

M Ű E G Y E T E M 1 7 8 2

**Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Közgazdaságtan Tanszék
Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola**

**Közvetlen külföldi beruházások integráltsága
a beszállítói kapcsolatok tükrében:
a magyarországi Suzuki példája**

PhD értekezés tézisei

Mészáros Ádám

Témavezető:

Dr. Vigh László
egyetemi docens

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Közgazdaságtan Tanszék

Budapest, 2010.

Tartalomjegyzék

Bevezetés	4
A kutatás célja és módszertana	5
Tézisek	7
1. tézis	8
2. tézis	10
3. tézis	11
4. tézis	13
Összefoglalás	15
Hivatkozások	16
A tézispontokhoz kapcsolódó tudományos közlemények	17
További tudományos közlemények	18

Mottó

„A külföldi tőke nem is angyal, nem is sátán, hanem olyan gazdasági erő, amely a maga természettörvényileg meghatározott pályáján jár. Akárcsak egy rönkfa a megáradt folyóban. Ha tudjuk, hogyan kell vele bánni, felkapaszkodhatunk rá és vitethetjük magunkat. Ha azt hisszük, hogy automatikusan elvisz bennünket valahová, akkor lefordulunk róla és vízbe fülünk. Ha nem vesszük figyelembe az áramlási viszonyokat és tömegét – felborítja csónakunkat. Egyet nem lehet: rimánkodni, hogy viselkedjen luxusjachtként. Arra nincs beprogramozva. Nincsenek barátai, csak érdekei.”

Kozma Ferenc¹

¹ Kozma Ferenc [2001]: A tőkeáramlások etológiája – általános kérdések felvetése (III.) Pénzügyi Szemle, 9. szám, 809. oldal

Bevezetés

A külföldi tulajdonú vállalatok befogadó országra gyakorolt hatásainak elemzése a nemzetközi szakirodalomban rendkívül nagy múltra tekint vissza, s a magyarországi empirikus tanulmányok is foglalkoztak már számos idevonatkozó kérdéssel. Az elméleti tételek és az empirikus igazolási kísérletek nagy száma azonban nem jelenti azt, hogy konszenzus alakult volna ki a működőtőke-beruházások hatásait tekintve. Annyi bizonyosnak tűnik, hogy a külföldi tulajdonú cégek hazai gazdaságra gyakorolt pozitív hatásai nem érvényesülnek automatikusan, csak az előre és hátranyúló kapcsolódási hatások megléte esetén. Különösen élesen vetül fel a kérdés a tőkehiányos közép-kelet-európai országokban, ahol az átalakulási folyamat fő finanszírozási forrásának a működőtőke-beruházásokat tekintették, s ahol a külföldi vállalatok jelenlétéhez komoly modernizációs elképzelések is társultak [6].

Magyarország és a többi átalakuló ország esetében is jelentős volt a külső finanszírozási igény, ma a működőtőke állománya nemzetközi összehasonlításban is viszonylag magas [UNCTAD, 2010].

Hazánk külföldi tőkeimportra alapozott modernizációs stratégiája miatt a tőkeberuházások integráltságának fokát vizsgálni különösen fontos. A működőtőke-beruházások pozitív hatásainak érvényesülése nagymértékben függ a vállalatok hazai gazdaságba történő integráltságától, az enklávéllel mértékétől. Amennyiben a külföldi vállalatok szigetszerűen, enklávéllel működnek, a pozitív hatások nagy része nem érvényesülhet. Enklávéllellegűnek tekintünk egy vállalatot, ha nincsenek, vagy alacsony szintűek kapcsolatai a hazai gazdaság szereplőivel, tevékenysége nem integrálódott a hazai gazdaságba, így ezek a vállalatok a gazdaság többi részétől elkülönülnek, előre

és hátrafelé irányuló kapcsolódási hatásaik gyengék [lásd például: Jodice, 1980; UNCTAD, 2007, Szentes, 1995].

