

Laki Mihály–Szalai Júlia: Tíz évvel később – magyar nagyvállalkozók európai környezetben

Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest, 2013, 200 o.

A kötet a gazdasági átmenet elmúlt két évtizedének és egyúttal a mai magyar gazdaságnak az egyik legizgalmasabb, de kevésbé vizsgált kérdésével foglalkozik. A szakirodalomban sok szó esik a makrogazdasági környezet alakulásáról, azaz a monetáris és fiskális politikai feltételekről mint a magyar gazdaság lemaradásának fontos tényezőiről, de jóval kevesebb arról, hogy mi történt és történik jelenleg is a vállalati szektorban. Mi okozza a most már tartóssá vált alacsony növekedési képességet a mikrogazdaságban, milyen strukturális feszültségek terhelik a vállalkozói szektort? Mintha gyakran elfeledkeznénk arról, hogy a vállalatok – és ezen belül kiemelten a közép- és nagyvállalatok – állnak a gazdasági teljesítmény mögött, az ő magatartásuk, reakcióik és várákozásaik határozzák meg a növekedést.

A szerzők a 2000-es évek fordulóján végzett felmérésükben megkérdezett magyar közép- és nagyvállalati tulajdonosok és vállalatuk életútját követik tovább 2010-ig. A tíz évvel korábbi könyv 48, dinamikusan növekvő közép- és nagyvállalat tulajdonosával készített interjúkon alapult (*Laki–Szalai* [2004]), őket keresték meg a szerzők egy évtizeddel később. Ezenkívül feldolgozták a sajtóban megjelent vállalati híreket és a vizsgált cégek honlapján fellelhető információkat. A szerzők arra a kérdésre keresik a választ, hogy igazolódtak-e a korábbi, optimista következtetések és előrejelzéseik a közép- és nagyvállalkozói réteg fejlődéséről, dinamizmusáról, ami a 2000 környékén végzett felmérés alapján kirajzolódott. Akkori könyvükben ugyanis azzal a feltételezéssel éltek, hogy a vállalkozói réteg bővülése együtt jár a polgári átalakulás, a nagypolgári vállalkozói életforma és értékrend, valamint társadalmi szerepvállalás kialakulásával.

Nos, a szerzők újabb vizsgálati eredményei azt mutatják, hogy ez a várákozás túlzottan optimistának bizonyult: „*az egykori nagyvállalkozások nem tudtak meggyökeresedni, egyszersmind elvesztették hajdan ígéretesnek tűnt pozíciójukat*” (19. o.). Az 1998 és 2001 közötti felmérés 26 nagyvállalatából mindössze 15 tudta megőrizni vagy erősíteni a pozícióját, a többi alacsonyabb méretkategóriába csúszott vissza, vagy megszűnt, illetve nem volt fellelhető (feltehetőleg ezek is megszűntek, vagy darabokra hullottak). Még aggasztóbb a középvállalatok helyzete: a 22 középvállalatból mindössze három tudott felsőbb méretkategóriába lépni, azaz nagyvállalattá válni, nyolc maradt középvállalat, 11 (a minta pontosan fele) pedig kisvállalattá zsugorodott vagy megszűnt.

Felvethető a kérdés: mennyiben általánosítható 48 közép- és nagyvállalkozó sorsa a teljes vállalati szektorra nézve. A szerzők maguk is utalnak azokra a kétségekre,

amelyek a statisztikai értelemben véve nem reprezentatív, kisméretű minta alkalmasságával kapcsolatban felmerültek. A minta ugyan kicsi, de mint cseppben a tenger mutatja be a vállalkozói szektor megannyi problémáját.

A vizsgálat eredményeinek relevanciáját erősíti, hogy a szerzők szociológiai kutatási eredményeit a közgazdasági-statisztikai adatok teljes mértékben igazolják. A NAV vállalatSOROS anonim adatbázisa szerint 2000–2010 között a belföldi tulajdonú *közép*-vállalatok száma 3440-ről 2800-ra, az amúgy is kisszámú *nagy*vállalatoké pedig 510-ről 344-re esett. Különösen nagy volt a veszteség a hazai tulajdonú közepes méretű cégek számában 2008–2009-ben: a válság által érintett két évben majdnem 600 belföldi tulajdonú közép vállalat tűnt el a piacról. De a közép- és nagyvállalatok eróziója már a válság előtt is mérhető volt.

