

A HAZAI LOGISZTIKAI SZOLGÁLTATÓ VÁLLALATOK KÖRÉBEN VÉGZETT KUTATÁS EREDMÉNYEI

II. RÉSZ

A BIZALOM SZINT ÉS A SZERVEZETI TAGSÁGOK SZEREPE

Karmazin György¹

Absztrakt:

2013 nyarán a Gödöllői Szent István Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola képzésén írt értekezés keretében 56 hazai logisztikai szolgáltató vállalat (3PLP) kérdőíves megkeresésével kutatás zajlott, melyben partnerként – a doktoranduszhallgató piaci érintettsége miatt – a GfK Hungária Piackutató Intézet is szerepet vállalt. A doktori disszertáció keretén belül elvégzett primer kutatás 56 kérdést fogalmazott meg a hazai logisztikai szolgáltatók elsőszámú vezetői felé, melyekre a kapott válaszok eredményeit rövidített formában 3 általános plusz 1 záró – a téziseket és a doktori értekezés végső eredményeit is magába foglaló – szacikkben bocsájtjuk az olvasó rendelkezésére a több mint 200 oldalas dolgozat fontosabb részeit.

I. Bevezetés

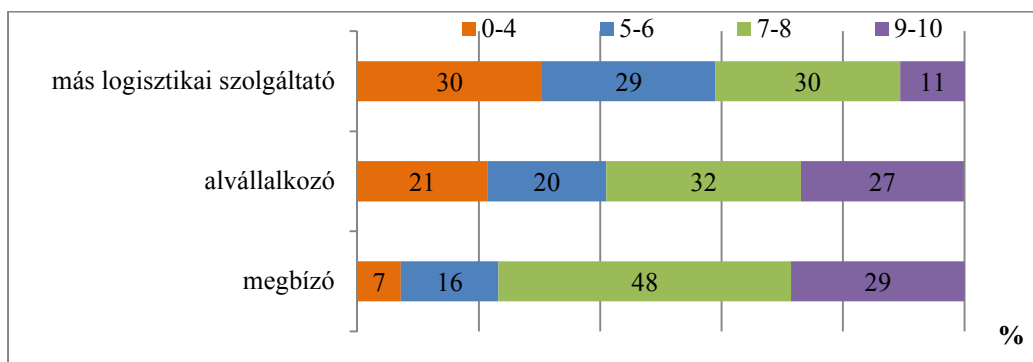
A 2008-ban kezdődött válság igaz, hogy elnevezésében pénzügyi és gazdasági világválsággént került bele a köztudatba, de valójában egy bizalmi válságról van szó (Stiglitz, 2008; Tonkiss, 2009), melyet több hazai és nemzetközi neves közgazdász is megerősített az elmúlt években. A bizalom fogalmának meghatározása a szakirodalomban sem egységes. A számos elmélet tulajdonképpen két alapvető megközelítési módra vezethető vissza (Nagy – Schubert, 2007; Gelei – Dobos, 2010), a hiten alapuló (Kumar, 1996; Doney et al., 1998), illetve a kockázaton alapuló (Barney – Hansen, 1994; Mayer – Davis, 1995; Das – Teng, 1998) megközelítésekre. A 2008-as világválság alapjaiban rengette meg az egyének közösségekbe és általánosságban, a társadalom jelenlegi működésébe vetett bizalmát (Simon – Tóth, 2010) és ezen keresztül hatással volt a vállalatok működésére is. A bizalom a vállalatok esetében meghatározó erővel bír. A beosztottakkal kapcsolatos bizalom meghatározza a vállalat eredményességének irányát, az első számú vezető által kialakított küldő bizalom (a partnerekkel szembeni bizalom) pedig elengedhetetlen a zökkenőmentes működéshez, hosszú távú, stabil ellenben rugalmas együttműködéshez.

