

Konferenciabeszámoló

Terepkutatás a magyar gazdaságban – tudományos konferencia,
2012. november 16–17., Budapest, International Business School

PIROSKA DÓRA – LAKI MIHÁLY

„Terepkutatás a magyar gazdaságban” címmel konferenciát szerveztünk 2012. november 16–17-én Budapesten a Magyar Tudományos Akadémia KRTK Közgazdaság-tudományi Intézete és az International Business School (IBS) közös támogatásával.

A terepkutatók a gazdasági folyamatok tudományos elemzésében és vizsgálatában az utóbbi évtizedekben háttérbe szorultak a kizárólag elméleti modellekre támaszkodó, kvantitatív módszerekkel és nagy mintavétellel dolgozó kutatókkal szemben. Noha a terepkutatók hipotézisei, kérdései továbbra is relevánsak és a módszer adta érvényességi határokon belül gazdaságilag és politikailag értékes eredményeket képesek felmutatni, nehezebben találnak támogatókat kutatásaikhoz, kevesebb a számukra kiírt álláslehetőség a gazdasági kutatóintézetekben és kevesebb a bemutatkozási lehetőségük, ahol bizonyíthatnák módszereik előnyeit. Ezért is fontos, hogy áttekintést kapjunk arról, hogy ma Magyarországon milyen kérdések izgatják a terepkutatókat. Ezzel nemcsak egy szűk kutatóréteg belső világába pillanthatunk bele, hanem a szélesebb közgazdász közönség is érdekes, hasznos és izgalmas kutatási eredményeket, kérdéseket ismerhet meg.

Ez a Magyarországon ismét újszerű konferencia *bemutatkozási lehetőséget* teremtett a magyar gazdaságot napjainkban a terepkutatás módszerével vizsgáló kutatóknak. Rendezésével *fórumot* kívántunk teremteni a számos városban, különféle tanszékeken és intézetekben dolgozó kutatóknak. A lehető legszélesebb skáláját igyekeztünk felvonultatni a számukra érdekes témaköröknek. A konferencia célja

Piroska Dóra, az International Business School főiskolai docense.
E-mail cím: dpiroska@ibs-b.hu

Laki Mihály, az MTA KRTK KTI tudományos tanácsadója.
E-mail cím: laki.mihaly@krtk.mta.hu

volt az is, hogy a folyamatban lévő munkák magas színvonalú szakmai kritikát kapjanak, és így jobb minőségű cikkek, tanulmányok készüljenek.

A gazdasági folyamatok kutatásával több társadalomtudományi diszciplína foglalkozik, ezt is figyelembe véve a legszélesebb körből hívtunk meg előadókat a konferenciára. E tervünk teljesült, nagy számban jelentkeztek kutatók szociológia, politológia, néprajz, marketing, vállalat-gazdaságtani tanszékekről, egyetemekről, főiskolákról, közgazdasági és világgazdasági, valamint pénzügykutató intézetekből. Bemutatkozási lehetőséget kaptak a már bizonyított kutatók és a PhD-hallgatók is. Érkezett előadónk Miskolcra, Szegedre, Pécsre és Budapestre. Így az ország sok városában dolgozó, egymással csak ritkán találkozó terepkutatók között is hasznos párbeszéd alakulhatott ki.

A konferencián fontos szerepet szántunk a *módszertani szekciónak*, ahol a terepmunka magyarországi gyakorlatáról, nehézségeiről, módszertani megközelítésekről hangzottak el előadások. Fontosnak tartottuk ugyanis a terepkutatás során gyűjtött adatok (például: interjú, kérdőív, diskurzuselemzés, sajtófigyelés, tartalomelemzés, kvalitatív táblázat készítése) értékelésével kapcsolatos tapasztalatok megosztását, hiszen ezek az adatok a gazdasági folyamatok olyan minőségi megismerését teszik lehetővé, amelyet más módszerek nem. Ezzel kívántunk kezdeményezni a szekcióban ezen adatok gyűjtésének magyarországi nehézségeiről, a magyar vállalati szféra sajátosságairól. Kíváncsiak voltunk az előadók értékkitevére arról, hogy mennyire fontosak a terepkutatás során gyűjtött adatok és a belőlük levont következtetések az állami szférában dolgozó döntéshozóknak, vállalatoknak.

