

# **A BIZALOM ÉS A PÉNZÜGYI DÖNTÉSEK SZEREPE A VÁLLALATI GAZDÁLKODÁSBAN**

## **ROLE OF THE CONFIDENCE AND FINANCING DECISIONS IN THE CORPORATE MANAGEMENT**

**MESTER Éva - TÓTH Róbert János -  
GYENGE Balázs - KOZMA Tímea**

**Kulcsszavak:** bizalom, finanszírozás, kis-és középvállalkozás, pénzügyi döntések

**Keywords:** confidence, financing, SME's, financing decisions

**JEL kód:** G00, G30, M1

## **Összefoglalás**

*Napjaink rohamosan változó gazdasági környezetében különösen fontos szerepe van a bizalomnak. A válságos gazdasági környezet nemcsak az egyének, hanem a vállalkozások, de az egész társadalom bizalmi hangulatát határozza meg.*

*A bizalom azokban az esetekben jut igazán kiemelkedő szerephez, ahol a kockázat jellemzi a felek közötti kapcsolatot. A vállalkozások falain belüli bizalom befolyásolhatja a minőséget, versenyképességet, eredményességet, sőt ma már helyenként felülírni látszik a klasszikus közgazdaságtan döntési racionalitáson alapuló elméleteit. A bizalmi szint kiépítésében, fenntartásában és annak a vállalati kultúrába való illesztésében a vezetőnek kulcsfeladata van. A menedzsment álláspontja a bizalom fontosságával kapcsolatban így mind negatív, mind pedig pozitív irányba képes elmozdítani a vállalat eredményes gazdálkodását. Ezen alapulva ma már a vezetőképzés egyik fontos kulcseleme a bizalom témakörének a vállalati irányításba mélyen integrált oktatása.*

*A gazdálkodó szervezetben belüli bizalom megteremtése mellett nem hagyható figyelmen kívül a szervezet falain kívüli bizalom sem, ami az együttműködés alapjaként értelmezhető. Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a vállalatot alkotó stockholderek és stakeholderek bizalmon alapuló együttműködése nagy mértékben meghatározza a vállalat gazdálkodását, reaklási képességét, ebből következően a költséggazdálkodását és versenyképességét is.*

*A KKV szektor magatartása nagyon hasonló az egyének, lakosság, egyéni befektetők oldaláról tanúsított magatartáshoz, melyet a hiten alapuló bizalom jellemez. Nagyon fontos a hit a jövőben, a növekedésben, mely transzparens vállalatstruktúrát, nagyobb felelősségtudatot, a gazdaság szereplőinek szorosabb összefogását eredményezheti.*

*Tanulmányunkban kifejítjük a bizalom fogalmát, ismertetjük a fő álláspontokat és elméleteket és primer kutatás eredményeire alapozva megvizsgáljuk a bizalom makroökonómiai hatásait a KKV szektor hitelezési aktivitására.*

## **Abstract**

*Confidence plays a particularly important role in today's turbulent economic environment. Economic crisis not only has an impact on individuals but also it determines the confidence sentiment of businesses and the whole of society. Confidence is relevant in situations where the relationship of partners entails risks. It influences quality, competitiveness and efficiency within a firm. Moreover, nowadays it may prevail over theories based on rational decision-making in traditional economics. Business leaders have a vital role in establishing, maintaining and incorporating confidence in the corporate structure. Outside firm confidence serves as a basis for co-operation. The management's attitude to confidence can influence the efficient operation of firms in both positive and negative ways. Therefore, teaching confidence as a deeply integrated part of corporate governance is a key in leadership development programmes.*

*The management's attitude to confidence can influence the efficient operation of firms in both positive and negative ways. Therefore, teaching confidence as a deeply integrated part of corporate governance is a key in leadership development programmes.*

*Alongside building confidence within the company, outside firm confidence, which is regarded as the basis for co-operation, must be accounted for. On the whole, it can be said that the confidence-based co-*

*operation of stakeholders and stockholders constituting a firm largely determines the firm's operation and response capacity, and thus its cost management and competitiveness.*

*The SME sector behaves similarly to individual, retail or private investor sectors characterised by faith-based confidence. Faith in the future and growth is of great importance since it may result in a more transparent corporate structure, a heightened sense of responsibility and stronger co-operation between economic operators.*

*This study aims at clarifying the concept, and providing a theoretical overview of confidence, as well as investigating its macro-economic impact on the lending activity of the SME sector, based on the results of primary research.*

## **Bevezetés**

### **A pénzügyi döntések a vállalkozások életében**

A gazdálkodó szervezetek azzal a céllal folytatnak üzleti tevékenységet, hogy nyereséget (jövedelmet) realizálhassanak, amely révén vagyonukat is növelhetik. A finanszírozás minden vállalkozás életében kulcsfontosságú kérdés. Közismert, hogy a KKV szektor szereplőinek az egyik legnagyobb nehézséget a vállalkozásuk finanszírozása okozza. Empirikus adatokkal alátámasztott tény, hogy a kis- és középvállalkozások mintegy fele éli meg működésének ötödik évét (Kállay et al., 2003). A bukás okai között első helyen szerepel a finanszírozási források hiánya. Annak érdekében, hogy a gazdálkodó szervezetek képesek legyenek ellátni a vállalt feladataikat, tehát megkezdhessék működésüket, beindíthassák termelési, vagy szolgáltatásnyújtási tevékenységüket, fokozzák annak színvonalát és hatékonyságát, fedezni tudják a felmerülő költségeiket, beruházási, fejlesztési tevékenységüket megvalósíthassanak, - pénzügyi forrásokra van szükségük. A vállalat menedzsmentjének, a működés során számos döntést kell meghoznia. Az információ, mint termelési tényező szerepe vitathatatlan a gazdálkodásban. A döntések meghozatalához azonban releváns információkra van szüksége a menedzsmentnek. A megfelelő döntések meghozatalát nagymértékben segítette az információs technológia, amely az információ hatékony feldolgozás révén javította költség/teljesítmény arányokat, a termelékenységet, növelte a rugalmasságot a termelésben, továbbá elősegítette a természetes erőforrások felhasználását, ezáltal kitolta a növekedés határait (Bunkóczi et al., 2015). Az információ értékke és jól használva hatalommá vált a mai világban. Minden szervezetben, a kisvállalkozásoktól kezdve a multinacionális cégekig, elsődleges fontosságú az információ gyors és pontos kezelése. A nagy mennyiségű, gyakran változó adathalmazokkal gazdálkodni kell a világunkat behálózó információdömpingben, hogy a bennük rejlő érték haszonná váljon (Csapó et al., 2013).

Amikor döntésekről beszélünk, akkor a felmerülő lehetőségek közötti választást értjük – a rendelkezésre álló információk birtokában. A vállalati döntések lehetnek operatív (mindennapi) vagy stratégia (hosszú távú) döntések. Alapvetően azt mondhatjuk, hogy a gazdálkodó szervezetet érintő döntések mindegyikének van közvetve vagy közvetlenül

pénzügyi vonatkozása – ennek megfelelően gazdasági és/vagy pénzügyi döntésekről beszélhetünk.

A stratégiai pénzügyi döntéseket két kategóriába sorolhatjuk aszerint, hogy a mérleg eszköz (beruházási döntés) vagy forrás (finanszírozási döntés) oldalát érintik. A befektetési döntések a vállalkozás eszközeinek nagyságára és/vagy annak összetételére vannak hatással (Sóvágó, 2010). A finanszírozási döntések ebből következően a vállalkozások mérlegének forrás oldalára vonatkoznak. A forrás oldal összetételének alapján alakul minden vállalkozás tőkeszerkezete, amely azt jelzi, hogy milyen mértékben finanszírozza a rendelkezésre álló eszközöket saját, illetve idegen tőkével. A pénzügyi döntéseket tovább csoportosíthatjuk az *időtáv* figyelembevétel alapján is (Borszédi, 2008). Ezen kritérium alapján rövid és hosszú távú pénzügyi döntésekről beszélhetünk. A hosszú távú pénzügyi döntések a befektetett eszközöket, valamint a forrás oldalon a saját tőkét és a hosszú lejáratú kötelezettségeket érintik, és jellemzően hosszú időre hatást gyakorolnak a vállalkozás üzleti menetére. A rövid távú döntések a forgóeszközöket és a rövid lejáratú források nagyságát és összetételét ölelik fel. Ezek a pénzügyi döntések azonban csak akkor lehetnek hatékonyak, amennyiben körültekintően, a vállalkozás belső és külső környezetéhez maximálisan alkalmazkodva születnek meg. Nem szabad figyelmen kívül hagyni azt a megállapítást sem, miszerint a pénzügyi döntéseknek illeszkedniük kell a tulajdonosok célrendszeréhez (Katits, 2002). Általánosan megfogalmazva azt mondhatjuk, hogy a vállalkozásoknak rövid távú céljai a likviditás elérése, fenntartása és annak fokozása, valamint a profit maximalizálása. A rövid távú célok alapozzák meg a hosszú távra megfogalmazott célokat (Csubák, 2003). A megtermelt profit egy részét visszaforgatják a vállalkozásba, amely révén növekszik a vállalat forrásállománya, ami magával hozza a vállalat vagyonának növekedését is. Hosszú távon tehát a vállalat vagyonának, piaci értékének maximalizálása a cél.