¹ A Gödöllői Szent István Egyetem doktorjelöltje és a **BI-KA** Logisztika Kft. tulajdonosa

II. Iparágon belüli bizalom

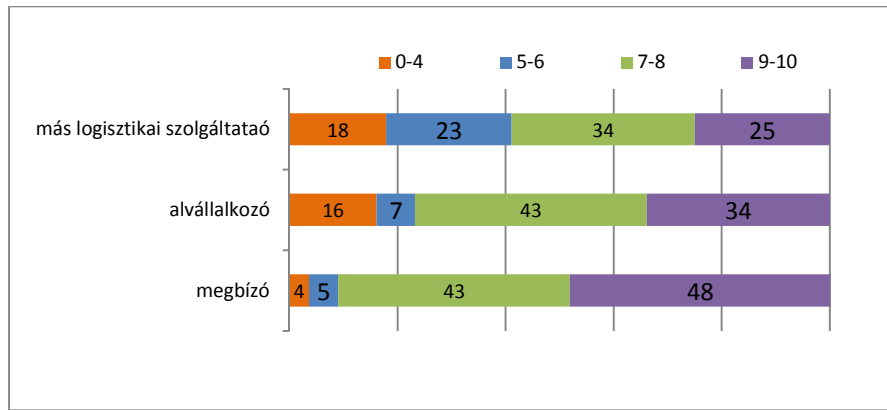
Az iparágon belüli (a megbízók, alvállalkozók, más logisztikai szolgáltatók) bizalom szintjét az 1-től 10-ig terjedő skálán, a válaszadók 21% -a az 5-ös szintet jelölte be, ami nem túl pozitív eredmény és 50% azoknak az aránya, akik 6 és 9 közöttire értékelték a bizalmi szintet. Mindösszesen azonban a választ adók 4% jelölte a kilences szintet, azaz, hogy szinte teljesen megbízik partnereiben, ami igen kevésnek mondható. Ugyanennyien, 4% pedig kettesre értékelték, ami az iparágon belüli bizalmatlanságot tükrözi.

Amennyiben lebontjuk – szereplők szerint is – a bizalmi szintekre vonatkozó adatokat, akkor a megbízók esetében egy vállalatot sem találunk, aki 0 és 2 közötti értéket jelölt volna, tehát a megbízókban inkább megbíznak a logisztikai szolgáltató vállalatok, mint az egyéb, őket körülvevő piaci szereplőkben. Továbbá, a kutatásban részt vett logisztikai szolgáltató vállalatok 77%-a, 7 és 10 közöttire értékelték megbízóit, ami erős bizalmi szintet tükröz. Legkevésbé más logisztikai szolgáltató vállalatokban bíznak meg, 14% nullára értékelték a bizalom szintet, amely a teljes bizalmatlanság jele. Összefoglalva ez azt jelenti, hogy bár sok esetben inkább versenytársként tekintenek egymásra, mint partnerként, ezzel szemben arra a kérdésre, hogyan tekintenek a hazai logisztikai vállalatok más logisztikai cégekre, 66% válaszolta azt, hogy versenytársként és együttműködő partnerként egyaránt. Emiatt a kettőség miatt, azonban érthető a bizalmi szint alakulása az 1. ábrán.



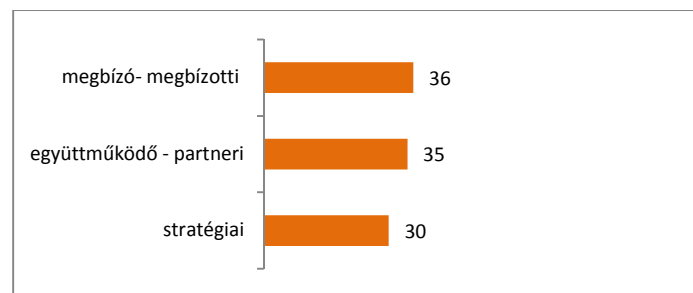
1. ábra. A partnerekbe vetett bizalom (saját szerkesztés, 2014)

Ezek után ugyanerről a kérdésről a vállalatoknak kellett megítélniük azt, hogy őket hányasra értékelnék partnervállalataik. A megbízók szemszögéből ítélték magukat a legmegbízhatóbbaknak, ugyanakkor az alvállalkozók és más logisztikai cégek felől a vállalatok is úgy érzékelik, hogy teljesen bizalmatlanok velük szemben (2. ábra).



2. ábra. A vizsgált vállalatokba vetett bizalom (saját szerkesztés, 2014)

Ahogy a fenti ábrák is bizonyítják, a logisztikai cégek leginkább megbízóikkal állnak szoros bizalmi kapcsolatban. A kapcsolat természete azonban többféle lehet: stratégia, együttműködő-partneri vagy megbízó-megbízotti. A 3. ábra a hazai logisztikai vállalatok és megbízóik kapcsolatának természetét és abban történő megosztottságot mutatja.