A konferencia

A konferenciát a két támogató intézmény vezetője, *Fazekas Károly* (MTA KRTK főigazgatója) és *Láng László* (IBS, rektor) nyitotta meg. *Fazekas* beszédében hangsúlyozta a konferencia újszerű, hiánypótló voltát, *Láng* pedig az IBS sajátos helyzetéből adódó (magánpénzből, állami támogatás nélkül működő gazdasági főiskola immár 20 éve), a konferenciát támogató sajátos érvekre helyezte a hangsúlyt. A programban hat szekcióban 23 előadás hangzott el. A konferencia főelőadását *Chikán Attila*, a BCE Versenyképességi Kutató Központ igazgatója tartotta.

Az első szekció címe „*Nagyvállalati magatartás Magyarországon*”. Felkért hozzászólója *Inzelt Annamária* (IKU Innovációs Kutató Központ, igazgató) volt.

A szekcióban *Szalavetz Andrea* (MTA KRTK VKI), *Keszey Tamara* (BCE, Marketing Tanszék), *Kazainé Ónodi Annamária* (BCE, Üzleti Gazdaságtan Tanszék), *Szabó Ágnes* (BCE, Vállalatgazdaságtan Intézet) adott elő.

Fontos és a terepmunka pontosító jellegéből is fakadó megállapítással indult a szekció: A magyarországi nagyvállalat jellemzően multinacionális leányvállalat. Vagyis a nagyvállalati magatartás kutatása Magyarországon jellemzően a leányvállalatok kutatása. Két előadó (*Szalavetz* és *Keszey*) használta fel nagyon leleményesen a terepkutatás módszertana adta lehetőségeket. *Szalavetz* kérdésére, hogy mekkora növekedési hatást gyakorol makroszinten, ha a multinacionális vállalat magyar leányvállalatai az értéklánc magasabb szakaszába lépnek, meglepő választ kapott. „Bár mikroszinten a funkcionális feljebb lépés mindenképpen növeli a *fel-dolgozóipari leányvállalatok* szellemi foglalkoztatottainak számát, továbbá olyan képességfelhalmozást tesz lehetővé, ami erősíti a multinacionális szervezeten belüli pozíciójukat és így közvetve a helyi kibocsátás és hozzáadott érték növekedéséhez is hozzájárul, makroszinten leginkább a kiszervezett üzleti folyamatok végzésére szakosodott *szolgáltató* cégek lesznek képesek statisztikailag számottevő növekedést generálni.” Vagyis a *Szalavetz* által feltett kérdésre interjúalanyai egy, a vártnál árnyaltabb képet alkottak.¹

Keszey is hasonlóan használta ki az interjúzás előnyeit, amikor arra kérdezett rá, hogy a magyar nagyvállalatok marketingmenedzserei mennyire tartják fontosnak a piackutató cégektől vásárolt piackutatási eredményeket. Interjúiból az derült ki, hogy a magyar marketingmenedzserek sokféleképpen használják fel a piackutatókat, a döntéshozatalon kívül a kutatások a már korábban meghozott döntések utólagos legitimizálásában is szerepet kapnak, illetve a vezetők saját autonómiájukat is erősíthetik a cégen belül a külső piackutató-szakértőtől származó (és ezért nagyobb legitimációjú) adatok segítségével. *Keszey* eredményei szerint a piackutatások ritkán vezetnek drámaian új marketingmegoldásokhoz, sokkal inkább használják azt a cégek döntési bizonytalanságaik csökkentésére, az előre felvázolt alternatívák közötti választásra.

Vagyis ha *Keszey* nem a mélyinterjú módszerét választja, kérdésére csak egy bináris változó vagy skála lehetett volna a válasz. (Igen: hasznos a piackutató cégek által készített szolgáltatás a marketingmenedzser munkájában; nem: haszontalan a piackutató cégek által készített szolgáltatás a marketingmenedzser munkájában – és a kettő közötti fokozatok.) Az interjú során kapott válasz (hasznos, de egyáltalán

¹ *Szalavetz Andrea* tanulmánya e számunkban olvasható.

nem azért, amit a kutató hipotézise megfogalmazásakor gondolt) a terepmunka sajátos nyeresége. Mind a két kutató esetében tehát olyan kutatási eredmény született, amire csak terepmunkával, esettanulmány-készítéssel van mód. Ez a lehetőség talán a terepkutatás egyik legfontosabb módszertani előnye.

