

# Kopasz Marianna

## Jó szándék és kompetencia – avagy a bizalom két összetevője egy magyarországi vállalati felmérés tükrében<sup>1</sup>

A szerző a vállalkozások üzleti kapcsolataiban a bizalom két aspektusát különíti el: a cserepartner jó szándékára vonatkozó várakozásokat (szerződéses bizalom) és az azzal kapcsolatos várakozásokat, hogy a cserepartner rendelkezik a jó szándékú cselekvés végrehajtásához szükséges kompetenciával – a szállító a megrendelést a szerződés alapján elvárható minőségben teljesíti (kompetenciabizalom). A cikk alapjául egy – 246 cégre kiterjedő – magyarországi vállalati felmérés szolgál, amelyre a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Szociálpolitika Tanszéke által végzett Vállalati Panelvizsgálat keretei között került sor 2003-ban. A kutatás elsődleges célja a vállalkozások vevők iránti bizalmának kialakulását befolyásoló tényezők vizsgálata volt. Az empirikus elemzés eredményei szerint a szerződéses bizalom szintje függ a tervezés időhorizontjától, a partnerek előzetes kooperációjától és a vállalkozás vezetőjének (általános) bizalmi attitűdjétől, de független a piac koncentrációjától. A tanulmány azt a kérdést is vizsgálja, hogy a minőségbiztosítási rendszerek bevezetése a szállító vállalkozásnál valóban előmozdítja-e a vevőnek a szállító kompetenciája iránti bizalmát. Kopasz Marianna egyetemi tanársegéd a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Szociológia és Kommunikáció Tanszékén, e-mail címe: mkopasz@tech.ibs-b.hu.

### BEVEZETÉS

A társadalomtudósok körében az utóbbi években nagy népszerűségnek örvend a bizalommal kapcsolatos kérdéseket kutatása. Talán nem túlzás azt állítani: gomba módra szaporodnak az ilyen tárgyú munkák. A vállalkozások közötti bizalom vizsgálata több tudományterület kutatóinak érdeklődését is felkeltette, köztük a gazdaságszociológiáét, az új intézményi közgazdaságtanét vagy akár az üzleti tudományokét. A vállalkozások üzleti kapcsolatainak ilyen szempontú tanulmányozása a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Szociálpolitika Tanszéke által vezetett, 1992 óta folyó Vállalati Panelvizsgálat kutatási céljai között is szerepelt. A kutatássorozat 2000. évi hullámának idevágó eredményeiről számolt be Csabina és szerzőtársainak (2001) a Szociológiai Szemlében megjelent tanulmánya, amely a magyarországi vállalkozások közötti szerződéses bizalom néhány összefüggését elemezte. A jelen tanulmány sok szempontból e kutatás folytatásának tekinthető. Alapjául a Vállalati Panelvizsgálat 2003-as hulláma szolgált,

---

1. Jelen tanulmány a szerző korábbi, *A bizalom különböző aspektusai a hazai vállalkozások üzleti kapcsolataiban* című műhelytanulmányának felhasználásával készült, annak jelentős mértékben átdolgozott változata. (In Lengyel György (szerk.) 2003: *Információs technológia és életminőség*, BKÁE, Szociológia és Szociálpolitika Tanszék). A tanulmány szerzője ezúton is köszönetét fejezi ki Csata Zsombornak a korábbi változathoz fűzött értékes megjegyzéséért.

amely 246 vállalkozás kérdőíves megkérdezésére terjedt ki. A vállalati minta méret és telephely (Budapest-vidék viszonylatban) szerint súlyozott.<sup>2</sup>

A fentebb idézett tanulmányhoz hasonlóan ehelyütt is a bizalom kifejlődését meghatározó tényezők vizsgálata áll a középpontban. A Vállalati Panel újabb hulláma – az ezt megelőzőtől eltérően – ugyanakkor arra is lehetőséget nyújtott, hogy empirikusan is különbséget tehesünk a bizalom különböző összetevői, mozzanatai között. De mielőtt e kérdés tárgyalására, rátérnénk, nem mulaszthatjuk el, hogy konceptualizáljuk a kutatás szempontjából alapvetőnek tekintett fogalmakat, illetve bemutassuk a fontosabb összefüggéseket. Ezt követően (3. fejezet) hipotéziseket fogalmazunk meg a bizalom különböző aspektusainak kifejlődését befolyásoló tényezőkre vonatkozóan. A hipotézisek empirikus ellenőrzésének eredményeit a 4. fejezetben közöljük. Az utolsó részben a tanulmány fontosabb megállapításait összegezzük.

## ELMÉLETI MEGFONTOLÁSOK

*A bizalom fogalma – kognitív és érzelmi aspektusok:* A bizalom fogalmának számos, egymástól többé-kevésbé eltérő meghatározása ismeretes. Induljunk ki a jelen vizsgálathoz Diego Gambetta (1988) bizalommeghatározásából, aki a következőképpen foglalja össze a bizalom lényegét. Bizalomról akkor beszélhetünk, ha annak a valószínűsége, hogy a másik fél (akiben megbízunk) cselekvése számunkra hasznos – de legalábbis nem hátrányos –, kellően magas ahhoz, hogy a vele való kooperációt mérlegeljük. Fontos persze hozzátennünk, hogy a bizalom fogalmában az is benne foglaltatik, hogy a másik fél rendelkezik azzal a szabadsággal, hogy ne feleljen meg a benne megbízó személy által megfogalmazott várakozásnak, hiszen különben nem volna szükség a bizalom megelőlegezésére. A bizalomnak ez a fajta konceptualizálása, mely szerint a bizalom a bizonytalanság csökkentésének eszköze, egyaránt jellemzi a racionális döntések elméletét (lásd például Gambetta 1988) és a funkcionista társadalomelméletet (Luhmann 1979, 1988) is. Ezek szerint ha nem vagyunk teljesen biztosak valamiben, de mégis „eléggé” biztosak vagyunk, akkor ésszerű, ha a bizalomhoz folyamodunk, vagyis a bizalom nem más, mint ésszerűen vállalt kockázat (Balázs 2002). Ez a felfogás ugyanakkor láthatóan figyelmen kívül hagyja a bizalomnak a nem kognitív, vagy másképpen érzelmi-affektív aspektusait.

Más szerzők megkülönböztetik egymástól a bizalom kognitív és érzelmi (emocionális) mozzanatait. Jones (1996) szerint a bizalom a másik fél jóakarásával, vagy másképpen jóhiszeműségével (goodwill) és kompetenciájával (competence) kapcsolatos optimizmus. A bizalom két-féle összetevője közötti distinkció szükségességére korábban már Barber (1983) is ráirányította a figyelmet. Arra mutatott rá, hogy még ha empirikus összefüggés van is a bizalom két típusa között, logikailag függetlenek egymástól.

E munkák nyomán a bizalom két mozzanatát különítjük el egymástól: a jó szándékot és a kompetenciát (a jó szándékú cselekvés végrehajtásának képességét). Lényegét tekintve ez a különbségtétel jelenik meg Mari Sako *Prices, Quality and Trust* című könyvében is (1992). Sako valójában a szervezetek közötti bizalom három típusát – szerződéses bizalom, hozzáértésbe vetett bizalom és „goodwill” bizalom – tárgyalja. Tipológiájában a hozzáértésbe vetett bizalom (*competence trust*) egyértelműen megfeleltethető a fentebb leírt, a másik fél kompetenciájával

2. Megjegyezzük, hogy az elemzett mintában – a panelvizsgálat természetéből fakadóan – felülreprezentáltak a jobb túlélési képességgel rendelkező vállalkozások.

kapcsolatos várakozásnak. A szerződéses bizalom (*contractual trust*), melyet Sako mint arra vonatkozó várakozást definiál, hogy a másik fél a szerződésben foglaltakat betartja, tulajdonképpen az üzleti partner jóhiszeműségére, annak jó szándékára vonatkozó várakozás. A bizalom e két mozzanatát kiválóan szemlélteti a következő példa. Képzeljük el azt az esetet, hogy egy szállító csúszik a szállítás teljesítésével. Ez többféle okból kifolyólag is előállhat. Lehetséges, hogy a beszállító már a gyártás megkezdése előtt tisztában volt azzal, hogy nem rendelkezik elegendő kapacitással a rendelés időben történő teljesítéséhez. A késedelem hátterében éppúgy állhat egy gép váratlan meghibásodása is, ami pedig a termelési folyamat nem megfelelő ellenőrzésére, végső soron a szállító hozzáértésének hiányosságaira vezethető vissza (Sako 1992:38). A példából jól látszik, hogy míg az első esetben a vevőnek a szállító jóhiszeműségét illetően kellett csatlakoznia, addig a másodikban a szállító kompetenciáját (technikai ismereteit és menedzsment képességeit) mérte fel tévesen.

