

# AZ EXPORTAKTIVITÁS ÉS A CSALÁDI JELLEG HATÁSA A KKV-K INNOVATIVITÁSÁRA THE IMPACT OF EXPORT ACTIVITY AND FAMILY NATURE ON THE INNOVATIVENESS OF SMES

A családi vállalkozások az üzleti vállalkozások egyik legrégebbi, mindmáig domináns szervezeti formái, innovációs tevékenységük kutatása mégis csupán egy felfutóban levő terület, különösen a kelet-közép-európai régióban. A szerzők munkájuk során a magyarországi kis- és középvállalkozások 2017-es (n=382), 2020-as (n=501), illetve 2022-es (n=506) reprezentatív mintáján statisztikai eszközökkel vizsgálják a vállalkozások családi jellege, innovációs tevékenysége, valamint export aktivitása közötti kapcsolatot. Eredményeik alapján az exportáló magyarországi kis- és közepes vállalkozások (KKV-k) innovációs aktivitása jelentősebb, mint a nem exportálóké. A családi jelleg és az innovációs tevékenység ugyanakkor egymástól függetlennek tekinthető, míg a családi jelleg és az exporttevékenység közötti kapcsolat a három vizsgált évben nem egyöntetű. A kutatás egyik legfőbb korlátjaként emelhető ki, hogy a 2020-as lekérdezés a vonatkozó év májusának második felében, a COVID-19 pandémia első hulláma alatt, a 2022-es pedig az orosz-ukrán háború jelentette sokkhatást követően valósult meg, így a válaszadókat befolyásolhatta a külső környezet kiszámíthatatlansága.

**Kulcsszavak:** innováció, családi vállalkozás, export, KKV, kis- és középvállalkozás

Family businesses represent one of the oldest and still dominant forms of business organisations, yet research on their innovation activity remains a relatively emerging field of study, especially in Central and Eastern Europe. This paper investigates the relationships between the family nature of firms, the innovation activity and the export activity using statistical methods on a representative sample of Hungarian small- and medium-sized enterprises (SMEs) in 2017, 2020 and 2022. The results show that the innovation activity of Hungarian SMEs engaged in export activities is more significant than that of non-exporting counterparts. The family nature of firms and their innovation activity, however, can be considered independent, while the relationship between family nature and export activity is not consistent across the three years. A limitation is that the 2020 and 2022 surveys were performed during the first wave of the COVID-19 epidemic and the Russian-Ukrainian war, which may have influenced respondents.

**Keywords:** innovation, family business, export, SME, small and medium-sized enterprise, socioemotional wealth, SEW

## Finanszírozás/Funding:

A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Project no. TKP2021-NKTA-44 has been implemented with the support provided by the Ministry of Innovation and Technology of Hungary from the National Research, Development and Innovation Fund, financed under the TKP2021-NKTA funding scheme.

## Szerzők/Authors:

Dr. Szennay Áron<sup>a</sup> (szennay.aron@uni-bge.hu) tudományos főmunkatárs; Csákné Dr. Filep Judit<sup>a</sup> (csaknefilep.judit@uni-bge.hu) tudományos főmunkatárs

<sup>a</sup>Budapesti Gazdasági Egyetem (Budapest Business University) Magyarország (Hungary)

A cikk beérkezett: 2023. 12. 04-én, javítva: 2024. 03. 12-én, elfogadva: 2024. 04. 29-én.

The article was received: 04. 12. 2023, revised: 12. 03. 2024, accepted: 29. 04. 2024.

A családi vállalkozás az üzleti vállalkozások egyik legrégebbi és globálisan domináns szervezeti formája (Sharma & Sharma, 2011). A családi vállalkozások kifejezetten jelentős szerepet töltenek be a gazdaságban – a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020-as Family Entrepreneurship Report-ja 48 alacsony, közepes,

illetve magas jövedelmű ország adatai alapján megállapította, hogy a vállalkozók 75%-a, a legalább három és fél éve működő vállalkozások vezetőinek 81%-a családjával közösen tulajdonolja és/vagy vezeti a vállalkozását (Kelley et al., 2020). Az European Family Businesses (EFB), az európai családi vállalkozások nemzeti szerve-

zeteinek szövetségének adatai szerint pedig Európa vállalkozásainak 60 százaléka (kb. 17 millió cég) tekinthető családi vállalkozásnak, amelyek együttesen 100 millió munkahelyet biztosítanak a privát szektorban (EFB, n.d.). Ennek megfelelően a családi vállalkozások jelentős mértékben járulnak hozzá a globális gazdasági növekedéshez (Zahra, 2003).

A családi cégek nemzetközileg is elismert jelentőségének fényében öröndetes, hogy a családi vállalkozások témájának magyar nyelvű szakirodalmá is egyre bővül. A családi vállalkozások arányának meghatározását célul kitűző munkákon túl (Kállay & Szabó, 2023; Kása et al., 2019; Wieszt & Drótos, 2018) információkkal rendelkezünk a magyar családi vállalkozások erőforrásairól és képességeiről (Rideg et al., 2022), illetve a családi vállalkozások működésében megjelenő olyan témákat is feldolgoztak, mint az utódlás (Sallay et al., 2023; Szombathelyi & Kézai, 2018), a családivállalkozás-kormányzás (Csákné Filep et al., 2018; Csákné Filep & Radácsi, 2020), a társas-érzelmi vagy (Mosolygó-Kiss et al., 2022), a családi vállalkozói identitás (Wieszt, 2020), a családi vállalkozások célrendszere (Heidrich & Vajdovich, 2021), a családi vállalkozások szabályozásának jogi környezete (Arató et al., 2020), a professzionalizálódás kérdései (Kárpáti & Drótos, 2023) módszertani iránymutatásokkal kiegészítve (Csákné Filep & Radácsi, 2021).

A családi vállalkozások innovációs tevékenységének vizsgálata felfutóban lévő kutatási terület. Akram (2021) a terület szisztematikus szakirodalom-feldolgozással történő feltérképezése alapján rávilágít arra, hogy a téma kutatói a cégek családi jellegének innovációs tevékenységre vonatkozó hatására vegyes eredményekre jutottak. Attól függően, hogy a családi vállalkozások kockázatkerülő magatartása vagy ellenkezőleg, hosszú távú szemléletmódja, a családi vagyongörzésének és fejlesztésének vágya dominál, a családi jelenlét fokozhatja vagy gátolhatja a vállalkozás innovációs aktivitását.

Zahra (2003), Braga és szerzőtársai (2017), illetve Alayo és szerzőtársai (2021) a vállalkozások innovációs aktivitásának szintje és nemzetköziesedésük közötti kapcsolatot vizsgálták. Eredményeik egyöntetűen rávilágítanak arra, hogy a nemzetközi jelenlét, amelyet leggyakrabban az exporttevékenység meglétével, illetve mértékével mérnek, pozitív kapcsolatot mutat a céges innovativitással. Fontos hangsúlyozni azt, hogy mind az elméleti (pl. Hillebrand et al., 2020; Li & Daspit, 2016; Miller & Le Breton–Miller, 2014a; Wiseman & Gomez-Mejia, 1998a), mind az empirikus eredmények (pl. Zahra, 2003) azt mutatják, hogy a családi vállalkozások óvatosabban az olyan potenciálisan kockázatos tevékenységekkel, mint a nemzetközi aktivitás, az innováció, akár a digitalizáció (Soluk & Kammerlander, 2020, 2021). A szerzők azonban egyetértenek abban, hogy a hosszú távú orientáció mérsékli ezen hatásokat (pl. Zahra, 2003). Abban ugyanakkor nincsen konszenzus a kutatók között, hogy az innovativitás és az exporttevékenység együtt járása abból fakad, hogy a magasabb szintű innovációs tevékenységet folytató cégek inkább alkalmasak az exportpiacokon való

megjelenésre, vagy a külpiazi jelenlét ösztönzi a folyamatos innovációt.

A cégek innovációs tevékenységének kutatása stratégiai jelentőségű. Calabrò et al. (2019) rávilágítanak arra, hogy a mainstream innovációkutatásban jellemzően figyelmen kívül hagyják a vállalkozások családi jellegét. Fontosak az olyan felmérések, amelyek segítségével vizsgálható a cégek családi jellegének hatása, ezzel bővítve a vállalkozások innovativitására vonatkozó tudást. A családi vállalkozások innovációs tevékenységének kutatása 2009-től kapott igazi lendületet (Calabrò et al., 2019). Az eddig megjelent munkák bizonyítják, hogy a családi vállalkozások megközelítése az innovációt illetően eltér a nem-családi cégektől. A családi vállalkozások egyedi jellemzői mind az innovációba történő befektetés, mind az innovációhasznosítás módjait befolyásolják (Akram et al., 2021).

A hazai szakirodalomban jelentős úr tapasztalható a családi vállalkozások innovációs tevékenységének, innovációhoz való kapcsolatának vizsgálatában.