A nemzetközi tapasztalatok is azt mutatják, hogy önmagában a működőtőke-áramlás tartósan pozitív mérlegére nem lehet gazdaságpolitikai stratégiát alapozni, a gazdaságpolitikának más hatásokra is ügyelnie kell. Az 1990-es évek nagyarányú tőkebeáramlása, a gazdaság viszonylag duális szerkezete, a hazai cégek versenyképességének alacsony szintje [Hamar, 2001; Hamar, 2003] már bő egy évtizeddel ezelőtt is felvetette az integráltság és a gazdaság két szegmense közti együttműködés, illetve az intenzívebb, mélyebb kapcsolatok kialakításának kérdéseit. A gazdaságpolitika az 1997-ben indított, hazai kis- és közepes vállalatokra alapozott Beszállítói Célprogrammal, majd a későbbi (nagyobb, integrátor szerepet betöltő cégekre alapozott, létező kapcsolatokat támogató) Beszállítói Integrátori Célprogrammal próbálta orvosolni a fenti problémákat.

A kutatás célja és módszertana

A beszállítói kapcsolatok elemzése lehetetlen lett volna konkrét ágazati, illetve vállalati empirikus kutatás nélkül: a Suzuki beszállítóival készített mélyinterjúk során foglalkoztam az integráltság kérdéseivel. Természetesen a működőtőke-beruházások beszállítói kapcsolatokon kívüli pozitív és negatív hatásai is rendkívül érdekes kérdéseket vetnek fel, más kérdéseket vizsgálva azonban a kutatás koncepciója túlságosan is széttartó lett volna, így ezeket a kérdéseket nem állt módomban megvizsgálni.

Kutatásom fő kérdései nem függetleníthetők az autóipari vállalatok működésének, értékláncának, beszállítói hálózatainak vizsgálatától. Kiemelten fontos volt tehát annak a vizsgálata, hogy a Suzuki beszállítói rendszere fordista vagy toyotista minták szerint működik-e. A fordizmusban az autógyártó a kicsi,

könnyen lecserélhető, egyszerű tömegtermékeket gyártó beszállítókkal alakít ki nem túl mély, rövidebb távú kapcsolatokat. A toyotizmus rendszerében a vállalatok az alapvető képességekre koncentrálnak, s minden egyéb tevékenységet kihelyeznek. Stratégiai partnerekre, komplex termékeket termelő rendszerszintű beszállítókra építik beszállítói rendszerüket [Turnbull – Oliver-Wilkinson, 1992; Smitka, 1990].

Az értéklánc szervezésének, a transznacionális vállalatok ezirányú stratégiájának nagy hatása van a beszállítói kapcsolatok alakulására és az integráltság fokára, a helyi hozzáadott értékre, a hazai vállalatok helyzetére, a tevékenység importhányadára, a hazai beszállítások minőségére és mennyiségére. Ahhoz, hogy teljes képet kapjak, a termelési láncot mélyebben is vizsgálnom kellett. Fő célom tehát az volt, hogy a teljes hazai beszállítói piramisról átfogó képet adjak. Az empirikus kutatás során négy kutatási kérdést tettem fel. Ezek a következők voltak:

- 1. Mennyire érvényesülnek a toyotizmus beszállítói hálózatra vonatkozó mintái a magyar gyakorlatban?*
- 2. Mekkora a Suzuki importhányada?*
- 3. Milyen típusú beszállító vállalatok különíthetők el a Suzuki beszállítói rendszerében?*
- 4. Milyen szerepet játszanak a magyar vállalatok az autóiipari vertikális láncban?*

2006 közepétől 2007 közepéig 30 vállalatvezetővel (köztük a Suzuki vezérigazgató-helyettesével, valamint az első- és másodvonalbeli beszállítók vezetőivel) készítettem strukturált mélyinterjút. Az eredményeket egyszerű leíró statisztikai módszerekkel elemeztem, ugyanakkor a viszonylag kis elemszám miatt ezen eszközök csak korlátozottan alkalmazhatók. A vállalati csoportok kialakításához elvégeztem egy klaszterelemzést is. Emellett néhány (az interjúk során nem közölt adat) az Igazságügyi és Rendészeti Minisztérium

Céginformációs Szolgálatának a Budapesti Corvinus Egyetem hálózatán elérhető cégkivonatából származik. A vizsgálható cégek körét sajnos több tényező is korlátozta: a vizsgált sokaság kicsi, sok cég visszautasította a részvételt kutatásban, hiányzott egy teljeskörű autóiipari adatbázis is.