A 2000-es évtized tehát jelentős rombolást végzett a belföldi közép- és nagyvállalatok körében: a magyar gazdaság vállalati méretstruktúráját a további szétaprózódás, a növekedésre jellemzően kevésbé képes, inkább csak a családi kosztpénz előteremtésére (jobb esetben egy terepjáró fenntartására) alkalmas mikrovállalatok részarányának folyamatos növekedése, ugyanakkor a belföldi tulajdonú közép- és nagyvállalati réteg erodálódása jellemezte.

Meg kell jegyezni, hogy a szerzők nem a statisztikai definíció szerinti vállalatiméret-kategóriákat követik, amely közép vállalatként az 50–250 fő közötti cégeket definiálja, hanem minden 10–500 fő közötti céget (10 millió és 1 milliárd forint közötti árbevétel mellett) közép vállalatnak tekint. A szerzők által kisvállalatnak nevezett vállalat-kategória pedig statisztikai-közgazdasági értelemben mikrovállalatnak számít. A két minta tehát nem teljesen összehasonlítható, a szerzők kutatási eredménye a saját kategorizálásuk szerint azonban még lesújtóbb: a mintájukban szereplő közép vállalatok mintegy fele még a 10 fő feletti vállalatméretet sem tudta megtartani.

A könyv szociológiai vizsgálata alapján összességében az a kép rajzolódik ki, hogy az 1990-es években ígéretesen induló vállalkozók többsége vagy nem volt eléggé felkészült, vagy a törekvés hiányzott belőlük, hogy vállalatukat tovább bővítsék, terjeszkedjenek, vagy egyáltalán megtartsák a cégüket.

Ezeket a jelenségeket a könyv strukturált interjúrészetekkel illusztrálja. Ami a felkészültséget illeti, az interjúalanyok által elmondottakból azt a következtetést vonja le, hogy a 2000-es évek vállalkozói ugyan ügyesen használták ki azokat a piaci réseket, amelyek a kilencvenes években a magyar piacon a gazdaság összeomlása után keletkeztek, a 2000-es években azonban az immáron teljesen nyitott, a világpiacon versenyeznek is kített piacokon kevésbé tudták megállni a helyüket. A szocialista gazdaság állami nagyvállalataiban, esetleg a nyolcvanas években a magángazdaságban felhalmozott szakmai, vezetési, szervezési ismeretek ehhez nem bizonyultak elégségesnek. Sok esetben hiányoztak a kellő piaci ismeretek, az alkalmazkodóképesség és a nyelvtudás.

Emellett azt interjúkból az is kirajzolódik, hogy a közép- és nagyvállalkozók nem is törekedtek eléggé arra, hogy terjeszkedő és fenntartható nagyvállalatot hozzanak létre. Ennek az egyik vonulata, hogy Magyarországon nem megbecsülés, hanem inkább valamiféle gyanakvás övezi a nagyvállalati tulajdonokat és az ezzel együtt járó vagyont. Röviden: a sikeres vállalkozó nem feltétlenül népszerű Magyarországon, folyamatosan körülengi egyfajta előítélet, miszerint a gazdasági sikert (könyvelven:

a „gyors meggazdagodást”) minden bizonnyal nem tisztességes úton szerezte. Az olvasónak az a benyomása, hogy az, a szerzők által tíz évvel korábban megfogalmazott hatás, miszerint az új, felemelkedő közép- és nagyvállalkozók majd a polgári megújulás vezérfigurái lesznek, és gazdálkodási értékrendjük mintaadóvá válik, mintha a visszájára sült volna el a 2000-es években: nem ők lettek a vezérfigurák, akik befolyásolják a társadalom értékrendjét, hanem a társadalom értékrendje húzta le őket.

Míg a polgáriasodottabb országokban nagyvállalkozónak lenni dicsőség, amihez nagyfokú társadalmi megbecsültség is járul (munkahelyet teremt, adót fizet), Magyarországon korántsem csak dicsőség övezi ezt a státust. A vállalkozói toplistákat összeállító szakemberek bőségesen tudnak példát hozni arra, hogy a vállalkozók milyen sok esetben utasítják vissza a felkérést az ezekben a toplistákban való szereplésre. Szeretnének inkább rejtve maradni, amire feltehetően jó okuk van. A vállalkozókat övező bizalmatlansággal függ össze, hogy közéleti szerepvállalásuk az önkormányzatokban, szakmai szervezetekben és különböző helyi szerveződésekben a kezdeti aktivitás után a 2000-es évekre számottevően lanyhult.

