

Helyi társadalmi környezet a kisvállalkozások inkubációjában

Bajmócy Zoltán¹

A kezdő vállalkozások fejlesztése kapcsán állandóan jelenlevő, mégis ritkábban vizsgált probléma, hogy az újonnan alakult kisvállalkozások teljesítménye közötti regionális eltérések nem magyarázhatóak csupán a gazdasági szerkezet különbözőségével. A fejlesztés sikere szempontjából szükséges tehát bizonyos egyéb társadalmi szempontokat is bevonni a vizsgálódások körébe. Ezek közül különös jelentősége van a helyi kultúrának, a helyi identitásnak és az ezekben gyökerező társadalmi tőkének, melyek alapvető hatással vannak a vállalkozói tevékenység sikerére.

Jelen tanulmányban egy speciális vállalkozásfejlesztési eszköz, az üzleti inkubáció példáján keresztül vizsgáljuk a helyi környezet hatását a kezdő vállalkozások, illetve fejlesztésük sikerére, különös figyelmet fordítva a vállalkozásalapításra ható kulturális és motivációs tényezőkre. Nemzetközi szakirodalmi áttekintés alapján igyekszünk meghatározni az üzleti inkubáció sikerességére ható tényezőket, majd a felépített modellből következtetéseket levonni az eszköz hazai alkalmazásával kapcsolatban.

Kulcsszavak: vállalkozás-alapítás, üzleti inkubáció, helyi kultúra, helyi identitás

1. Bevezetés

A közgazdaságtan hagyományos termelési tényezőit (föld, munka és tőke) a XX. század elején Schumpeter kiegészítette a vállalkozói készséggel, és munkásságával felhívta a figyelmet a technológia termelési folyamatban betöltött szerepére. A század végén ez a sor a tudással gyarapodott. Mindezek mellé napjainkban mind többen sorakoztatják fel a társadalmi tőkét, mint erőforrást, értve ez alatt a társadalmi szerveződés olyan sajátosságait, mint a hálózatok, normák és a bizalom, amelyek előmozdítják a kölcsönösen előnyös együttműködéseket (Putnam 2002).

A társadalmi tőke igen fontos építőköve tehát a helyi kultúra, amely véleményünk szerint egy olyan folyamat végtermékeként értelmezhető, amely révén az egyén társadalmi azonosságát nem osztályhoz való tartozása, hanem egy térben lehatárolt közösség tagjaként munkálja ki. Ily módon a helyi kultúra egy térben lezaj-

¹ Bajmócy Zoltán, Ph.D. hallgató, SZTE Gazdaságtudományi Kar Közgazdaságtani Doktori Iskola (Szeged)

ló, szociális kategorizációhoz hasonló folyamat jelöltjeként² értelmezhető. Ezt az azonosságot (szociális identitást) esetünkben a vállalkozók és vállalkozások egymás közti kapcsolatainak közvetítőjeként kell értelmezni. E közeg minősége pedig alapvető hatással van a vállalkozói tevékenység – és mint azt bemutatni igyekszünk – az üzleti inkubáció sikerére is.

A vállalkozói lét különböző formái³ maguk is meghatározott szociális identitást jelölnek. Témánk szempontjából azonban fontosabb az a közeg, amelyben a vállalkozások nagy arányban lehetnek sikeresek. Ilyen közeg kis számban és térben koncentráltan lelhető fel a világban, és meghatározott sajátosságokat, speciális helyi kultúrát hordoz (Porter 1999). Ez a kulturális közeg, illetve az ehhez való tartozásból (szociális identitás) eredő előnyök központi helyet kapnak mondánivalónkban.

Jelen tanulmányban a kezdő vállalkozások egyre elterjedtebb fejlesztési eszközeinek, az üzleti inkubációnak a sikerességi tényezőit vizsgáljuk különös tekintettel a helyi kultúrára, identitásra, illetve az ezekben gyökerező társadalmi tőkére. A helyi gazdaságfejlesztési programok sikerének vagy kudarcának megértéséhez, és főként esetleges adaptációjukhoz szükséges annak a társadalmi, kulturális környezetnek a megismerése, amelyben azok lejátszódtak. A kezdő vállalkozások fejlesztésénél ez még hangsúlyosabb, hiszen itt főként egyéni döntésekről, azok motivációjáról, a rájuk ható tényezőkről és személyek közötti kapcsolatokról van szó.

A vállalkozásokat számos környezeti, piaci, technológiai változás arra kényszerítette a legutóbbi időkben, hogy hálózatokban vegyenek részt. Ezen vállalkozások egyik legmarkánsabb előnye a többiekkel szemben, hogy olyan erőforrásokat is hasznosíthatnak, amelyek árát a hálózat valamely más tagja fizeti meg (Szerb 2003). Úgy tűnik tehát, hogy korunk sikeres vállalkozójának egy hálózat tagjaként kell tudni érdekeit érvényesíteni. Azonban a hálózatosodás, mint üzleti stratégia „nem hullik csak úgy az égből”, hanem komoly informális kapcsolatrendszer meglétét feltételezi, amellyel messze nem rendelkezik minden vállalkozó (Nijkamp 2003).

Az üzleti inkubátorok igen fontos szerepet tölthetnek be a hálózati kapcsolatok kiépítésében (Barrow 2001). Az inkubátor adta ilyen irányú lehetőségeket, illetve a kifejezetten erre irányuló szolgáltatásokat – ennek megfelelően – igen nagyra értékeli a támogatott vállalkozások (EC 2002, OECD 1999).

A tanulmány a témánk szempontjából kiemelt fontossággal bíró inkubátortípusok lehatárolása után rátér a sikerességet meghatározó tényezőkre (a vállalkozóra, illetve a vállalkozás-alapítási döntés körülményeire, a helyi kulturális környezetre és a helyi gazdasági környezetre), majd a következtetések kapcsán kitér az eszköz hazai alkalmazhatóságára.