A dolgozat nagy része és az empirikus felmérés az autóiipart különösen mélyen érintő válság előtt készült, így az elemzett adatok is az ezt megelőző struktúrát tükrözik. A 20. század jelképének számító autóiipar válsága jóval túlmutat akár egy egyszeri pénzügyi sokk, akár egy keresleti ciklusokból adódó visszaesésen, s láthatók egy olyan paradigmaváltás jelei, amely többek között a fogyasztói mintákat, a technológiát, a tulajdonosi szerkezeteket és ezeken keresztül a beszállítói hálózatokat is átalakítja. Így feltétlenül elemezni kellett a válság (dolgozatom szempontjából) releváns hatásait. Az autóiipar struktúrájáról, az empirikus eredmények értelmezéséről, a versenyképességről és a jövőről szóló fejezetekben ki fogok térni a válság már megmutatkozott, illetve hosszabb távon lehetséges hatásaira.

Tézisek

A külföldi vállalatok és a hazai beszállítók közti kapcsolatok mennyisége és minősége, a közvetlen beruházások integráltsága a nemzetközi példák alapján rendkívül vegyes képet mutat, s hazánkban is nagyban függ a külföldi vállalatok stratégiájától és a befogadó ország adottságaitól, a hazai vállalatok versenyképességétől, a vállalati struktúrától is. Az integráltságot szintje sok más tényezőtől is függ, ezek közül (térségünk, illetve Magyarország szempontjából) rendkívül fontos a rendszerváltáskori vállalati átalakulás módja, illetve a folyamatok útfüggő jellege. A megelőző hazai empirikus kutatások is megmutatták, hogy a privatizált vállalatok nagyobb beszállítói hányaddal, szervesebb kapcsolatokkal rendelkeznek, mint a zöldmezős beruházások [Vince,

2001; Sass-Szanyi, 2004]. Másrészt az általam végzett kutatás is alátámasztotta, hogy a vállalat megalakulásának módja, tulajdonosi köre alapvetően befolyásolja a vertikális láncban elfoglalt pozícióját. Ezen túl a Suzuki beszállítói stratégiája határozza meg a hazai vállalatok helyzetét. Első tézisem erre a problémára vonatkozik.

1. tézis

A Suzuki beszállítói rendszere nem tisztán toyotista, átmenetet képez a toyotizmus és a fordizmus között

Térségünk és Magyarország az utóbbi két évtizedben integrálódott abba a globális termelési rendszerbe, amelyet többek között a toyotizmus, az outsourcing, a rendszerintegrátorok növekvő szerepe fémjelez. A nemzetközi példák azt mutatták, hogy a gyakorlatban a fordizmus és a toyotizmus gyakran együtt is megjelenik. Természetesen a japán vállalatok még ma is sokkal közelebb állnak az egyre szélesebb körben alkalmazott toyotista elvekhez, mint a toyotista mintákat részben átvevő európai vagy amerikai versenytársaik [Brookfield-Liu, 2005].

A magyar Suzuki azonban (japán vállalat léte) nem tekinthető minden értelemben klasszikus toyotista vállalatnak, s beszállítói hálózata sem tiszta toyotista vertikális lánc. Bár a toyotizmus mintái (hosszabb távú, viszonylag mély kapcsolatok) egyértelműen láthatók voltak, az elsővonalbeli beszállítók között nem csak nagyvállalatok és rendszerintegrátorok találhatók [2].

Ennek okai főként a magyar Suzuki sajátos létrejöttében, fejlődésében, illetve méretében keresendők. A kezdetben rendkívül kis szériaszámban működő, hazai beszállítói arányokat az akkori előírások alapján növelni kénytelen vállalat erőfeszítéseket tett a hazai beszállítói kör kiépítésére, s igen sok olyan hazai kis- és középvállalat, amely más esetben csak másod- vagy harmadvonalbeli

beszállító lehetne, elsővonalbeli partnerré vált. A Suzuki méretének növekedése azonban az elmúlt néhány évben több olyan külföldi globális beszállítót hazánkba vonzott, amelynek az 1990-es évek kisebb Suzukija nem lett volna méretgazdaságos partner.

A klasszikus japán toyotizmus csak megfelelő környezetben működhet [3], azonban hazánkban kevés a hazai tulajdonú nagy- és középvállalat, így nem könnyű valódi toyotista partnereket találni. A potenciális rendszerintegrátorok hiánya az egyik oka annak, hogy a rendszer részben fordista elvek szerint működik [2].