A „goodwill” bizalom Sako értelmezésében egy olyan – a másik kettőhöz viszonyítva kevésbé specifikus – bizalomtípus, amely előfeltételezi az üzletfelek részéről a kapcsolat fenntartására irányuló morális elkötelezettséget. Sako a bizalom e típusainak jelenléte vagy hiánya alapján különbözteti meg a vállalatok közötti kapcsolatok mintázatainak két ideáltípusát: az úgynevezett távolságtartó (*arm's length*) és az elköteleződésen alapuló (*obligational*) szerződéses kapcsolatokat (1992).<sup>3</sup> Az üzleti kapcsolatok görbülékeny működéséhez, legyenek azok akár távolságtartó, akár elköteleződésen alapuló kapcsolatok, nélkülözhetetlen mind a szerződéses, mind pedig a kompetenciabizalom megléte, így a kapcsolatok minőségében valójában a harmadik bizalomtípus, a „goodwill” bizalom megléte vagy hiánya a vízválasztó.

Végül még egy koncepcionális probléma, melyet a bizalom kapcsán ehelyütt érintenünk érdemes: a kölcsönösség problémája. Egyes szerzők bizalomfelfogása, többek között a már említett Sakóé (1992) is, eleve feltételezi a kölcsönösséget az érintett felek részéről. Más kutatók viszont azt vallják: a bizalom fennállásához nincs szükség arra, hogy mindkét érintett fél (a megbízó és akiben megbízik) ugyanúgy értékelje és érzékelje a másik féllel való viszonyát (Balázs 2002). Értelemmel bír tehát az egyoldalú megbízhatóság (*one-sided reliability*) és a kölcsönös bizalom (*reciprocal trust*) egymástól való megkülönböztetése, miként az megjelenik például Rose-Ackerman (2001) írásában. Az utóbbi szerzőkhöz hasonlóan tartózkodunk attól, hogy a bizalom fogalmában eleve feltételezzük a kölcsönösséget.

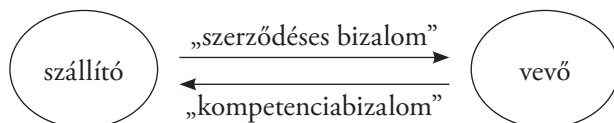
*A bizalom kialakulásának módjai:* Témánk szempontjából nem mellékes annak vizsgálata, hogy milyen lehetséges módjai vannak a bizalom kialakulásának az üzleti viszony szereplői között. E kérdés tárgyalásához jó kiindulópont lehet Lynn G. Zucker (1986) történeti szempontú elemzése, melyben a szerző a bizalom kifejlődésének három útját vázolja fel. Az első, s a bizalom keletkezésének az antropológiai, szociológiai és közgazdasági irodalomban leggyakrabban tárgyalt módja, a folyamat alapú bizalom (*process-based trust*). Ebben az esetben a bizalom a múltbeli vagy elvárt cserékhez kötődik, mint például az ajándékcseré vagy a reputáció esetében. A bizalom kifejlődésének másik módja személyhez kötött; s a közösen osztott várakozások meglétét a társadalmi (etnikai, vallási stb.) háttér hasonlósága biztosítja. Ezt nevezi Zucker tulajdonság alapú (*characteristic-based*) bizalomnak. Vizsgálatai kérdéseinket szem előtt tartva, kicsit bővebben érdemes szólnunk a harmadik lehetőségéről, nevezetesen arról, amikor a bizalom ke-

3. Erről magyar nyelven lásd Csabina és mtsai 2001.

letkezése valamilyen formális társadalmi struktúrához kötődik, s ekként az intézményi alapú bizalomnak (*institutional-based trust*) nevezhető. Ebben az esetben a bizalom nyugodhat egyén-, illetve vállalat-specifikus tényezőkön, vagy valamilyen közvetítő mechanizmuson. Az előbbire példaként említhetjük a bizonyítványokkal (pl. könyvelői bizonyítvány) való rendelkezést, vagy a szakmai, illetve vállalati szervezetekben betöltött tagságot. Az utóbb említett közvetítő mechanizmusok pedig lényegében azon a jogos aggodalmon nyugszanak, hogy a tranzakció esetleg meghiúsul, vagy nem a várt eredmény hozza anélkül, hogy az bármelyik félnek felróható volna. Ilyen közvetítő mechanizmus lehet például a biztosításkötés és a letéti számla használata.

## HIPOTÉZISEK

A Vállalati Panelvizsgálat korábbi, 2000. évi hullámának kérdőíve csak a bizalom egyik összetevőjének, mégpedig az üzleti partner jó szándékára irányuló várakozásnak – vagy Sako (1992, 2000) terminológiájában a szerződéses bizalomnak – a vizsgálatára adott lehetőséget. Ezúttal azonban mód nyílt a fentebb tárgyalt másik aspektus, a hozzáértésbe vetett bizalom mérésére is. Így hipotéziseket állíthattunk fel mind a szerződéses bizalom, mind pedig a hozzáértésbe vetett bizalom szintjét befolyásoló tényezőkre vonatkozóan. Az 1. ábrán azt tüntettük fel, hogy a továbbiakban a bizalomnak mely aspektusait, illetve relációit fogjuk tanulmányozni. (A nyilak a bízó szereplőtől mutatnak a felé a szereplő felé, akire a bizalom irányul.) A tanulmányban szerződéses bizalom alatt a szállítónak a vevő szavahihetőségével kapcsolatos optimista várakozásait értjük, vagyis azt, hogy a vevő tartózkodik a szóbeli megállapodástól való egyoldalú eltéréstől: nem vonja vissza a megrendelést, s nem próbálja a feltételeket a szállító kárára módosítani. A kompetenciabizalom alatt pedig a vevő azon várakozását, hogy a szállító a megrendelést a szerződés alapján elvárható minőségben teljesíti.



1. ábra. A bizalom jelen tanulmányban vizsgált aspektusai.

1. *hipotézis.* Sako (1992) nyomán feltételezhetjük, hogy a szállító által előállított termék jellege – nevezetesen, hogy tömegtermékről, folyamatos, kis szériában gyártott, vagy egyedi termékről van-e szó – hatással van a vállalat üzleti kapcsolatainak jellemzőire. Csabina és szerzőtársai (2001) korábban azt a hipotézist ellenőrizték, hogy minél inkább testre szabott, egyedi igényeket kielégítő termékek (egyedi vagy kisszériás termékek szemben a tömegtermékekkel) képezik a csere tárgyát, annál nagyobb a valószínűsége a bizalom kiépülésének. A 2000. évi felmérés adatainak végzett elemzés többé-kevésbé alá is támasztotta a hipotézist. Röviden szólva: az eredmények azt mutatják, hogy az egyedi és kisszériás termékek nagyobb aránya a vállalat üzleti forgalmában magasabb bizalomszinttel jár együtt (bár a szolgáltatások esetében nem bizonyult szignifikánsnak az összefüggés).

A Vállalati Panelvizsgálat 2003. évi hullámának kérdőíve nem tartalmazott az üzleti kapcsolat tárgyát képező termékek (vagy szolgáltatások) jellegére vonatkozó kérdést. Feltételezhetjük azonban, hogy az egyes vállalkozások között különbség van a bizalom megelőlegezésében annak

függvényében, hogy mely szakágazatban tevékenykednek. Ezt arra alapozzuk, hogy léteznek az egyes szakágazatokra jellemző olyan technológiai sajátosságok és/vagy termékjellegzetességek, amelyek eltérő mértékben tartanak igényt a szállító és a vevő közötti kooperációra, s amelyek így eltérő bizalomszintet valószínűsítenek. Az tehát a hipotézisünk, hogy a vevők iránti bizalom szintje szakágazatonként eltérő.