„A kis- és középvállalkozások Magyarországon” szekció felkért hozzászólója *Szerb László* (Pécsi Tudományegyetem, Gazdálkodástudományi Intézet, igazgató) volt, előadói: *Lovas Kiss Antal* (Debreceni Egyetem, Néprajzi Tanszék), *Kállay László* (BCE, Kisvállalkozás-fejlesztési Központ), *Almási Anikó* (Szegedi Tudományegyetem), *Sass Magdolna* (MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet), *Csonka László* (IKU Innovációs Kutató Központ, Pénzügykutató Zrt.) voltak.

Ebben a szekcióban mutatkozott meg a legjobban a terepkutatás módszertani sokszínűsége. Az egyik szélén *Kállay László* kutatása állt, aki 1997 óta évente kérdőíves, nagy mintás felmérést végzett, amelynek célja itt is az, hogy olyan információkat gyűjtsön a kis- és középvállalati szektorról, amelyek nem tudhatók meg más adatforrásokból (például: adóbevallás, hitelezés stb.). Kérdésére, hogy mi határozza meg a kis- és középvállalatok versenyképességét, kvalitatív választ kapott: „A kis- és középvállalati szektort növekedés szempontjából differenciáltan kell kezelni (rugalmasság, dinamizmus, innovativitás).” A makroszintű kutatás végkövetkeztetése pedig a makroszintű döntéshozóknak szól: „A vállalati növekedést büntető szabályozás makronövekedés-ellenes.” A konferencián a terepkutatási módszertan szempontjából a másik szélén *Lovas Kiss Antal* néprajzkutató állt, aki egyetlen kis lélekszámú falut, Újirázst vizsgálja évtizedek óta. Elsősorban interjúmódszerre és részt vevő megfigyelésre alapozott terepmunkája során főképp a helyiek perspektíváját, az egyéni motivációk helyzetértékelését tárta fel. Kutatásának célja a rendszerváltást követő társadalmi-gazdasági változások leírása és értelmezése. Előadásában az újirázi gazdasági elit reflexióit mutatta be, ebbe beletartozott a vetélytárs gépkocsikerekének kiszűrése vagy a helyi lakosság munkával való ellátása is.

Bár *Kállay* és *Lovas* a társadalmi valóságot két, egymástól nagyon távol álló szinten vizsgálta, módszerükben azonos volt, hogy nem egy magyarázó modell érvényességét akarták igazolni, hanem olyan információt gyűjteni a valóságról, amely lehetőséget teremt a gazdasági folyamatok társadalmilag meghatározott (beágyazott) értelmezésére. Mindkét kutató a magyarázat vs megértés (*explaining vs understanding*)² értelmezési lehetőségek közül az *utóbbi* módszerét követte. A szek-

² Lásd: *Hollis-Smith* [1990].

ció többi előadásában³ mind *Csonka László*, mind *Sass Magdolna* a kis- és középvállalati szektor nem evidens nemzetköziesedésének legfrissebb folyamatait mutatta be, és azok magyarországi sajátosságait hangsúlyozta.

A konferencia főelőadása *Chikán Attila* (BCE, Versenyképességi Kutató Központ, igazgató) „*A nemzeti és a vállalati versenyképesség megítélése empirikus alapokon*” című előadása volt. *Chikán* nem mindennapi csemegével örvendeztette meg a hallgatóságot. Az 1995 óta folyó, a vállalati versenyképességet vizsgáló, nagy adatfelvételre épülő kutatássorozatának módszertani alapvetéseit mutatta be. A sokak által ismert, a magyar gazdaságpolitikát is informáló kutatás *Chikán* által bemutatott elméleti kerete és gazdaságpolitikai fókusz is változott az idők során. A mostani kutatási szakasz a 2012–2014-es időszakban leginkább azt vizsgálja, hogy melyek a gazdasági fellendülés lehetőségei és feltételei. Módszertanában pedig nemcsak a kérdőíves adatokra, hanem kiegészítő kutatási módszerekre (mint például interjú, fókuszcsoporthoz, vállalati pénzügyi adatok elemzése) is támaszkodik.

Az első nap délutánját a „*Vállalkozói magatartás*” szekció nyitotta, amelyben *Béládi Olívia* (BCE, Szociológia és Társadalompolitikai Tanszék), *Lukovszki Lívია* (Pécsi Tudományegyetem), *Szalai Júlia* (MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Szociológiai Intézet) adott elő, a felkért hozzászóló *Lengyel György* (BCE, Szociológia és Társadalompolitika Intézet) volt.