A nagyvállalatok összeomlása gyakran összefügg a generációs tényezőkkel. Az nem meglepetés, hogy a megkérdezett vállalkozók a 2010-es évekre elérték a nyugdíjkorhatárt vagy legalábbis annak közelébe kerültek, hiszen az első vizsgálat idején sem voltak kifejezetten fiatalok. Az azonban igen, hogy az elemzés eredménye szerint többségüknek nem sikerült (vagy nem is törekedtek rá), hogy vállalatukban az eltelt idő alatt olyan tulajdonosi és szervezeti struktúrát alakítsanak ki, amely már „önjáró módon”, közvetlen irányításuk nélkül is képes működni. A fejlett világ közép- és nagyvállalatai ugyanis jellemzően ilyen módon növekedtek és teremtettek nemegyszer nemzetközi vállalatbirodalmat. Ennek az útja az, hogy az alapítót a cég vezetésében a család következő generációjának tagjai, vagy ha nincs ilyen, akkor újonnan bevont tulajdonosok és professzionális menedzserek váltják fel. Ez a folyamat azonban a könyvben szereplő mintában csak elvétve tapasztalható, ezért az első generáció kiválása után a cégek vagy zsugorodásnak indultak, vagy az új generáció szétszedte őket.

Miért nem sikerült a vizsgált cégeknek ezt a mintát követni, miért nem gondoskodtak a magyar közép- és nagyvállalkozók az utódlásukról (akár a családon kívüli munkatársak bevonásával), a személyüktől független szervezet létrehozásáról a vállalat további fejlődése érdekében? A szerzők erre a kérdésre részben a bizalom hiányában találják meg a magyarázatot. Többször is idézik *Fukuyama* [1997] ebben a témában született, magyarul is megjelent alapművét, amely szerint a *bizalom* a vállalati méretszerkezetet alakító egyik legfontosabb tényező. Azokban a társadalmakban, ahol nagyfokú a bizalom és az együttműködési készség, ott magasabb a nagyvállalatok aránya is. A bizalomhiány viszont lehetetlenné teszi a gazdasági közösségek kiépítését és működését is, és ahol nincs kooperációs készség, ott nem tudnak együtt dolgozni az üzleti életben sem.

A társadalmi bizalom alacsony foka okozza a családi vállalkozások magas részarányát, a külső résztvevők beengedésének korlátait, de a vállalkozók egymással szembeni konfliktusait is: a könyvben több interjúalany is hivatkozik feljelentgetésekre, személyes konfliktusok miatt jobb sorsa érdemes vállalatok szétszedésére. Az utóbbit is alátámasztják a statisztikai adatok és más empirikus vizsgálatok: a magyar gaz-

daságban az elmúlt két évtizedben vállalati szinten a szükséges *erőforrás-koncentráció* helyett inkább az erőforrások szétaprózása történt. Alig találunk példát vállalati összeolvadásokra, amelyek tökeerősebb cégeket hoznának létre, de annál több hír érkezik a vállalati szétválásokról.

A társadalmi bizalom fogalmába beleértendő az *intézményekbe* vetett bizalom is, ami az elmúlt évtizedben éppenséggel nem a stabilitással kényeztette el a vállalkozásokat, a közép- és nagyvállalatokat sem. Erre is találunk bőséges illusztrációt a könyvben. A 2000-es évtized „húzd meg–ereszd meg” gazdaságpolitikája makrogazdasági oldalról korántsem támogatta a cégek stabil növekedésének lehetőségét. Például több építőipari vállalkozás is van a mintában, amelyek egyértelmű elszenvedői voltak az évtized első felében túlfűtött ágazati expanziót követő radikális visszaesésnek 2006 és 2010 között.

Arról viszonylag kevés szó esik a könyvben, bár több interjúban azért felmerül, hogy az adóelkerülés szempontja is számottevő akadály a vállalati növekedésnek Magyarországon és más, a feketegazdaság által erősen érintett országokban, például Dél-Európában. Az adócsalást az interjúalanyok legfeljebb mint a versenytársak nemtelen eszközét említik, ami számukra versenyhátrányt jelent. Empirikus vizsgálatok anekdotikus információiból azonban tudjuk, hogy számos esetben a vállalatok azért nem kívánnak „nagyra nőni”, hanem még terjeszkedés esetén is inkább több kisvállalatot alapítanak, illetve olykor szétszednek meglévő nagyvállalatokat is, mert így tudják kiaknázni a fekete-szürke gazdaság eszközeit. Egy nagyvállalat szükség-szerűen szigorú elszámolási rendjébe nehezen illeszthető be a munkatársak zsebbe fizetése vagy a forgalmi adó nélküli forgalom.