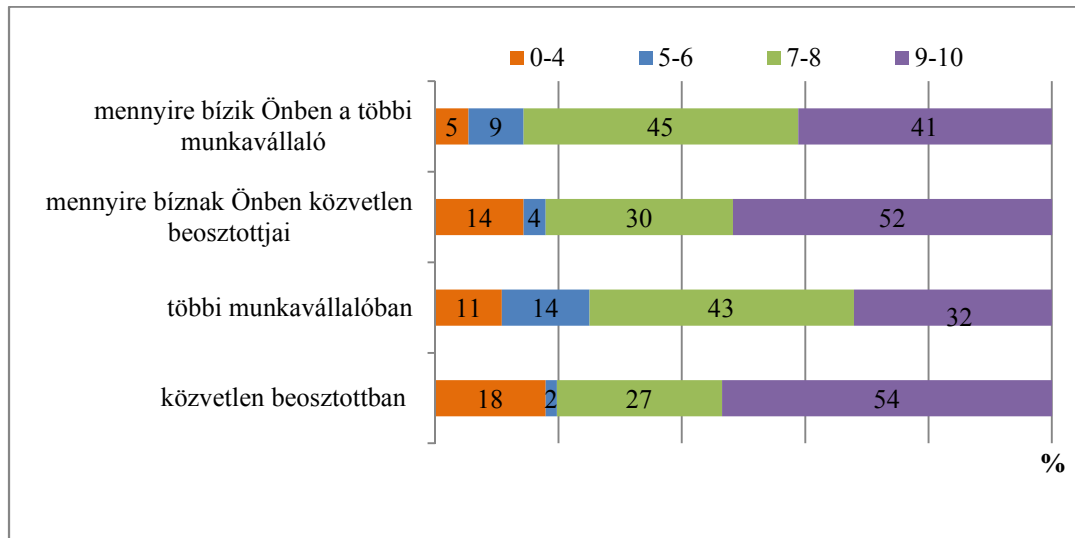


3. ábra. A logisztikai vállalatok és megbízóik kapcsolata (saját szerkesztés, 2014)

A vállalatok megrendelőiknek 30%-át tekintik stratégiai partnernek, jellemzőbb az egyszerű megbízó-megbízotti viszony (36%). A szerződéskötések természetével kapcsolatban a válaszadók 60%-a szerint a feleknek arányos jogokat biztosító szerződések születnek, míg 40% szerint a megbízónak indokolatlan előnyöket biztosító (felmondás, fizetési kondíciók, stb.) szerződések jönnek létre. Feltételezhetően a megbízó-megbízotti kapcsolatot vallók nyilatkoztak az utóbbi szerződéskötési gyakorlat mellett. A megbízókkal kialakításra kerülő szerződéskötések, a logisztikai vállalatok 50%-nál alapos, de indokolt és kezelhető folyamat végén történik meg, 25% esetében pedig gyorsan, rutinszerűen. Amennyiben a megrendelő nem tervezett, váratlan megrendelést vár el a szolgáltatótól, a logisztikai vállalatok 95%-a 1-24 órán belül reagál az ügyfél kérésére. Ezen belül is 29% azon szolgáltató vállalatok aránya, akik 1 órán belül reagálnak a felmerült igényre. A megkérdezett logisztikai szolgáltató vállalatok első számú vezetői közül 18% véli saját szerepét fontosnak, azaz egy tízes skálán tízesnek a partnerekkel való bizalom kialakításában. Senki sem értékelte szerepét 0 és 2 közé, tehát a többség tisztában van szerepének fontosságával.