Napjainkban egyre többet olvashatunk azonban egy más szemszögből elemzett célmeghatározásról is, miszerint egy vállalkozás hosszú távú célja nem más, mint a tulajdonosi vagyon maximalizálása. Ez a megközelítés amerikai közegből indul ki, ahol a részvénytársasági forma a meghatározó. Így a tulajdonosi vagyon a részvények számának és a napi árfolyamának szorzatával egyenlő. A tulajdonosi vagyon növelése, a részvények árfolyamának növelésével érhető el. Minden olyan pénzügyi döntés, amelynek hatására a részvények árfolyama emelkedik, növeli a vállalkozás vagyonát, így ezek a döntések jó döntésnek minősülnek. Ezt a megközelítést azonban csak a tőzsdén működő részvénytársaságok esetében lehet alkalmazni, másrészt felvetődik a kérdés, hogy létezik-e közvetlen kapcsolat egy pénzügyi döntés jó vagy rossz mivolta, valamint a vállalati részvény árfolyama között? Erre talán a legjobb választ egy rövid kitekintés adhat: 2008 őszén szerte a világban zuhanni kezdtek az árfolyamok. Valószínűleg nem mondhatjuk azt, hogy a vállalatvezetők mindenhol rossz döntést hoztak és ennek hatására történt az árfolyamok negatív irányú elmozdulása, majd 2009 tavaszán pedig csak jó pénzügyi döntések születtek, melynek hatására emelkedni kezdtek az

árfolyamok. Tehát összefoglalóan azt mondhatjuk, hogy a döntések minősége és a részvényárfolyamok alakulása közti közvetlen összefüggés mértéke minimális.

A finanszírozási döntések a vállalatvezetés szempontjából nézve magukba foglalják mindazon megfontolásokat, amelyek arra irányulnak, hogy a vállalkozás működéséhez és a tervezett fejlesztésekhez, beruházásokhoz a hosszú és rövid lejáratú pénzügyi források rendelkezésre álljanak, illetve megoldást nyújtsanak a fizetőképesség fenntartásához. Más megfogalmazásban a finanszírozási döntések a tőkeszerző vállalat és a tőkejuttató(k) közötti pénzügyi kapcsolatok kiépítésére vonatkozó döntések (Katits, 2002).

A vállalkozás finanszírozására vonatkozó döntések meghozatalakor a vállalkozónak a következő szempontokat célszerű figyelembe vennie (Ashmore, 1993):

- A felhasználhatóság időtartama: mikor lehet a forráshoz hozzájutni, és milyen ütemezéssel kell a pénzt visszafizetni.
- A költség: mennyibe kerül egy adott forrás igénybevétele.
- A kockázat: milyen negatív következményekkel járhat az adott forrás igénybevétele.
- Az elérhetőség: adott pénzügyi helyzetben milyen forrás érhető el a vállalkozás számára.
- A rugalmasság: milyen korlátozások, nehézségek lépnek fel a forrás felhasználása során.
- A befolyásszerzés: mennyire korlátozza a vállalkozót az üzleti döntések feletti befolyásban.
- A hozam: A finanszírozási formák eltérnek egymástól egyrészt abban, hogy milyen tőkehozamot lehet rajtuk realizálni, másrészt hogy a hozamért milyen kockázatot kell vállalnia a finanszírozó félnek.

A forrást nyújtó pedig általában az alábbi szempontokat mérlegeli a finanszírozással kapcsolatosan (Kozma, 2010):

- Elvárt (vagy alternatív) hozam (vagy jövedelem): a nyújtott finanszírozásnak van elvárt, alternatív jövedelme, ha más tevékenységbe helyezük ugyanezt a tőkét.
- Kockázat: mennyire biztos, illetve milyen befektetési kockázattal, megtérüléssel jár a finanszírozás.
- Befolyás szerzés: milyen befolyásolást lehet szerezni az üzletmenetben.
- Rugalmasság: milyen kondíciók, rugalmassági feltételek mellett hajlandó a forrást biztosítani.
- A tőke felszabadítás költsége.

## **Álláspontok-elméletek a bizalom fogalmáról**

A bizalom ma már, mint az egyik legfontosabb kritikus sikertényező a versenyképesség biztosítása érdekében. Ahhoz, hogy egy vállalat képes legyen biztosítani versenyképes pozícióját a piacon, megfelelő döntési mechanizmusra van szüksége. Ezt támasztja alá, hogy a bizalmon alapuló vállalati döntések akár 15-20%-os költségmegtakarítást is eredményezhetnek (Allée, 2005). A bizalmon alapuló információáramlás lehetőséget biztosít a megfelelő válaszokra a környezet, a termelés, az értékesítés, vagy az egyes stratégiák területén bekövetkező változások alapján. Azonban nem csak egyszerű reakciót biztosít, sokkal inkább a partnerek közti gyors alkalmazkodást jelenti, vagyis időmegtakarítás érhető el, ami egyben versenyelőnyt biztosít. Mindemellett elérhető a vállalaton belüli valamint kívüli folyamatok lerövidítése is, ami szintén időmegtakarítással jár együtt, de így a költséghatékonyság is fokozható. Sőt SYDOW (2006) felfogásában a bizalom pótolhatja az ellenőrzést; másképpen fogalmazva: megfelelő bizalmi szint mellett az ellenőrzés szinte teljes egészében elhanyagolható. A 2015-ben lefolytatott kutatásunk azonban ezt nem igazolta. A bizalom emberi kulcskompetenciaként értelmezhető, mivel egy vállalaton belüli bizalom a szervezetet alkotó stakeholderektől függ (Donnersmarck, 2004). McKnight–Chervany (2001) ezt kiegészítik, és úgy fogalmazzák, hogy a bizalom kulcsfontosságú mindenütt, ahol kockázat, bizonytalanság vagy kölcsönös függőség áll fenn a partnerek között. Ez a meghatározás további két fogalmat rejt magában. Kockázat alatt valamely esemény körüli bizonytalanság mértékét értjük, míg bizonytalanság akkor keletkezik, amikor még egy-egy fejlemény bekövetkezésének a valószínűségei sem ismertek.

A bizalom nem csupán a vállalaton kívüli gazdasági események során, hanem a vállalaton belüli szervezeti kultúra, a humán tőke hatékonysága, valamint a költséggazdálkodás területén is fontos. Fukuyama (2007) Bizalom című művében a bizalom és a hatékonyság összefüggéseit az alábbiak szerint vetíti ki a vállalati költséggazdálkodásra: „Például bizonyos társadalmak, amelyek gazdasági szereplői bíznak egymásban, sokat megtakaríthatnak az ügyleti költségekből, s így hatékonyabbak lehetnek, mint az alacsony bizalomszintű társadalmak, amelyeknek részletes szerződésekre és érvényesítési mechanizmusokra van szükségük” (488-489.o.). Az üzleti bizalom, mint fogalom használatánál a következő megállapítás kiemelése indokolt. E megközelítés az eredményességre és versenyképességre gyakorolt hatást emeli ki, miszerint a stabil kapcsolatoknak köszönhetően alacsonyabbak lehetnek a tranzakciós költségek (Karmazin, 2014).

Chikán és szerzőtársainak (2006) megállapítása: ha egy közösség tagjai között növeljük a bizalom szintjét, akkor a vállalaton belüli munkavégzések eredményesebbé válnak és nő a vállalat versenyképessége.