Súlyos következmény, hogy Magyarországon nem létezik szabályos többlépcsős hazai vertikális lánc, annak ellenére sem, hogy a végtermék (jelen esetben az autó) technológiai szempontból igen komplexnek tekinthető. A létező láncok azonban átnyúlnak az országhatárokon, hiszen a nemzetközi nagyvállalatok globálisan optimalizálják beszerzésüket –ezt a jelenlegi nemzetközi kereskedelmi szabályozás egyre inkább lehetővé teszi. A toyotizmus pedig, mint már említettem, a valódi partnernek tekinthető nagyvállalatokat preferálja, és épít a meglévő globális kapcsolatokra [6].

Ezért az interjúk során nem lehetett az eredetileg tervezett koncepció szerint egy hosszú beszállítói piramist végigkövetni: nincs valódi hazai vertikum. A modularizáció, a platformok használata, a Suzuki (egészen a válságig) növekvő termelése a beszállítóktól is nagyobb méreteket követelt meg. Az eredmény, hogy csökken a hazai kisebb vállalatok versenyképessége: az autógyártók egyre tágabb rádiuszban (sokszor globálisan) keresik a beszállítókat.

A beszállítói rendszer tehát egy sajátos átmenet a toyotizmus és a fordizmus között, a vertikális lánc hazai része igen rövid, hiányos [7]. Szorosan kapcsolódik ehhez második tézisem.

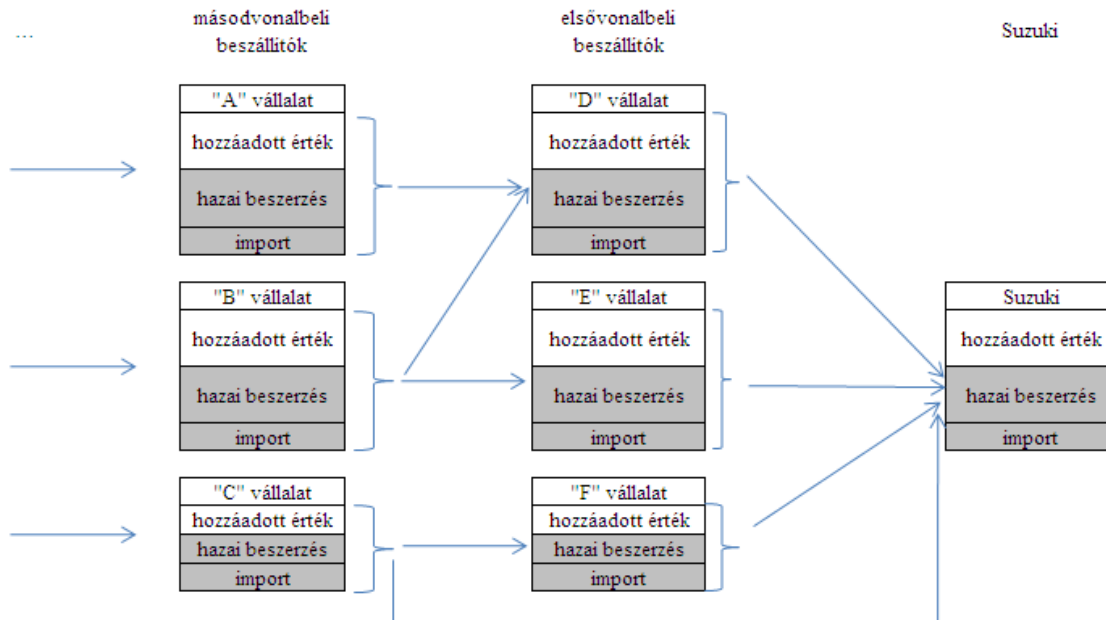
2. tézis

A magyar Suzuki importhányada a hazai vertikális lánc rövidsége, a másod- és harmadvonalbeli beszállítók hiánya miatt viszonylag magas.

A Suzukinál az 1990-es években magas volt a hazai beszállítói arány, és ma is igen sok magyarországi beszállítót alkalmaz. Csakhogy nemzetközi példák alapján feltehető az a kérdés, mekkora ebben a rendszerben a külföldi tulajdonú, hazánkban termelő, valamint a hazai tulajdonú vállalatok szerepe, s milyen hosszú a vertikális lánc [9].

A disszertációban az importhányad becslését az alábbi ábrán látható séma alapján végeztem el.