A piacgazdaság törvényszerűségeit ismerve, fel lehetne vetni, hogy a mintában szereplő cégek egy részének a zsugorodása-megszűnése tulajdonképpen nem más, mint természetes piaci mozgás: egyes cégek kiemelkednek, mások zsugorodnak, vagy netán megszűnnek. Ez ugyan elsősorban a kisvállalatokra jellemző, de nagy múltú külföldi tulajdonban lévő multinacionális cégek esetében is folyamatosan tapasztalhatunk nagy bukásokat (elég, ha a német Praktiker összeomlását említjük a közelmúltból). Összgazdasági szempontból a kérdés csupán az, hogy ennek a folyamatos mozgásnak mi a végeredménye. Nemcsak a könyvből, hanem a statisztikai adatokból is az tűnik ki, hogy a kétféle mozgás eredője a közép- és nagyvállalatok zsugorodása Magyarországon. A megszűnő közepes-nagy cégek helyébe kevesebb új nagyvállalat lépett.

Ebből a szempontból tanulságos a könyvben a „régí” és az „új” vállalkozók bemutatása.

A „régiek” és az „újak”

Az 1998 és 2001 közötti felmérésben szereplő 33 közép- és nagyvállalkozó (ők alkották a „régiek” csoportját) mellett a szerzők megkérdeztek 31 olyan fiatalabb vállalkozót (az „újak” csoportja), akik az ezredforduló körül, illetve az utáni években indultak. Az ő jövőbeli pályafutásukat természetesen nem ismerjük (ezt a tíz év múlva remélhetőleg elkészülő újabb felmérésből tudhatjuk majd meg), ma legfeljebb vállalkozói adottságaikat lehet feltérképezni.

Mint a szerzők megállapítják, noha a két csoport, a „régiek” és az „újak” sok tekintetben rokon vonásokat mutatnak, ugyanakkor markáns különbségek is kirajzolódnak közöttük. Eltérnek a vállalkozóvá válás szocializációs pályái, az iskolai pályautak és a szakmaszerzés módjai is.

A szocialista rendszerben szocializálódott „régi” vállalkozókkal szemben az „új” vállalkozók jellemzően már második generációs vállalkozók, nemegyszer külföldi tanulmányokat folytattak, sőt többnyire dolgoztak is külföldön, nyelveket beszélnek. Külföldi tartózkodásuk során lehetőségük volt megismerni a nyugati munkakultúrát, vállalatvezetési stílust.

A szerzők azt tapasztalták, hogy eltérő az „újak” viszonya a külföldi nagyvállalatokhoz is: míg a „régiek” elsősorban versenytársat láttak a külföldi cégekben, az „újak” inkább megpróbálják kihasználni a velük való együttműködés lehetőségeit. Emellett nagyobb mértékben orientálódnak a külföldi piacokra, mint a „régiek”, és alkalmazkodóbban, rugalmasabban és pragmatikusabban reagálnak a piac változásaira. Ennek következtében az Európai Unióhoz való csatlakozásra is sokkal inkább lehetőségként, mint veszélyként tekintenek, ellentétben a „régiekkel” – bár a diskurzusokban az „újaknál” is rendre felmerül az EU túlbürokratizált működése, illetve a nemzeti érdekek erősebb védelmének a kívánalma.

Fontos szempont, hogy az „új” vállalkozók, akár a családi vállalatot viszik tovább, akár újat alapítanak, már nem érzik azt a vállalkozókkal szembeni gyanakvást (vagy nincs ilyen, vagy egyszerűen nem vesznek róla tudomást), amelyet a rendszerváltás idején indult elődeik tapasztaltak. Ezért magabiztosabbak. Ugyanakkor, mint a szerzők megállapítják, közéleti érdeklődésük és bármiféle közéleti szerep iránti affinitásuk csekély, nem kívánnak társadalmi közegükben vezető szerepre szert tenni.

A fentiek alapján a szerzők azt feltételezik, hogy az „újaknak” nagyobb esélyük van vállalatuk fenntartására, sőt bővítésére, mint a „régieknek”, ugyanakkor a vállalkozói nagypolgári *citoyen* szerep, közéleti szerepvállalás, közösségi aktivitás már nem jellemző rájuk, természetes terük a tágan vett család, a vállalkozás és a magánélet. Sőt a könyv egyenesen *korszakváltást említ* a „régiek” és az „újak” szűken vett gazdasági szerepei és fellépései, valamint társadalomfelfogása és világlépe között.