Az előző szekcióhoz hasonlóan, ahol a terepmunka mikro- és makromódszerei kerültek egymás mellé, ebbe a szekcióba is két eltérő típus: a tapasztalt és a teljesen kezdő kutatók kerültek. *Lengyel György* hozzászólásában minden előadótól pontosítást kért. Az indokok persze eltérők, a tapasztalt kutató témájáról nagyon sokat tud, ezért írásban nem feltétlenül fogalmaz pontosan, hiszen számára evidens az, ami olvasói számára még ismeretlen. A fiatal kutató pedig azért fogalmaz pontatlanul, mert még nem tud eleget a témájáról. A *Laki–Szalai* kutatópáros megjelenés előtt álló, régi és új magyar vállalkozókat összehasonlító tanulmányával kapcsolatban többek között azt javasolta, hogy az összehasonlítás három dimenziója (történeti örökség – ezen belül piaci rések megtalálása, privatizáció –, bizalom és politikai lojalitás) alapján érdemes lenne reflektálni arra a korra, amikor a bemutatott vállalkozók sikeresek lettek. Vagyis lehetséges-e az, hogy másfajta készségek, jellemzők kellenek egy évtizeddel később, mint a 90-es évek elején? *Béládi Olívia* (vezető-

³ Az előadások alapjául szolgáló tanulmányokat lásd: *Csonka László*: Kutatás-fejlesztés és innováció a nemzetköziesedés tükrében – a magyar információtechnológiai ágazat kis- és középvállalatainak esete. *Külgazdaság*, 2012/9–10. szám, *Sass Magdolna*: Magyar orvosműszer-gyártó kis- és középvállalatok nemzetköziesedésének jellemzői és néhány tényezője. *Külgazdaság*, 2012/9–10. szám.

váltás a kis- és középvállalatokban) és *Lukovszki Livia* (vállalkozói jellemvonások) kutatásával kapcsolatban pedig pontosabb mintalehatárolást kért: pontosítást abban a tekintetben, hogy a vezetőváltás töke- vagy tudásintenzív ágazatban zajlik-e, és reflexiót a kérdések sorrendiségére.

A konferencia talán legerősebb szekciója a Pénzügykutató prominenseit felvontató „*A nemzetibajnok-kutatás*” című szekció volt, amelynek felkért hozzászólója *Valentiny Pál* volt az MTA KRTK KTI-ből. Itt adott elő *Antalóczy Katalin*, *Várhegyi Éva*, *Voszka Éva* a Pénzügykutatóból és *Vince Péter*⁴ az MTA KRTK KTI-ből.

Az előadások már korábban megjelentek,⁵ ennek ellenére nagy érdeklődéssel hallgattuk *Valentiny* nagyon alapos és kritikus hozzászólását. „Mi határozza meg a nemzeti bajnokot?” – tette fel a kérdést *Valentiny*, hiszen a kiválasztott vállalatok (OTP, MVM, Mol, Richter Gedeon) meglehetősen heterogén csoportot alkotnak. Eltérnek méret, tulajdonosi szerkezet, piaci pozíció, az iparpolitikában betöltött szerep és versenyképesség terén is. A szerzők által adott definíciót – „Tanulmányunk nemzeti bajnoknak tekinti azt a nemzetközi, globális piacokon is versenyképes vállalkozást, amely nemcsak a piaci magatartásával emelkedett ki, terjeszkedett, hanem ehhez a nemzetállam segítsége is hozzájárult” (*Antalóczy–Voszka*, 2008, 5. o.) – túlságosan tágnak találta. Úgy ítélte meg, ahhoz, hogy általánosítható kijelentéseket tegyenek a szerzők a nemzeti bajnokokkal kapcsolatban, fogódzókra, benchmarkokra van szükség. Ha ezeket a benchmarkokat kialakították a szerzők, akkor pontosítani kell a kutatás kérdését is, például a következőket. „Elengedheti-e az állam a nemzeti bajnok kezét” vagy „megéri-e állami gondoskodással (befektetéssel) nemzeti bajnokot teremteni?”. További hasznosítható módszertannak pedig a versenyszabályozás eszköztárát ajánlotta.