Akerlof (1970) Nobel-díjas amerikai közgazdász a bizalmi kérdést vizsgálta a használt autók piacán. Akerlof alapfeltevése abban állt, hogy a piacon jelen lévő vásárlói és eladási szándékkal rendelkező szereplők nem egyformán informáltak az autók állapotát illetően. Ezt az eltérést Akerlof információs aszimmetriának nevezte el. Ez esetben az

eladók, akiknek tulajdonában van az eladásra felkínált gazdasági jószág, sokkal többet tudnak az autó viselt állapotáról, mint a vevők. A vevő azonban tisztában van azzal, hogy nem képes az autó előéletét átlátni, az eladó ott ejti át, ahol akarja. Ebben a helyzetben a vevő a védekezés lehetőségével él, vagyis nem hisz el mindent, amit az eladó állít. Mivel nem hisz az eladónak, feltételezi, hogy az eladó kocsi átlagos. Se nem jobb (ahogy az eladó állítja), se nem rosszabb (ahogy a gyanú diktálná) mint a többi kocsi, hanem átlagos.

„A bizalom „kemény”. Valós. Számszerűsíthető. Mérhető. (...) hatással van az időre, a pénzre – de a minőségre és az értékre is” írja Covey és társa könyvükben (2011, 47.o.).

A fentiek alapján látható, hogy közgazdászok sajátos értelmezést adnak a bizalom szónak, az előrejelzéssel helyettesítik. A bizalmat sugárzó előrejelzés a jövőt rózsaszínűre festi, a bizalmatlanságot sugárzó a jövőt lehangolónak tartja. Az értelmező szótárban azt olvashatjuk, hogy a bizalom több mint előrejelzés. A szótár a „bizalom” szó (confidence) mellett „maradékalan hitet” (full belief) említ. Az angol „bizalom” szó a latin fido szóból származik, amely azt jelenti „bízom”. A bizalmi válságot gyakran nevezik hitelválságnak (credit crisis). A credit szó a latin credóból származik, melynek jelentése „hiszek”(Akerlof 2009).

Akerlof mellett a közgazdászok körében a bizalom, mint fogalom meghatározása sem egységes. A bizalommal kapcsolatos számos elméletet két alapvető megközelítési módra különíthetjük el, a hiten alapuló (faith-based) és a kockázaton alapuló (risk-based) szemléletre.

A két szemlélet nem mond ellent egymásnak, de eltérő megközelítéseken nyugszik. A hiten alapuló megközelítést képviselő kutatók szerint a bizalom forrása a felek egymásba vetett hite, hogy mindannyian érdekeltek a másik fél jólétében és egyikük sem cselekszik anélkül, hogy meg ne gondolná, tette milyen hatással lesz a másikra. A hiten alapuló megközelítést képviselő kutatók (Kumar, 1996) ezt a típusú bizalmat alapvetően kiegészítették a megbízhatósággal (a partner mindig betartja szavát) és az elkötelezettséggel (partnerek egymás iránti érzelme).

A hiten alapuló bizalmat két szinten értelmezik (Doney et al., 1998). Egyrészt a bizalom hit és várakozások összessége, másrészt szándék, hogy a felek a fentiek szerint cselekszenek.

A hitnek és a magatartásbeli szándékoknak egyszerre kell jelen lenniük, a bizalom tehát nem csak pusztán hit, hanem cselekvési szándék is, amely alátámasztja ezt a meggyőződést.

A kockázat alapú megközelítést képviselő kutatók által a bizalom definiálására szintén számos meghatározás született. Érdemes kiemelni Das-Teng (2004) szerzőpáros megközelítését, amely a következőképpen foglalta össze a fogalmat: A bizalom nem más, mint egy pozitív vélekedés a másik fél magatartásáról akképpen, hogy a körülmények bármilyen változása esetén az nem cselekszik opportunistá módon. A bizalom ezek alapján annyit jelent, hogy önkéntesen kockázatot vállalunk abból

fakadóan, hogy sebezhetővé válunk a másik fél által. Barney-Hansen (1994) szerint ez a sebezhetőség három tényezőtől fakad:

1. költséges, vagy lehetetlen a választási lehetőségek összes kockázatának felmérése,
2. költséges a választási lehetőségek minőségének összehasonlítása,
3. nagyok a kockázatok lefedésére irányuló „beruházási” költségek.

A bizalom kockázat alapú irodalmából eredő konklúzió az, hogy a bizalom azokban az esetekben releváns, ahol a kockázat jellemzi a felek közötti kapcsolatot. A bizalom és a kockázatviselési hajlandóság egymás tükörképeinek nevezhető, ahol a kockázatviselési hajlandóság valószínűségi változó és az adott egyén/szervezet kockázatérzékelése határozza meg. A fenti definíciókat a szerző az üzleti élet napi kapcsolataira képezte le, de a KKV-k finanszírozási helyzetére adaptálva éppúgy megállják a helyüket.

### **Kkv szektor és a bizalom**

A KKV-szektor (bár a szektor rendkívül heterogén) magatartása nagyon hasonló az egyének, a lakosság, az egyéni befektetők magatartásához, melyet a hiten alapuló bizalom jellemez. Nagyon fontos a hit a jövőben, a környezetben, a gazdasági szereplőkben, a növekedésben, mely transzparensabb vállalatstruktúrát, nagyobb felelősségtudatot, a gazdaság szereplőinek szorosabb összefogását eredményezheti. A válság idején éppen a bizalom hiánya volt a jellemző. A 2008-ban kezdődött világgazdasági válság alapjaiban rengette meg mind az egyéneknek, mind pedig a vállalatoknak a társadalom működésébe vetett bizalmát. Amikor a cégeket legtöbbször tulajdonosként vezető emberek olyan fontos döntéseket hoznak, mint egy hitelfelvétel, melyben jövőjüket, legtöbb esetben romló, de még valamelyest elviselhető színvonalú magán egzisztenciájukat és családi vagyonukat is kockáztatják – bízniuk kell. A hagyományos Keynes-i közgazdasági elmélet mást állít, leír egy formális folyamatot, amelyben a racionális döntés megszületik: az emberek minden rendelkezésükre álló lényeges lehetőséget megvizsgálják, megnézik ezen opciók lehetséges pozitív vagy negatív kimenetelét. Megvizsgálják minden egyes opció valószínűségét, aztán döntenek (Keynes,1936).

A Magyar Nemzeti Bank által meghirdetett Növekedési Hitelprogram (továbbiakban: NHP) első ciklusának időszakában, mely 2013-ban az előzetes kommunikáció szerint 3 hónapig volt nyitva, ez a legkevésbé volt jellemző. A KKV cégek döntései sokkal inkább azon az alapon születnek, hogy bíznak-e vagy sem. A jövőképet az NHP olcsó és fix kamata és az elérhető extrém futamidő pedig a valóságosnál is pozitívabb színezetben tüntette fel. Ez is bizonyítja, hogy a mainstream közgazdaságtan elvei a mai, globalizált és turbulens gazdasági környezetben nem minden esetben használhatók hatékonyan.

Az emberek által vonzóknak talált, a dolgokat megmagyarázó történetek egyszerűek, inkább konkrétak, mint elvontak. Nagyobb szerepet tulajdonítanak néhány kirívó

eseménynek, melyek jó eséllyel egy oksági narratíva (narrative fallacy) kiindulópontjává válnak, mely kifejezést Taleb vezetett be a Fekete Hattyúban (Kahneman, 2013). Valahogy így voltak a vállalkozók is a hitelválsággal és a bankokkal.

A KKV-k 2008-ig egy felfokozott aranykorban tudhatták magukat, köszönhetően az alacsony forrásköltségeknek, a csökkenő kockázati költségeknek és a tőkepiac hozamelvárásainak. Kevésbé volt érzékelhető a gyorsan változó jogi és számviteli szabályozásban rejlő bizonytalansági tényező is. Ez tört meg 2008-2009-ben, hatalmasat zuhant a hitel/GDP arány és a csökkenés, kisebb kilengéseket leszámítva azóta sem állt meg. A KKV-k nagy része a kétségkívül nehéz gazdasági helyzet, a zsugorodó piac és saját cégük versenyképességi problémáik egyetlen okozójának jellemzően a hitelválságot tartották.