1. ábra: az importhányad becslése



Importhányadnak az $\text{import}/(\text{import} + \text{hazai beszerzés})$ arányt tekintettem. Megállapítottam, hogy az elsővonalbeli beszállítók importhányada magas, s ezen elsővonalbeli cégek nagyon kevés hazai beszállítót tudtak csupán megnevezni. Így rendkívül rövid és hiányos a beszállítói lánc hazai része. Mivel

a cégek nagy része a hozzáadott-értékről nem közölt információkat, kénytelen voltam tevékenységtípusonként egy (más, hasonló tevékenységet végző vállalat által) megadott aránnyal becsülni a hiányzó értékeket.

A mintában szereplő cégek átlagos import/árbevétel arányának kiszámításakor a Suzukitól származó árbevétellel súlyoztam, így kaptam eredményül a Suzuki teljes importhányadára 46%-ot. Mivel a megkérdezett vállalatok között (a válaszadási hajlandóságban meglévő különbségeknek köszönhetően) némiképp kevesebb a tisztán külföldi (vagyis magasabb importhányaddal rendelkező) vállalat, mindezt alsó becslésnek tekinthetjük, azaz elmondhatjuk, hogy a Suzuki beszerzéseinek importtartalma legalább 50% körül van.

A viszonylag magas importhányadnak nem csupán az az oka, hogy a beszállító vállalatok között magas a külföldi tulajdonú (ám magyarországi) vállalatok aránya, s ezek a magyar vállalatokénál magasabb importhányaddal rendelkeznek, hanem az is, hogy rendkívül rövid a vertikális lánc hazai része [4; 5].

3. tézis

A Suzuki beszállítói rendszerében négy vállalatcsoportot különíthetünk el: a hazai kisvállalkozások, a hazai középmezőny, a külföldi nagyvállalatok, illetve a megfiatalodott dinoszauruszok csoportját, ezek a vertikális láncban eltérő szerepet töltenek be.

Kutatási kérdésem volt, hogy a Suzukinak milyen beszállítói csoportjai különíthetőek el, s milyen szerepet játszanak a hazai vállalatok a magyar vállalatok az autóiipari vertikális láncban. A Suzuki hazai beszállítói között a klaszteranalízis elkülönítette a hazai kisvállalkozások, a hazai középmezőny, a külföldi nagyvállalatok, illetve a megfiatalodott dinoszauruszok csoportját [1].

A hazai kisvállalkozások többsége az 1990-es, illetve 1980-as években alakult, egy részük tipikus családi vállalkozásként. Az ebbe a csoportba tartozó vállalatok mintegy fele nem elsővonalbeli beszállító, hanem a vertikális lánc a második sorában helyezkednek el, azaz csak a Suzuki partnereivel állnak kapcsolatban. Egy részükre jellemző az egyoldalú függés, de vannak köztük több lábon álló vállalatok is. A gyártott termék és a tevékenységtípus szerint ez a klaszter igen heterogén, s korántsem állítható, hogy csak alacsony hozzáadott-értékű, bémunkaszerű tevékenységeket végeznének. Importhányaduk igen vegyes képet mutat.

A második csoport a heterogén hazai középmezőny. Egy részük egykori állami nagyvállalat volt, más részük az 1990-es években jött létre hazai kisvállalkozásként, s dinamikusan növekedett. Tevékenységét tekintve a csoport igen heterogén, egy részük alacsony hozzáadott-értékű, egyszerűbb terméket állít elő, de vannak a csoportban olyan vállalatok is, amelyek szerszámokat, célgépeket, prototípusokat gyártanak, ezek magas technológiai színvonalat képviselnek. Az egyoldalú függőség ebben a csoportban inkább kivételesnek mondható. Ezen vállalatok többsége 50% feletti importhányaddal rendelkezik.

A harmadik klaszter tagjai külföldi tulajdonban levő vállalatok: zöldmezős beruházással jöttek létre vagy privatizált cégek. Többségük mögött külföldi anyacég áll. Tevékenységük heterogén, stratégiai magas technológiai színvonalat képviselő terméket is gyártanak, de kereskedelemmel és fröccsöntéssel foglalkozók is vannak közöttük. Többségük elsővonalbeli beszállító. Importhányaduk rendkívül magas, több vállalatnál meghaladja a 90%-ot, s mindegyiknél 50% feletti.

A privatizált (ma már vegyesen magyar, külföldi, illetve vegyes tulajdonban levő) egykori állami vállalatok alkotják a negyedik csoportot, amelyek fontos hazai ipari tradíciók örökösei. A Suzuki beszállítói közül ezek tekinthetők a legnagyobb vállalatoknak. Rájuk nem jellemző az egyoldalú függés; a több

lábon állás és a kisebb kiszolgáltatottság feltétlenül nagy előnyt jelent; magas importhányaddal rendelkeznek [1; 7; 8].