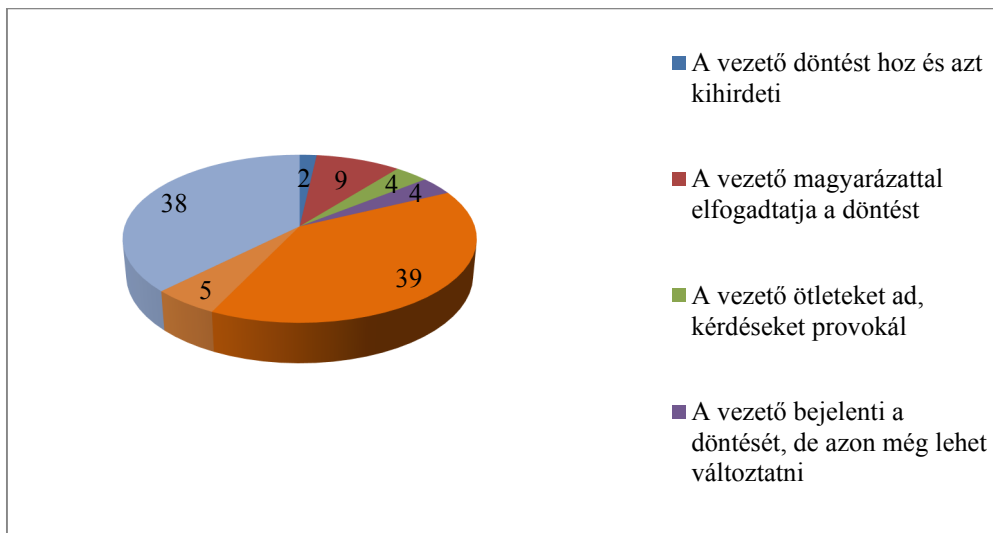
III. Vállalaton belüli bizalom

A vállalaton belüli bizalom fontos alapköve a vállalat eredményes működésének és sikerességének. A vállalaton belüli bizalmi légkört összességében pozitívan értékelték a megkérdezettek. A vállalatvezetők 82%-a, a saját, vállalaton belüli bizalmi szintjét 7 és 10 közé értékelte. Amennyiben tovább vizsgáljuk a bizalmi kapcsolatokat, érdekes eredményeket kapunk, melyet a 4. ábra is jól mutat.



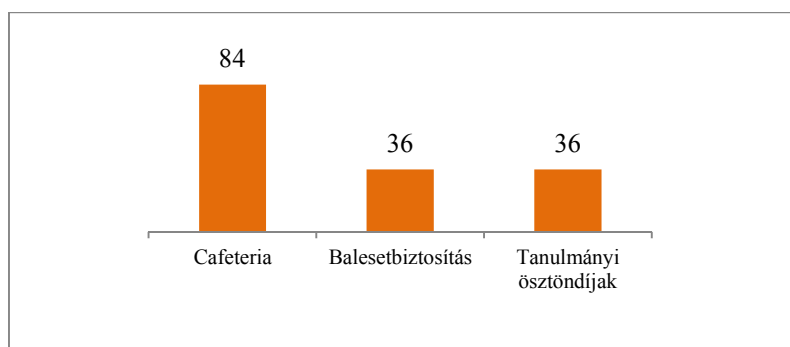
4. ábra. A vállalaton belüli bizalom alakulása (saját szerkesztés, 2014)

A megkérdezettek 14%-a egyáltalán nem bíz a közvetlen beosztottjaiban, ami negatív hatással lehet a napi működésre. A közvetlen beosztottakkal való kapcsolatáról szélsőségesebben nyilatkoztak a megkérdezettek, mint a többi alkalmazottról. A hazai logisztikai vállalatok első számú vezetőinek többsége szerint (88%), jelentős kapcsolat van a vállalati kultúra és a szervezeten belüli bizalom szint között. Ennek a kapcsolatnak a fontosságával a hazai logisztikai vállalatok első számú vezetői tisztában vannak azzal, hogy a beosztottakkal kapcsolatos magasabb bizalom szint eléréséhez folyamatosan tenniük szükséges. A bizalmi légkör kialakítása nagyban függ a vezető magatartásától, ezért a következőkben a vezetői stílussal kapcsolatban végzett eredményeket mutatjuk be.



5. ábra. A vezető stílusa (saját szerkesztés, 2014)

Az 5. ábra a megkérdezett vezetők válaszait mutatja kiemelve a négy legtöbb véleményt kapott kategóriát. A vezetők többsége szerint a vezető feladata a probléma bemutatása, javaslatkérés és döntés (39%), mások szerint pedig a vezető dönt és kihirdeti azt (38%). Ez két markánsan eltérő kategória, ellenben mindkettő jelentős arányt képvisel a mintasokaság válaszaiban. A vezetői feladat széles „skálán” mozog, az ötletgenerálástól a döntéshozatalon túl az ellenőrzésig terjed. A vezetői stílust éppen ezért nehéz bekategorizálni, mivel sokszor vállalati méret és kor, feladat és munkatárs függő, illetve attól is függ, hogy az első számú vezetőnek mennyire kell részt vennie az egyes operatív munkafolyamatokban. A vállalaton belüli bizalom kialakításának másik lényeges tényezője a stabilitás. A megkérdezett logisztikai vállalatok 55%-ánál a logisztikai szektor átlagánál lényegesen alacsonyabbnak ítélik a fluktuációt, 30% pedig a szektor átlagnak megfelelőnek. A stabil munkahely a hosszú távú sikeresség kulcsa, hiszen az emberi természetből adódóan jobban és pontosabban dolgoznak a beosztottak, ha látják a munkájuk eredményét és tisztában vannak annak a vállalatra gyakorolt hatásával. A logisztikai vállalatok 73%-a bízik abban, hogy a következő 3 évben növekedni fog az árbevétele. Az adózás előtti eredmény növekedésében már kevesebben, csak 66% bízik.