² A szociális kategorizáció olyan folyamat, amellyel az ember a maga szociális identitását kimunkálja, azaz bizonyos társadalmi dimenziók mentén kiemeli egyes csoportokhoz való hasonlóságát és másoktól való különbözőségét (Garai 2003).

³ Szirmai Péter (1997) Magyarországon öt különböző identitást jelölő vállalkozó típust különített el: a „rendszerátalakítás gyermekei”, az „önmegvalósítók”, a „kényszervállalkozók”, az „újjonnan jöttek” és a „hagyományörzök”.

2. Az üzleti inkubáció szükségessége

Az üzleti inkubátorok az 1970-es évek végén kezdtek elterjedni és – a korszak sajátosságainak megfelelően – főként munkahely-teremtési céllal jöttek létre. Ezen kívül az outsourcing tömegessé válása támasztotta alá szükségességüket. A korai *tradicionális modell* lényege tehát a munkahelyteremtés, mint elsődleges cél, amelynek végrehajtása során nem koncentrálnak a kis és középvállalkozások (KKV-k) egy adott csoportjára (iparág vagy technológia-orientáció alapján). Később a célrendszer komplexebbé vált, és napjainkban főként bizonyos innováció-politikai célok kerültek előtérbe. Jelenleg az üzleti inkubátorokat formáló alapvető hatások (Lengyel–Kosztopolosz–Imreh 2002):

- a gazdasági szervezetek rugalmas alkalmazkodásának elsőrendűvé válása,
- a tudásalapú tevékenységek döntővé válása a vállalati versenyelőnyök kapcsán,
- a nagyvállalati szervezetek ellaposodása, és
- a rugalmas, innovatív KKV-k tömeges létrejötte.

Mindeközben a kezdeti tradicionális modellt mindinkább felváltották a *technológiaorientált inkubátorok*, amelyek erősen növekedésorientált KKV-kra, és azon belül is sokszor egy adott iparágra specializálódnak, erőteljes beléptetési korlátokat alkalmaznak a vállalkozásokkal szemben és lehetőséget adnak a magántőke növekvő mértékű bevonására. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a tradicionális modell ma már ne létezne.

Magyarországon is elterjedt eszköznek tekinthető az üzleti inkubáció, az ilyen típusú intézmények száma a '90-es évek elejétől folyamatos emelkedést mutat. Az itthon inkubátorházaknak nevezett eszközök működése azonban számos ponton eltér a külföldi hasonló típusú létesítményekétől. A hazai inkubátorok szinte kivétel nélkül a tradicionális modellbe illeszthetők. Ezek az intézmények jellemzően nem specializálódtak adott iparágakra, vagy technológia-orientált KKV-kra, és céljuk szinte kizárólag az olcsó munkahely-teremtés. Azzal kapcsolatban azonban nem készültek átfogó elemzések, hogy ezt a célt miként töltik be.

Az üzleti inkubáció tehát *gyűjtőfogalom*. Számos típusa létezik a tradicionális és a technológia-orientált, sőt még a – korábban nem említett – magánszervezetek által létrehozott inkubátoroknak is. Témánk szempontjából azon inkubátorok vizsgálata kiemelt jelentőségű, amelyek az újonnan létrejövő technológia-orientált kisvállalkozásokra koncentrálnak, hiszen munkahelyteremtő képességük és a tudás-alapú fejlődéshez történő jelentékeny hozzájárulásuk alapján ezek kerültek napjainkban a fejlesztési politikák előterébe.

Munkánk során egy olyan konszenzusos definíciót használunk, amely meglehetősen jól adja vissza ennek a gyűjtőfogalomnak a legfontosabb elemeit, eléggé szűkítő azonban ahhoz, hogy előrevigyen minket a munkánkban.

„Az üzleti inkubátor egy olyan szervezet, amely rendszerbe foglalja és élénkíti a sikeres vállalkozások létesítésének folyamatát, számukra átfogó és integrált szolgáltatások körét nyújtva, amelyek közül a legfontosabbak:

- az inkubációs tér,
- a kedvezményes üzleti szolgáltatások,
- a klaszteresedés és a hálózatosodás lehetősége” (EC 2002, 9. o.).

E legutóbbi kitétel – a *hálózatosodás és klaszteresedés* – visz minket előbbre, hiszen ezeket koránt sem nyújtja érdemben bármilyen inkubátor. Az ilyen lehetőségeket kínáló specializált inkubátorok arra is kiválóan alkalmasak, hogy a vállalkozásfejlesztés új, piacfejlesztő paradigmájának logikáját szemléltessük velük. Ezek az új vállalkozásfejlesztési eszközök a szolgáltatások piacának kifejlődését tűzik ki célul, nem pedig olcsó szolgáltatásokat nyújtanak, és központi szerepet kap a programokban a pénzügyi fenntarthatóság és a piac torzításának minimalizálása (Kállay 2002).

Célszerű elkülöníteni továbbá három fogalmat, amelyek a fejlesztés szempontjából nagyon lényegesek, és igen gyakran egybemosódnak (Malizia–Feser 1999):

- *A kezdő vállalkozások fejlesztése (new business development)* nem tesz különbséget az egyes kis és középvállalkozások között azok típusa szerint. Egyaránt támogathat a helyi piacra vagy régióon kívülre termelő, illetve innovatív vagy nem innovatív vállalkozásokat. A tradicionális inkubáció tipikusan ilyen eszköz.
- *Az innovatív kisvállalkozások fejlesztése (entrepreneurial business development)* kifejezetten a nagy növekedési potenciállal rendelkező innovatív kisvállalkozásokat támogatja. E mögött az a megfontolás áll, hogy a kisvállalkozások által teremtett új munkahelyek döntő részét ez a típus adja. A technológiai inkubáció is ehhez az irányhoz tartozik.
- *A kisvállalkozások fejlesztése (small business development)* életciklustól és technológia orientációtól függetlenül fogja át a kisvállalkozás fejlesztési eszközöket. Gyűjtőfogalomként használható, amely magában foglalja a korábbi két definíciót is.