A témakör kelet-közép-európai, azon belül magyarországi vizsgálatát indokolja, hogy Magyarország az Európai Unió European Innovation Scoreboard-jában leggyengébben teljesítő feltörekvő innovátorok (*emerging innovator*) között szerepel. Habár Magyarország innovációs értékelése meghaladja a csoportátlagot, teljesítménye az EU átlagértéke alatti, ráadásul a különbség az évek során növekvő tendenciát mutat (Directorate-General for Research and Innovation (European Commission) et al., 2022). A magyarországi vállalkozások innovációs teljesítménye nemzetközi összehasonlításban gyengének tekinthető. Ónodi és Répáczki (2022) magyar feldolgozóipari cégek mintáján arra a következtetésre jutottak, hogy az innovációhoz való viszonyulást leginkább a vezetők innovációra való nyitottsága határozza meg. Demeter és szerzőtársai (2023) szintén a magyar feldolgozóipari vállalatok reprezentatív mintája alapján rávilágítottak arra, hogy a nagyobb cégméret és az új termékekre és új vásárlói csoportokra történő stratégiai fókuszálás jelentős pozitív hatással van az üzleti folyamatok innovációjára.

Az innováció területén elmaradást mutató országban különösen fontos kérdés a vállalkozások innovációs aktivitásának mélyebb megértése. Emellett a téma kutatottságának területi egyenlőtlenségeire világít rá, hogy egy, a családi vállalkozások innovációs tevékenységének irodalmát feltérképező szisztematikus szakirodalom-kutatásban a vizsgált 2001-2019 közötti periódusban egyetlen kelet-közép-európai országot vizsgáló publikációt sem azonosítottak (Akram et al., 2021). Mallinguh és Zéman (2020) szakirodalom-feldolgozásába, amely az üzleti innováció, finanszírozás és szakpolitikai keretrendszer metszetét vizsgálja a Web of Science adatbázis felhasználásával szintén egyetlen magyar affiliációhoz köthető cikk sem került be.

A tanulmány célja, hogy magyar kontextusban, a kis- és közepes vállalkozások 2017., 2020., illetve 2022. évi, azonos módszertannal lekérdezett, foglalkoztatotti létszám és földrajzi elhelyezkedés szempontjából reprezentatív mintáját vizsgálja, hogy van-e statisztikailag iga-

zolható kapcsolat (1) a vállalkozások innovativitása és az exporttevékenység segítségével mért nemzetköziesedés között, (2) az innovációs aktivitás és a vállalkozás családi jellege között, valamint (3) a vállalkozás exportaktivitása és családi jellege között.

Eredményei hozzájárulnak a családi és nem-családi vállalkozások innovációs és exporttevékenységével kapcsolatos tudás, jelenleg korlátozott számban publikált kelet-közép-európai adatokkal történő kiegészítéséhez.

A cikk felépítése a következő. Az innováció mérését, a családi vállalkozások definiálását, valamint a családi vállalkozások innovációs tevékenységét taglaló elméleti összefoglalót követően az alkalmazott módszertant, illetve a kapott eredményeket mutatjuk be. A cikk diszkusszióval és a fő következtetések összegzésével zárul.

## Elméleti háttér

A következő alfejezetekben előbb az innováció fogalmának, illetve mérésének módszertani háttérét mutatjuk be röviden, majd a családi vállalkozások meghatározásának lehetőségeit, eltéréseit taglaljuk. A fejezet a nem-családi és a családi vállalkozások innovációs tevékenységeinek eltéréseit és annak okait vizsgáló korábbi tudományos eredmények összefoglalásával zárul.

### Az innováció fogalma és mérése

Jelen tanulmánynak nem célja az innováció kérdéskörének átfogó vizsgálata, így a következőkben csupán az innováció mérési keretrendszerét mutatjuk be.

Az innovációs tevékenységek mérésének nemzetközileg harmonizált módszertanát az OECD ún. Frascati kézikönyvcsaládja tartalmazza (Annus et al., 2006), amelyből az innováció mérésével az Eurostat és az OECD által kiadott ún. Oslo Manual foglalkozik (Makó et al., 2020). Az Oslo kézikönyv 4. kiadása alapján az innováció „egy új vagy fejlesztett termék, illetve folyamat (vagy az előző kettő kombinációja), amely jelentősen különbözik az előző terméktől vagy folyamattól, valamint (termékek esetében) az elérhetővé vált a potenciális felhasználók számára, vagy (folyamatok tekintetében) az a gyakorlatban használatba vételre került” (OECD/Eurostat, 2018).

Kutatásunkban az innovációt Schumpeter klasszikus felosztása alapján tipizáljuk, amely az innováció öt típusát különbözteti el: (1) új termék vagy szolgáltatás piacra bocsátása, (2) a termék vagy szolgáltatás előállítás vagy értékesítési folyamatának fejlesztése, (3) új piac feltárása, (4) új alapanyag vagy félkész termékforrás alkalmazása, (5) új ipari struktúra létrehozása, vagy más néven szervezeti innováció (Schumpeter, 1980). Ez a tipológia ugyanakkor eltér mind az Oslo kézikönyv 3. kiadásában szereplőktől (termékinnovációk, eljárás- vagy folyamatinnovációk, marketinginnovációk és szervezeti innovációk), mind az attól jelentősen eltérő 4. kiadástól (Makó et al., 2020). A kutatásban alkalmazott innovációs tipológia kidolgozása során illeszkedtünk a KSH „Jelentés a vállalkozások innovációs tevékenységéről”, 2132-es számú szülő adatgyűjtéséhez.

A vállalkozások innovációs teljesítményének mérése, az alkalmazott indikátorok akár lényegesen is befolyásolhatják a családi és a nem-családi vállalkozások innovációs teljesítményének összehasonlítását. De Massis (2013) szerint a családi vállalkozások technológiai innovációval kapcsolatos tevékenységét vizsgáló kutatások az innovációs aktivitást jellemzően három módon mérték:

- az innovációs input, vagyis az innovációs folyamatba bevont erőforrások alapján (pl. K+F kiadások nagysága),
- az innovációs folyamatba bevont külső és belső erőforrások rendelkezésre állása alapján (pl. külső szervezetekkel való együttműködések),
- az innovációs output, a folyamat eredménye alapján (pl. új termékek, szolgáltatások, vagy épp szabadalmak száma stb.).

Könnyű belátni, hogy az egyes indikátorok kutatók számára való rendelkezésre állása, valamint a különböző tevékenységű, méretű vállalkozások adott indikátor szerint mért teljesítménye akár rendkívül eltérő is lehet. Például a szabadalmak száma a kisebb vagy akár a kereskedelmi tevékenységet folytató cégeknél rendszerint alacsonyabb, a mutató gyakran nem is értelmezhető. Sőt a kisebb vállalkozásoknál a K+F kiadások a közzétett egyszerűsített tartalmú számviteli kimutatásokban gyakran nem is jelennek meg. Ez azt is jelenti, hogy a kisebb és/vagy családi vállalkozásokat vizsgáló kutatásokban a kvalitatív módszerek alkalmazása kiemelt szerepet kaphat.

A vállalkozások innovációs tevékenységével kapcsolatban két további probléma emelhető ki. Egyrészt egyes iparágban (pl. félvezetők, vagy épp az elektronikus alkatrészek gyártása) a cégek jelentős hányada tekinthető innovatívnak, addig a hagyományos iparágokban az innovativitásnak lényegesen kevesebb tér jut (Surdej, 2016). Másrészt a Közösségi Innovációs Felmérés (*Community Innovation Survey*, CIS) alapján az innovációs teljesítmény valamennyi EU-tagállamban „egyenes arányban növekszik a vállalati mérettel, vagyis a nagyvállalatok innovatívabbak, mint a kis- és közepes vállalkozások (KKV-k)” (Makó et al., 2020, p. 11). A 2016. évi adatok alapján a legalább 250 főt foglalkoztató nagyvállalatok és a 10-49 fős kisvállalkozások innovációs teljesítményének hányadosa a legkedvezőbb értéket felmutató tagállamokban (Egyesült Királyság, Portugália) 1,3, miközben Magyarország esetén ez az érték – az EU 15-öktől jelentősen lemaradva és az új tagállamokhoz hasonlóan – 2,5 (Makó et al., 2020, p. 11).