Az érzelmi heurisztika (Slovic, 1982) során az emberek érzelmeik alapján alkotnak és hoznak ítéletet, az ezekhez kapcsolódó közelítési és elkerülési tendenciák központi szerepe játszanak döntéseikben. "Az érzelmi fark csóválja a racionális kutyt" (Kahneman, 2013). Az elérhetőségi torzítások példája a válság utáni ellenállás a bankokkal szemben, azaz az eladósodástól való félelem, melyet tradicionálisan a bankok testesítettek meg.

Az elérhetőségi torzítások szorosan korrelálnak az idővel, tehát a bizalom visszatérése időigényes folyamat, de a múlttal való racionális szembenézés alapján kellene történnie.

A bizalom semmiképpen nem egyszerű racionális előrejelzés tehát, hanem az első és legfontosabb lelki tényező (Simon et al., 2010).

### **Bankok és a bizalom**

A bankok és a bizalom kapcsolata tisztán a bizalom kockázaton alapuló (risk-based) megközelítésére vezethető vissza. A 2008/2009-es események a bankokat a KKV hitelezés drasztikus visszaszorítására és szigorítására sarkallta, a jelentős forráskivonás pedig tovább nehezítette a KKV szektor helyzetét, további csődöket előidézve. A piaci lehetőségek helyét fokozatosan a szabályozói sokkok vették át, az új hitelek kihelyezéséről a meglévők kezelésére helyezve át a hangsúlyt. A 2013-ban még döntően külföldi tulajdonban lévő bankszektor küszködött, hogy elérje a tulajdonosok és a konkurens piacok által elvárt hozamot.

A KKV-k hitelezése 2008 óta kisebb kilengésekkel, de folyamatosan mérséklődött. Az NHP kedvezményes kondíciói (melynek legnagyobb értéke a fix kamat és az elérhető hosszú futamidő), a hitelezési hajlandóságot és a hitelfelvételi kedvet érdemben voltak képesek befolyásolni. A Növekedési Hitelprogram bevezetését megelőzően a hazai KKV-szektor rosszabb helyzetben volt, mint az Európai Unió más országainak vállalkozásai. Valószínűsíthető, hogy a bankok hitelezési hajlandósága függ attól, hogy a potenciális adós törlesztési terhe hogyan alakul a jövőben, amire hatást gyakorol a kamat nagysága, a kamatkockázat, és az esetleges árfolyamkockázat. Ez a hipotézis azt is vélelmezi, hogy a kedvezőbb kondíciók mellett elérhető hitel a hitelkeresletet a hitelfelvevők oldaláról is élénkíti. Tekintve, hogy az NHP hosszú lejáratú, fix, alacsony

kamatozású (2,5%-is kamatszint és 10 éves maximális futamidő) hitelt kínál a magasabb kamatú, többnyire változó kamatozású és rövidebb lejáratú piaci hitelek helyett, alkalmas a tényleges hitelkereslet és a valós ügyfélkockázat felmérésére is (Mester-Tóth, 2015).

A Növekedési Hitel Program a megjelenését követően számos szakmai konferencia (úm. Portfólió: Hitelezés 2015) és gazdasági fórum (úm. HVG) központi témája lett. Az ellenzői, kritikusanai pont a bankok kockázaton alapuló bizalmának hiányára alapozták azt a véleményüket, hogy a program hatástalan lesz, mert csak azok a vállalatok fognak növekedési hitelt igényelni és kapni is, akik abban az esetben is vettek volna fel hitelt, amennyiben nem került volna bevezetésre az NHP. Az MNB programja azonban megteremti a kedvezőbb ügylet megkötésének lehetőségét. A kockázaton alapuló bizalmat azonban nagyban erősítette, hogy a bankok hitelezési hajlandósága, kockázatvállalása nem független attól, hogy a potenciális adós törlesztési terhe hogyan alakul a jövőben, ami függ a kamat nagyságától, a kamatkockázattól, és az esetleges árfolyamkockázattól is (Vonnák, 2015). Ezeket a kockázatokat az NHP számíthatóvá, stabilá, mérhetővé és egyértelművé tette, tekintve, hogy az NHP hosszú távon állandó kamatozású (max. 2,5%) hitelt kínál a piaci hitelek helyett.

A Növekedési Hitelprogram teljes fordulatot hozott a hazai KKV-szektor hitelezésében. A statisztikai adatok szerint trendtörés következett be a vállalati, és ezen belül a KKV-hitelezési folyamatokban. Míg korábban évente 4-6 százalékkal zsugorodott az állomány, 2013 harmadik negyedéve óta gyakorlatilag stagnál, ami döntően az NHP hatásának köszönhető (MNB, 2015). Az NHP elsődleges célja a vállalati szektor hitelezésében megfigyelhető negatív tendencia megállítása, a pénzügyi stabilitás erősítése, valamint a magyar gazdaság külső sérülékenységének csökkentése. A hitelkínálat folyamatos zsugorodása fékezi a gazdasági növekedést (MNB, 2015). Az NHP egy jól strukturált, igazán erős programnak tekinthető, amely jelentős lökést adott a magyar hitelezésnek. A Magyar Nemzeti Bank elsődleges várakozása arra irányult, hogy az NHP okozta lendület hatására a piaci hitelezés is megindul. Mindez azonban csak úgy lehetséges, amennyiben a hazai bankszektor is változtat az eddigi működési mechanizmusán.

Mindezek fényében felvetődik néhány kérdés a jövőre nézve: A bankszektor milyen mértékben lesz képes betölteni a hazai gazdaság zavartalan működéséhez és növekedéséhez szükséges közvetítő szerepét? Mit tudnak tenni a kereskedelmi bankok (a központi beavatkozás mellett, vagy inkább ma már helyett) a növekedés érdekében?

A bankoknak jelentős expanziót kell végrehajtaniuk a tradicionális hitel és befektetői piacon, innovatív, alacsony árazású alternatívákat kínálva. Megtérülési kérdésekben jelentősen redukálniuk kell a költségeiket, további konszolidációkat, hálózatcsökkentést kell végrehajtani, új külső piacok feltárása mellett. Legfőképpen viszont a növekedés érdekében a kockázatok jobb felmérésével a bizalomnak erősödnie kell: a KKV szektor irányában a banki piac innovációi, a szektor strukturális és életcikluson alapuló jobb megismerése, az igények pontosabb kielégítése segít ebben.

## **A bizalom és az állam szerepe**

A bizalomnak, mint a tranzakciókkal járó költségek csökkentésének – másképpen fogalmazva a biztonság növelésének és a kockázatok csökkentésének – módjának-jelentős kutatási irodalma van (Gambetta, 1988, Kramer- Tyler, 1996).

A bizalommal kapcsolatban a kockázatsökkentésnek négy alapvető mechanizmusát különböztethetjük meg (Hámori, 2004):

1. a tranzakciók technikai biztonságának a növelése,
2. a tranzakciók korrektsége érdekében, a felek tisztességtelensége miatt (vagy más indokból) bekövetkező károkat ellensúlyozó és szankcionáló jogintézmények kiépítése,
3. olyan társadalmi mechanizmusok kifejlesztése, amelyek az előbbi kettő tökéletlensége mellett is elviselhető mértékűre csökkentik a kockázatot (Klang, 2001), támogatva a partnerek között kialakuló,
4. személyes bizalmat (confidence).

Hámori (2004) szerint a negyedik tényező alapvetően különbözik az első háromtól. A személyes bizalom (confidence) a piaci rendszer alapvető mechanizmusainak zavartalan működésébe és az őket szabályozó jogintézményekbe, illetve a társadalmi konvenciókba vetett általános bizalmat jelenti, megkülönböztetve a szűkebb üzleti közösségen belül, a partnerek között kialakuló személyes bizalomtól (trust). Más szavakkal a makrobizalom (confidence) és a mikrobizalom (trust) mechanizmusai egyértelműen növelik a tranzakciók kiszámíthatóságát, amely az adekvát piaci döntés elengedhetetlen feltétele. A modern gazdaságokban a gazdasági szereplők jövőképe igen komoly szerepet játszik a folyamatok alakításában, a jövőképet pedig a gazdaságpolitika kiszámíthatósága (a makrobizalom egyik eleme) determinálja.

