G. – Rothfield, J. (2005): Projecting the world wine market from 2003 to 2010. Australasian Agribusiness Review, Vol. 13.

TARTALOM

Mezőszentgyörgyi Dávid: Tisztelt Olvasó! 3
Köszönet Csete Lászlónak 4

TANULMÁNY

Popp József – Papp Gergely – Kovács Máté – Potori Norbert:
KAP 2014–2020: a közvetlen támogatások javasolt új rendszerének hatásvizsgálata Magyarországon 6

Jámbor Attila: Magyar érdekek a közös agrárpolitika jövőjében 18

Pálvölgyi Tamás – Csete Mária: A magyarországi természeti erőforrások állapota és fenntartható hasznosításukat befolyásoló tényezők 26

Nagyné Demeter Dóra – Koncz Gábor: Szolgáltatások igénybevétele a hajdúsági családi gazdaságokban 44

Tóth József: A tudás alkalmazása a magyarországi szőlőtermelésben és borászatban (Egy empirikus felmérés tapasztalatai) 49

Zörög Zoltán – Csomós Tamás: Integrált információs rendszerek a mezőgazdasági vállalkozásokban 58

VITA

Lakner Zoltán: Túl sok agrárszakembert képzünk? 66

Gazdag László: A korszerű agrárgazdaság alapja a tudomány 75

SZEMLE

Kozák János: A világ kacsahústermelése és -piaca 79

Pénzes Anett – Kacz Károly: A jégkárbiztosítás szerepe a mezőgazdasági kockázatok kezelésében 87

Summary 94
Contents 98