A fenti vállalatcsoportok létezése oldja azt a leegyszerűsítő állítást, hogy a magyar gazdaság élesen duális jellegű, vagyis nem csak magas technológiai színvonalat képviselő külföldi nagyvállalatokra, illetve az alacsony technológiai színvonalat képviselő, tőkeszegény magyar kis- és középvállalatokra osztható.

4. tézis

A toyotizmus irányába elmozduló beszállítói rendszerekben a veszélyek és lehetőségek hatására tovább differenciálódhat a hazai beszállítói kör

A gazdasági válság az autóipart különösen mélyen érintette. Nem csupán a nagymértékű visszaesés gyakorol hatást a beszállítókra, a beszállítói rendszer mélyebb átalakulásának is szemtanúi vagyunk.

Várhatóan tovább fog növekedni az ágazat koncentrációja, mélyülni fognak a beszállítói kapcsolatok, nagyobb lesz a különböző együttműködések szerepe, illetve előtérbe kerülnek a környezetvédelmi szempontok, és a várhatóan ismét magassá váló energiaárak miatt bekövetkezik egy jelentős technológiai váltás. Mindezek változásokat generálnak a ma alapvetően toyotista elvek szerint működő beszállítói rendszerekben [2].

Kulcsfontosságú az a kérdés, hogy a magyar beszállítók meg tudják-e őrizni pozícióikat a megváltozott környezetben. A „hazai kisvállalkozások”, a „heterogén hazai középmezőny”, a „külföldi nagyvállalatok” és a „megfiatalodott dinoszauruszok” csoportja várhatóan eltérő módon fog beilleszkedni a megváltozott értékláncba, ahol elsősorban a vállalati méret, a technológiai együttműködésben való részvétel képessége válik egyre fontosabb versenyelőnyvé.

A technológiai váltás szükségessége, az új modellek piacra dobása megnöveli az autógyártók és a beszállítók közötti együttműködés jelentőségét. Másrészt a koncentráló piacon nyilvánvalóvá válhatnak a kisebb vállalatok kapacitáskorlátai, méretgazdaságosságban megmutatkozó hátrányai.

Azok a jelenlegi autóiipari beszállítók, amelyek *tőkeerősebbek, alkalmasak technológiai együttműködésre*, valószínűleg sikeresen tudnak résztvenni az újabb modellek részegységeinek beszállításáért folyó, várhatóan igen nagy versenyben. Számukra az új rendszer hatalmas *lehetőségeket* jelent majd [2]. Ezek főként a külföldi tulajdonú vállalatok, illetve a megfiatalodott dinoszauruszok lehetnek, másrészt a nagyobb, versenyképesebb vállalatok a heterogén hazai középmezőny tagjai közül.

Azok a vállalatok azonban, amelyek nem tudnak megfelelni az új technológiai követelményeknek, illetve méreteik miatt árban nem tudnak versenyezni az egyre koncentráltabbá és nemzetközibbé váló piacon, ki fognak esni az közvetlen beszállítók közül. Ez a veszély a *hazai kisvállalkozásokat és a heterogén hazai középmezőny kisebb, kevésbé versenyképes képviselő tagjait fenyegeti*.

A növekvő koncentráció, a mélyülő beszállítói kapcsolatok és a technológiai váltás miatt tehát kettészakadhat a heterogén hazai vállalati kör, hiszen a hazai beszállítók többségének kapacitás- és technológiai korlátai a kialakuló új rendszerben nyilvánvalóvá válnak, míg a vállalatok egy része megváltozott környezetben is versenyképes lesz. Mindez gyökeres változásokat indíthat el a hazai beszállítói iparban [1].

Összefoglalás

A beszállítói kapcsolatok kialakulása és a hazai vállalatok transznacionális termelési rendszerekhez történő csatlakozása nagymértékben függ a fordista, toyotista rendszerek működésének sajátosságaitól éppúgy, mint a befogadó gazdaság vállalataitól. A kutatás rávilágított arra, hogy a Suzuki beszállítói rendszere magán viseli mind a toyotizmus, mind a fordizmus nyomait.