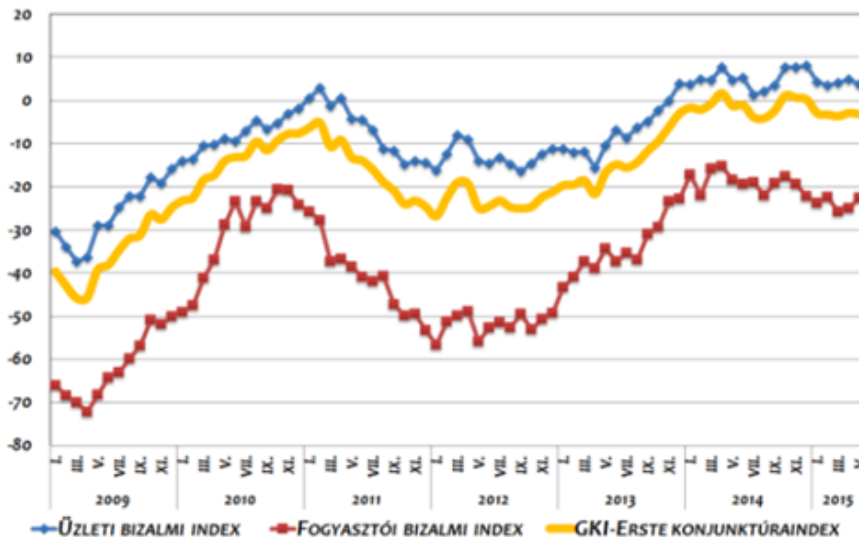
Ha az állam szerepét vizsgáljuk a KKV-k hitelezésének kérdésében, a bizalom mindenképpen egy szabályhoz kötött, kiszámítható gazdaságpolitika alkalmazását követeli meg. A KKV-szektor növekedési esélyei akkor a legjobbak, ha megfelelő állami szerepvállalással megfelelő szabályozási környezetben megfelelő finanszírozási lehetőségek segítik. Ehhez azonban a mindenkori kormányoknak optimálisan kellene ötvöznie ösztönző rendszerében a hatékony banki tőkeallokációt és a konstruktív szabályozó eszközöket, - pozitív, hitelezést segítő banki adórendszer, hatékony intézményi garanciarendszer, kamat kiegyenlítő módszerek alkalmazásával. Közvetlen bankoknak nyújtható vagy ügyféllel kombinált piacösztönző megoldásokat kell továbbra is keresnie és azokat megfelelő méretben alkalmaznia. Továbbá szükséges lenne átvizsgálni a KKV-kat érintő jogi és számviteli környezetet és azokat a gazdasági ösztönzés érdekében egyszerűsíteni (Mester-Tóth, 2015).

## Bizalmi index

A „bizalmat” már elég régóta felmérések alapján állapítják meg. A fogyasztói bizalmi indexeket országonként eltérő módszerekkel általában havonta közlik.

A bizalmi index trendjeit vizsgálva megállapítható, hogy 2009 januárjában a fogyasztói bizalmi indexek a mérésük kezdete óta a legalacsonyabb szintre süllyedtek. Ezen folyamat háttérében legfőképpen az állt, hogy a hazánkat is sújtó gazdasági válság kedvezőtlen helyzetbe sodorta az ügyfeleket, melynek hatására azok nem tudták adósságaikat törleszteni. Továbbá fontos megemlíteni, hogy az egyes befektetések rohamosan veszítettek az értékükből. Rövid időn belül általános bizalmatlanság alakult ki a szolgáltatókkal és az egyes terméktípusokkal szemben.

A Fogyasztói Bizalom Index (FBI) mutatója 2013-tavasza jelentősen megugrott. Mivel a magyar gazdaság 2013-ban még recesszióban volt, a bizalmi index megugrásában valószínűleg szerepet játszott az MNB-kezdeményezés nyomán keletkezett bizalom abban, hogy a magyar gazdaság az elkövetkező években jelentősen növekedhet és a hitelfelvét kockázatai csökkennek.



1. ábra. GKI-Erste konjunktúraindex és összetevői 2009-2015 között

Forrás: GKI, 2015.

A pénzügyi szolgáltatások iránti bizalmatlanság napjainkban újra a felszínre került, s egyre növekszik a már bajba jutott, problémával küszködő érintettek száma. Gondoljunk csak a hazai devizahitelesekre s a fizetéseképtelenné vált pénzügyi szolgáltatók betétes és befektető ügyfeleire. Igénybevevői oldalról olyan érzelmi dimenziókkal kell felvenni a harcot a szolgáltatóknak, mint a bizonytalanság, a félelem, a szorongás és a csalódás.

## **Anyag és módszer**

A témához szorosan kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalom szekunder elemzését követően primert kutatást végeztünk 2015-ben hazai KKV-k körében.

A kutatási program keretében a vállalkozások gazdálkodását, finanszírozását befolyásoló, fékező és kísérő tényezőinek vizsgálatára, valamint a vállalkozás falain belüli és kívüli bizalmi nézeteinek elemzésére vállalkoztunk. A bizalom rendkívül fontos a vállalati hitelezésben, így külön kitértünk annak vizsgálatára, hogy a Növekedési Hitelprogramra vetítve milyen bizonytalanság merül fel.

A kérdőívek összeállításában Earl Babbie (2008) A társadalomtudományi kutatás gyakorlata című könyve nyújtott jelentős segítséget. A végleges kérdőív struktúrája három fejezetre tagolódik. A kérdéstípusok között nyitott és zárt, egyszeres és többszörös választással megválaszolható kérdések egyaránt szerepeltek. Az összeállított kérdőív három fejezetre tagolódik. Az első rész 13 kérdésem kerestül a vállalkozás általános adataira kérdez rá. A második fejezet mindösszesen 11 kérdést tartalmaz a vállalkozások finanszírozottságára vonatkozóan, míg az utolsó rész 13 kérdésem kerestül a Növekedési Hitelprogram problematikáját vizsgálja.

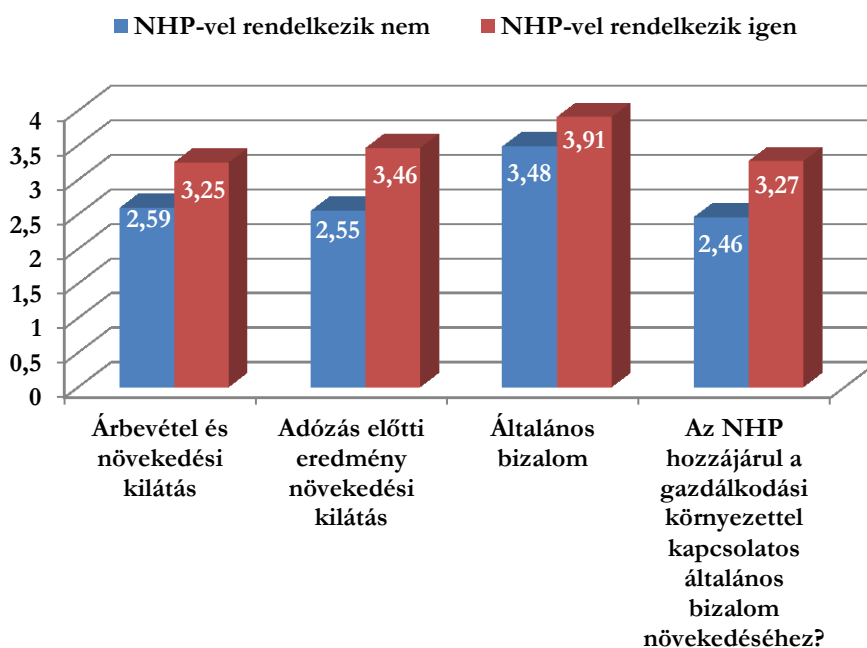
Az elemzéshez szükséges adatokhoz különböző forrásokból jutottunk. A kérdőíves kutatás során a postai megkérdezés (önkitöltős kérdőív, papíros formátum), a személyes megkérdezés, papíros formátum; a telefonos megkérdezés, számítógéppel támogatott megkérdezés; valamint az internetes, online megkérdezés (számítógéppel támogatott önkítöltős kérdőív) lehetőségeit is alkalmaztuk. A vállalatok jelentős része (több mint 70%) a számítógéppel támogatott önkítöltős online kérdőív lehetőségét választotta. A válaszadók anonimitása fontos kritérium, így ez minden esetben biztosított volt.