6. ábra. A vállalatok által biztosított juttatások (saját szerkesztés, 2014)

A beosztottakkal kapcsolatos bizalom szint emelését illetve a munkatársi elköteleződést jelentősen lehet növelni a béren kívüli juttatások alkalmazásával. A 6. ábrán jól látható, hogy a hazai logisztikai vállalatok 90%-a cafetériát biztosít az alkalmazottainak. A balesetbiztosítás és a tanulmányi ösztöndíjak kevésbé népszerűek, annak ellenére, hogy a tanulmányi ösztöndíjakon keresztül támogatható az élethosszig tartó tanulás és az egyén fejlődése, amely közvetve növelhetné a logisztikai vállalatok versenyképességét is. A vállalatok 57%-a esetében van szervezeti ábra vagy diagram. A szervezeti ábra átláthatóbbá teszi a vállalati működést, egyértelművé téve a feladatokat és a felelősségi köröket, csökkentve a konfliktushelyzeteket és felfedve a vállalaton belüli kapcsolatok gyenge pontjait. A vállalatok 54%-a funkcionális szervezeti struktúrában működik, 13% lineáris, 9% divizionális, 2% mátrix és 23% egyéb formában.

IV. Szervezeti tagságok

A megkérdezett első számú vezetők 88%-a tudatában volt annak, hogy vállalata mely érdekvédelmi szervezetnek a tagja. A logisztikai vállalkozások 63%-a, egy vagy két érdekvédelmi szervezetnek a tagja, szélsőséges értéként említhetjük azt, hogy az 56 megkérdezett vállalatból, egy cég egy időben 8 szervezetnek is állandó tagja volt a vizsgált időszakban. A klaszterek tekintetében fordított a helyzet, a vállalatok 82%-a nem tartozik egy klaszterhez sem. Ennek okai lehetnek: a logisztikai vállalatok környezetében kialakult alacsony külső bizalom szint, a kedvezőtlen régió és telephelyválasztás illetve az együttműködés és kezdeményező készség hiánya. Amennyiben a mintasokaságból valamelyik logisztikai szolgáltató vállalat tagja klaszternek, akkor csak egy klaszternek a tagja (18%) nem többnek.

Folytatás a következő számban.

Irodalomjegyzék

Barney, J., Hansen, M. (1994): Trustworthiness as a source of competitive advantage. *Strategic Management Journal*, Volume 15, Issue S1, 175-190. p.

Das, T., Teng, B. (1998): Between trust and control: developing confidence in partner cooperation in alliances. *The Academy of Management Review*, Vol. 23. No. 3, July 1998., 491-512. p.

Doney, P., Cannon, J., Mullen, M. (1998): Understanding the influence of national culture on the development of trust. *Strategic Academy of Management Review*. Vol. 23. No. 3,

Gelei, A., Dobos, I. (2010): Bizalom és kockázat a kapcsolatokban – egy kísérlet eredményei. TM 87. sz. műhelytanulmány, Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet Versenyképesség Kutató Központ.

Kumar, N. (1996): The Power of Trust in Manufacturer-Retailer Relationships. *Harvard Business Review*, Vol. 74, No. 6, November-December 1996, 93-107. p.

Mayer, R., Davis, J. (1995): An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 708-734. p.

Nagy, J., Schubert, A. (2007): A bizalom szerepe az üzleti kapcsolatokban. 77. sz. Műhelytanulmány. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet. 2007. március

Simon, J., Tóth, Z. (2010): A bizalom alakulása a gazdasági és pénzügyi világválság alatt. *Dél-Kelet Európa – South Eastern Europe, International Relations Quarterly*. Vol. 1. No. 3, 2010/3 Ősz.

Stiglitz, J. (2008): The fruit of hypocrisy. *The Guardian*.
<http://www.theguardian.com/commentisfree/2008/sep/16/economics.wallstreet> Letöltve: 2013. október 21.

Tonkiss, F. (2009): Trust, Confidence and Economic Crisis. *Intereconomics*. July/August 2009.