A hazai vertikális lánc nagyon rövid és hiányos, nincs szabályos, többlépcsős beszállítói piramis, ezért az interjúk során nem lehetett az eredeti kutatási koncepció szerint egy hosszú beszállítói láncot végigkövetni. Nincs valódi hazai vertikum, a létező láncok átnyúlnak az országhatárokon, hiszen a nemzetközi nagyvállalatok globálisan optimalizálják termelésüket.

Ezért a magyar Suzuki, bár az 1990-es években nagy hangsúlyt fektetett a magyarországi beszállítói hálózat fejlesztésére, ma viszonylag magas importarányal rendelkezik: becslésem ezt legalább 46%-osnak találta.

A Suzuki hazai beszállítóit klaszteranalízissel négy csoportra osztottam. A csoportok között óriási különbségeket találhatunk, nem csupán a méret, a tulajdonosi kör és a tevékenységtípus, hanem a vertikális láncban játszott szerep és az importhányad szempontjából is. A beszállítói rendszerek, nem függetlenül a válságtól, átalakulóban vannak.

Az új rendszerben a hazai beszállítók többsége kapacitás- és technológiai korlátokkal szembesülhet, míg mások az új környezetben is versenyképesek lehetnek.

Hivatkozások

Brookfield, Jonathan – Liu, Ren-Jye [2005]: The Internationalization of a Production Network and the Replication Dilemma: Building Supplier Networks in Mainland China. *Asia Pacific Journal of Management*, 22, pp. 355–380.

Hamar Judit [2003]: Mechanism of Productivity Growth through Inward Foreign Direct Investment. Kopint-Datorg. Prague Workshop, 20-21 June 2003

Hamar Judit [2001]: A külföldi és a hazai tőkével működő vállalatok szerepe a magyar iparban. *Külgazdaság*, április

Jodice, David A. [1980]: Sources of Change in Third World Regimes for Foreign Direct Investment 1968-1976. *International Organization*, Vol. 34. No. 2. Spring, 1980. pp. 177-206.

Kozma Ferenc [2001]: A tőkeáramlások etológiája – általános kérdések felvetése (III.) *Pénzügyi Szemle*, 9. szám, 809. oldal

Sass Magdolna – Szanyi Miklós [2004]: A hazai cégek és a multinacionális vállalatok közötti beszállítói kapcsolatok alakulása. *Külgazdaság*, szeptember

Smitka, Michael J. [1990]: The Invisible Handshake: The Development of the Japanese Automotive Parts Industry. *Business and Economic History*, Second Series, Vol. 19. , 1990.

Szentes Tamás [1995]: A világgazdaságtan elméleti és módszertani alapjai. Aula Kiadó, Budapest

Turnbull, P. - Oliver, N. - Wilkinson, B. (1992): „Buyer–supplier relations in the UK automotive industry: strategic implications of the Japanese manufacturing model”. *Strategic Management Journal* (13) 2: 159–168.

UNCTAD [2007]: World Investment Report 2007 – Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. United Nations Conference on Trade and Development, New York and Geneva

UNCTAD [2010]: World Investment Report, Country Fact Sheets. Hungary. <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=2441&lang=1> letöltve: 2010. május 23.

A tézispontokhoz kapcsolódó tudományos közlemények

1. Mészáros Á., A válság utáni autóiipari beszállítói rendszerek és a hazai beszállítók lehetőségei. *Vezetéstudomány*, 2010. október, pp. 19-26.
2. Mészáros, Á., Újabb lépés a toyotizmus felé? – Autóiipari beszállítói rendszerek és a válság lehetséges hatásai. *Külgazdaság*, 2010. 7-8. szám, pp. 57-75.
3. Mészáros Ádám – Szívós László: Mágusok határok nélkül. Jeffrey K. Liker: A Toyota módszer. 14 vállalatirányítási alapelv (HVG Kiadó, 2008) című könyvéről. *Köz-Gazdaság*, megjelenés alatt
4. Mészáros Á., Length of Supply Chains and Import Ratio. *Development and Finance*, 2009. 4. szám, pp. 26-34.
5. Mészáros, Á., A beszállítói lánc hossza és az importhányad. *Fejlesztés és Finanszírozás*, 2009. 4. szám pp. 26-34.
6. Mészáros, Á., Csodagyógyszertől a mellékhatásokig. in: *Magyar árok és napfény-ország. Fiatal értelmiségiek a jövő Magyarorszájáról*. Gondolat Kiadó, 2009. pp. 137-153.
7. Mészáros, Á., A fordizmus és a toyotizmus a magyar Suzuki beszállítói rendszerében. *Köz-Gazdaság*, 2009. 1. szám pp 127-144.
8. Mészáros, Á., Joining the global suppliers network: different classes of suppliers of in the Hungarian automotive industry – an empirical survey. *6th International Conference of PhD Students, University of Miskolc, 12-18 August 2007 Economics II*, pp. 253-258.
9. Mészáros, Á., A külföldi működőtőke-beruházások exportenklávé-jellege. *Külgazdaság*, 2004. 4. szám pp. 48-59.