2. *hipotézis.* Opp (1994) a piac méretének kooperációra gyakorolt hatását elemezve azt a hipotézist fogalmazza meg, mely szerint minél nagyobb egy piac, vagyis minél több potenciális üzleti partner létezik, annál inkább azzal lehet számolni, hogy nem fognak létrejönni hosszú távú kapcsolatok. Igaz, több tényező is módosíthatja a piac méretének hatását, mint például a felek földrajzi távolsága, vagy a rendelkezésükre álló kommunikációs technológiák. Kézenfekvőnek tűnik tehát az a feltételezés, hogy minél nagyobb egy vállalkozás potenciális üzleti partnereinek száma – s ennek folytán könnyebb a partnerek helyettesíthetősége –, annál kevésbé hajlik a vállalkozás a vevők iránti bizalom megelőlegezésére. Sako szerint ugyanakkor vajmi kevés okunk van rá, hogy egyértelmű összefüggést feltételezzünk a piaci koncentráció foka (versenyző versus koncentrált piac) és a bizalom szintje között.<sup>4</sup> A már fentebb idézett magyarországi empirikus vizsgálat (Csabina és mtsai. 2001) is arra enged következtetni, hogy a vállalkozások vevőkkel szembeni bizalma nem függ attól, hogy milyen a vállalkozás termékpiaca. *Ezúttal is azt várjuk tehát, hogy a piaci koncentráció foka nincs hatással arra, hogy a szállító bizalmat előlegez-e vevői irányában.*

3. *hipotézis.* *Feltételezzük, hogy a vállalkozás vezetőjének más emberek iránti bizalma – másképpen: az általánosított bizalom (generalized trust) – hatással van arra, hogy a vállalkozás a vevői-vel szemben megelőlegezi-e a bizalmat, és szóbeli megállapodás alapján is hajlandó-e elkezdni a teljesítést.* Értelemszerűen azt várjuk, hogy azok a vezetők hajlanak inkább arra, hogy egy-egy konkrét szituációban és adott partner iránt bizalmat tanúsítsanak, akik általában véve is bizalommal vannak mások iránt. Feltételezzük továbbá, hogy az iménti hatást módosíthatja a vállalkozás mérete, hiszen minél nagyobb szervezetről van szó, annál kevésbé várhatjuk, hogy a vállalkozás vezetőjének beállítotttsága, attitűdjei befolyásolják a vállalkozás más üzleti szereplőkhez való viszonyát.<sup>5</sup>

Mindazonáltal ide kívánczik az a megjegyzés, hogy a bizalommal foglalkozó kutatók közt koránt sincs egyetértés az általánosított bizalom fogalmát illetően. Egyes szerzők mellett érvelnek, hogy a bizalom fogalmát konkrét személyközi relációkra célszerű fenntartani, míg mások egyáltalán nem húznak éles választóvonalat a személyközi és az általánosított bizalom fogalma közé. Hardin (2002) – aki meglehetősen szkeptikusan viszonyul az általánosított bizalom fogalmához – arra mutat rá, hogy az általánosított bizalom mérésére hivatott kérdések<sup>6</sup> a legjobb esetben is csak a mások szavahihetőségére, együttműködő készségére, illetve segítőkészségére vonatkozó várakozások. Uslaner (1999) szerint az általánosított bizalom az egyén neveltetésében gyökerezik, vagyis nem a társadalmi interakciók során keletkezik, s így az idő elteltével nem-

4. Sako eredetileg a piaci koncentráció és a vállalatok közti kapcsolat típusára (távolságtartó versus elköteleződésen alapuló) utalt (1992).

5. Az olvasó számára első látásra tautologikusnak tűnhet a cégvezető (általános) mások iránti bizalmával magyarázni, hogy a vállalkozás a megrendelések teljesítésekor megelőlegezi-e a bizalmat vevői irányában. Úgy véljük, ettől nem kell tartanunk, miután a vizsgálat független változója (általánosított bizalom) attitűdváltozó, a függő változó pedig szituatív jellegű (azt méri, mennyire jellemző, hogy szóbeli megállapodás alapján elkezdje-e a gyártást).

6. Itt azokról a kérdésekről van szó, amelyeket a kutatók a nemzetközi értékvizsgálatokban használnak az általánosított bizalom mérésére.

igen változik (a tapasztalatok nincsenek hatással rá). Yamagishi (2001) is hasonló következtetést von le empirikus vizsgálódásai alapján: az általánosított bizalom megléte vagy hiánya valójában olyan stratégia, melyet az egyének a szocializáció során sajátítanak el.

4. *hipotézis.* Azt feltételezzük továbbá, hogy az üzleti partnerek korábbi magatartása is hatással van arra, hogy a vállalkozás vevőivel szemben a bizalom megelőlegezését választja-e vagy sem. A szállítók és vevők közötti piaci tranzakciók ismételt fogolydilemma-játékként modellezhetők (vesd össze Opp 1994). A játékelméletből jól ismert, hogy az ismétlődő fogolydilemma-típusú játékokban a másik fél előzetes kooperációja a bizalom szintjét növelő tényező (lásd Boyle–Bonachich 1970). *Ennek alapján azt várjuk, hogy a cserepartnerek kooperációja (azaz a megállapodások betartása, a fizetési kötelezettségek teljesítése) mint előzetes teljesítmény előmozdítja a vevők iránti bizalom kialakulását (vagyis a szóbeli megállapodáson alapuló teljesítést).*

5. *hipotézis.* Feltételezzük, hogy a tervezés időhorizontja – vagyis az, hogy mennyire előre gondolkodik egy-egy vállalkozás – is befolyással van a vállalkozás vevők iránti bizalmának alakulására. Ha egy vállalkozás hosszú távra tervez, feltehetőleg tartós partnerkapcsolatokban gondolkodik, s így azt várhatjuk, hogy – minden más tényező változatlansága mellett – nagyobb valószínűséggel fog kooperációra törekedni, mint rövid távon optimalizáló társai. A bizalom kifejlődése (folyamatalapuló bizalom) köztudottan hosszabb időt vesz igénybe, s így a bizalmi viszony létrejöttéből származó előnyök is jellemzően hosszabb távon jelentkeznek. Ezért azok a vállalatok, amelyek rövid távra terveznek, kalkulációikban kevésbé veszik számításba a bizalom kiépítéséből származó potenciális előnyöket, így például az abból eredő költségmegtakarítást, hogy szükségtelenné válik a másik fél magatartásának folyamatos megfigyelése, illetve az újabb és újabb cserepartnerek felkutatása. A rövid távon gondolkodó cégek feltehetőleg hajlamosabbak az opportunistá magatartásra (vagyis nagyobb valószínűséggel nem kooperálnak), mint a hosszabb távon tervezők, mivel inkább hajlanak a kooperáció hiánya révén megszerezhető hasznok felülértékelésére, miközben jellemzően alulértékelik a hosszabb távon, a vállalat reputációjának romlása következtében előálló költségeket.

6. *hipotézis.* A bizalom másik összetevőjével, vagyis a másik félnek a jóhiszemű cselekvésvégrehajtásához szükséges képességeivel, szakértelmével kapcsolatosan a következő hipotézist fogalmazzuk meg. A vevő bármilyen sok információval is rendelkezze a szállító hozzáértésére, technológiai felkészültségére és menedzsmentképességeire vonatkozóan, akkor is számolnia kell valamennyi bizonytalansággal. Mint már korábban utaltunk rá, az ilyen esetekben – amikor nem lehetünk teljesen biztosak valamiben, de azért mégis „elégge” biztosak lehetünk – ésszerűnek tűnik a bizalomra támaszkodni. A vevő természetesen több lehetséges módon is szert tehet azokra az információkra, illetve tapasztalatokra, amelyek alapján hajlandó megelőlegezni a szállító kompetenciája iránti bizalmat. Ehelyütt mindössze egyetlen körülményre fordítjuk a figyelmünket. Röviden szólva az a feltételezésünk, hogy a szállító a minőségbiztosítási rendszer bevezetésével megteremtheti az alapjait a – Zucker (1986) nyomán intézményi alapúnak nevezett – bizalom kifejlődésének. E mögött az a megfontolás húzódik meg, hogy a minőségbiztosítási rendszer bevezetése azt az üzenetet közvetíti a vevő felé, hogy a szállító rendelkezik azokkal az ismeretekkel, birtokában van azoknak a képességeknek és technikáknak, amelyek biztosítják az elvárható (vagy szerződésben rögzített) minőség teljesítését. Ebben a felfogásban a minőségbiztosítási rendszer nem más, mint tanúsítvány, mely szerint bizalmat érdemel a szállító azon képessége, hogy minőségi javakat állítson elő (Walgénbach 2001). Ilyenformán a minőségbiztosítási rendszer a bizalomépítés eszköze, mégpedig az intézményi alapú bizalom

létrehozására szolgáló eszköz. *A fentiek alapján az a hipotézisünk, hogy a minőségbiztosítási rendszer bevezetése növeli a szállító kompetenciája iránti bizalom megelőlegezésének esélyét.* Ez abban nyilvánulhat meg – mint azt Sako (1992) is feltételezi –, hogy a vevő a bizalmával kitüntetett szállítók esetében gyakrabban tekint el a minőségellenőrzéstől.