A tanulmány tehát – a fenti megfontolások alapján – a gazdaságfejlesztési céllal létrehozott, innovatív kisvállalkozásokra koncentráló inkubátorok sikerességi tényezőivel foglalkozik.

3. Az inkubációs folyamat alapvető jellegzetességei

Az üzleti inkubáció klasszikusan *helyi* vállalkozásfejlesztési eszköz. Az inkubátor működésének hatásai mindig lokálisak, azaz egy ilyen eszköztől nem várható egy nagyobb kiterjedésű régió fellendítése, viszont egy város és munkaerővonzáskörzete tekintetében fegyelemreméltó hatásai lehetnek (Lewis 2001).

Az inkubátor által támogatott cégek jellemzően a helyi munkaerőpiacról szerzik be a munkaerőt és kezdetben a felvevőpiac is főként a térségi bázis (EC 2002, OECD 1999). Ez egyben azt is jelenti, hogy a legtöbb esetben a helyi környezet keresleti tényezői, a kifinomult kereslet megléte döntő hatással lehetnek a támogatott vállalkozások későbbi fejlődése szempontjából.

Az inkubátor által támogatott vállalkozások tehát az inkubációs időszak alatt is szervesen kapcsolódnak a helyi gazdaságba, másrészt az inkubátorból kilépve a helyi környezetben kell helytállniuk. Ennek a gazdasági és társadalmi környezetnek tehát olyannak kell lennie, amelyben ezek az innovatív kisvállalkozások a későbbiek során növekedni tudnak. Az inkubátorok sikerességét meghatározó tényezők így módon szorosan összefüggnek a támogatott vállalkozások sikerességét meghatározó tényezőkkel.

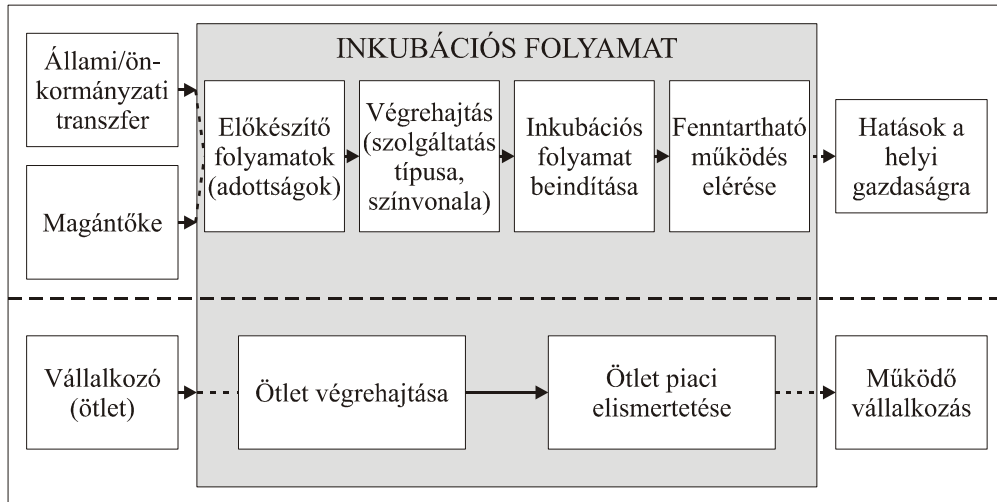
A vállalkozások számára bizonyos alapvető háttérfeltételek (szabályozási környezet, szállítási költségek, mobil inputtényezők, alpinfrastruktúra) egyre inkább kiegyenlítődni látszanak, így a sikerességet meghatározó főbb tényezők a vállalkozások lokális környezetében keresendők (Malecki 1997). E folyamatot az inkubátorok sikerességére kivetítve azt mondhatjuk, hogy bizonyos háttérfeltételek fennállása esetén az üzleti inkubációs folyamat sikere a helyi gazdasági-társadalmi környezet függvénye. A legfontosabb háttérfeltételek:

- bizonyos decentralizált pénzeszközök és döntési jogkörök megléte,
- megfelelő szabályozási-, jogi háttér megléte (szabadalmi jog, egyetemek gazdasági tevékenysége stb.), és
- a kisvállalkozás-fejlesztés szükségességének kormányzati felismerése.

Az inkubációs folyamat két alapvető szintre osztható (1. ábra). Egyrészt tökebefektetés történik, amelyért cserébe közvetlen vagy közvetett megtérülést várnak: esetünkben a helyi gazdaság élénkülését, és ezen keresztül áttételesen az adóbevételek növekedését. A létrejött inkubátor négy alapvető működési szakaszon megy keresztül (Lalkaka 1997). Az *előkészítő szakasz* során körvonalazódnak a létrejövő inkubátor alapvető jellegzetességei: a mérete, elhelyezkedése, szervezeti formája, célközönsége, a nyújtott szolgáltatások köre stb. A *végrehajtás* során feláll a szervezet, kiválasztják a menedzsment tagjait, és mobilizálják a szükséges forrásokat. A harmadik és negyedik fázis során (*az inkubációs folyamat beindítása és az önfenntartó működés elérése*) az inkubátor a magántőke mind nagyobb arányban történő bevonására törekszik. A fejlett országokban a fenntarthatóság 2-3 év alatt érhető el, míg az átmeneti országokban, így hazánkban is ez a folyamat jóval hosszabb lehet.