További tudományos közlemények

10. Mészáros, Á., Science and Practice: An Optimal Balance. Book Review (60 éves Közgáz. A Jubileumi Tudományos Konferencia alkalmából készült tanulmányok). *Society and Economy* 2009. 1. szám, pp. 147–150.
11. Berki T., Mészáros, Á., „A tövit töröm, s gallya jut” Mészáros István: A tőkén túl. Közelítések az átmenet elméletéhez. Első rész. Az ellenőrizhetetlenség árnya című könyvéről. *Egyenlítő*, 2009. 1. szám pp. 21-27.
12. Mészáros, Á., Globalizációkritika tőlünk, magunknak, mindenkinek. Andor László - Farkas Péter (szerk.): Az adóparadicsomtól a zöldmozgalomig. Kritikai szócikkek a világgazdaságról és a globalizációról című könyvéről. *Eszmélet*, 2009. 80. szám pp. 106-110.
13. Mészáros, Á., Nemzetgazdaságok a transznacionális kapitalizmus korában. in Csáki Gy., Farkas P. (szerk.), *A globalizáció és hatásai. Európai válaszok*. Budapest, Napvilág Kiadó, 2008. pp. 37-56.
14. Mészáros, Á., Uralom és uralkodók. Pokol Béla Globális uralmi rend című könyvéről. *Fordulat új folyam*, 2008. 1. szám. pp. 88-91.
15. Mészáros, Á.: Szolgáltatások, infrastuktúra. In: Andor, L., Honvári, J., Losoncz, M., Mészáros, Á., Sebők, M., Szabó, Zs., Szikszai, Sz., Vígvári, A., *Magyar Gazdaság*, 21. századi enciklopédia. Budapest, Pannonica Kiadó, 2007. pp. 271-302.
16. Mészáros, Á., Regionális integrációk a világgazdaságban. In: Blahó, A. és munkaközössége, *Világgazdaságtan*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2007. pp. 251-280.
17. Mészáros, Á., Regionális integrációk a világgazdaságban. In: Blahó, A. és munkaközössége, *Világgazdaságtan*. Perfekt Kiadó, 2007. pp. 256-283.
18. Mészáros, Á. and Szabó, Zs., Designed for Patience. The Significance of International Factors in the Ukrainian and Belarusian Transitions, *Transition Studies Review*, Vol. 17, 2007. pp. 313-330.

19. Artner A., Mészáros, Á., Böcskei, B., Szigeti, P., Globalizáció alulnézetben: Elnyomott csoportok - lázadó mozgalmak: Beszélgetés Artner Annamária könyvéről. *Eszmélet*, 2007. 75. szám, pp. 129-145.
20. Mészáros, Á., Szabó, Zs., The Socioeconomic Background of the Divergence of Belarusian and Ukrainian Political Systems, *Periodica Polytechnica*, Vol. 15, 2007. pp. 11-22.
21. Árva, L., Mészáros, Á., Magyarország a globalizációban: kis- és középvállalkozók. *Andrássy úti esték sorozat*. Civil Akadémia Alapítvány, Budapest, 2007. pp. 1-27.
22. Mészáros, Á., Külföldi beruházások és transznacionális társaságok. In: Andor László (szerk.): *Világgazdaság - 21. századi enciklopédia sorozat*. Pannonica Kiadó, 2006. pp. 133-159.
23. Kacsirek, L., Árva, L., Mezősi, B., Mészáros Á., Az eltűnt piac nyomában. *Kritika*, 2005. 9. szám pp. 28-30.
24. Andor, L., Mészáros, Á., Észak Dél ellen: szabad kereskedelem, protekcionizmus és fejlesztési politikák a világgazdaságban. *Egyenlítő*, 2003. 11. szám pp. 2-8.
25. Mészáros, Á., Tőkeáramlás és függőség a transznacionalizálódó világgazdaságban. *Fordulat*, 2002. tél pp. 57-64.