## AZ EMPIRIKUS VIZSGÁLAT

*A bizalom összetevőinek operacionalizálása:* A Vállalati Panelvizsgálat során a vállalatok vezetőit vagy azok közvetlen helyetteseit kértük meg a kérdőív kitöltésére. A bizalom kétféle összetevőjét az alábbiak szerint operacionalizáltuk:

A vevő jó szándékára vonatkozó bizalom – amit korábban Sako (1992) munkája nyomán szerződéses bizalomnak neveztünk – mérésére azt a kérdést tettük fel, hogy *Mennyire jellemző Önökre, hogy üzleti partnereiknek még az írásos szerződés megkötése előtt, szóbeli megállapodás alapján elkezdik a gyártást, szolgáltatást?* Azon vállalkozásokra, amelyekre a szóbeli megállapodás alapján történő teljesítés „nagyon jellemző” vagy „jellemző” volt, úgy tekintettünk, mint amelyeket a szerződéses bizalom nagyon magas, illetve magas szintje jellemez. A kérdésre adott „is-is” válaszoknak közepes bizalomszintet feleltettünk meg. A „nem jellemző” és „egyáltalán nem jellemző” válaszok pedig értelmezésünkben a szerződéses bizalom alacsony, illetve nagyon alacsony szintjét jelzik. A szélső válaszkategóriákat összevonva a következő kép rajzolódik ki: a vállalkozások 35,8 százaléka jellemezhető magas bizalomszintű, 33,3 százalék közepes, 30,9 százalék pedig alacsony bizalomszintű szerződéses kapcsolatokkal.<sup>7</sup>

A hozzáértésbe vetett bizalom mérésére a kérdőívben ez a kérdés szolgált: *A legfontosabb vevők milyen mértékben ellenőrzik az Önök által gyártott terméket, vagy nyújtott szolgáltatást?* A megkérdezettek három válaszlehetőség közül választhattak: „teljes körűen vagy mintavétellel ellenőriznek minden szállítást”, „a szállítások nagyobb részét ellenőrzik” és „néha (a szállítások kevesebb, mint felében) van csak ellenőrzés”. A gyakoribb ellenőrzések feltételezésünk szerint a hozzáértésbe vetett bizalom alacsonyabb szintjét tükrözik, szemben a ritkán előforduló ellenőrzésekkel, melyek a bizalom magasabb szintjéről árulkodnak. Meg kell jegyeznünk azonban, hogy a hozzáértésbe vetett bizalom ilyen operacionalizálása nem teljesen szimmetrikus: a minőségellenőrzés el-elmaradása valószínűleg egyértelműbb utalást jelent a vevő hozzáértésébe vetett nagyfokú bizalomra, mint a rendszeres minőségellenőrzés a hozzáértésbe vetett bizalom alacsony szintjére (Sako 1992:122). A kérdőívben feltett kérdésre a cégvezetők közel fele (48,6%) azt a választ adta, hogy üzleti partnerük minden egyes szállításkor teljes körűen vagy mintavétellel ellenőrzi a minőséget (a kompetencia bizalom alacsony szintje). A megkérdezett vállalkozások egyharmada (32,6%) számolt be arról, hogy a vevő ellenőrzi a szállítások nagyobb részét (a kompetenciabizalom közepes szintje), míg alkalmanként kerül sor minőségellenőrzésre az esetek 18,8 százalékában (a kompetencia bizalom magas szintje).

*A hipotézisek ellenőrzése.* A kutatás hipotéziseit részben keresztábra-elemzésekkel, részben pedig többváltozós elemzéssel teszteltük. A bizalom két összetevője közül a másik fél jóhiszeműségébe vetett bizalom (szerződéses bizalom) esetében állt rendelkezésünkre a magyarázó változók

7. A felmérés előző, 2000-es hullámában is szerepelt ez a kérdés, s akkor a vállalkozások 39,2 százaléka számolt be magas, 24,7 százaléka közepes, 36,2 százaléka pedig alacsony szerződéses bizalomról (Csabina és mtsai. 2001).

olyan készlete, amely lehetővé tette a többváltozós elemzést, míg a másik összetevő (kompetencia bizalom) tekintetében mindössze kétdimenziós elemzési technikákra hagyatkozhattunk.

A szerződéses bizalom eredetileg ötkategóriájú változóját a többváltozós elemzésekhez dichotóm változóvá alakítottuk át. A „nagyon magas” és a „magas” bizalomszintet tekintettük magas szintű szerződéses bizalomnak, míg a fennmaradó három kategóriát alacsony szintű bizalomnak. (E kritérium mentén a vállalkozások 36 százaléka jellemezhető magas, a fennmaradó 64 százalék pedig alacsony bizalomszinttel.) A változó kétértékűvé való transzformálása lehetővé tette, hogy a fentebb megfogalmazott hipotéziseket a logisztikus regresszióelemzés módszerével ellenőrizhessük. A következőkben először a szerződéses bizalom logisztikus regressziós modelljét vázoljuk fel, majd ezt követi a kutatás hipotéziseinek részletes tárgyalása.

A szerződéses bizalom modelljének magyarázó változói között első lépésben minden olyan változót szerepeltettük, amelynek hatására vonatkozóan hipotézist állítottunk fel. Emellett kontrollváltozóként bevontuk a vállalkozás méretét, amit a foglalkoztatottak számával mérünk, s amelynek két kategóriáját (mikrovállalkozások és annál nagyobb vállalkozások) különböztettük meg. Az 1. táblázatban annak a modellnek az együtthatóit közöljük, amely már csak a szignifikánsnak bizonyuló változókat tartalmazza (az első lépésben szereplő változók közül a piaci koncentrációt mérő változót ejtettük ki). A modellben szereplő összes változó kategoriális; a referencia kategóriát minden esetben a változó neve alatt tüntettük fel. A táblázatban a logisztikus regresszió outputjából a könnyebb áttekinthetőség kedvéért csak a Wald-statisztikához tartozó szignifikanciákat és az esélyhányadosokat közöljük. Előbbi a független változók hatásának szignifikanciáját jelzi, míg a változók magyarázó erejéről az esélyhányadosok alapján kaphatunk képet.<sup>8</sup> A táblázat utolsó sora a modell illeszkedésére vonatkozóan tartalmaz néhány információt.

---

8. Az esélyhányados értelmezéséhez tekintsük például a vállalkozás mérete változóhoz tartozó 0,4546 értéket. Ez azt fejezi ki, hogy a legalább 10 fős vállalkozások között a vevők iránti bizalom kialakulásának esélye körülbelül fele akkora, mint a – referenciakategóriát jelentő – 10 fő alatti vállalkozások körében.



<i>Változó</i>	<i>Szignifikancia-szint</i>	<i>Esélyhánya-dos</i>
Konstans	0,0000	
<i>Szakágazat</i> Referencia: egyéb nem feldolgozóipar	0,1071	
Élelmiszeripar	0,9531	1,0372
Könnyűipar	0,1721	2,0610
Alapanyag- és vegyipar	0,8497	0,9082
Gépipar	0,0594	2,4740
<i>A vezető mások iránti bizalma</i> Referencia: többnyire nem bíz meg másokban	0,0066	2,3939
<i>Vállalkozás mérete:</i> Referencia: mikrovállalkozás (10 fő alatti vállalkozás)	0,0514	0,4546
<i>Az üzleti partnerek előzetes kooperációja</i> Referencia: alacsony szintű	0,0642	
Közepes szintű	0,0614	2,3565
Magas szintű	0,0277	2,3183
<i>Tervezés időhorizontja</i> Referencia: maximum 1 év	0,073	
2–4 Év	0,6037	1,2128
Minimum 5 év	0,0019	3,9311
-2LL		251,072
Modell $\chi^2$		36,468
szf		10
Sig.		0,0001
Nagelkerke R <sup>2</sup>		0,210
A modell által helyesen besorolt esetek a megfigyelt esetek százalékában:		
nincs bizalom		90,74%
van bizalom		56,90%
összesen		78,28%

1. táblázat. A vevők iránti bizalom (szerződéses bizalom) logisztikus regressziós modellje (N=221).