A folyamat másik szintje azonban témánk szempontjából sokkal lényegesebb: a vállalkozó (néha még csak egy ötlettel) belép az inkubátorba, majd az ötlet piaci elismertetése és néhány év működési tapasztalat után megnövekedett értékkel elhagyja azt. Az inkubációs folyamat tehát értéknövekedéssel jár, és akkor hatékony, ha a nyújtott *értéknövelő szolgáltatások* mind nagyobb növekedést eredményeznek a vállalkozás értékében.

1. ábra Az üzleti inkubáció folyamata



Forrás: Lalkaka (1997) felhasználásával saját szerkesztés.

4. Az inkubációs folyamat sikerességére ható tényezők

Vizsgáljuk meg elsőként ez utóbbi folyamatnak az elemeit részletesebben: a vállalkozás indítását, illetve a sikerességet, amelyet azonosítsunk egyelőre az inkubációs időszak (kb. 3 év) túlélésével.

A *vállalkozási hajlandóság* regionális eltéréseinek magyarázatakor gazdasági és kulturális környezetbeli elemeket sorakoztathatunk fel. Az elmúlt néhány évben több empirikus felmérés jutott arra, hogy

- a kisvállalkozások nagy száma az adott régióban,
- a népesség száma és annak növekedési üteme, valamint
- a munkanélküliség foka

igen nagy arányban (kb. 60-70 százalékban) magyarázzák a vállalkozás-alapítási hajlandóság közti regionális eltéréseket (Davidson–Wiklund 1997). Később ezen vizsgálatokat próbálták kiegészíteni kulturális elemekkel. Ezeket az eredményeket ugyanakkor csak súlyuknak megfelelően szabad figyelembe venni, hiszen nem tesznek különbséget a létrejövő vállalkozások, illetve az őket létrehozó erők között. Témánk szempontjából egyáltalán nem mindegy, hogy kényszervállalkozások vagy régió kívüli piacra is kilépni tudó, innovatív vállalkozások jönnek létre.

A vállalkozási hajlandóság regionális eltéréseinek és a *helyi kultúra* összefüggéseinek magyarázatakor két alapvető irányt szokás elkülöníteni (Davidson–Wiklund 1997). Az egyik szerint (amely irányzatot Etzioni nevével lehetne fémjelezni) azok a helyi értékek és hiedelmek játsszák a központi szerepet, amelyek nagy-

ra becsülik, támogatják a vállalkozói létet. A másik megközelítés szerint (amelynek névadója McClelland lehetne) bizonyos térségekben magasabb azok aránya, akik személyiségjegyeik alapján potenciálisan sikeres vállalkozók lehetnek.

A vállalkozás indítása minden esetben egy *döntési szituáció*, amelyre különböző tényezők hatnak (2. ábra). Egyrészt pozitív, megerősítő (*pull*) elemek, mint a látott pozitív minták, az oktatás, a támogató hálózatok megléte, vagy a családi háttér, másrészt kényszerű (*push*) elemek, mint a munkahely elvesztése, vagy elégedetlenség a jelenlegi munkával (Mueller–Thomas 2000, Anderson–Miller 2003)

A *kényszerű* és *megerősítő* elemek súlya egyértelműen a helyi kulturális és gazdasági környezet függvénye: vannak-e sikeres helyi minták, nagyon fontos, hogy milyen az esetleges bukás társadalmi megítélése (van-e esély az újrakezdesre), vagy van-e hagyománya a kölcsönös előnyökön alapuló együttműködéseknek.

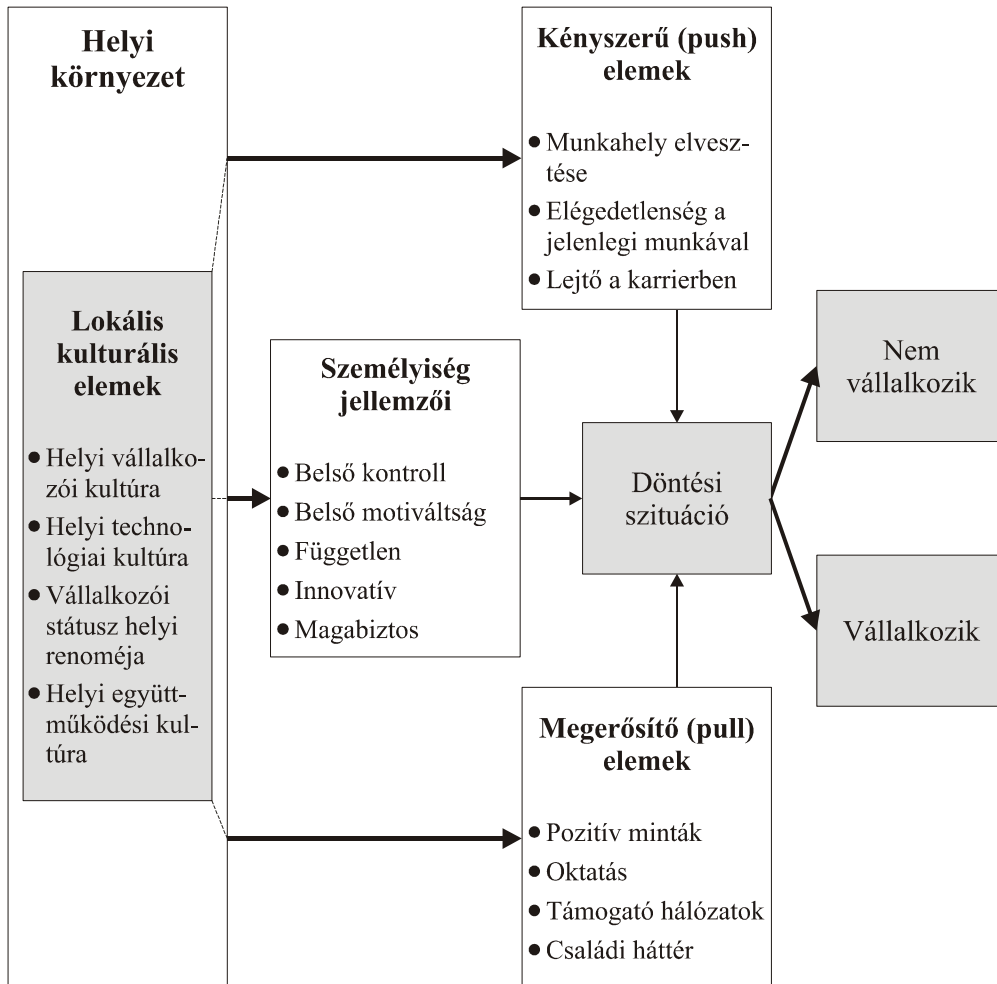
A gazdaságpszichológia bizonyos személyiségjegyek és a vállalkozói hajlandóság közötti összefüggésekkel kapcsolatban, viszonylag heterogén álláspontot képvisel, de közös elemként majdnem mindenhol megjelenik a belső kontroll, az innovatív magatartás és a teljesítmény maga mint motiváló tényező (Wärneryd 1988, Brandstätter 1997, Shane és szerzőtársai 2003). A gazdaságpszichológiai vizsgálatok azonban kevés empirikus adattal szolgálnak ezen tényezők területi különbségeivel kapcsolatban, másrészt bizonyos újabb, főként svéd empirikus felmérések arra utalnak, hogy a vállalkozás sikeressége részben maga alakítja ki ezeket a személyiségjegyeket (Davidson–Wiklund 1997).