Ami az „új” vállalkozók gazdasági esélyeit illeti, ma még nehéz megítélni, hogy gazdasági stratégiájuk valóban sikeres lesz-e. De talán érdemes megemlíteni néhány intő jelet is, amelyek szintén az interjúkból derülnek ki. Az egyik ilyen figyelmeztető jel, hogy az „újak” innovációs teljesítménye a felmérés szerint egyáltalán nem kimagasló. Újításaik legfeljebb a már más országokban működő megoldások hazai adaptációi. Ebben a csoportban található ugyan néhány kifejezetten innovatív cég, összességében azonban az „újak” innovációs teljesítménye az interjúk tanúsága szerint nem haladja meg a „régiekét”. Márpedig számottevő innovációs teljesítmény nélkül a növekedési, sőt fennmaradási esélyek az „újak” esetében is nagyon törekenyek.

A másik ilyen intő jel a családi tulajdon kitüntetett, mondhatni szinte kizárólagos szerepe az „újak” vállalatépítésében, valamint – részben ebből fakadóan – a kis, átlátható méretű vállalatok létrehozásának preferálása, és ennek megfelelően a kisvállalkozói rutint megőrző szervezetépítési és irányítási stratégia, amelyről a szerzők beszámolnak (113. o.). Természetesen a család egyfelől védelmet és stabilitást is nyújt, másfelől azonban

a család által lehatárolt kör korlátozhatja is a vállalat terjeszkedését, emellett az „újjak” esetében is mégiscsak egyfajta bizalmatlanságról tanúskodik a „külvilággal” szemben. Ami pedig a szervezetépítési és irányítási stratégiát illeti, a kisvállalatok hálózatára épített vállalati rendszer is sajtósági irányítási stratégiát, logisztikát, tervezést és szervezést igényel. A szerzők ezt a rugalmas alkalmazkodás és gyors reagálás képességének pozitív jeleként értékelik, ami akár lehetséges is, azonban ezzel kapcsolatban merülnek fel kérdések is. A horizontális vállalatszervezés, mert lényegében itt erről van szó, a vertikális, nagyvállalatba szervezett egységekkel szemben nem teszi lehetővé a feladatok és felelőségek hierarchikus rendbe szervezését, ami felvethet vállalatirányítási problémákat. Kérdés, hogy ezzel a kihívással az „új” vállalkozók hogyan tudnak majd megbirkózni.

A közéleti szerepvállalástól való elfordulással kapcsolatban a szerzők az interjúk alapján azt a következtetést vonják le, hogy „az ország dolgaiba tevőlegesen beleszólni kívánó (nagy)polgári attitűdnek a közép- és nagyvállalati körben nemigen maradtak letéteményesei – a közért tenni kívánó citoyen mintája mintegy elpárolgott” (183. o.). ... „A nagyvállalkozói elitszerepek kezdeti ígéretes csírái tehát mára szétporladtak.” (185. o.) Ha a közéleti szerepvállalást a politikai szerepvállalással rokonítjuk, akkor ez természetesnek tekinthető. A fejlett polgári demokráciákban nem (vagy csak elvétve) jellemző, hogy a vállalkozók politikai szerepet vállalnak. A kilencvenes években kivételes és átmeneti helyzet volt az, hogy Magyarországon – és más rendszerváltó országokban – a vállalkozók és értelmiségiek tömegesen kapcsolódtak be a politikába. A közéleti szerepvállalás más terepeit illetően azonban – akár a helyi közösségekben, akár a szakmai szervezetekben – talán lehetünk egy kicsit optimistábbak: az olvasónak az a benyomása, hogy ha az „új” vállalkozók valóban sikeresek maradnak, akkor közösségi szerepük mintegy elkerülhetetlenül fel fog értékelődni.

Összefoglalva: rendkívül tanulságos könyvet vesz a kezébe az olvasó, amely számos adalékkal járul hozzá a mai magyar közép- és nagyvállalkozói réteg magatartásának és törekvéseinek – a gazdaság meghatározó tényezőinek – megértéséhez. Mert sosem szabad elfelejtkeznünk arról, hogy a GDP-t túlnyomórészt a vállalatok termelik meg, ehhez a gazdaságpolitika csak a kereteket és a feltételeket teremti meg. Igaz, ebben a szerepében sokat tud segíteni – vagy akár ártani – a gazdaság (a vállalati szektor) sikerességének. Ezért jó lenne, ha a gazdaságpolitika irányítói is minél nagyobb számban olvasnák ezt a könyvet.

Hivatkozások

FUKUYAMA, F. [1997]: *Bizalom*. Európa Könyvkiadó, Budapest.

LAKI MIHÁLY-SZALAI JÚLIA [2004]: *Vállalkozók vagy polgárok? A nagyvállalkozók gazdasági és társadalmi helyzetének ambivalenciái az ezredforduló Magyarországnán*. Osiris, Budapest.

Palócz Éva