1. hipotézis. Már a kezdeti keresztábla-elemzés eredményei is azt mutatják: szignifikáns összefüggés van a szakágazati besorolás és a szerződéses bizalom szintje között. Míg a gépipari vállalkozások 46 százaléka jellemezhető a szerződéses bizalom magas szintjével (azaz szóbeli megállapodás alapján is hajlandó elkezdni a teljesítést), addig a másik végletet jelentő alapanyag- és vegyipari cégek esetében mindössze a vállalkozások 29 százalékáról, az egyéb nem feldolgozóipari szakágazatokba tartozó vállalkozásoknak pedig 27 százalékáról mondható el ugyanez.

Szakágazat	A szerződéses bizalom szintje			Összesen	N
	Alacsony	Közepes	Magas		
Élelmiszer	(25,9)	37,0	37,0	100,0	27
Könnyűipar	34,8	28,3	37,0	100,0	46
Alapanyag- és vegyipar	26,9	44,2	28,8	100,0	52
Gépipar	19,0	34,9	46,0	100,0	63
Egyéb nem feldolgozóipar	50,0	22,7	27,3	100,0	44
<i>Teljes minta</i>	<i>30,6</i>	<i>33,6</i>	<i>35,8</i>	<i>100,0</i>	<i>232</i>
		$\chi^2=16,126$			
		szf=8			
		Sig.=0,041			

*Megjegyzés: a zárójelben lévő százalékhöz 10 alatti elemszám tartozik.*

*2. táblázat. A szerződéses bizalom szintje szakágazatonként (%).*

Jó lenne azonban, ha további információink lennének arról, hogy vajon a szakágazatok közti különbségek inkább a gyártott termékek, az alkalmazott technológia sajátosságaira vagy netán valamilyen harmadik tényezőre vezethetők vissza. A termékjelleggel összefüggésben – Sako (1992) nyomán – feltételezhetjük, hogy minél inkább testre szabottak, egyedi igényeket kielégítők a gyártott termékek, annál nagyobb a felek közötti együttműködés iránti igény s így a bizalom kialakulásának valószínűsége.

A Vállalati Panelvizsgálat utolsó, nyolcadik hullámának kérdései viszonylag szűk keretek közé szorítják az ezzel kapcsolatos vizsgálódás lehetőségeit. A kutatás ezt megelőző (2000. évi) hullámából ugyanakkor információt nyerhettünk a vállalkozások által gyártott termékek jellemzőiről. A termékjellegre vonatkozó adatok imputálásával képet kaphattunk az egyes szakágazatok vállalkozásainak profiljáról. Azt találtuk, hogy a gépipari vállalkozások között felülreprezentáltak a szolgáltatásnyújtással foglalkozók, s a szolgáltatásnyújtó tevékenység – jelenégenél fogva – elvileg magyarázhatja a gépipari vállalkozások körében tapasztalt magas szerződéses bizalommal jellemezhető vevői kapcsolatot. Csakhogy az egyéb nem feldolgozóipari vállalkozások között még a gépiparnál is nagyobb arányban vannak jelen a szolgáltató profilú cégek, mégis ezeket a vállalkozásokat jellemzi a legalacsonyabb bizalomszint. Természetesen a szolgáltatások eltérő jellegéből is fakadhatnak fontos különbségek. Míg például bizonyos típusú szolgáltatások esetében a minőségi paraméterek a teljesítés pillanatában ellenőrizhetők, addig más szolgáltatások esetében csak a teljesítést követően. De az ilyen feltételezések a kutatás jelenlegi fázisában csak merő spekulációnak tekinthetők.

A többváltozós elemzés eredményei alapján azt láthatjuk, hogy a szakágazati hovatartozás („globális”) hatását illetően megfogalmazott összefüggés a szokásosan elfogadott szignifikancia szinten nem bizonyult szignifikánsnak (lásd 1. táblázat). A vevők iránti bizalom megelőlegezésének esélyét egyedül a gépipari szakágazatba való tartozás növeli számottevően (a modellben referenciakategóriául választott egyéb nem feldolgozóipari cégekhez viszonyítva). Ez is arra utal, hogy a gépipari vállalkozások esetében tapasztalt magas bizalomszintet valamilyen, a kutatás által közelebbről nem azonosított ágazati sajátosság okozhatja.

*2. hipotézis.* Az volt a feltevésünk, hogy a piacszerkezet nincs hatással arra, hogy a szállítók mennyire előlegeznek meg bizalmat a vevőnek, s indítják el a gyártást szóbeli megállapodás alapján. A piacszerkezetet, vagy másképpen a piaci koncentráció fokát azzal a kérdéssel mértük,

amely azt tudakolta, hogy a vállalkozás fő termékpiacán néhány nagy cég uralma a jellemző, vagy épp ellenkezőleg, több versenyző vállalat tevékenykedik. A leíró statisztikák azt mutatják: a koncentrált piacra termelő vállalkozások aránya a könnyűiparban a legmagasabb s az élelmiszeriparban a legalacsonyabb.

A kétdimenziós (lásd 3. táblázat) és a többváltozós elemzések alapján egyaránt megerősíthetjük a kapcsolat hiányára vonatkozó hipotézist: az előzetes feltevésnek megfelelően a szokásosan elfogadott szignifikanciaszinten nincs különbség a versenyző és a koncentrált termékpiacra termelő (illetve szolgáltató) vállalkozások között abban a tekintetben, hogy hajlanak-e a bizalom megelőlegezésére a vevőikkel szemben.

Piacszerkezet	A szerződéses bizalom szintje			Összesen	N
	Alacsony	Közepes	Magas		
Koncentrált	29,3	41,4	29,3	100,0	58
Versenyző	31,6	28,3	40,1	100,0	152
Teljes minta	31,0	31,9	37,1	100,0	210
$\chi^2 = 3,648$ szf=2 Sig. = 0,161					

3. táblázat. A szerződéses bizalom szintje a piacszerkezet függvényében (%).

3. hipotézis. Azt vártuk, hogy összefüggés mutatkozik a vállalkozás vezetőjének mások iránti bizalma és aközött, hogy a vállalkozás mennyire hajlandó a bizalmat megelőlegezve, írásos dokumentáció hiányában megkezdeni a teljesítést. Az általánosított bizalom mérésére a kérdőívben ugyanazt a kérdést használtuk, amely a nemzetközi értékvizsgálatokban is szerepel: *Mit mondana, általában meg lehet bízni az emberekben, vagy pedig az ember soha nem lehet elég óvatos másokkal kapcsolatban?* A válaszadók eredetileg a „mindig”, „általában”, „általában nem” és a „soha” válaszok közül választhattak.

A hipotézis ellenőrzéséhez tekintsük először a kétváltozós elemzéseket eredményét (4. táblázat). Az elemzést az általánosított bizalom változó eredeti kategóriáival és az összevont kategóriákkal („alacsony” versus „magas szintű bizalom”) is elvégeztük. Mindkét esetben statisztikailag szignifikáns összefüggést találtunk a két változó között: azaz minél inkább bizalommal viseltet a vállalkozás vezetője az emberek iránt általában, annál gyakrabban kezdett bele a vállalkozás a gyártásba/szolgáltatásnyújtásba szóbeli megállapodás alapján.

Általánosított bizalom	A szerződéses bizalom szintje			Összesen	N
	Alacsony	Közepes	Magas		
Alacsony	34,7	40,6	24,8	100,0	101
Magas	26,9	28,5	44,6	100,0	130
Teljes minta	30,3	33,8	35,9	100,0	231
$\chi^2 = 9,840$ szf=2 Sig. = 0,007					

Megjegyzés: Az általánosított bizalmat mérő változó eredeti négy kategóriáját összevonással kettőre csökkentettük.

4. táblázat. A szerződéses bizalom szintje a cégvezető mások iránti bizalma (általánosított bizalom) függvényében (%).

Azt is feltételeztük, hogy a cégvezető általánosított bizalmának hatását módosíthatja a vállalkozás mérete: a nagyobb létszámú vállalkozásoknál kevésbé valószínűsíthető a vezető bizalmi attitűdjének hatása, mint a mikrovállalkozásoknál. A feltételezést, még ha oly kézenfekvőnek tűnik is, adataink alapján nem lehet egyértelműen megerősíteni, tekintettel arra, hogy a (súlyozott) mintában túlságosan alacsony a nagyobb méretű vállalkozások elemszáma.