Ez viszont közelebb hozza egymáshoz a fent említett kétféle magyarázatot, hiszen egy olyan helyi kultúra, amely nagyra értékeli az innovatív vállalkozásokat és számos sikeres példával is szolgál, hosszú távon a személyiségjegyek befolyásolásával is hathat a vállalkozás-alapítási döntésekre. Nem szabad azonban abba a hibába esnünk, hogy azonosítjuk a magas vállalkozás-alapítási hajlandóságot a vállalkozások sikerességével.

Véleményünk szerint az új vállalkozások tömeges sikeressége nagyrészt olyan helyi kultúrában keresendő, amely főként a *megerősítő* tényezők segítségével alakítja a vállalkozás-alapítási döntést és pozitívan tud hatni bizonyos belső motivációs elemekre is.

Miben is áll ez a helyi kultúra, és a közös kulturális alapokban gyökerező helyi *társadalmi tőke*? Figyelemre méltóak ebben a témakörben Robert Putnam (2002) gondolatai, aki a helyi elkötelezettséget, a közös történelmet, informális kapcsolatokat és szervezeteket emelte ki többek között az olasz iparági körzetek sikertényezőiként. Szeretnénk ezt Cohen és Field (1999) munkája alapján egy kicsit árnyalni, hiszen – ahogy ők a Szilícium Völgyről azt bemutatják – ott senki sem ismeri egymást és főként nem egymás családját, nem oly magas a bizalom sem a szereplők között, mint gondolnánk és a világ számtalan tájáról érkeztek a vállalkozók, különböző történelmi hagyományokkal. Mindezek ellenére mégsem mondhatjuk, hogy nincs helyi kultúra. A magyarázat szerint van közös értékrendszer a térségben, amelyben a központi szerepet az iparági sajátosságok, mint ritkábban vizsgált elemek játsszák. Eb-

2. ábra A vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők



Forrás: Mueller–Thomas (2000) és Shane és szerzőtársai (2003) felhasználásával saját szerkesztés.

ben az esetben a közös érték azonban sokkal elvontabb, mint az olasz példa esetén. Erre magyarázatot adhatnak bizonyos, napjaink Amerikájában lejátszódó társadalmi folyamatok. Ezek szerint az amerikaiak egyre inkább az úgynevezett harmadlagos szerveződésekhez kötődnek, amelyek lényege inkább az elvont közös cél, mint a személyközi kapcsolatok (Putnam 2002).

A helyi kulturális elemek hatása a vállalkozások, illetve az inkubációs folyamat sikerességére valós és kézzelfogható, jóllehet minden környezetben mások lehetnek azok a konkrét tényezők, amelyeknek hatása a legerőteljesebb. Ez viszont je-

lenti egyúttal azt is, hogy ez talán a legnehezebben lemásolható, utánozható tényező a folyamat sikerességének kapcsán.

Az inkubáció és egyáltalán a helyi vállalkozásfejlesztés sikerességet befolyásoló másik alapvető tényező a *helyi gazdasági környezet*. A folyamat ugyanis csak akkor tud sikeres lenni, ha a helyi gazdasági környezet biztosítani tudja azokat a feltételeket, amelyek az induló, majd az inkubátorból kikerülő vállalkozás növekedéséhez szükségesek. A gazdasági és kulturális környezet hatásai természetesen nem választhatók el élesen, egymással kölcsönös összefüggésben alakítják ki az innovatív vállalkozások sikeréhez hozzájáruló miliőt.

A gyakorlati fejlesztéseknél igen jól alkalmazhatóak Malecki gondolatai, aki az alábbi módon rendszerezte a vállalkozások helyi intézményi környezetét részben a szokásos termelési tényezőknek megfelelően: pénzügyi források, vállalkozási környezet, technológia és üzleti támogatások (Malecki 1997, Lengyel 2002). Mind a négy alapvető kategóriában meghatározhatóak azok az elemek, amelyek kiemelt jelentőséggel bírnak az inkubátorok sikerességével kapcsolatban (1. táblázat).