Hágen és Holló (2017) a magyar vállalkozások nemzetközileg tapasztalt versenyképességi szinttől való visszaesését a kutatás-fejlesztés és az innováció terén való elmaradással magyarázzák, amelyek fejlesztésének lehetőségét a hálózatosodásban és a stratégiai együttműködések kialakításában látják. A magyar vállalatok a túl magas közvetlen innovációs költségeket, a rendelkezésre álló szakképzett munkaerő hiányát, az innovációs menedzsment gyengeségét és a vevők új termékek iránti fogékonyágának hiányát tartják az innovációt leginkább hátráltató tényezőknél. A korábbi évekhez viszonyítva erősödő

problémaként jelentkeznek a tudás és a hozzáértés hiánya. Szintén jellemző, hogy az innovációban élen járó vállalatok minden akadályt kisebbnek látnak (Kiss, 2021). Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a kisebb vállalkozások alacsonyabb innovációs tevékenysége nem feltétlen magyarországi specifikum. A Global Competitiveness Projectben (GCP) részt vevő nyolc ország KKV-it vizsgálva arra jutottak, hogy a vállalkozások közel kétharmada (64,9%) nem forgalmaz új terméket vagy szolgáltatást, ráadásul a vállalkozás méretének növekedésével párhuzamosan nő az innovatív termékek, illetve szolgáltatások árbevételbeli aránya (Lukovszki et al., 2020). Az innováció szerepet kaphat környezettudatos gazdálkodásban és fenntartható fejlődés elérésében, amelyre a tanulás, tudás, képzés és nyitottság is hatással van (Deutsch, 2006). A magyar vállalkozások innovációs teljesítménye annak ellenére alacsony, hogy a magyar adórendszer egyidejűleg alkalmazza az innovációstönzöket az innovációs ciklus elején és végén (Huszák et al., 2022).

### A családi vállalkozások meghatározása

A családi vállalkozások vizsgálata során elengedhetetlen a családi vállalkozás fogalmának definiálása. Európában nem volt a családi vállalkozásoknak egységes, politikai, gazdasági és akadémiai célokat egyaránt szolgáló definíciója (Mandl, 2008), így az esetlegesen létező nemzeti meghatározások alapján az Európai Bizottság megalkotta a családi vállalkozások egységes definícióját. Ez alapján családi vállalkozásnak tekinthető a cég, ha (European Commission DG-ENTR, 2009):

- a döntéshozatali jogok többsége a céget alapító természetes személy(ek), vagy a cég alaptőkéjét megszerző természetes személy(ek), illetve házastársuk, szülei, gyermekük vagy gyermekeik közvetlen örököseik birtokában van,
- a döntési jogok többsége közvetett vagy közvetlen,
- a család vagy a rokonság legalább egy képviselője hivatalosan részt vesz a vállalkozás irányításában,
- a tőzsdén jegyzett társaságok megfelelnek a családi vállalkozás fogalmának, ha a céget alapító vagy megszerző személy vagy családtagjai vagy leszármazottai rendelkeznek a döntéshozatali jogok 25 százalékával.

Habbershon és Williams (1999) azzal érvel, hogy ha a családi vállalkozások más vállalkozásokhoz képest egyedi jellemzőkkel rendelkeznek, akkor e jellemzőknek a családi tulajdonlás/vezetés sajátosságaiból kell származniuk. A szerzők ezt a családiasság (familiness) fogalmával ragadják meg, amely definíciójuk alapján *“az erőforrások és képességek olyan egyedi keveréke, amellyel a vállalat a három rendszer, a vállalkozás, a család és a tulajdon interakciója révén rendelkezik”* (Habbershon & Williams, 1999, p. 11). A fogalommal Magyarországon Málóvics és Farkas (2016) foglalkozott részletesebben.

Basco a családi vállalkozások teljesítményét vizsgáló 80 empirikus tanulmány alapján a családi vállalkozások két megközelítését azonosította (Basco, 2013). A demográfiai megközelítés (*demographic approach*) olyan

jellemzőket alkalmaz, mint a családi tulajdonlás, a családi irányítás, vagy épp a családtagok bevonódása. Ezzel szemben a lényegi megközelítés (*essence approach*) a családi vállalkozások lényegét próbálja megragadni és azt a módot emeli ki, ahogyan a családi vállalkozást kormányozzák és menedzselik. A két nézőpont kiegészíti egymást: a demográfiai megközelítést követő tanulmányok a családi erőforrások és a viselkedés eltéréseit vizsgálják, míg a lényegi megközelítést követők a családi bevonódást, mint egy speciális vállalkozási viselkedés indikátorát emelik ki (Hillebrand et al., 2020).

A hazai családi vállalkozás-kutatásokban az egyes műhelyek különböző definíciók szerint tekintik a vállalkozásokat *családinak*. Drótos és szerzőtársai (2019) például családi vállalkozásként ítélték meg egy vállalkozást, ha az (1) családi vállalatként tekint önmagára és (2) létezik domináns családi kontroll, vagy (3) a családi tulajdonhányad eléri a legalább 50 százalékos arányt. Rideg és szerzőtársai (2022, p. 1397) akkor tekintenek családinak egy vállalkozást, ha az alábbi három feltétel egyszerre teljesül: „(1) a tulajdonosi és/vagy döntéshozatali jogok többsége (legalább 51 százalék) a tulajdonos családtagja, (2) a többségi tulajdon mellett legalább egy családtag aktívan részt vesz a vállalkozás irányításában, (3) a vállalkozás célja a vállalat hosszú távú fennmaradása és a családon belüli utódlás”.

Jelen kutatásban Kása és szerzőtársai (2019) részletes irodomelemzés alapján megalkotott, a magyar kontextushoz illeszkedő meghatározásait alkalmazzuk. Ennek alapján szűkebb értelemben családi vállalkozásnak tekintjük azokat a vállalkozásokat, amelyek

1. önmagukat családi vállalkozásnak tartják, és
2. emellett a cég legalább 51 százaléka egy család tulajdonában van, és
  - a család részt vesz a vállalkozás irányításában, vagy
  - a családtagok alkalmazottként részt vesznek a vállalkozás működtetésében, vagy
  - a vezetés és a tulajdonlás átadása részben vagy teljes mértékben a családon belül valósul meg.

A családi vállalkozások *tágabb* meghatározása esetén az (1) és (2) feltétel között a szigorúbb és helyett *vagylagos* kapcsolat áll fenn.

### A családi vállalkozások innovációs tevékenysége

A cégek fejlődése során az innováció és a nemzetköziesedés párhuzamos megjelenését illetően a kutatók között egyetértés mutatkozik, ugyanakkor a közöttük lévő ok-okozati kapcsolat irányában eltérő nézőpontok lelhetők fel a szakirodalomban. Az önszelektív megközelítés szerint az innovatív cégek versenyelőnyük megtartása érdekében jellemzőbben exportálnak, mint a kevésbé innovatívok. Ezzel szemben a tanulás az exportálás révén megközelítés (*learning-by-exporting*, LBE) ellentétes kapcsolatot feltételez. Azt vallja, hogy a nemzetközi piacokon aktív vállalkozások a külföldön megszerzett tudásukat alkalmazva válnak innovatívabbá, a nem exportáló cégekhez képest (Alayo et al., 2021).

Braga et al. (2017) a családi vállalkozások innovációs és nemzetköziesedési folyamatait párhuzamba állítva vizsgálták, mint a családi cégek folytonosságát és sikerességét támogató startégiákat. Rávilágítottak arra, hogy kapcsolat van a családi vállalkozások innovációs folyamatai és a nemzetköziesedésük között. Kifejtik, hogy a családi vállalkozások esetében az innováció, mint üzleti stratégia alkalmazása, versenyelőnyhöz, új termelési folyamatok bevezetéséhez, új termékek fejlesztéséhez vagy azok új piacokra történő bevezetéséhez szükséges átalakításához vezet. A nemzetköziesedés pedig a túlélés, a globalizáció teremtette kihívások kezelésének egy lehetséges módja. Rideg és szerzőtársai (2023) a GCP mintájában szereplő családi vállalkozások méret, cégkor és jövedelmezőség alapú klaszterelemzésében szintén arra utal, hogy a nemzetköziesedés és a technológia pillére összekapcsolódik, bár a legnagyobb foglalkoztatotti létszámmal rendelkező klaszter valamennyi, a versenyképességi index szinte valamennyi pillér tekintetében szignifikánsan magasabb a vizsgált családi vállalkozások mintáátlagánál. De Massis et al. (2018) a globálisan versenyképes német közép-vállalkozások – az ún. Mittelstand – működésének modelljét vizsgálva arra jutott, hogy a siker hat egymást erősítő jellemző eredménye, amelyek (1) a niche szegmensre való fókusz és az ügyfelekkel való együttműködés, (2) a globalizációs stratégia, (3) az önfinanszírozás preferálása, (4) a hosszú távú gondolkodás, (5) a kiváló munkatársi kapcsolatok, valamint (6) a helyi közösségbe való beágyazódottság.

Varga és szerzőtársai (2024) ugyanakkor – szintén a GCP adatait felhasználva – arra jutott, hogy a családi tulajdonban lévő vállalkozásokat a nem-családi tulajdonhoz levőkhöz képest alacsonyabb innovációs intenzitás jellemzi még a termék és a folyamatos innováció tekintetében is. A jelenséget a szerzők a képesség-hajlandóság ellentmondással (*capability-willingness contradiction*) magyarázzák, amely szerint a családi vállalkozók a vállalkozás hosszú távú túlélését és a család jóllétét prioritizálják a kockázatos innovációs projektekkal szemben. Fernandez és Nieto (2005) azt találták, hogy a KKV-k esetében a családi tulajdon negatívan hat az exporttevékenység segítségével mért nemzetköziesedésre, ugyanakkor a második és az azt követő generációk által tulajdonolt cégek nemzetköziesedése erőteljesebb, mint az elsőgenerációs családi vállalkozásoké. A tanulmány első hipotézise azt vizsgálja, hogy a nemzetközi kutatásokban feltárt pozitív kapcsolat az exporttevékenység és az innovativitás magasabb szintje között a magyar KKV-k körében is megfigyelhető-e.