A többváltozós elemzés eredményeiből (lásd 1. táblázat) látszik, hogy a vállalkozás vezetőjének bizalmi attitűdje más változók hatását kiszűrve is szignifikáns hatással van arra, hogy a vállalkozás hajlandó-e – megelőlegezve a bizalmat – szóbeli megállapodás alapján elkezdni a gyártást. A táblázat utolsó oszlopában szereplő esélyhányados azt jelzi, hogy azon cégek körében, ahol a cégvezető általában véve hajlamos bízni másokban, több mint kétszeres az esélye a vevők iránti bizalom megnyilvánulásának, mint ott, ahol a vezető attitűdjét a mások iránti bizalmatlanság jellemzi.

4. *hipotézis.* Azzal a feltevessel éltünk, hogy az üzletfelek előzetes kooperációja hatással van arra, hogy a vállalat mennyire előlegezi meg a bizalmat, s kezdi el a teljesítést az írásos dokumentumok kézhezvétele előtt. Az előzetes kooperáció mértékét annak a kérdésnek a segítségével mértük, amely arra irányult, hogy a vállalat partnereit mennyire jellemezte az elmúlt év során a késedelmes fizetés. A kooperációt mérő változó három kategóriáját különböztettük meg az eredeti öt válaszlehetőség alapján. Amennyiben a partnerekre „nagyon jellemező”, vagy „jellemző” volt a fizetési fegyelem megsértése, azt alacsony szintű kooperációként, az „is-is” válaszokat közepes szintű, míg az „inkább nem jellemző” és „egyáltalán nem jellemző” válaszokat magas szintű kooperációként értelmeztük.

Az előzetes kooperáció és a szerződéses bizalom szintje között feltételezett összefüggés ellenőrzése céljából végzett keresztábra-elemzések szignifikáns kapcsolatot jeleznek a két változó között (lásd 5. táblázat). A kapcsolat iránya a várakozásainknak megfelelő: minél inkább kooperációt tapasztalt a vállalkozás az üzleti partnerek részéről, annál inkább jellemző rá, hogy vállalva a kockázatot szóbeli megállapodás alapján is elindítsa a gyártást. E megállapításokhoz a többváltozós elemzés eredményei alapján (lásd 1. táblázat) azt tehetjük hozzá, hogy lényeges különbség van aközött, hogy a vállalkozás üzleti partnereit alacsony szintű kooperáció jellemzi-e vagy legalább közepes erősségű. Azon vállalkozások körében, amelyek cserepartnerei legalább közepes (vagy annál nagyobb) mértékben együttműködőnek bizonyultak, több mint kétszeres az esélye a vevők iránti bizalom megelőlegezésének, mint azon vállalkozások körében, akik nem kooperatív üzletfelekkel állnak kapcsolatban.

<i>A partnerek előzetes kooperációja</i>	<i>A szerződéses bizalom szintje</i>			<i>Összesen</i>	<i>N</i>
	<i>Alacsony</i>	<i>Közepes</i>	<i>Magas</i>		
<i>Alacsony</i>	38,0	39,2	22,8	100,0	79
<i>Közepes</i>	33,3	29,6	37,0	100,0	54
<i>Magas</i>	25,0	30,0	45,0	100,0	100
<i>Teljes minta</i>	<i>31,3</i>	<i>33,0</i>	<i>35,6</i>	<i>100,0</i>	<i>233</i>
	$\chi^2 = 10,004$				
	szf=4				
	Sig. = 0,040				

5. táblázat. A szerződéses bizalom szintje az üzleti partnerek előzetes kooperációja függvényében (%).

Talán érdemes egy bekezdés erejéig visszakanyarodnunk az általánosított bizalom és a tapasztalatok viszonyára irányuló, korábban már érintett kérdésre. Láttuk, hogy egyes szerzők szerint az általánosított bizalom megléte vagy hiánya alapvetően a gyermekkori szocializáció eredménye, vagyis nem a társadalmi interakciók alakítják. Nézzük meg a magyarországi vállalkozások mintáján, hogy csakugyan független-e az általánosított bizalom az üzletfelek előzetes kooperatív magatartásától. A keresztábra-elemzés (lásd 1. melléklet) eredménye szerint 10%-os szignifikanciaszinten van összefüggés a két változó között: vagyis azok a vezetők, akik a korábbi tranzakciók során kedvező tapasztalatokat szereztek, valószínűleg valamivel jobban bíznak másokban, mint akik negatív tapasztalatokra tettek szert.

A többváltozós elemzések eredményeinek birtokában kissé tovább árnyalhatjuk a képet. Nézzük, hogyan módosulnak a változókhoz tartozó szignifikanciaszintek és esélyhányadosok, ha egyszerre csak az egyik változót (az általánosított bizalmat vagy az előzetes kooperációt) lép-tetjük be a vevők iránti bizalom regressziós modelljének magyarázó változói közé – lépések a 2. mellékletben követhetők nyomon. Látható, hogy amennyiben a cégvezető bizalmi attitűdjét mérő változó marad ki a modelltől (3. oszlop), kissé nagyobb az üzleti partner kooperációját mérő változóhoz tartozó esélyhányados (abszolút) értéke, mint a „teljes” (mindkét független változót tartalmazó) modellben, és fordítva is igaz: ha a kooperáció változója marad ki (2. oszlop), a bizalmi attitűdváltozóhoz tartozó esélyhányados értéke lesz nagyobb, mint a „teljes” modellben volt. Ugyanakkor úgy tűnik, egyik változó sem oltja ki a másik hatását (a szignifikanciaszintek alig észrevehető mértékben módosulnak), azaz a vállalkozás vezetőjének bizalmi attitűdje és az üzleti partnerek előzetes kooperációja a vevők iránti bizalom megelőlegezésére önálló hatással bíró tényezők.

5. *hipotézis.* A szállító vevők iránti bizalma várakozásaink szerint nem független attól, hogy milyen időtávra tervez a vállalkozás. Előzetesen azt feltételeztük, hogy a hosszabb távra tervező cégek hosszú távú partnerkapcsolatokra törekednek üzletfeleikkel, s ennek megfelelően nagyobb hajlandóságot mutatnak irányukban a bizalom megelőlegezésére. Tekintsük első lépésben ezúttal is keresztábra-elemzés eredményeit. Ennek alapján szignifikáns összefüggés mutatkozik a két változó között. A 6. táblázatból az is kiolvasható továbbá, hogy a szerződéses bizalom szintjében számottevő különbség az igen hosszú távra (legalább 5 évre előre) tervező vállalkozások és a többiek között van.

<i>A tervezés időhorizontja</i>	<i>A szerződéses bizalom szintje</i>			<i>Összesen</i>	<i>N</i>
	<i>Alacsony</i>	<i>Közepes</i>	<i>Magas</i>		
Maximum 1 év	31,1	37,0	31,9	100,0	119
2–4 év	29,2	40,0	30,8	100,0	65
Minimum 5 év	22,5	17,5	60,0	100,0	40
<i>Teljes minta</i>	<i>29,0</i>	<i>34,4</i>	<i>36,6</i>	<i>100,0</i>	<i>224</i>
$\chi^2 = 12,204$					
szf=4					
Sig. = 0,016					

*Megjegyzés: A tervezés időhorizontját mérő változó eredeti kategóriáit összevonással csökkentettük.*

*6. táblázat. A szerződéses bizalom szintje a tervezés időhorizontja szerint (%).*

Felvetődik ugyanakkor annak a lehetősége, hogy a tervezés időhorizontja nem független a szakágazati hovatarozástól. Az e céllal végzett keresztábra-elemzés eredményét tekintve úgy tűnik, ez nem zárható ki, ugyanis míg a könnyűipari, illetve kisebb mértékben az alapanyag-és vegyipari ágazatba sorolt vállalkozások az átlagnál rövidebb időre tekintenek előre, addig az élelmiszer-ipari cégek az átlagnál hosszabb távon gondolkodnak. A könnyűipari vállalkozások körében korábban kimutatott relatíve alacsony szintű bizalom (lásd 2. táblázat) háttérben tehát a vállalkozások rövid távú szemlélete is állhat.

A többváltozós elemzés eredményeit értékelve azonban megállapíthatjuk, hogy a tervezés időhorizontja más változók hatását kontroll alatt tartva is szignifikáns összefüggést mutat a függő változóval (lásd 1. táblázat). Míg a 2–4 évre tervező vállalkozások körében nincs számottevően nagyobb esélye a szerződéses bizalom előfordulásának, mint a rövid távon (legfeljebb egy évre előre) gondolkodó társaik körében, addig a legalább öt évre előrettekintő vállalkozások körében közel négyszeresére nő az esélye annak, hogy megelőlegezzék a bizalmat vevőik irányában.