A „*Kutatás-módszertani megfontolások*” című szekcióban *Csanádi Mária* (MTA KRTK KTI), *Petheő Attila* (Pécsi Tudományegyetem, Gazdálkodástudományi Intézet), *Farkas Szilveszter* (BGF, Pénzügyi Intézet Tanszék) adtak elő, a felkért hozzászóló *Juhász Pál* (BCE, Szociológia és Társadalompolitika Intézet) volt.

Ennek a szekciónak – mint említettük – különös jelentőséget tulajdonítottunk a program összeállításakor, hiszen a konferencia megszervezésének egyik kiemelt célja volt a módszertani eszmecsere. Véletlenül – nagyon érdekes módon – mindhárom előadó a magyarországi terepkutatás nemzetközi integrációs nehézségeiről számolt

⁴ *Vince Péter* tanulmánya e számunkban olvasható.

⁵ Az előadások alapjául szolgáló tanulmányokat lásd: *Antalóczy Katalin*: Állami piacteremtés – nemzeti bajnok teremtése: a Richter Gedeon Nyrt. esete. *Külgazdaság*, 2008/7–8. szám; *Várhegyi Éva*: Az OTP mint nemzeti bajnok. *Külgazdaság*, 2011/7–8. szám; *Voszka Éva*: Mérleghinta. A Magyar Villamos Művek mint nemzeti bajnok. *Külgazdaság*, 20012/5–6. szám.

be eltérő nézőpontokból. Emellett a három előadó két módszertani világba engedett bepillantást. Az egyik világ *Csanádi Máriaé*, aki Magyarországról irányított kínai terepkutatást. Előadásában nagyon részletesen értékelte azokat a technikai-módszertani nehézségeket, amelyekbe kínai vállalatvezetők nagy mintás interjújának megszervezésekor ütközött. A másik világ a *Juhász–Petheő* és a *Farkas–Gubik* szerzőpárosok nagy mintás, nemzetközi adatfelmérésbe bekapcsolódó, magyarországi adatfelvételek specifikumainak világa. A Globális Vállalkozói Monitor (GEM) kutatás a London Business School és a bostoni Babson College kezdeményezésére 1999-ben indult mindössze hét ország részvételével. Azóta minden évben sor került adatfelvételre: 2011-ben 85-öt országban, köztük Magyarországon is végeztek felmérést. *Szerb László* és társai 2001 óta vesznek részt ebben a projektben, és az évek során egyre több lehetőségük nyílt arra, hogy egyrészt a minden országban feltett kérdések megfogalmazásába bekapcsolódjanak, illetve a magyar sajátosságok figyelembevételére hívják fel a felmérés vezetőit. *Farkas Szilveszter* pedig 2006-ban csatlakozott a St. Gallen-i Egyetem (Svájc) által koordinált hallgatói vállalkozói motivációk megismerését célzó nemzetközi kutatási projekthez.

A konferencia utolsó szekciója „*Terepkutatás a gazdaság különféle területein*” címmel meglehetősen heterogén előadaskört tartalmazott. *Sanja Tepavcevic* (CEU, Political Science Department), *Karsai Judit* (MTA KRTK KTI), *Balogh Péter* (BCE, Szociológia és Társadalompolitikai Tanszék), *Ságvári Bence – Lengyel Balázs* (IBS, Oktatási és Kutatási Központ) adott elő, a felkért hozzászóló *Major Iván* (MTA KRTK KTI) volt.

Major összegzése szerint *Tepavcevic* a Magyarországon működő orosz transznacionális vállalatok – a Gazprom, a Lukoil, az Air Bridge és a Sberbank –, valamint az orosz külpolitika közötti kapcsolatok elemzése során azt találta, hogy az állami külpolitika általában nem „használja” az orosz transznacionális vállalatok magyarországi leányvállalatait az orosz nemzeti érdekek képviselőjére és érvényesítésére. Az orosz vállalati érdekek – különösen akkor, amikor Oroszországgal jó viszonyt ápolni kívánó kormány van Magyarországon – általában nem különböznek más multinacionális vállalatok profitmaximalizáló törekvéseitől. A vállalati érdekek akkor „keverednek össze” külpolitikai törekvésekkel, ha a hatalmon lévő magyar kormány ideológiai-politikai okokból nem viszonyul barátságosan Oroszországhoz. *Ságvári Bence* és *Lengyel Balázs* „*Online közösségi hálózatok*” című előadása egy most induló kutatás kiindulópontjait vázolta fel. A nemzetközi elemzések módszertanát is szem előtt tartva a szerzők az online közösségi hálózatok feltérképezésére és mű-

ködésmódjuk leírására tesznek kísérletet az iwiw-hálózat vizsgálata révén. *Karsai Judit* és *Balogh Péter*⁶ tanulmányát e számban közöljük.