*H1: Az exportáló vállalkozások innovációs aktivitása magasabb, mint a külső piacokon nem aktív vállalkozásoké.*

A családi vállalkozások innovációs tevékenységét a szakirodalomban gyakran magyarázzák a társas-érzelmi vagyon (*socio emotional wealth*, SEW) megközelítésével (ld. pl. Wiseman & Gomez-Mejia, 1998). A megközelítés alapján a családi vállalkozások a döntéseiket nem kizárólag pénzügyi, hanem azzal akár ellentétes

célok, így például társadalmi, családi vagy akár emocionális megfontolások alapján hozzák meg (Miller & Le Breton–Miller, 2014b). Ennek megfelelően a vállalkozás a társas-érzelmi vagyon megőrzése érdekében akár gazdaságilag káros döntést is hozhat (Li & Daspit, 2016): ilyen lehet például a túlzott kockázatkerülés, a család hírnevének, társadalmi pozíciójának megőrzése, vagy kevésbé alkalmas családtag vezető pozícióba helyezése. Miller és Le Breton–Miller megkülönbözteti a korlátozott, illetve a kiterjesztett társas-érzelmi vagyon fogalmát (Miller & Le Breton–Miller, 2014b). A korlátozott értelmezés során a családi vállalkozás rövid távú célokat, a jelenlegi család szempontjait, anyagi jólétét helyezi előtérbe. Ez az üzleti tevékenységben konzervativizmust, kockázatkerülést, az innovációk és a beruházások lehetségesnél alacsonyabb szintjét jelenti, míg a családon belül nepotizmushoz, a családi kontrollhoz való erőteljes ragaszkodáshoz vezet. A társas-érzelmi vagyon kiterjesztett megközelítése ezzel szemben a későbbi generáció(k) érdekeit is figyelembe veszi, ezáltal a vállalkozás kevésbé kockázatkerülő és a jelentősebb beruházásokat is megvalósít. A társas-érzelmi vagyon két értelmezése, valamint a család domináns koalícióban betöltött szerepe együttesen magyarázhatja a családi vállalkozás innovációs tevékenységét (Li & Daspit, 2016). A szerzők eredményei szerint a nem-családtagok domináns koalícióban való megjelenése – a kompetenciáik, hálózataik következtében – a társas érzelmi vagyon korlátozott értelmezése mellett is elősegítik az innovációs tevékenységet, ahogy az erős családi kontroll hosszú távú orientáció mellett szintén növeli a vállalkozás kockázatvállalási hajlandóságát, így innovációs aktivitását. A társas-érzelmi vagyon jelenléte elméleti magyarázatként szolgálhat a családi vállalkozások nem-családi cégeknél intenzívebb innovációs tevékenységére. A pénzügyi eredmény elérésén túli célok, amelyek követése általában jellemzi a családi vállalkozásokat, mint a hosszú távú gazdasági, társadalmi, környezeti fenntarthatóság, a családi vállalkozói lét érzelmi és társadalmi értéke, a vállalkozás generációkon átívelő stabil működésének fenntartása mind olyan hajtóerők, amelyek ösztönzőleg hathatnak a családi vállalkozások innovációs tevékenységére. A családon átívelő történetet, amelyek a kollektív családi eredményeket és értékeket hangsúlyozzák, javíthatják a cég innovációs képességeit (Kammerlander et al., 2015).

A családi vállalkozások innovációs tevékenységének mélyebb rétegeit vizsgálva kiderül, habár a családi cégek kevesebbet fektetnek be az innovációba, mint a nem-családiak, ennek ellenére magasabb konverziós arányt mutatnak az innovációs input és output vonatkozásában, így az alacsonyabb erőforrás-ráfordítás összességében nagyobb innovációs kimenetet eredményez. A konverziós hatékonyság a fiatalabb generációknak történő átadás hatására javul, a követő generációk által vezetett cégek innovatívabbak. Ugyanakkor az országszintű tényezők ezen hatásokat erőteljesen befolyásolják (Duran et al., 2015). Az innovációs tevékenységet a kelet-közép-európai Szlovákia családi vállalkozásainak körében vizsgált tanulmány hangsúlyozza, hogy a mintába került családi cégek első vagy második generációs családi vállalko-

zások, ezt meghaladó transzgenerációs múlttal rendelkező cégek nem vettek részt a felmérésben. Ennek oka, hogy hasonlóan Kelet-Közép-Európa többi országához a magánvállalkozások alapítására csak az 1989-es rendszerváltást követően került sor. A tanulmány nemzetközi összehasonlításban érdekes eredménye, hogy szemben a nyugati világban tapasztalt trendekkel, miszerint a többgenerációs családi vállalkozások innovációs teljesítménye csökkenő tendenciát mutat, a szlovák második generációs családi cégek innovációs teljesítménye magasabb, mint az első generációsoké (Urbaníková et al., 2020). A poszt-szocialista országokra jellemző, a nyugatitól eltérő történelmi események a régió családi vállalkozásainak fejlődésre is hatottak. Különösen fontosak a kelet-közép-európai kontextusban készülő kutatások, amelyek rávilágíthatnak a térség családi cégeinek a nemzetközi szakirodalomban felvázolt jellemzőktől való eltéréseire.

Habár a szakirodalomban fellelhető eredmények vegyes képet mutatnak, a családi és nem-családi vállalkozások innovációs teljesítményének vonatkozásában, azt feltételezzük, hogy a magyar családi cégek hasonló jellemzőkkel bírnak, mint Kelet-Közép-Európa többi országában, amely alapján az alábbi hipotézist állítjuk fel:

*H2: A családi vállalkozások innovációs tevékenysége jelentősebb, mint a nem-családi vállalkozásoké.*

A családi vállalkozások nemzetköziesedésének kedvelt formája az exporttevékenység folytatása (Pukall & Calabrò, 2014). A szakirodalom öt érvet sorol fel, ami arra enged következtetni, hogy a család menedzsmentben betöltött nagyobb szerepe kedvezően hat a nemzetköziesedésre, és a tanulás az exportálás révén az innovációra (Sánchez-Marín et al., 2020):

- hosszú távú orientáció, amely ellensúlyozhatja a kockázatkerülést és pozitívan hathat az exporttevékenységre, valamint új termékek fejlesztésére (ld. bővebben Gomez-Mejia et al., 2010),
- gyorsabb döntéshozatal, amely elősegítheti a lehetőségek gyorsabb kiaknázását,
- az érdekek és preferenciák könnyebben összeegyeztethetők, amely csökkenti az információs aszimmetriát,
- a tulajdonosok és menedzserek közötti erősebb altruizmus a kockázattudatosság és kockázatvállalási hajlandóság szervezeti kultúráját teremtheti meg, amely lehetővé teszi hosszú távú növekedési stra-

tégiák követését (ld. bővebben Gomez-Mejia et al., 2003; Schulze et al., 2003; Zahra, 2003),

- gyakori interakciókat, valamint több tanulási lehetőséget tesz lehetővé (ld. bővebben Veider & Matzler, 2016), miközben a felek egy egyedi, családi nyelvet beszélnek.

Freixanet és szerzőtársai bizonyították, hogy a családi vállalkozások az exportálás révén megszerzett tudásukat hatékonyabban alkalmazzák a termékinnovációban, mint a nem-családi cégek (Freixanet et al., 2020). Ugyanakkor a tanulás az exportálás folyamatinnovációra való pozitív hatása a nem-családi vállalkozások esetében a jelentősebb.

A családi és nem-családi vállalkozások exportpiaci tevékenységének összehasonlítását a következő hipotézis alapján tesszük meg:

*H3: Kapcsolat tárható fel a vállalkozások családi jellege és az exportpiaci aktivitása között.*

Valamennyi hipotézis esetén célunk a két tényező közötti kapcsolat meglétének empirikus bizonyítása, ugyanakkor vizsgálatunk nem terjed ki az ok-okozati kapcsolatok irányának megállapítására, elemzésére.