A kérdőívet több ezer vállalat kapta meg, tekintettel a régióra, a tevékenységi területre és az alkalmazottak számára, összesen 544 db értékelhető kérdőív érkezett vissza. A kérdőív vállalkozásokhoz történő eljuttatásában többek között a Fiatal Vállalkozók Országos Szövetsége (FIVOSZ); a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, a Vállalkozók és Munkáltatók Országos Szövetsége (VOSZ), a Magyar Logisztikai, Beszerzési és Készletezési Társaság (MLBKI), valamint a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara és területi kamarái is segítséget nyújtottak.

Az adatelemzés során az adatok bevitelle Microsoft Excel programmal, értékelése SPSS matematikai-statisztikai szoftvercsomag alkalmazásával történt. Az adatelemzést egyváltozós és többváltozós statisztikai módszerekkel végeztük. Mintavételi próbálkozásaink elején a reprezentativitásra törekedtünk, azonban azt tapasztaltuk, hogy a hazai társaságok félve nyilatkoznak a pénzügyi helyzetükről és a mindenkori gazdasági környezetről, beleértve a kormányzati, monetáris jellegű intézkedések általuk tapasztalt hatásait is. Így a reprezentatív mintavétel helyett a véletlen mintavétel módszerét alkalmaztuk, kiegészítve az ún. hólabda módszerrel (Babbie, 2008).

## Eredmények

Hipotézisünk szerint az NHP bevezetése a válság után megtörte a bankrendszerrel szembeni bizalmatlanságot, és jelentősen erősítette az állami szerepvállalással kapcsolatos bizalmat is. Feltűnő különbség figyelhető meg ugyanis a kérdőív válaszadói esetében az NHP kérelmezők és a piaci hitelt kérő KKV ügyfelek bankokkal szembeni viselkedésében. A kutatás szerint a megkérdezett vállalatok 69%-a számít árbevétel-növekedésére, amely lényeges javulást jelez a korábbi évekhez képest. Ezzel párhuzamosan jelentősen emelkedett a szervezeti fejlődésre, vállalati méret, valamint az adózás előtti eredmény növekedésre koncentráló vállalkozások aránya is. Megjegyzendő, hogy sokat segített ebben a Növekedési Hitelprogram, azonban lényeges eltérés mutatkozik az NHP-vel rendelkezők és nem rendelkező vállalatok között (2. ábra).



Magyarázat: [1]: egyáltalán nem, [2]: kevésbé, [3]: kis mértékben, [4]: teljes mértékben meghatározó

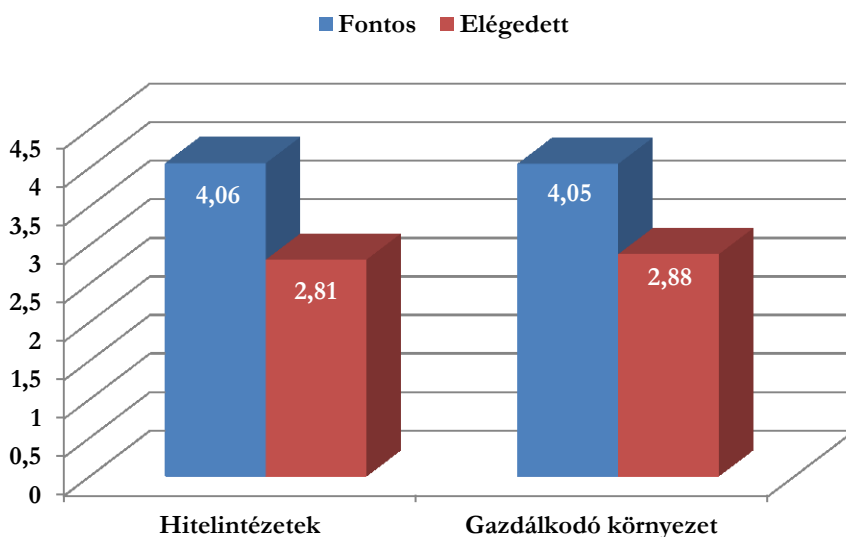
2. ábra. Az NHP és a bizalom kapcsolata

Forrás: Saját kutatás, 2015, N=544

A bizalom rendkívül fontos tehát a vállalati hitelezésben. Feltevésünk szerint azok a vállalkozások, amelyek rendelkeznek NHP-vel, sokkal fontosabbnak tartják az általános bizalmi szintet és jóval elégedettebbek is annak mértékével. A két változó közti összefüggés elemzését varianciaanalízissel végeztük. Az NHP-vel rendelkező vállalatok esetében jelentősen nagyobb a bizalom a hitelintézetekkel szemben és mindkét csoport (amelyeknek van, és amelyeknek nincs) egyformán fontosnak tartja ezt a bizalmat. Az

NHP-vel rendelkező vállalatok általános bizalmi légköre is jobb, mint az NHP-vel nem rendelkező vállalatoké. Továbbá külön vizsgáltuk azt is, hogy az NHP-vel rendelkező vállalkozások mit gondolnak a jövőbeni adózás előtti eredmény és az árbevétel alakulásáról. Az NHP-vel rendelkező vállalatok egyértelműen jobban bíznak az árbevétel és az adózás előtti eredmény növekedésében.

A kérdőív egyik kérdésében a vállalkozóknak a hitelintézetekkel és a gazdálkodó környezettel szemben fennálló bizalom fontosságát, és az azzal kapcsolatos elégedettséget lehetett minősíteni. A felmérés során fontosnak tartottuk, hogy ne csak a tényezők fontosságát vizsgáljuk, hanem a ténylegesen mérhető elégedettség szintjét is. A válaszadók a két vizsgált tényező fontosságát rendkívül magasnak ítélték, azonban a tényezőkkel való elégedettség lényegesen alacsonyabb értéket képvisel (3. ábra).

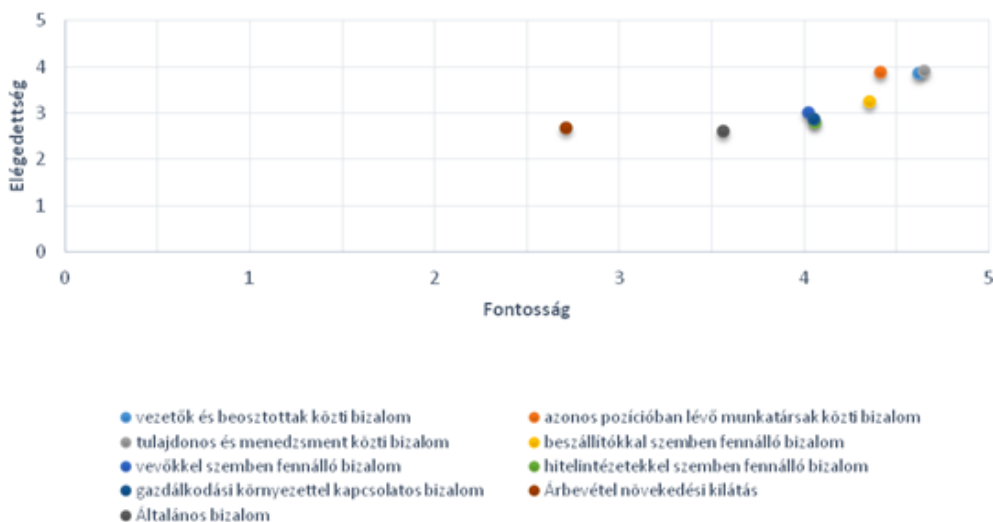


3. ábra. A bizalom értékelése, a fontosság és az elégedettség tükrében

Forrás: Saját kutatás, 2015, N=544

A kapott eredmény azt mutatja, hogy a bankszektor még nem dőlhet hátra, hiszen helyre kell állítani a jelenleg még hiányzó bizalmi szintet, valamint a nyújtott szolgáltatásaikat sokkal jobban az adott vállalathoz kell igazítaniuk. A hitelintézeteknek arra kell törekedniük, hogy olyan, a 21. századnak megfelelő innovatív és integrált pénzügyi szolgáltatásokat nyújtsanak, amelyek már túlmutatnak a mainstream banki szolgáltatásokon, és lehetőséget biztosítanak a modern kor adta technológiai lehetőségek kihasználására, így biztosítva a gyors és kényelmes ügyfélkiszolgálást. Mindezekon túl külföldi példák igazolják, hogy a standardizált hiteltermékek helyett, sokkal inkább az egyedi ügyfélkezelés és ügylet elbírálás irányába kellene terelni a banki hitelezést.