A *vállalkozási környezet* kapcsán kiemelt jelentőséggel bír a cégsűrűség (az inkubátor potenciális „ügyfelei”), és a helyi piac mérete, amely a kezdeti növekedés kapcsán bír jelentőséggel. Az iparág-specifikus infrastruktúra, a kölcsönös előnyökön alapuló együttműködések és a kvalifikált munkaerő megléte olyan tényezők, amelyek bizonyos szintje elengedhetetlen egy inkubátor indításakor, ugyanakkor a működés kapcsán számottevően képes őket javítani.

A *technológia* alatt itt a tudás létrehozására, illetve átvételére szolgáló intézmények értendők. A technológia-orientált inkubáció sikerének előfeltétele ezen intézmények magas szintű működése, ugyanakkor az inkubátor számottevően javítani tudja az egyetem-ipar kapcsolatokat, valamint a kezdő vállalkozások K+F tevékenységét.

Az *üzleti támogatásokkal* kapcsolatban kiemelendők azok a szinergiahatások, amelyek a különböző támogatási programok összehangolásával érhetőek el. Mint-hogy az általunk elemzett technológiaorientált inkubátorok helyi politikai célokat hivatottak megvalósítani, így a többi közösségi programmal történő összehangolás eleve adottnak tűnhet, a valóság azonban gyakran nem ezt mutatja.

A *pénzügyi források* alatt értjük egyrészt a vállalkozások növekedéséhez szükséges tőke biztosítását, másrészt az inkubátor növekedésének finanszírozását. A fejlett országok tapasztalatai számos esetben megmutatták, hogy a technológiai inkubátorok olyan valós érték-növelő szolgáltatásokat képesek nyújtani a kezdő KKV-knak, hogy a magánszektor is hajlandó részt vállalni a működtetés költségeiből (Lalka 1997). Ennek különös jelentősége van akkor, ha az inkubátor egy adott iparágra specializálódik és így klaszter-kezdeményezéseket képes felkarolni, vagy meglévő tömörüléseket erősíteni. Ilyen esetekben a leggyakoribb a kockázati tőkék szerepvállalása, teljesen átadva ezzel a teret a magánfinanszírozásnak.

A *helyi húzóágazatok* kulcsszerepet játszanak abban, hogy a vállalkozásfejlesztés a lehető legcsekélyebb piactorzító hatással érje el célját, továbbá abban, hogy

1. táblázat A helyi intézményi környezet az inkubátorok sikerességében

Intézményi környezet elemei	Sikerességi tényezők
Vállalkozási környezet	<ul style="list-style-type: none"> - Cégsűrűség - Általános és iparág-specifikus helyi infrastruktúra - Kölcsönös előnyökön alapuló vállalati együttműködések - Kvalifikált munkaerő - Helyi piac mérete
Technológia	<ul style="list-style-type: none"> - Egyetemek, kutatóintézetek jelenléte - Technológia transzfer intézmények - Technológia-orientált KKV-k - Helyi vállalkozások K+F tevékenysége - Egyetem-ipar kapcsolatok minősége
Üzleti támogatások	<ul style="list-style-type: none"> - Együttműködés egyéb helyi fejlesztő intézményekkel - Iparág-specifikus képzési programok - Együttműködés a magánszektor szervezeteivel - KKV fejlesztési politikák
Pénzügyi források	<p><i>Vállalkozások részére</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Üzleti angyalok - Kockázati tőkések - Helyi pénzintézetek <p><i>Inkubátor részére</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Közösségi támogatások - Kockázati tőkések - Magánszektor szervezetei

Forrás: Malecki (1997) felhasználásával saját szerkesztés.

a lehető legnagyobb mértékű lokalizációs előny származzon az inkubátor jelenlétéből. Az inkubátoroknak köszönhető *lokalizációs előnyök* tartósan hatást gyakorolnak a térség fejlődésére, hiszen az adott iparág vállalatainak nagy százaléka kapcsolatba kerül az intézménnyel, és így egyebek mellett felbecsülhetetlen értékű informális kapcsolati tőkére tesznek szert. Továbbá a helyi húzóágazat, illetve kapcsolódó iparágainak támogatásával *traded* iparágakat támogatunk, így egy vállalkozás sikere nem feltétlenül idézi elő más – azonos iparágbeli – helyi vállalkozások bukását, azaz a piactorzító hatást is csökkentettük.

Mindezek mellett nem elhanyagolható *belső tényezők* is meghatározzák az inkubátor sikerességét. Három alapvető közülük a menedzsment (kiemelve annak lét-

számát, illetve kapcsolatrendszerét), a nyújtott szolgáltatások köre⁴, és az ingatlan adottságai (főként gondolva a bérbe adható terület nagyságára, illetve az infrastrukturális ellátottságra). Ezek a tényezők önmagukban nem biztosítják a sikerességet, viszont igen gyakran a kudarcok okai lehetnek. Igen gyakori melléfogás a menedzsment nem megfelelő kiválasztása, hiszen a szakmai hozzáértésen túl kiterjedt kapcsolatrendszerrel is kell rendelkezni, másrészt a bérbe adható terület nem megfelelő mérete, amely eleve lehetetlenné teszi a rentábilis működést.

Összességében megállapítható tehát, hogy *az üzleti inkubáció sikerességét meghatározó tényezők – bizonyos háttérfeltételek fennállása esetén – a helyi kulturális, illetve gazdasági környezetben gyökereznek.*

5. Következtetések

Noha vizsgálódásaink az üzleti inkubációt állították középpontba a következtetések jó része a kezdő vállalkozások fejlesztésének más formáira is vonatkoztatható.