## Módszertan

A poszt-szocialista kelet-közép-európai EU-tagországokhoz hasonlóan Magyarországon is jelentős nemzetgazdasági kockázatot hordoz, hogy az 1989-1990-es rendszerváltások idején alakult vállalkozások vezetői hasonló időben érik el a nyugdíjaskort (Mosolygó-Kiss et al., 2018). A Budapesti Gazdasági Egyetem Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Irodája ennek megfelelően 2017-ben egy átfogó kutatási programot indított a vállalkozási kör kutatására. Eredményeink a Budapesti Gazdasági Egyetem 2017-es, 2020-es, illetve 2022-es, KKV-lekérdezésein alapulnak. Valamennyi lekérdezés esetén a teljes sokaság a magyarországi székhellyel rendelkező önálló vállalkozásokat jelenti, amelyek (1) legalább 3 főt alkalmaznak és (2) 50 millió forint árbevétellel rendelkeznek, de megfelelnek az Európai Unió KKV-definíciójának (Commission Recommendation of 6 May 2003 Concerning the Definition of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (Text with EEA Relevance) (Notified under Document Number C(2003) 1422), 2003), vagyis (3) 250 főnél kevesebbet foglalkoztatnak

1. táblázat

### A vizsgálatban felhasznált minta főbb jellemzői

	2017	2020	2022
minta nagysága (n)	382	501	506
alapsokaság (N)	50 604	≈ 50 000	129 127
megkérdezés típusa	telefonos lekérdezés		
mintavétel technikája	kvótás mintavétel		
lekérdezés ideje	2017. július 19. – augusztus 9.	2020. május 13. – május 26	2022. május 16 – május 30

Forrás: saját szerkesztés

és (4) éves forgalmuk nem éri el az 50 millió eurót, (5) vagy mérlegfőösszegük a 43 millió eurót. A minta és az alapsokaság nagyságát, valamint a lekérdezés főbb paramétereit az 1. táblázat foglalja össze. Valamennyi felmérés lehetőséget biztosít a családi vállalkozások azonosítására, amelyhez Kása et al. (Kása et al., 2019, p. 152) – a kutatási program részeként – megalkotott definícióját alkalmaztuk.

Az elemzés során a vállalkozásokat Kása és szerzőtársai (2019) családi vállalkozás meghatározása alapján három csoportba osztottuk: (1) nem-családi vállalkozás, (2) tágan értelmezett családi vállalkozás, (3) szűken értelmezett családi vállalkozás.

Az exportaktivitást dummy változóval vizsgáltuk, ami az eredményeink limitációját is jelenti, hisz a megoldás nem teszi lehetővé az exportáló vállalkozások heterogenitásának figyelembevételét.

A vállalkozások innovációs tevékenységét a schumpeteri klasszifikációnak megfelelően öt kategóriára bontva, szintén dummy változóval a következők szerint:

(1) termékben/szolgáltatásban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre, (2) a terméket/szolgáltatást előállító folyamatban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre, (3) a termékkel/szolgáltatással új piacra tört be (fogyasztói szegmens/földrajzi egység), (4) új alapanyag-beszerzési forrásokat kutattak fel, (5) jelentős fejlesztéseket, javításokat, hatékonyabb módszereket vezettek be a szervezet működésében. Az öt innovációs változót együttesen, mint innovációs típusok számát, külön is vizsgáltuk.

A hipotézisek vizsgálatát statisztikai módszerekkel, SPSS 29 szoftverrel végeztük el. Mivel a vállalkozás családísága, az innovációs típusok megjelenése, valamint az exportaktivitás egyaránt kategóriaváltozó, így a közöttük levő kapcsolat meglétét khi négyzet próbával vizsgáltuk. Az innovációs típusok számának, mint arányszálan mérhető változó különböző csoportokban való azonosságát pedig varianciaanalízissel elemeztük (ld. 2. táblázat).

A vizsgálatban szereplő változók kimeneteinek gyakoriságát a 3. táblázatban mutatjuk.

2. táblázat

A hipotézisvizsgálat során figyelembe vett változók, valamint alkalmazott módszerek összefoglalása

Hipotézis	Változó	Módszer
<b>H1: Az exportáló vállalkozások innovációs aktivitása magasabb, mint a külpiacokon nem aktív vállalkozásoké.</b>	exportaktivitás – innovációs típusok megjelenése	khi-négyzet próba
	exportaktivitás – innovációs típusok száma	t-próba
<b>H2: A családi vállalkozások innovációs tevékenysége jelentősebb, mint a nem-családi vállalkozásoké.</b>	a vállalkozás megfelel a családi vállalkozás definíciójának – innovációs típusok megjelenése	khi-négyzet próba
	a vállalkozás megfelel a családi vállalkozás definíciójának – innovációs típusok száma	varianciaanalízis
<b>H3: Kapcsolat tárható fel a vállalkozások családísága és az exportpiaci aktivitása között.</b>	a vállalkozás megfelel a családi vállalkozás definíciójának – exportaktivitás	khi-négyzet próba

Forrás: saját szerkesztés

3. táblázat

A hipotézisvizsgálat során figyelembe vett változók kimeneteinek gyakorisága

		2017	2020	2022
<b>Vállalkozás családi jellege</b>	nem-családi vállalkozás	40,5%	33,1%	32,6%
	tágan értelmezett családi vállalkozás	10,9%	8,8%	14,3%
	szűken értelmezett családi vállalkozás	48,6%	58,1%	53,1%
<b>Termékében/szolgáltatásában jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre</b>	nem innovált	63,4%	67,0%	83,0%
	innovált	36,6%	33,0%	17,0%
<b>A terméket/szolgáltatását előállító folyamatban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre</b>	nem innovált	69,6%	78,9%	87,6%
	innovált	30,4%	21,1%	12,4%
<b>Termékével/szolgáltatásával új piacra tört be (fogyasztói szegmens/földrajzi egység)</b>	nem innovált	70,6%	80,7%	90,4%
	innovált	29,4%	19,3%	9,6%
<b>Új alapanyag-beszerzési forrásokat kutattak fel</b>	nem innovált	74,8%	73,2%	81,4%
	innovált	25,2%	26,8%	18,6%
<b>Jelentős fejlesztéseket, javításokat, hatékonyabb módszereket vezettek be a szervezet működésében</b>	nem innovált	63,4%	75,6%	85,6%
	innovált	36,6%	24,4%	14,4%
<b>Exportál a vállalkozása?</b>	nem	66,7%	84,9%	90,4%
	igen	33,3%	15,1%	9,6%

Forrás: saját szerkesztés

## Eredmények

Eredményeink szerint az exportáló cégek valamennyi innovációs típus és mindhárom vizsgált évben nagyobb eséllyel hajtottak végre valamilyen fejlesztést. A legalacsonyabb esélyhányados (*odds ratio*) (1,280) 2020-ban, a termék/szolgáltatásfejlesztés esetén, míg a legmagasabb 2022-ben az alapanyag-beszerzési források esetén tárható fel (ld. 4. táblázat). Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy az odds ratio-k évek, illetve innovációs típusok között nem mutatnak egyöntetű mintázatot, vagyis ez alapján nem azonosíthatunk olyan innovációs típust, amelyet a vállalkozások folyamatosan nagyobb valószínűséggel végeznének.

Az exportáló, illetve nem exportáló cégek által végzett innovációs típusok számának azonosságát t-próbákkal vizsgáltuk. Eredményeink azt mutatják, hogy az exportáló vállalkozások mindhárom vizsgált évben szignifikánsan több ( $p < 0.001$ ) típusú innovációs tevékenységet végeztek. Ennek megfelelően a H1 hipotézist elfogadjuk, vagyis az exportaktivitás és az innovációs tevékenység között szignifikáns pozitív kapcsolat tárható fel. A kapcsolat iránya, vagyis az, hogy az innováció által könnyebb megjelenni a külföldön vagy épp fordítva, további vizsgálatokat igényel.

Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a három vizsgált évben folyamatosan csökkent a vállalkozások által végzett innovációs típusok száma. Ezt a trendet jól mutatja, hogy

4. táblázat

### Esélyhányadosok – adott innovációs típust végző exportáló és nem exportáló vállalkozások arányának hányadosa

	2017	2020	2022
Termékében/szolgáltatásában jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	1,576	1,280	2,006
A termékét/szolgáltatását előállító folyamatban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	1,517	2,224	2,291
Termékével/szolgáltatásával új piacra tört be (fogyasztói szegmens/földrajzi egység)	2,483	2,216	1,314
Új alapanyag-beszerzési forrásokat kutattak fel	1,555	1,626	2,867
Jelentős fejlesztéseket, javításokat, hatékonyabb módszereket vezettek be a szervezet működésében	1,434	1,674	1,981

Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozások által végzett innovációs típusok és az exporttevékenységük közötti összefüggés létét Pearson-féle khi-négyzet próbákkal vizsgáltuk (ld. 3. táblázat). Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy három innovációs típus, (1) a termék/szolgáltatás előállítását szolgáló folyamat, (2) az új alapanyag-beszerzési forrás, valamint (3) a szervezeti innováció tekintetében mindhárom vizsgált évben szignifikáns – bár a Cramer-féle V mutatók alapján pozitív, de gyenge – kapcsolatot azonosítottunk. A termék/szolgáltatásinnováció, valamint az új piacokra való betérés esetében a háromból két évben volt csak szignifikáns, a Cramer-féle V mutatók alapján szintén gyenge kapcsolat (5. táblázat).

míg 2017-ben és 2020-ban csupán a vállalkozások 30,1, illetve 38,2 százaléka állította, hogy egyáltalán nem innovált, 2022-ben már a vállalkozások többsége (55,7%) esetén volt ez a helyzet. A csupán egyféle innovációs típusban aktív vállalkozások aránya ugyan lényegében stagnálást mutat a három évben, a négy vagy éppen ötféle innovációt is megvalósító cégek lényegében teljesen eltűntek 2022-re (1. ábra).