Záró gondolatok

Inzelt Annamária említette, hogy *Bródy András* méltatta egy cikkében a hazai esettanulmány-iskolát, amiért az képes volt feltenni azokat a kérdéseket és elmondani azt, amiről a szocialista rendszerben, a korlátozott tudományos szabadság világában, a makroszférában nem lehetett vitatkozni. Ez a megjegyzés ma is érvényes, bár ma az okok, amiért a közgazdaságtan főáramában bizonyos témákról nem lehet vitatkozni, nem politikai, hanem sokkal inkább módszertani (mi számít tudományos érvelésnek?) jellegűek.

Azt gondoljuk, hogy ez a konferencia megmutatta a hazai terepkutatás értékeit és gyengeségeit. A magyar gazdaságban napjainkban sokféle, a szélesebb szakmai közönséget érdeklő, esetenként a gazdaságpolitika döntéshozói számára hasznos kutatások folynak. Az elfogadott előadások körültekintő kutatási tevékenységet jeleznek, a kutatók adatbázisa, kutatási módszerei, elemzési eszközei és módszerei megfelelnek a nemzetközi sztenderdeknek.

Néhány előadás azonban felhívta a figyelmet az elméleti alapok hiányosságaira, még inkább az elnagyolt, esetenként pontatlan hivatkozási gyakorlatra. Egyes előadók nem indokolták kellő alaposítással, hogyan és miért választották a mintát, mennyire volt a választás tudatos és mennyiben kényszer szülte alkalmazkodás.

A konferencia a terepkutatás fokozódó nemzetköziesedését jelezte. Mind több – főként fiatal – magyar kutató vesz részt nagy nemzetközi kutatószervezetek, konzorciumok, nemzetek feletti intézmények által rendelt, szervezett kutatásokban. Az ilyen munkák nemcsak anyagi biztonságot, tanulási lehetőséget, adatbázis-hozzáférhetőséget, szervezési tapasztalatot kínálnak a hazai kutatóknak, hanem kapcsolatok építésére, publikálásra is módot adnak. A konferencián láthattuk a nem kívánt mellékhatásokat is: az összehasonlításnál elkerülhetetlen egyszerűsítést, a helyismeret, a helyi tapasztalatok nem kellő figyelembevételét, a beszállító intellektuális képességeinek kihasználatlanságát. Talán a következő – nem tudjuk hol, ki által szervezett – konferencián már alaposabban összevethetjük majd e fejlemények előnyeit és hátrányait.

⁶ *Balogh Péter* nyerte el a konferencia legjobb PhD-hallgató által készített tanulmány díját.

Hivatkozások

- Antalóczy Katalin – Voszka Éva* [2008]: Állami piacteremtés – nemzeti bajnok teremtése. *Külgazdaság*, 7–8. sz.
- Hollis, M. – Smith, S.* [1990]: *Explaining and Understanding International Relations*. Oxford, Clarendon Press.

MEGRENDELŐLAP

Megrendelem a KOPINT Konjunktúra Kutatási Alapítvány 2013. évi KÜLGAZDASÁG c. folyóiratát példányban, ára: 10 800 Ft/év, 5 400 Ft/félev.

Megrendelő neve:

Megrendelő címe:

Megrendelő postafiókcíme:

Megrendelő e-mail címe:

Telefon:

Telefax:

Ügyintéző neve, telefonszáma:

Fizetési mód: Csekken: Átutalással:

(Számlaszámunk: 11100104-19659963-10000001)

Kérjük, hogy a 2013-as megrendelésüket az alábbi elérhetőségeken jelezzék számunkra.

Külgazdaság Szerkesztősége

1112 Budapest, Budaörsi út 45. • 1518 Budapest, Pf.: 71
web: www.kulgazdasag.eu • e-mail: kulgazdasag@kopint-tarki.hu
Tel.: 309-2695 • Fax: 309-2647