Minthogy a működést meghatározó alapvető háttértényezők (a szabályozás, mobil inputtényezők, alpinfrastruktúra stb.) egyre inkább hasonlóak minden kezdő vállalkozás számára, így a sikeresség tényezői elsősorban a helyi környezetben keresendők. Ezen belül pedig szükséges volna nagyobb figyelmet fordítani a sokszor méltatlanul mellőzött helyi kulturális elemeknek. A vállalkozás-alapítási hajlandóság felől figyelmünket a sikerességre kell fordítani, amely viszont nem értelmezhető a helyi társadalomtól függetlenül. Messze nem célja minden vállalkozónak például saját cégének folytonos növelése. Erre Harmadik Itália lehet az egyik legkézenfekvőbb példa, ahol a családi alapon szerveződő kisvállalkozások valós értéként jelennek meg a helyi kultúrában (Storper 1997).

A vállalkozói lét, mint szociális identitás történetileg alakul ki, és bizonyos környezetben az egyes emberek nagyobb valószínűséggel identifkálják magukat vállalkozóként, mint máshol. Ez pedig – ahogy azt bemutatni igyekeztünk – annak a helyi társadalmi-gazdasági környezetnek a függvénye, amely különféle megerősítő (*pull*) és kényszerű (*push*) elemekkel befolyásolja a vállalkozóvá válási döntést. Ezek a tényezők később sem veszítik el jelentőségüket, hiszen a sikeresség kapcsán döntő jelentőségűek azok a kapcsolatok, amelyeket a vállalkozó az azonos identitásúakkal alakít ki, vagy kap készen családi hagyományainak, illetve az oktatási rendszernek köszönhetően.

Az inkubátor pedig abban játszhat fontos szerepet, hogy a helyi vállalkozói kultúra formálásán, illetve a túlélés esélyének javításán keresztül erősítse a vállal-

⁴ Ha az inkubátor túl kevés szolgáltatást nyújt, akkor igen hasonlatossá válhat egy irodabérleti ügylet-hez, amellyel az inkubáció lényege veszhet el. Magyarországon ez a jelenség igen gyakori. Ha az inkubátor túl sok szolgáltatás nyújtását tervezi, akkor nagy valószínűséggel olyan is lesz közötté, amely nem jelentkezett piaci elégtelenségként. Az így létrejövő piactorzítás szintén ellentétben áll az inkubáció szándékaival.

kozás-alapítás megerősítő tényezőit. Ha például csökken a vállalkozások bukási aránya, akkor megnőhet egyrészt a pénzügyi befektetők érdeklődése, másrészt a vállalkozásalapítási kedv is. Az ehhez hasonló folyamatok pedig hosszú távon magának az inkubátornak a működési feltételeit is javítják.

A tanulmányban elemzett új típusú inkubáció magyarországi alkalmazásával kapcsolatban számos probléma merül fel. Már a háttértényezők sem teljesülnek maradéktalanul: gondoljunk a decentralizált források és döntési jogkörök hiányára.

A *kulturális környezet* elemeit vizsgálva elmondható, hogy hazánkban a vállalkozás-alapítás kapcsán túl nagy szerepet játszanak a *kényszerű* tényezők: az újonnan létrejövő vállalkozások nagyon nagy aránya kényszervállalkozó. A vállalkozás-alapítás kapcsán tehát a legfőbb motiváló tényező nem egy ötlet véghezvitele, hanem a megélhetés kényszere. Ilyen esetekben pedig nem várható, hogy a nagyobb kockázattal járó tevékenységek felé orientálódjon a vállalkozó, inkább érettebb piacokból próbál egy kis szeletet kiszakítani magának.

Számos egyéb tényező is negatívan befolyásolja az innovatív vállalkozások létrejöttét. Ilyen többek között a bukás „megbocsáthatatlansága”, az elmúlt korszakban mesterségesen megszakított családi vállalkozói hagyományok, vagy akár az, hogy a kutatói szférában igen nagy idegenkedés tapasztalható a vállalkozás-alapítástól. Ezek súlya természetesen mutathat regionális eltéréseket és igen szoros kapcsolatban áll a lokális gazdaság szerkezetével, fejlettségével.

A *helyi intézményi környezet* elemeit vizsgálva kiemelhető a tőkepiacok, illetve az innovatív vállalkozásokat segítő szolgáltatások piacának fejletlensége. Ezeket a piaci elégtelenségeket a kezdő vállalkozásokat segítő rendszerek jelenleg nem tudják kellő módon ellátni. Az előrelépést azt is hátráltatja, hogy a különböző eszközök használata során nem alakulnak ki megfelelő szinergiahatások, sokszor ellentmondásos programok indulnak. Az ipari parkok és az inkubátorok közös fejlesztése kapcsán például számos egymást erősítő hatást lehetne kiváltani: a második generációs ipari parkok létrejöttének alapját jelenthetnék a technológia-orientált inkubátorok.

A tudás jelenléte és hasznosulása közötti szakadék egy olyan probléma, amelyben a fejlett inkubátorok jelenléte segíthetne. A probléma ugyanis nem csak az, hogy a tudásból nem lesz gazdasági teljesítmény, hanem az is, hogy az esetleges gazdasági hasznosulás térben elválik az ötlet létrejöttétől.

Továbbá számos térségben nincsenek jelen markáns *helyi húzóágazatok*. A magánszektor bevonása a fejlesztésekbe illetve a megfelelő helyi elkötelezettség csak akkor érhető el, ha a lokális húzóágazatok kinyilvánított igényekkel képesek fellépni. Ez azonban pontosan egy olyan probléma, amelyben az inkubátor előrelépést tud hozni.