A vállalkozás családísága és az innovációs tevékenység közötti kapcsolat 2017-ben és 2020-ban két-két innovációs típusnál tér el a függetlenség feltételezése mellett várható értéktől, míg 2022-ben a két tényező között nincs szignifikáns összefüggés. A két családísággal összefüggő

5. táblázat

### A vállalkozások által végzett innovációs típusok és az exporttevékenység léte közötti összefüggések (2017, 2020, 2022)

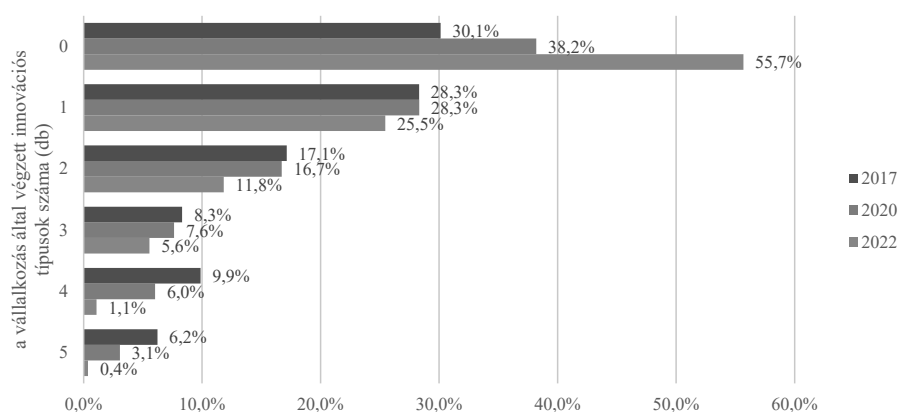
	Pearson-féle khi-négyzet szignifikanciaszintje (kétoldali)			Cramer-féle V		
	2017	2020	2022	2017	2020	2022
Termékében/szolgáltatásában jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	0,005	0,257	0,019	0,165	0,051	0,105
A termékét/szolgáltatását előállító folyamatban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	0,015	0,000	0,007	0,148	0,167	0,121
Termékével/szolgáltatásával új piacra tört be (fogyasztói szegmens/földrajzi egység)	0,000	0,000	0,508	0,333	0,164	0,030
Új alapanyag-beszerzési forrásokat kutattak fel	0,012	0,026	0,000	0,151	0,100	0,176
Jelentős fejlesztéseket, javításokat, hatékonyabb módszereket vezettek be a szervezet működésében	0,035	0,020	0,028	0,132	0,104	0,098

Forrás: saját szerkesztés



1. ábra

A vállalkozások által végzett innovációs típusok száma (2017, 2020, 2022)



Forrás: saját szerkesztés

innovációs típus 2017-ben az új alapanyag-beszerzési forrás, illetve a szervezeti működésben bevezetett újítások, míg 2020-ban a termékben/szolgáltatásban végzett jelentős fejlesztés, illetve az új piac feltárása volt. Ez azt is jelenti, hogy következetesen szignifikáns összefüggés a két tényező között nem található, ráadásul a kapcsolat szorosságát mutató Cramer-féle V mutatók alapján azonban a kapcsolat ezekben az esetekben is gyenge (6. táblázat).

három csoport által végzett innovációs típusok száma azonosnak tekinthető (p-érték rendre 0,872, illetve 0,342). A 2020-as adatbázis esetén a csoportok varianciája eltér (p=0,006), azonban a Tamhane-teszt alapján nincs olyan csoportpár, amely várható értékei között szignifikáns eltérés volna. Ezen eredmények alapján a H2 hipotézist nem tudjuk elfogadni, vagyis a családi és a nem-családi vállalkozások innovációs tevékenysége azonosnak tekinthető, függetlenül attól, hogy a családi vállalkozás szűkebb vagy tágabb definícióját alkalmazzuk.

A vállalkozás családisága és az exporttevékenység a Pearson-féle chí-négyzet próbák alapján 2017-ben és 2022-ben is független egymástól (rendre p=0,624, illetve p=0,073), 2020-ban ugyanakkor a kapcsolat szignifikáns (p=0,032), de a Cramer-mutató alapján gyenge (ld. 7. táblázat). Mivel a két tényező közötti kapcsolat a vizsgált években nem állt fenn konzisztensen, így a H3 hipotézist részben elfogadjuk, vagyis a vállalkozás családisága és az exporttevékenysége között lehet kapcsolat.

6. táblázat

A vállalkozások által végzett innovációs típusok és a vállalkozás családisága közötti összefüggések (2017, 2020, 2022)

	Pearson-féle chí-négyzet szignifikanciaszintje (kétoldali)			Cramer-féle V		
	2017	2020	2022	2017	2020	2022
Termékében/szolgáltatásában jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	0,505	0,035	0,247	0,060	0,116	0,075
A termékét/szolgáltatását előállító folyamatban jelentős fejlesztést/javítást hajtottak végre	0,689	0,832	0,396	0,044	0,027	0,061
Termékével/szolgáltatásával új piacra tört be (fogyasztói szegmens/földrajzi egység)	0,821	0,001	0,418	0,044	0,174	0,059
Új alapanyag-beszerzési forrásokat kutattak fel	0,000	0,123	0,779	0,043	0,092	0,032
Jelentős fejlesztéseket, javításokat, hatékonyabb módszereket vezettek be a szervezet működésében	0,000	0,851	0,387	0,041	0,025	0,062

Forrás: saját szerkesztés

7. táblázat

A vállalkozás családisága és az exporttevékenysége közötti összefüggés

	2017	2020	2022
Pearson-féle chí-négyzet szignifikanciaszintje (kétoldali)	0,624	0,032	0,073
Cramer-féle V	0,058	0,118	0,102

Forrás: saját szerkesztés

Az innovációs típusok számát tekintve a varianciaanalízis már egyértelmű eredményt mutat. A 2017-es és 2022-es adatsorok esetében a csoportok varianciája azonosnak tekinthető, így az elvégzett varianciaanalízis alapján a

## Összefoglalás és diszkusszió

Tanulmányunk célja (1) a vállalkozások innovativitása és az exporttevékenység segítségével mért nemzetköziesedése közötti, (2) az innovációs aktivitás és a vállalkozás családisága közötti, valamint (3) a vállalkozás exportaktivitása és családisága közötti kapcsolat vizsgálata a kis- és közepes vállalkozások 2017., 2020., illetve 2022. évi, reprezentatív mintáján. Az elemzést kategóriaváltozók közötti kapcsolat vizsgálata esetén Pearson-féle chí-négyzet próbákkal, míg kategória és folytonos változók közötti kapcsolat esetében t-próbákkal, illetve varianciaanalízissel elemeztük, amelyek egyike sem teszi lehetővé az ok-okozati kapcsolatok feltárását.

Eredményeink alapján az exportáló vállalkozások mindhárom vizsgált évben rendre nagyobb eséllyel bocsátkoztak valamilyen innovációs aktivitásba. Ez a kapcsolat a khi-négyzet próbák alapján 2020-ban a termék/szolgáltatásinnováció, valamint 2022-ben az új piacokra való betörés kivételével a kapcsolat valamenyny innovációs kategória és vizsgált év esetén szignifikáns, bár a Cramer-féle V mutatók alapján ez a kapcsolat gyenge. Emellett az exportáló vállalkozások szignifikánsan ( $p < 0.001$ ) többféle innovációt végeznek, ezáltal a H1 hipotézist elfogadjuk, vagyis az exportaktivitás és az innovációs tevékenység között szignifikáns pozitív kapcsolat tárható fel.

A családíság és az innováció közötti kapcsolatról eredményeink nem mutatnak konzisztens képet, hisz az öt vizsgált innovációs típus közül 2017-ben és 2020-ban kettő-kettő esetén tártunk fel szignifikáns kapcsolatot, míg a 2022-es adatsor esetén a családíság és valamenyny innovációs típus egymástól függetlennek bizonyult. A vállalkozások által végzett innovációs típusok száma a varianciaanalízis alapján nem tér el a nem-családi, a tágabban, valamint a szűkebben értelmezett családi vállalkozások között. Ezen eredmények alapján a H2 hipotézist elvetjük.

Harmadik hipotézisünk, a vállalkozás családísága és az exportaktivitás a 2017-es és a 2022-es adatsorok alapján független egymástól (rendre  $p = 0,624$ , illetve  $p = 0,073$ ), míg a 2020-as lekérdezés alapján a  $p$  érték 0,032, vagyis a változók között szignifikáns kapcsolat tárható fel. Konzisztens eredmények hiányában a H3 hipotézist csak részben fogadjuk el, vagyis lehet kapcsolat a vállalkozás családísága és a külpiaci aktivitás között.