A vizsgálatunk során számos, általunk felállított kategóriák közti bizalom mértékét is elemeztük (4. ábra). A fennálló bizalmi szint fontosságát 1-től 5-ig ([1]: egyáltalán nem, [2]: nem fontos, [3]: részben, [4]: fontos, [5]: nagyon fontos) és az azzal kapcsolatos elégedettséget is 1-től 5-ig ([1]: egyáltalán nem, [2]: nem, [3]: részben, [4]: elégedett, [5]: teljesen elégedett) lehetett minősíteni. A kapott eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy a gazdálkodó szervezetek a bizalom fontosságát jelentősnek tartják, a válaszok átlagos értéke minden irányban négyes feletti. Különösen a tulajdonos és a vezető, valamint a vezető és a beosztottak között tartják lényegesnek a bizalom meglétét. A várt mértéknél minden irányban kisebb a tapasztalt bizalmi szint. (A válaszok szórása mindenütt 1 körüli). A legkisebb differencia a vezetők és a beosztottak közötti várt és tényleges érték, 0,72. A 4. ábra alapján látható, hogy a fontosság és az elégedettség az árbevétel növekedési üteme esetében szinte teljesen megegyezik (Fontosság átlaga: 2,71; Elégedettség átlaga: 2,68). A legnagyobb eltérés a hitelintézetekkel szemben fennálló bizalomnál tapasztalható (Fontosság átlaga: 4,06; Elégedettség átlaga: 2,81). A kapott eredmény is megerősíti, hogy valóban egy szemléletmód váltásra lenne szükség a bankok és a vállalatok között, ami segíthetné a két szektor között lévő szakadék megszüntetését. Ez jelentheti a siker kulcsát.



4. ábra. A bizalom általános szintjei

Forrás: Saját kutatás, 2015, N=544

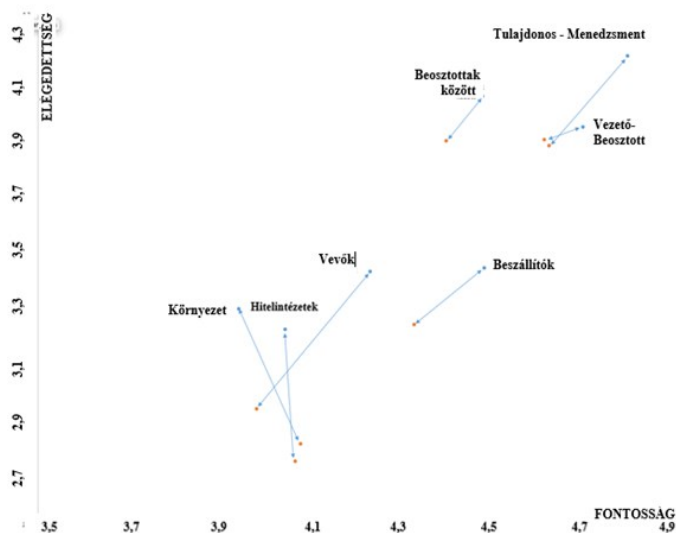
A kutatásunk során többek között arra is kerestük a választ, hogy melyek azok a tényezők, amelyek leginkább korlátját szabják a vállalati növekedés menedzselésének. A vállalkozások számára a legnagyobb terhet a túlzott adminisztráció és a rendkívül magas járulékok jelentik, de mindemellett a gazdasági és jogi környezet kiszámíthatatlansága is megnehezíti a cégek stabil működését. Ez utóbbi tényező a harmadik legmagasabb értéket érte el. Feltehetően, ha sikerülne ezen a területet is stabilizálni, akkor fokozná a bizalmi szintet is.

Megállapítható tehát, hogy a további hitelezés generálásához mindenekelőtt ezen a területen is szükség van további lépésekre és így a bank- és vállalati szektor közti szakadékot tovább lehetne szűkíteni. Továbbá kimutatható, hogy nagyobb bizalmat éreznek a bankokkal szemben az NHP esetében és kisebbet a piaci hitelek esetében. Valószínűsíthető, hogy az NHP esetében a bizalmat egyrészt az állami szerepvállalás által sugallt biztonság növeli, míg a bizalmatlanságot az „ingyempénz hatás” csökkenti. A hazai helyzet javulásában komoly szerepet játszhatott a Növekedési Hitelprogram, aminek köszönhetően megállt a vállalati hitelállomány csökkenése. Az NHP lehetőséget biztosított arra, hogy a vállalati hitelállomány évek óta tartó erőteljesen csökkenő trendje, valamint a fokozódó bizalmatlanság megtörjön.

További vizsgálatokat folytattunk arra vonatkozóan, hogy a különféle gazdasági döntések meghozatalának folyamata, valamint azok eredményessége mennyiben függ a gazdálkodó szervezetnél jelen lévő bizalmi szint mértékétől. A kutatási mintasokaságban szereplő vállalatok alapján megállapíthatjuk, hogy azok a szervezetek, amelyeknél magas a beosztottak, a menedzsment, a tulajdonos és a külső stakeholderek közti bizalmi szint, jobb gazdasági döntéseket képesek meghozni. Ezen szervezetek a pénzügyi eredményesség tekintetében kedvezőbb helyzetben vannak. Ha mindezt kiegészítve vizsgáljuk az írott stratégia meglétének kritériumával, akkor arra a megállapításra jutunk, hogy a magas bizalmi szint és az írott stratégia együttes jelenléte fokozza a szervezetek pénzügyi gazdálkodásának eredményességét.

Egy érdekes elemzést végeztünk a fontosság és elégedettség faktorokkal annak függvényében, hogy rendelkezik-e a vállalat Növekedési Hitelprogrammal, vagy sem. A kapott eredményeket az 5. ábra foglalja össze. Az SPSS-ben a fontosság és az elégedettség kritériumaira vonatkozó összes válasz alapján kiszámítottuk azok átlagait, két alcsoportban (kategória), akiknek van NHP és akiknek nincs. Így abszolút értékben látható a két csoport egyes kategóriákban lévő értékei. Egy koordináta rendszerben foglaltuk össze a kapott eredményeket, ahol az abszcissza tengely a fontosságot, míg az ordináta tengely az elégedettséget jelöli. A pontos elkülönítés érdekében kék és sárga pontokat alkalmaztunk. A kék pontok azon vállalatokat jelölik, akik rendelkeznek NHP-vel, a sárgák ebből következően azokat a cégeket jelölik, amelyek nem rendelkeznek NHP-vel. Mivel minden skálaérték 1-5 között mozog, így ezek a pontok csak az első sík negyedben helyezkednek el +1 és +5 zárt intervallumban. Minél távolabb van egy pont az origótól, annál fontosabb és/vagy elégedettebbek azzal a kategóriával. Látható ezek alapján, hogy a vevőkkel szembeni bizalom azok körében, akik rendelkeznek NHP-vel fontosabb és elégedettebbek is, mint akik nem. A hitelintézetekkel szembeni bizalom vizsgálata során megállapítható, hogy egyformán fontos mindkét kategóriában (x koordináta közel azonos), viszont akik nem rendelkeznek NHP-vel, azok sokkal kevésbé elégedettek ezzel a kategóriával. A gazdasági környezettel kapcsolatos vélemények szintén így alakultak. A további kategóriák vizsgálatával is erre az eredményre jutnánk, így összességében azt mondhatjuk, hogy az NHP valóban képes fokozni a bizalmat. A kapott eredmények alapján kijelenthetjük, hogy az NHP nem csak

a hitelintézetekkel szembeni bizalomra van pozitív hatással, hanem az általunk vizsgált összes faktorra kedvező hatást gyakorol.



5. ábra. Fontosság – Elégedettség alakulása

Forrás: Saját kutatás, 2015 N=544

### Következtetések

Ezen tanulmány keretében arra vállalkoztunk, hogy röviden rávilágítsunk a magyarországi (elsősorban) KKV-szektorra érintő gazdasági, pénzügyi döntésekre, a bizalom fogalmának különféle értelmezésére, valamint a vállalati szektorra érintő bizalmi szint mértékének elemzésére.