A *belső sikerességi tényezőket* vizsgálva az inkubátorokat létrehozó politikai szándékok ellentmondásosságáról lehet beszámolni. A számbeli növekedésüket elsegítő kormányzati támogatások mellé ugyanis nem társul a fenntartáshoz hasznosítható pénzforrás még a működés kezdeti időszakában sem. Így az inkubátorok

vagy radikálisan csökkentik szolgáltatási körüket: „non-profit ingatlanügyletté” válnak, vagy olyan szolgáltatásokat nyújtanak, ami bevételt hoz, de nem jelent piaci elégtelenséget (könyvvitel, általános jogi tanácsadás, fordítás). A megfelelő adottságok kialakítására sem voltak mindig kellő figyelemmel, hiszen számos inkubátorház jött létre olyan kis alapterülettel, amely eleve lehetetlenné teszi a rentábilis működést.

Az egymással kölcsönösen összefüggő sikerességi tényezőket vizsgálva megállapíthatjuk, hogy erősen korlátozott azon térségek száma, ahol technológiaorientált vállalkozásokat segítő üzleti inkubátorok a sikeresség esélyével létrejöhetnek. Ezek a térségek pedig Budapesten kívül jellemzően az egyetemi városok, a régióközpontok. Így az inkubátorok területi különbségeket csökkentő hatása megkérdőjelezhető, azonban ezen térségek nemzetközi versenybe történő bekapcsolásában szerepet játszhatnak. A többi térségben a működtetés kapcsán a jövedelmek régiók közötti újraelosztásának elvét lehetne alkalmazni, vagy komoly kutatásokkal alátámasztva mérlegelni a munkahely létrehozás alacsonyabb költségének, illetve az erős piactorzító hatás következményeinek súlyát.

Végezetül még egyszer arra a gondolatra szeretném felhívni a figyelmet, hogy a kezdő vállalkozások segítése, csakúgy mint bármely gazdaságfejlesztési akció, csak helyi társadalmi beágyazottságában nyeri el értelmét.

Felhasznált irodalom

- Anderson, A. R. – Miller, C. J. 2003: “Class matter”: human and social capital in the entrepreneurial process. *Journal of Socio-Economics*, 32, 1, 17-36. o.
- Barrow, C. 2001: *Incubators. A Realist's Guide to the World's New Business Accelerators*. John Wiley & Sons, New York.
- Brandstätter, H. 1997: Becoming an Entrepreneur – a question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 18, 2-3, 157-177. o.
- Cohen, S. S. – Fields, G. 1999: Social Capital and Capital Gains in Silicon Valley. *California Management Review*, 41, 2, 108-130. o.
- Davidson, P. – Wiklund, J. 1997: Values, beliefs and regional variation in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18, 2-3, 179-199. o.
- EC 2002: *Benchmarking of Business Incubators. Final Report*. Center for Strategy & Evaluation Services. European Commission, Luxembourg.
- Garai L. 2003: *Identitásgazdaságtan. Gazdaságpszichológia másképpen*. TAS Kiadó, Budapest.
- Kállay L. 2002: Paradigmaváltás a kisvállalkozás-fejlesztésben. *Közgazdasági Szemle*, 49, 7-8, 557-573. o.
- Lalkaka, R. 1997: Lessons from International Experience for the Promotion of Business Incubation Systems in Emerging Economies. *UNIDO Small and Medium Enterprises Programme Paper*, 3.

- Lengyel I. 2002: A regionális gazdaság- és vállalkozásfejlesztés alapvető szempontjai. In Buzás N. – Lengyel I. (szerk.): *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. JATEPress, Szeged. 24-54. o.
- Lengyel I. – Kosztópulosz A. – Imreh Sz. 2002: Az ipari park fogalomköre és kategóriái. In Buzás N. – Lengyel I. (szerk.): *Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. JATEPress, Szeged. 55-76. o.
- Lewis, D. A. 2001: Does Technology Incubation Work? A Critical Review. *Reviews of Economic Development Literature and Practice*, 11. U.S. Economic Development Administration.
- Malecki, E. J. 1997: *Technology and Economic Development: The Dynamics of Local, Regional and National Competitiveness*. Longman, Edinburgh.
- Malizia, E. E. – Feser, E. J. 1997: *Understanding Local Economic Development*. Rutgers, New Brunswick (NJ).
- Mueller, S. L. – Thomas, A. S. 2001: Culture and Entrepreneurial Potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 1, 51-75. o.
- Nijkamp, P. 2003: Entrepreneurship in a Modern Network Economy. *Regional Studies*, 37, 4, 395-405. o.
- OECD 1999: *Business Incubation. International Case Studies*. OECD, Paris.
- Porter, M. E. 1999: Regionális üzletági központok – a verseny új közgazdaságtana. *Harvard Business Manager*, 4, 6-19. o.
- Putnam, R. D. 2002: Egyedül Kuglizni: Amerika csökkenő társadalmi tőkége. *Belügyi Szemle, Különszám: külföldi figyelő*, 68-80. o.
- Shane, S. – Locke, E. A. – Collins, C. J. 2003: Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 2, 257-279. o.
- Storper, M. 1997: *The Regional World. Territorial Development in Global Economy*. The Guilford Press, London, New York.
- Szerb L. 2003: The changing role of entrepreneur and entrepreneurship in network organizations. In Lengyel (ed.): *Knowledge Transfer, Small and Medium-Sized Enterprises, and Regional Development in Hungary*. JATEPress, Szeged, 81-95. o.
- Szirmai P. 1997: Vállalkozói típusok. A tipologizálás lehetőségei és buktatói. In *A kis- és középvállalkozások képzési és tanácsadási igényei*. MVA Kutatási Füzetek 14. Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, Budapest.
- Wärneryd, K. E. 1988: The Psychology of Innovative Entrepreneurship. In Raaij – Veldhoven – Wärneryd (eds.): *Handbook of Economic Psychology*. Kluwer Academic Publisher, Dordrecht. 404-447. o.