Eredményeink elsősorban gyakorlati/szakpolitikai relevanciával bírnak. Az innováció és a külpiaci aktivitás közötti szignifikáns kapcsolat – annak okságának irányától függetlenül – arra utal, hogy a vállalkozások versenyképességének szisztematikus fejlesztése nemzetközileg is aktív, innovatív vállalkozásokat eredményez. Mivel Magyarországon a KKV-szektor töredékét kitevő átlagosan több évtizede aktív középvállalkozások a leginkább versenyképesek (Rideg et al., 2023), így ez hosszabb időtávot felölelő, kiszámítható, az érdekelték közötti bizalmon és a közös érdekeiket figyelem előtt tartó, globális szemléletű, de szűk piaci szegmensre összpontosító vállalkozásfejlesztést feltételez, illeszkedve De Massis (2018) modelljéhez.

Kutatásunkkal kapcsolatosan több limitáció is megfogalmazható. Egyrészt, a 2020-as adatfelvétel közvetlenül a COVID-19 első hulláma után történt, míg a 2022-es felmérés az energiaválság és az ukrán háború idején zajlott, ami jelentősen befolyásolhatja a vállalkozások export- és innovációs tevékenységét. Másrészt a lekérdezett minta a reprezentativitás, az azonos piackutató cég és alkalmazott módszertan ellenére is tartalmazhat akár az eredményeket jelentősen befolyásoló variabilitást. Harmadrészt az alkalmazott elemzési módszertan csupán a kapcsolatok meglétének igazolására ad lehetőséget, a hatásmechanizmus egészére, valamint az ok-okozati kapcsolat irányára nem.

## Felhasznált irodalom

- Akram, M.U., Ghosh, K., & Sharma, D. (2021). A systematic review of innovation in family firms and future research agenda. *International Journal of Emerging Markets*, 17(7), 1759–1792.  
<https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2021-0936>
- Alayo, M., Iturralde, T., & Maseda, A. (2021). Innovation and internationalization in family SMEs: Analyzing the role of family involvement. *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 454–478.  
<https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2020-0302>
- Annus I., Bándi G., Borsi B., Hollóné Kacsó E., Katona J., Lengyel B., Papanek G., Perényi Á., Szarka E., & Szegey E. (2006). *Innováció menedzsment kézikönyv*. Magyar Innovációs Szövetség.
- Arató, B., Csákné Filep, J., & Radácsi, L. (2020). Családi vállalkozások jogi környezete. *JURA*, 26(4), 5–25.  
[https://jura.ajk.pte.hu/JURA\\_2020\\_4.pdf](https://jura.ajk.pte.hu/JURA_2020_4.pdf)
- Basco, R. (2013). The family's effect on family firm performance: A model testing the demographic and essence approaches. *Journal of Family Business Strategy*, 4(1), 42–66.  
<https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2012.12.003>
- Braga, V., Correia, A., Braga, A., & Lemos, S. (2017). The innovation and internationalisation processes of family businesses. *Review of International Business and Strategy*, 27(2), 231–247.  
<https://doi.org/10.1108/RIBS-01-2017-0005>
- Calabrò, A., Vecchiarini, M., Gast, J., Campopiano, G., De Massis, A., & Kraus, S. (2019). Innovation in Family Firms: A Systematic Literature Review and Guidance for Future Research. *International Journal of Management Reviews*, 21(3), 317–355.  
<https://doi.org/10.1111/ijmr.12192>
- Commission Recommendation of 6 May 2003 Concerning the Definition of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (Text with EEA Relevance) (Notified under Document Number C(2003) 1422), Pub. L. No. 2003/361/EC (2003).  
<http://data.europa.eu/eli/reco/2003/361/oj/eng>
- Csákné Filep J., Kása R., & Radácsi L. (2018). Családívállalat-kormányzás – a nemzetközi szakirodalom kategorizálása a három kör modell tükrében. *Vezetéstudomány*, 49(9), 46–56.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.09.04>
- Csákné Filep J., & Radácsi L. (2020). Magyar mikro- és kisvállalkozások családívállalat-kormányzásának specialitásai. *Vezetéstudomány*, 51(12), 45–59.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.12.04>
- Csákné Filep, J., & Radácsi, L. (2021). Családívállalkozás-kutatás longitudinális megközelítésben. Egy célzott szakirodalom-kutatás eredményei. *Közgazdasági Szemle*, 68(2021 Special issue), 108–125.  
<https://doi.org/10.18414/KSZ.2021.k.108>
- De Massis, A., Audretsch, D., Uhlaner, L., & Kammerlander, N. (2018). Innovation with Limited Resources: Management Lessons from the German Mittelstand. *Journal of Product Innovation Management*, 35(1), 125–146.  
<https://doi.org/10.1111/jpim.12373>

- De Massis, A., Frattini, F., & Lichtenthaler, U. (2013). Research on Technological Innovation in Family Firms: Present Debates and Future Directions. *Family Business Review*, 26(1), 10–31. <https://doi.org/10.1177/0894486512466258>
- Demeter, K., Qerimi, D., Losonci, D., & Keresztély, T. (2023). Key drivers of business process innovation: The role of strategic focuses and product innovation. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 54(11), 15–27. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.11.02>
- Deusch N. (2006). Innovációk a fenntarthatóság szolgálatában: A biomassza mint fenntartható rendszerinnováció. *Vezetéstudomány*, 37(7–8), 50–56. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2006.07.06>
- Directorate-General for Research and Innovation (European Commission), Hollanders, H., Es-Sadki, N., & Khalilova, A. (2022). *European Innovation Scoreboard 2022*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/309907>
- Drótos, G., Wieszt, A., Meretei, B., & Vajda, É. (2019). *Családi vállalkozások Magyarországon: Kutatási jelentés a 2017-18-as magyar családi vállalkozási felmérésről* [Kutatási jelentés]. Corvinus – Center of Family Business. [http://magyarvallalatok2030.hu/wp-content/uploads/2019/04/kutata%CC%81s\\_2018\\_CFB\\_\\_PRESS.pdf](http://magyarvallalatok2030.hu/wp-content/uploads/2019/04/kutata%CC%81s_2018_CFB__PRESS.pdf)
- EFB. (n.d.). *About European Family Businesses*. European Family. <https://europeanfamilybusinesses.eu/about-european-family-businesses/>
- European Commission DG-ENTR. (2009). *Final report of the expert group—Overview of family-business-relevant issues: Research, networks, policy measures and existing studies*. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10388/attachments/1/translations>
- Fernandez, Z., & Nieto, M.J. (2005). *Internationalization Strategy of Small and Medium-Sized Family Businesses: Some Influential Factors*. SSRN Scholarly Paper 1507554. <https://papers.ssrn.com/abstract=1507554>
- Freixanet, J., Monreal, J., & Sánchez-Marín, G. (2020). Family firms' selective learning-by-exporting: Product vs process innovation and the role of technological capabilities. *Multinational Business Review*, 29(2), 210–236. <https://doi.org/10.1108/MBR-01-2020-0011>
- Gomez-Mejia, L. R., Larraza-Kintana, M., & Makri, M. (2003). The Determinants of Executive Compensation in Family-Controlled Public Corporations. *Academy of Management Journal*, 46(2), 226–237. <https://doi.org/10.5465/30040616>
- Gomez-Mejia, L. R., Makri, M., & Kintana, M. L. (2010). Diversification Decisions in Family-Controlled Firms. *Journal of Management Studies*, 47(2), 223–252. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00889.x>
- Habbershon, T.G., & Williams, M.L. (1999). A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantages of Family Firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1999.00001.x>
- Hágen I., & Holló E. (2017). A hazai KKV-k helyzete, a versenyképesség, innováció és controlling tükrében. *Controller Info*, 5(1), 41–48. <https://doi.org/10.24387/CI.2017.1.7>
- Heidrich B., & Vajdovich N. (2021). Quo vadis? – A családi vállalkozások összetett célrendszerének elemzése. *Vezetéstudomány*, 52(11), 13–27. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.11.02>
- Hillebrand, S., Teichert, T., & Steeger, J. (2020). Innovation in Family Firms: An Agency and Resource-Based Lens on Contingencies of Generation and Management Diversity. *British Journal of Management*, 31(4), 792–810. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12375>
- Huszák L., Kazai Á.S., & Andó M. (2022). IT és műszaki tudományok a hazai innováció élvonalában: A vállalatok kutatás-fejlesztési tevékenységének minősítése 2012-2021 között és a minősítés elmulasztásának veszélyei. *Vezetéstudomány*, 53(10), 41–55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.10.04>
- Kállay, L., & Szabó, K. (2023). A családi gazdasági társaságok azonosítása és fő teljesítménymutatóinak összehasonlító elemzése Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, 70(10), 11008–11130. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.10.1108>
- Kammerlander, N., Dessi, C., Bird, M., Floris, M., & Murru, A. (2015). The Impact of Shared Stories on Family Firm Innovation: A Multicase Study. *Family Business Review*, 28(4), 332–354. <https://doi.org/10.1177/0894486515607777>
- Kárpáti Z., & Drótos G. (2023). Hogyan professzionalizáljuk a vállalkozásunkat? Egy longitudinális esettanulmány tapasztalatai egy hazai közepes méretű családi vállalkozás példáján keresztül. *Vezetéstudomány*, 54(2), 53–67. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.02.05>
- Kása, R., Radácsi, L., & Csákné Filep, J. (2019). Családi vállalkozások definíciós operacionalizálása és hazai arányuk becslése a KKV-szektoron belül. *Statistikai Szemle*, 97(2), 146–174. <https://doi.org/10.20311/stat2019.2.hu0146>
- Kelley, D., Gartner, W.B., & Allen, M. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Family Business Report*. Babson Park: Babson College Press. <https://www.gem-consortium.org/report/20192020-global-entrepreneurship-monitor-gem-family-entrepreneurship-report-2>
- Kiss J. (2021). Milyen tényezők akadályozzák Magyarországon a közép- és nagyvállalati innovációt? *Vezetéstudomány*, 52(11), 2–12. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.11.01>
- Li, Z., & Daspit, J.J. (2016). Understanding family firm innovation heterogeneity: A typology of family governance and socioemotional wealth intentions. *Journal of Family Business Management*, 6(2), 103–121. <https://doi.org/10.1108/JFBM-02-2015-0010>
- Lukovszki, L., Rideg, A., & Sipos, N. (2020). Resource-based view of innovation activity in SMEs: An empirical analysis based on the global competitiveness project. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 31(3), 513–541. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0018>