6. *hipotézis.* Utolsó hipotézisünk a minőségbiztosítási rendszerrel való rendelkezés és a szállító kompetenciájába vetett bizalom kapcsolatára vonatkozott. A kérdőívben szereplő kérdés nemcsak a minőségbiztosítási rendszer bevezetése felől érdeklődött, hanem afelől is, hogy ki volt annak a kezdeményezője, a vállalkozás maga vagy annak valamely vevője. Az adatok azt mutatják, hogy a vállalkozások valamivel több, mint negyztizedének (41,6%) volt minőségbiztosítási rendszere a vizsgálat idején, de ezen belül azok voltak többségben, akiknél saját kezdeményezésre került sor a bevezetésére (29,9%). Eredetileg az is célunk volt, hogy megpróbáljuk feltárni, van-e különbség azon vállalkozások között, amelyek önszántukból, s amelyek a vevő indítványozására tették meg ezt a lépést, de az utóbbi cégek alacsony mintabeli száma végül nem tette lehetővé az elemzést.

A statisztikai elemzések (7. táblázat) nem erősítik meg azt a feltételezést, mely szerint a minőségbiztosítási rendszerrel rendelkező vállalkozások körében a vevők az áru átvételekor ritkábban ellenőrzik a minőséget, mint más vállalkozásoknál. Azt a meglepő eredményt kaptuk, hogy jóllehet a szóban forgó két változó sztochasztikus összefüggést mutat, a kapcsolat előjele épp várákozásainkkal ellentétes. Vagyis azon vállalkozásoknál, amelyeknél sor került minőségbiztosítási rendszert bevezetésére, gyakrabban fordulnak elő a vevő általi ellenőrzések, mint ott, ahol nem került sor rá.

<i>Van-e minőségbiztosítási rendszere?</i>	<i>A kompetenciabizalom szintje</i>			<i>Összesen</i>	<i>N</i>
	<i>Alacsony</i>	<i>Közepes</i>	<i>Magas</i>		
Nincs	40,2	37,5	22,3	100,0	112
Van	58,7	26,1	15,2	100,0	92
<i>Teljes minta</i>	<i>48,5</i>	<i>32,4</i>	<i>19,1</i>	<i>100,0</i>	<i>204</i>
		$\chi^2=5,785$			
		szf=2			
		Sig. = 0,031			

7. táblázat. A kompetenciabizalom szintje a minőségbiztosítási rendszerrel való rendelkezés függvényében (%).

E kezdeti eredmények fényében felvetődik a kérdés: vajon a minőségbiztosítással való rendelkezés és a kompetenciabizalom alacsony szintje (rendszeres minőségellenőrzés) között mutatko-

zó összefüggést nem egy harmadik változó (előzmény típusú változó) okozza-e? Több változó is előidézhet kapcsolatot a vizsgált változók között, mint például a szakágazati hovatartozás, a tevékenység jelleg vagy a vállalkozás mérete.

Nézzük először a szakágazat hatását. A keresztábla-elemzésekből kiderül: a minőségbiztosítási rendszerrel való rendelkezés szakágazatonként igen eltérő arányú. Az élelmiszer-ipari vállalkozásoknál közel kétszer akkora az előfordulása (82%) a minőségbiztosítási rendszer bevezetésének, mint a teljes mintában (42%). Épp az ellenkezőjét tapasztalhatjuk az egyéb nem feldolgozóipari szakágazatokba tartozó cégeknél. Közöttük 86 százalék azok aránya, akik nem rendelkeznek minőségbiztosítási rendszerrel, szemben a teljes mintára jellemző 58 százalékkal.

Ha mármost azt találnánk, hogy a minőségbiztosítási rendszerrel leginkább rendelkező ágazatok cégei körében lényegesen gyakoribb a vevő általi minőségellenőrzés is, akkor az arra utalna, hogy a minőségbiztosítási rendszerrel való rendelkezés és a kompetenciabizalom között fentebb kimutatott kapcsolatot valójában az ágazati hovatartozás magyarázza. Habár a szakágazatnak a minőségellenőrzés gyakoriságára való hatása nem bizonyult szignifikánsnak, azért jól látható az élelmiszeripar elkülönülése a többi ágazattól: az élelmiszer-ipari vállalkozásoknál minden más ágazathoz képest jellemzőbb a minőségellenőrzés. Ugyanakkor a korábban kimutatott összefüggés az élelmiszer-ipari cégek nélküli mintán is fennáll (noha gyengül valamelyest), vagyis nem pusztán arról van szó, hogy az élelmiszeripar azon jellegzetességei (például a közegészségügyi vonatkozások), amelyek szükségessé teszik a minőségbiztosítási rendszer bevezetését, egyúttal a rendszeres vevő általi minőségellenőrzést is megkövetelik.

Tekintsük most a termék jellegét. Az adatokból kitűnik: messze a folyamatos terméket gyártó vállalkozások körében a legnagyobb a minőségbiztosítási rendszert bevezetett cégek aránya (67% szemben a teljes mintát jellemző 42%-kal), míg a kisszériás termékek gyártói között a legalacsonyabb (22%). Az tehát a kérdés, hogy a folyamatos terméket gyártó vállalkozások körében más vállalkozásokhoz képest sűrűbb-e a vevő általi minőségellenőrzés. Noha az adatok szignifikáns összefüggést jeleznek a termékjelleg és a minőségellenőrzés előfordulása között, egyúttal arra utalnak, hogy az egyedi termékek (bár itt viszonylag kicsi az elemszám) és a szolgáltatások esetében a leggyakoribbak az ellenőrzések. Ebből valószínűsíthetjük, hogy a két változó közti kapcsolatot nem a termékjelleg mérő változó közvetíti.

Végül megállapítható, hogy a vállalati méret pozitív előjelű összefüggést mutat a minőségbiztosítási rendszer előfordulásával: míg a mikrovállalkozások 36 százaléka rendelkezik ilyennel, addig a kisvállalkozások 47, az ennél nagyobbaknak pedig már 78 százaléka. Ám nem állíthatjuk, hogy a vállalatméret növekedésével egyértelműen gyakoribbá válnának a vevő általi minőségellenőrzések.

Úgy tűnik tehát, hogy az itt alkalmazható egyszerű elemzési eszközök alapján nem nyert egyértelmű megerősítést az a feltételezés, hogy a várakozásainkkal ellentétes irányú összefüggésért valamely harmadik változó felel. Továbbra is számolnunk kell azonban mind a kutatás során nem mért más tényezők hatásával, mind pedig azzal az eshetőséggel, hogy a kompetenciabizalom mérése nem volt teljesen megfelelő.

Az eredmények fényében mindazonáltal érdemes megemlíteni egy németországi felmérés tanulságait, melyet a minőségbiztosítási rendszerek megítélésével kapcsolatban végeztek néhány évvel ezelőtt. A vizsgálatot megelőzően többen is megkérdőjelezték a minőségbiztosítási rendszerek bevezetésének pozitív hozadékait. Egyes kritikusok szerint az ISO 9000 sztenderdek és tanúsítványok valójában nem jelentenek garanciát arra, hogy a szóban forgó vállalat termékei

magas minőséget képviselnek. Kérdéses az is, vajon egy tanúsítvány megfelelő indikátora-e a minőségbiztosítási rendszer hatékonyságának, és így képes-e bizalmat teremteni a vállalatok közötti kapcsolatokban (Kamiske és mtsai. 1994 idézi Walgenbach 2001). Walgenbach (uo.) empirikus kutatásának eredményei mindenesetre azt tükrözik, hogy a minőségbiztosítási rendszer bevezetése a felmérésbe bekerült 37 szervezeti egységnél jellemzően nem eredményezte a bizalom kifejlődését a vállalatok közötti kapcsolatokban. Ezzel ellentétben, a szerző az ISO 9000 tanúsítvánnyal szembeni bizalmatlanság kialakulásáról, sőt néhány esetben a vevők általi ellenőrzés növekvő intenzitásáról számol be.

## KÖVETKEZTETÉSEK

A tanulmányban a bizalom két összetevőjét vagy aspektusát különítettük el egymástól: a másik fél jó szándékára vonatkozó várakozásokat és az arra irányuló várakozásokat, hogy a másik fél rendelkezik a jó szándékú cselekvés végrehajtásához szükséges kompetenciával. A bizalom elsőként említett aspektusát a szállítónak a vevő szerződésteljesítési magatartásával kapcsolatos optimista várakozásaként konceptualizáltuk (szerződéses bizalom), míg a bizalom másik aspektusával a vevő arra irányuló várakozására utaltunk, hogy a szállító a megrendelést a szerződés alapján elvárható minőségben teljesíti (kompetenciabizalom).