A bizalom nem csupán a vállalaton kívüli gazdasági események során, hanem a vállalaton belüli szervezeti kultúra területén is jelentős fontossággal rendelkezik. A kutatásunk többek között lehetőséget biztosított arra is, hogy több vállalat működési mechanizmusát a szervezeten belülről is megismerjük. Ezek alapján megállapítjuk, hogy azok a gazdálkodó szervezetek, akiknél megfelelő bizalmi légkör uralkodik, sokkal eredményesebben és hatékonyabban végzik tevékenységüket. Ennek háttérében egyértelműen az húzódik meg, hogy szorosabb kapcsolat és együttműködés van jelen a dolgozók között, ami egyidejűleg biztosítja a tulajdonos, a menedzsment, valamint az alkalmazottak érdekeit maximálisan szolgáló döntések meghozatalát.

A tanulmány fontos következtetése, hogy kimutatható különbségek vannak azon vállalkozások között, akiknél lényegesen magasabb mind a vállalaton belüli, mind pedig a külső környezettel szemben fennálló bizalmi szint, azokhoz viszonyítva, akik kevésbé tartják fontosnak a bizalmon alapuló gazdasági tevékenység folytatását, az együttműködést és a döntéshozatal. Továbbá statisztikailag kimutatható eltérések tapasztalhatók a vállalati működés eredményessége tekintetében is. A jól kidolgozott stratégiával, megfelelő döntés-előkészítő mechanizmussal, szervezeti kultúrával

rendelkező vállalatok eredményesebben teljesítettek az elmúlt öt évben, sőt a jövőre vonatkozó várakozásuk is lényegesen kedvezőbb.

### Hivatkozott források

1. AKERLOF, G. A. (1970): The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism. in: The Quarterly Journal of Economics No 84, pp. 488-500
2. AKERLOF, G. A., SHILLER R. J. (2009): Animal Spirits avagy a lelki tényezők szerepe a gazdaságban és a globáliskapitalizmusban. Princeton University Press (fordította Felcsuti Péter)
3. ALLÉE, A. (2005): Offene Bücher - mehr Profit. In: Harvard Business Manager 27, Nr. 1, pp. 50–52.
4. ASHMORE, C. (1993): "Üzlet-menet": Mi kell a vállalkozás működtetéséhez?: PACE: Program for Acquiring Competency in Engerpreneurship: A vállalkozások működtetésének gyakorlati kérdései. Budapest, Glob Info Alapítvány. p. 520. Idézi Vecsenyi J. (2009): Kisvállalkozások indítása és működtetése. Perfekt Kiadó, Budapest, p. 413.
5. BABBIE, E. (2008): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, p. 744.
6. BORSZÉKI É. (2008): Vállalati pénzügyek. Szent István Egyetem Kiadó, Gödöllő pp. 12-35.
7. BARNEY, J. B., HANSEN, M. H. (1994): Trustworthiness as a source of competitive advantage. Strategic Managemen Journal, Vol. 15. pp. 170-195.
8. BUNKÓCZI L., PETŐ I., PÁSZTOR M. ZS., POPOVICS A. (2015): Az információs rendszerek szerepe és értékelése a vállalkozásokban, Studia Mundi - Economica, Vol. 2. Num. 2., pp. 3-17., HU ISSN 2415-9395
9. CHIKÁN, A., CZAKÓ, E., LESI, M. (2006): Állami szerepvállalás a vállalatok versenyképessége szempontjából. In: Ágh, A., Tamás, P., Vértes, A. (szerk.): Stratégiai kutatások – Magyarország 2015. Tanulmányok Magyarország versenyképességéről. 2006. január, Új Mandátum Könyvkiadó, pp. 33-61.
10. COVEY, S., MERRILL, R. (2011): A bizalomsebessége - A rejtett tényező, ami mindent megváltoztat. Bayer, A. (ford.) Budapest: HVG Könyvkiadó, pp. 40-313.
11. CSAPÓ L., GYÖRPÁL T., HOLLÓ E. (2013): Az információgazdálkodás kihívásai a kkv szektorban. Acta Carolus Robertus. 3. kötet, 2.szám, pp. 35-48.
12. CSUBÁK T. (2003): Kis- és középvállalkozások finanszírozása Magyarországon, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Gazdálkodástani Ph.D. program Budapest
13. DAS, T.K., TENG, B. S. (2004): The Risk Based View of Trust: a Conceptual Framework, Journal of Business and Psychology, Vol 19. No 1, pp. 85-119
14. DONNERSMARCK, A. (2004): Vertrauensmanagement in unternehmensübergreifenden Netzwerken. In: Supply Chain Management, 4., Nr. 3, pp. 64–65.

15. DONEY P.M., CANNON J.P. (1998): An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*, vol.61 April, pp. 35-51.
16. FUKUYAMA, F. (2007): Bizalom - A társadalmi erények és a jólét megteremtése. Somogyi, P. (ford.) Európa Könyvkiadó, Budapest pp. 488-489.
17. GAMBETTA, D. (1988): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. New York: Blackwell.
18. GKI (2015): Márciusban nem változott a GKI-Erste Konjunktúraindex. [http://www.gki.hu/sites/default/files/users/Petz%20Raymund/gki\\_konj\\_1503.pdf](http://www.gki.hu/sites/default/files/users/Petz%20Raymund/gki_konj_1503.pdf)
19. HÁMORI B (2004): Bizalom, jóhírnév és identitás az elektronikus piacokon. *Közgazdasági Szemle*, LI. évf., 2004. szeptember pp. 832–848.
20. KAHNEMAN, D. (2013): Gyors és lassú gondolkodás, HVG könyvek
21. KEYNES J. M. (1936): *A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete. (The General Theory of Employment, Interest and Money)*
22. KÁLLAY L., Kissné Kovács E., Kőhegyi K., Maszlag L. (2005): *A kis- és középvállalkozások helyzete. Éves jelentés 2003/2004.*, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Budapest, p 83.
23. KARMAZIN Gy. (2014): *A logisztikai szolgáltató vállalatok gazdálkodási sikertényezőinek és stratégia-választásainak hatása a vállalat eredményességére.* PhD értekezés, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő
24. KATITS E. (2002): *Pénzügyi döntések a vállalat életciklusaiban*, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, pp. 20, 171-174.
25. KOZMA T. (2010): *A vállalkozások finanszírozása.* In: Salamonné Huszty A. (Szerk.) (2010): *Kis- és középvállalkozások menedzsmentje.* Egyetemi jegyzet SZIE GTK, Gödöllő pp. 149.
26. KRAMER, R M., TYLER T. R., (1996): *Trust in Organizations.* *Frontiers of Theory and Research.* Thousand Oaks: Sage.
27. KUMAR N. (1996): *The Power of Trust in Manufacturer-Retailer Relationships.* *Harvard Business Review*, Vol. 74. No. 6., pp. 93-106.
28. MCKNIGHT, D. H.–CHERVANY, N. L. (2001): *Conceptualizing Trust: A Typology and E-Commerce Customer Relationships Model.* *Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences*, [csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2001/0981/07/09817022.pdf](http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2001/0981/07/09817022.pdf)
29. MESTER É., TÓTH R. (2015): *A magyarországi kkv-k aktuális helyzete és finanszírozási lehetőségei.* *ECONOMICA*, 2015. 1. szám, ISSN 1585-6216
30. MNB 2015., <http://www.mnb.hu/letoltes/hatterelemzes-final-hu.pdf>; Letöltve:2015.09.27. 11 óra 42 perc
31. MNB: *Pénzügyi stabilitási jelentés (2015. május)*, <http://www.mnb.hu/letoltes/penzugyi-stabilitasi-jelentes-2015-majus.pdf>; Letöltve: 2015. 08. 19., 22 óra 11 perc

32. SIMON J., Tóth Zs. (2010): A bizalom alakulása a gazdasági és pénzügyi világválság alatt. *International Relations Quarterly*
33. SYDOW, J. (2006): Management von Netzwerkorganisationen - Zum Stand der Forschung, *Management von Netzwerkorganisationen*, Gabler. Wiesbaden, pp. 385-469.
34. SÓVÁGÓ L. (2010): Vállalati pénzügyek alapjai. Szent István Egyetem Kiadó, Gödöllő, pp 22-25.
35. VONNÁK B. (2015): Növekedési Hitelprogram: kritikák és tények. Magyar Nemzeti Bank, <http://www.mnb.hu/letoltes/vonnak-balazs-novekedesi-hitelprogram-kritikak-es-tenyek.pdf>