- Makó C., Illéssy M., & Heidrich B. (2020). Az innovációs és tanulási képesség egyenlőtlenségei: A magyar KKV-k nemzetközi összehasonlításban. *Külgazdaság*, 64(11–12), 3–32.  
<https://doi.org/10.47630/KULG.2020.64.11-12.3>
- Mallinguh, E., & Zéman, Z. (2020). Map of the existing research on business innovation, funding, and policy framework. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 16(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.7341/20201626>
- Málovics, É., & Farkas, G. (2016). A „családíság” tényező vizsgálata grounded theory módszerrel: Egy kis családi vállalkozás esetpéldája. In: *Térségek versenyképessége, intelligens szakosodása és újraiparosodása*. (pp 370–384). JATEPress. <https://publicatio.bibl.u-szeged.hu/11551/>
- Mandl, I. (2008). *Overview of Family Business Relevant Issues Contract No. 30-CE-0164021/00-51 Final Report*. Austrian Institute for SME Research. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10389/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- Miller, D., & Le Breton–Miller, I. (2014a). Deconstructing Socioemotional Wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), 713–720.  
<https://doi.org/10.1111/etap.12111>
- Miller, D., & Le Breton–Miller, I. (2014b). Deconstructing Socioemotional Wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), 713–720.  
<https://doi.org/10.1111/etap.12111>
- Mosolygó-Kiss, Á., Csákné Filep, J., & Heidrich, B. (2018). *Do first swallows make a summer? On the readiness and maturity of successors of family businesses in Hungary* (Working Paper 6; Budapest LAB Working Paper Series). [https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2019/02/WP-6-2018-1\\_zart.pdf](https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2019/02/WP-6-2018-1_zart.pdf)
- Mosolygó-Kiss Á., Heidrich B., & Chandler N. (2022). Apám nehéz álmodni? A társas-érzelmi vagyoni prioritásainak változása a generációváltó családi vállalkozásokban. *Vezetéstudomány*, 53(8–9), 115–129.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.08-09.09>
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. OECD Publishing / Eurostat. <https://nkfih.gov.hu/download.php?docID=3068>
- Ónodi A., & Répáczki R. (2022). A menedzsment szerepe az innovatív vállalatok sikerében. *Vezetéstudomány*, 53(10), 2–14.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.10.01>
- Pukall, T.J., & Calabrò, A. (2014). The Internationalization of Family Firms: A Critical Review and Integrative Model. *Family Business Review*, 27(2), 103–125.  
<https://doi.org/10.1177/0894486513491423>
- Rideg, A., Lukovszki, L., Varga, A.R., & Sipos, N. (2022). A magyar családi mikro-, kis- és középvállalatok erőforrásai és képességei. *Közgazdasági Szemle*, 69(6), 739–757.  
<https://doi.org/10.18414/KSZ.2022.6.739>
- Rideg, A., Sipos, N., Lukovszki, L., & Varga, A.R. (2023). A magyar családi mikro-, kis- és középvállalatok erőforrás- és képességkonfigurációi. *Közgazdasági Szemle*, 70(12), 1389–1413.  
<https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.12.1389>
- Sallay V., Wieszt A., & Martos T. (2023). A kapcsolatok szabályozási folyamatainak szerepe a családi vállalkozások utódlása során: Egy kvalitatív kutatás tapasztalatai. *Vezetéstudomány*, 54(1), 27–37.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.01.03>
- Sánchez-Marín, G., Pemartín, M., & Monreal-Pérez, J. (2020). The influence of family involvement and generational stage on learning-by-exporting among family firms. *Review of Managerial Science*, 14(1), 311–334.  
<https://doi.org/10.1007/s11846-019-00350-7>
- Schulze, W.S., Lubatkin, M.H., & Dino, R.N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473–490.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00054-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00054-5)
- Schumpeter, J.A. (1980). *A gazdasági fejlődés elmélete: Vizsgálódás a vállalkozói profilról, a tőkéről, a hitelről, a kamatról és a konjunktúraciklusról*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Sharma, P., & Sharma, S. (2011). Drivers of Proactive Environmental Strategy in Family Firms. *Business Ethics Quarterly*, 21(2), 309–334.  
<https://doi.org/10.5840/beq201121218>
- Soluk, J., & Kammerlander, N. (2020). Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz in Familienunternehmen. In T. Kollmann (Ed.), *Handbuch Digitale Wirtschaft* (pp. 1–17). Springer Fachmedien.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-658-17345-6\\_94-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-17345-6_94-1)
- Soluk, J., & Kammerlander, N. (2021). Digital transformation in family-owned Mittelstand firms: A dynamic capabilities perspective. *European Journal of Information Systems*, 30(6), 676–711.  
<https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1857666>
- Surdej, A. (2016). What Determines the Innovativeness of Polish Family Firms? Empirical Results and Theoretical Puzzles. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 47(11), 38–45.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.11.05>
- Szombathelyi, M., & Kézai, P.K. (2018). Családi vállalkozások – generációk és dilemmák. *Prosperitas*, 5(3).  
[https://doi.org/10.31570/Prosp\\_2018\\_03\\_3](https://doi.org/10.31570/Prosp_2018_03_3)
- Urbaníková, M., Štubňová, M., Papcunová, V., & Hudáková, J. (2020). Analysis of Innovation Activities of Slovak Small and Medium-Sized Family Businesses. *Administrative Sciences*, 10(4), Article 4.  
<https://doi.org/10.3390/admsci10040080>
- Varga, A. R., Sipos, N., Rideg, A., & Lukovszki, L. (2024). The comparison of RBV-based competitiveness of Hungarian family-owned and non-family-owned SMEs. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print).  
<https://doi.org/10.1108/CR-02-2023-0017>
- Veider, V., & Matzler, K. (2016). The ability and willingness of family-controlled firms to arrive at organ-

- izational ambidexterity. *Journal of Family Business Strategy*, 7(2), 105–116. <https://ideas.repec.org/a/eee/fambus/v7y2016i2p105-116.html>
- Wieszt A. (2020). „Fontos, hogy mi családi cég vagyunk?” – családi vállalkozási identitás és teljesítmény. *Veze-téstudomány*, 51(2), 60-73. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.02.05>
- Wieszt A., & Drótos G. (2018). Családi vállalkozások Ma-gyarországon. In Kolosi T. & Tóth I. G. (Eds.), *Társadalmi Riport* (pp. 233–247). TÁRKI Társadalomkuta-tási Intézet Zrt. <https://doi.org/10.61501/TRIP.2018.13>
- Wiseman, R. M., & Gomez-Mejia, L. R. (1998a). A Behav-ioral Agency Model of Managerial Risk Taking. *The Academy of Management Review*, 23(1), 133–153. <https://doi.org/10.2307/259103>
- Wiseman, R. M., & Gomez-Mejia, L. R. (1998b). A Be-havioral Agency Model of Managerial Risk Taking. *The Academy of Management Review*, 23(1), 133–153. <https://doi.org/10.2307/259103>
- Zahra, S. A. (2003). International expansion of U.S. manufac-turing family businesses: The effect of ownership and in-volvement. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 495–512. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00057-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00057-0)