A vállalati felmérés alapján mindenekelőtt azt kutattuk, hogy milyen tényezők vannak hatással a bizalom ezen összetevőinek kifejlődésére. A szerződéses bizalom vonatkozásában már rendelkezésre állnak korábbi magyarországi empirikus eredmények (lásd Csabina és mtsai. 2001), melyek bizonyos pontokon összehasonlítási lehetőséget kínálnak. A Vállalati Panelvizsgálat 2003-as felvételének adatai alapján azt találtuk, hogy a szerződéses bizalom előfordulásának esélyét szignifikánsan befolyásolja a tervezés időhorizontja, a cégvezető mások iránti bizalmának (általánosított bizalom) megléte vagy hiánya, valamint az üzleti partnerek előzetes kooperációja. Noha a szakágazati hovatartozás („globális”) hatása nem bizonyult szignifikánsnak, azt tapasztaltuk, hogy a gépipari vállalkozások körében más ágazatokhoz képest számottevően nagyobb a bizalom megelőlegezésének valószínűsége. A jelen vizsgálat azonban nem informatív abban a vonatkozásban, hogy vajon milyen sajátosságokra vezethető ez vissza. E téren más módszerektől, például esettanulmányok készítésétől várhatunk további fogódzókat.

A 2000. évi vizsgálat nagyobb részben más, ehelyütt nem vizsgált tényezők hatására vonatkozóan fogalmazott meg hipotéziseket. Az akkori adatokon végzett – kétváltozós – elemzések eredményei szerint a bizalom kialakulására a termékek jellegének, a vállalkozás tulajdoni szerkezetének és az üzleti környezet biztonságának a hatása bizonyult szignifikánsnak, míg nem nyert alátámasztást az üzleti partner előzetes kooperációjának hatása (Csabina és mtsai. 2001). A mostani és a korábbi eredmények különbségeinek háttérében több tényező is állhat. A vállalkozók főtevékenységének vagy a vállalatközi kapcsolatok mintázatainak változékonysága mellett eltérést okozhatnak az alkalmazott elemzési módszerek, a panelvizsgálat jellegéből fakadó problémák (például a lemorzsolódásból eredő torzítás), s végül óvatosságra int az elemzett vállalati minta viszonylag alacsony elemszáma is.

A 2003. évi vizsgálat lehetőséget biztosított a kompetenciabizalom tanulmányozására is. Ezzel összefüggésben azt a hipotézist ellenőriztük, hogy a minőségbiztosítási rendszer bevezetése növeli-e a vevő részéről a szállító kompetenciája iránti bizalom megelőlegezésének esélyét. Az



adatok egyértelműen cáfolták a feltételezést, sőt várakozásainkkal ellentétes irányú összefüggést mutattunk ki. További vizsgálatokat igényel azonban annak tisztázása, hogy ez valóban a minőségbiztosítási rendszerek „kudarcát” jelenti-e abban az értelemben, hogy bevezetésük nem teremt alapot a szállító iránti bizalom kiépüléséhez.

## MELLÉKLETEK

<i>A partnerek előzetes kooperációja</i>	<i>Az általánosított bizalom szintje</i>		<i>Összesen</i>	<i>N</i>
	<i>Alacsony</i>	<i>Magas</i>		
<i>Alacsony</i>	52,6	47,4	100,0	78
<i>Közepes</i>	46,3	53,7	100,0	54
<i>Magas</i>	35,9	64,1	100,0	103
<i>Teljes minta</i>	43,8	56,2	100,0	235
		$\chi^2 = 5,166$		
		szf=2		
		Sig=0,076		

1. *A cégvezető mások iránti bizalma (általánosított bizalom) és a partnerek előzetes kooperációja közötti összefüggések (%)*. Megjegyzés: Mindkét változó esetében összevonással csökkentettük a kategóriák számát.

Változó	1. modell	2. modell	3. modell
	Esélyhányados	Esélyhányados	Esélyhányados
<i>Szakágazat</i>			
Referencia: egyéb nem feldolgozóipar	nem szign.	*	nem szign.
Élelmiszeripar	1,0372	1,1367	1,0998
Könnyűipar	2,0610	2,3234*	2,3891*
Alapanyag- és vegyipar	0,9082	1,0371	1,0070
Gépipar	2,4740*	2,5898**	2,3148*
<i>A vezető mások iránti bizalma</i>			
Referencia: többnyire nem bízunk másokban	2,3939***	2,4947***	–
<i>Vállalkozás mérete:</i>			
Referencia: mikrovállalkozás (10 fő alatti)	0,4546*	0,4484**	0,5174*
<i>Az üzleti partnerek előzetes kooperációja.</i>			
Ref.: Alacsony szintű	*	–	**
Közepes szintű	2,3565*		2,3218*
Magas szintű	2,3183**		2,5396**
<i>Tervezés időhorizontja</i>			
Referencia: maximum 1 év	***	***	***
2–4 Év	1,2128	1,1014	1,1443
Minimum 5 év	3,9311***	4,3832***	3,8282***
A modell által helyesen besorolt esetek a megfigyelt esetek százalékában:	78,28%	77,73%	71,89%

## 2. A szerződéses bizalom logisztikus regressziós modelljeinek három változata.

A szignifikanciaszintek jelölése a táblázatban:

\*10%-os

\*\*5 %-os

\*\*\*10%-os.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

Barber, Bernard: *The Logic and Limit of Trust*, New Jersey, 1983, Rutgers University Press.

Balázs Zoltán: A bizalom fogalma. In *Századvég*, 2002, Új folyam, 24.

Bonacich, Phillip–Boyle, Richard: The Development of Trust and Mistrust in Mixed-Motive Games. In *Sociometry*, 1970, 33., 123–139.

Csabina Zoltán–Kopasz Marianna–Leveleki Magdolna: A szerződéses bizalom a hazai feldolgozóipari vállalatok üzleti kapcsolataiban. In *Szociológiai Szemle*, 2001, 1., 22–41.

Gambetta, Diego: Can We Trust Trust? In Gambetta D. (ed.) *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*, New York, 1988, Basil Blackwell, 213–237.

Hardin, Russel: *Trust and Trustworthiness*. New York, 2002, Russel Sage Foundation.

Jones, Karen: Trust as an Affective Attitude. *Ethics*, 1996, 107., 4–25.

Kamiske, Gerd F.–Kassebohm, Kristian–Malorny, Christian–Horst, Michael–Schulze, Hans-Dieter: Qualifizierung, Auditierung und Zertifizierung im Meinungsspektrum zertifizierter

Unternehmen – Resultate und Konsequenzen einer empirischen Studie. In Riekhof, H.C. (ed.): *Praxis der Strategieentwicklung*. Stuttgart, 1994, Schäffer–Poeschel.

Luhmann, Niklas: *Trust and Power*. Chichester, 1979, Wiley.

Luhmann, Niklas: Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives. In Gambetta, D. (ed.) *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. New York–Oxford, 1988, Basil Blackwell, 94–107.

Opp, Karl-Dieter: Piacszerkezetek, társadalmi szerkezetek és a piaci kooperáció. In Lengyel György–Szántó Zoltán (szerk.): *A gazdasági élet szociológiája*. Bp., 1994, Aula Kiadó, 129–152.

Rose-Ackerman, Susan: *Trust, Honesty, and Corruption: Theories and Survey Evidence from Post-Socialist Societies*. Prepared for the Workshop on Honesty and Trust in Post-Socialist Societies at Collegium Budapest, May 25–26, 2001.

Sako, Mari: *Prices, Quality and Trust. Interfirm Relations in Britain and Japan*. New York, 1992, Cambridge University Press.

Sako, Mari. Does Trust Improve Business Performance. In Lane, C.–Bachmann, R. (eds.): *Trust Within and Between Organizations*. New York, 2000, Oxford University Press.

Sztompka, Piotr: *Trust. A Sociological Theory*. Cambridge, 1999, Cambridge Univ. Press.

Uslaner, Eric M.: *Trust and Consequences*. Conference Paper, Crystal City, Virginia, February 26–27, 1999.

Yamagishi, Toshio–Yamagishi, Midori: Trust and Commitment in the United States and Japan. *Motivation and Emotion*. 1994, 18:2, 129–166.

Walgenbach, Peter: The Production of Distrust by Means of Producing Trust. In *Organization Studies*. 2001, 22:4, 693–714.

Zucker, Lynne G.: Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840–1920. In *Research in Organizational Behavior*. 1986, 8., 53–111.