

PALÓCZ ÉVA

A magyar közép- és nagyvállalatok nyomában¹

Bevezetés

A szerkesztők szándéka szerint a kötet írásai azt a kérdést járják körül, hogy milyen a magyar polgár, a magyar középosztály. Közgazdászként a magyar polgár szociológiai kérdésével nem foglalkoztam, ezért erre a kérdésre nem tudok szakszerű választ adni.

Van viszont egy kérdés, amely már jó ideje foglalkoztat, és amely talán illik a középosztály mint társadalmi és gazdasági fogalom témájához: a vállalati méretszerkezet jellemzői és változása az elmúlt évtizedekben. A tulajdonosi középosztály eszménye ugyanis nem választható el az általuk működtetett vállalkozások (különösen a közép- és nagyvállalatok) állapotától és növekedési képességétől. A vállalkozói középosztály ideális esetben nemcsak tulajdonosi, hanem egyúttal (szakmai) értelmiségi attitűddel is rendelkezik, és a középosztálybeli (azaz nem a pusztán túlélésre törekvő és alapjában véve adóelkerülésből élő) vállalkozó természetes ambíciója, hogy cégét fejlessze, bővítse, újításokat vezessen be és növelje piaci részesedését, azaz: jobb legyen másoknál.

Lucas (1978) a nemzetközi szakirodalomra nagy hatást gyakorló művében a vállalati méret alakulását a menedzseri képességekkel magyarázza: a tehetségesebb menedzserek által vezetett vállalat mérete növekszik, oda áramlik a munkaerő és a tőke, míg a kevésbé tehetségeseké zsugorodik. Ezt a gondolatot

¹ Az adatok feldolgozásáért köszönetet mondok Nagy Ágnesnek.

a cikk megjelenése óta természetesen számosan árnyalták (sőt bírálták), s valóban: a globális vállalatok világában úgy tűnhet, hogy egyre kisebb a személyiség, és egyre nagyobb az intézményi struktúrák szerepe. Az utóbbi különösen az érett korban lévő közép-nagyvállalatokra érvényes. Ugyanakkor az elmúlt évtizedekben a szemünk előtt rakétaszerűen kilövő hazai vagy külföldi vállalatok rendszerint valamilyen kiemelkedő menedzseri képességgel és szakmai hozzáértéssel rendelkező vállalkozó(k) tevékenységének az eredményei.

Az általam ismert, kifejezetten sikeres közép-nagyvállalkozók is jellemzően nemcsak jó menedzserek, hanem a szakmának is kiváló képviselői. Néhányan közülük e kötetnek is a szerzői, nem beszélve a kötet címettjéről.

A vállalati méretszerkezet alakulása Magyarországon

„Small is beautiful” – állítja a széles körben ismert és idézett mondás, amely E. F. Schumacher 1973-ban megjelent könyvének címe is volt. „A kicsi gyönyörű”-nek fordítható tételmondat – amelyet azonban magyarul szinte soha nem használunk – a rugalmas, alkalmazkodóképes kisvállalatok és a vállalkozási kedv előnyeit, a kisvállalkozási szektor munkahelyteremtő képességét, a helyi vállalkozók előnybe hozásának szükségességét emeli ki. Ez a gondolat az európai uniós projektekben és a nemzeti gazdaságpolitikákban a kisvállalatok támogatására irányuló törekvésekben ölt testet, amit a kisvállalatok gyengébb érdekérvényesítő, piacbefolyásoló, ármeghatározó ereje is indokol.

Találkozni lehet azonban az irodalomban ennek a mondásnak a folytatásával is: „...but bigger is better”, azaz „de a nagyobb jobb”. Ez az irányzat az erős nagyvállalatok jelenlétének pozitív gazdasági hatásait, a méret- és választékgazdaságossági előnyöket, valamint az innováció és a K+F eredmények alkalmazásának

előnyeit emeli ki. Ez a megközelítés is lecsapódik a gazdaságpolitikában, mert miközben minden kormány a kisvállalatok szépségét hangoztatja, előszeretettel támogatja a nagyvállalatokat (is), mert tudja, hogy jól kommunikálhatóan jelentős mennyiségű foglalkoztatás- és termelésnövekedés ettől a szegmenstől várható.

Természetesen nem arról van szó, hogy választani kellene a kis- és a nagyvállalatok között, hiszen valamennyi gazdaságot heterogén vállalati szerkezet jellemez, amelyben minden vállaltípusnak megvan a létjogosultsága. A vállalati szerkezet torzulása és hatékonyságvesztés akkor keletkezik, ha valamilyen szabályozási vagy egyéb tényező a különböző méretű vállalatok közötti erőforrás-allokációt eltéríti annak természetes folyamatától, például az új vállalatok alapítása vagy a meglévő vállalatok növekedése, és közepes vagy nagyvállalatok keletkezése előtt álló adózási és egyéb akadályok formájában.

Ilyen intézményes növekedési akadály lehet továbbá a támogatások vállalati mérethez kötése, ami igencsak jellemző, hiszen a normatív támogatások rendszerint csak kis- és középvállalatoknak járnak. Ha bizonyos támogatásokra csak a 250 fő alatti cégek jogosultak, akkor a vállalatok jelentős számban fognak a 249 fős létszámnál tömörülni annak érdekében, hogy néhány többletfő miatt ne essenek el lehetséges támogatásoktól vagy kedvezményektől.

Hasonló torzító hatás adódik, ha egyes szabályok csak bizonyos nagyságrend *felett* lépnek életbe. Franciaországban például 50 fő felett a vállalatokat elbocsátások esetén súlyos adminisztratív terhek és költségek sújtják, ezért a vállalati méret szorosan az 50 fő alatti szinten sűrűsödik (Garicano et al., 2012).

A magyarországi vállalati méretszerkezet nemzetközi összehasonlításban

Az Európai Unió országai rendkívül eltérő vállalati méretszerkezettel rendelkeznek. Az egy vállalatra jutó foglalkoztatottak átlagos számát tekintve a skála egyik végén, különösen alacsony fajlagos vállalati létszámmal, elsősorban a dél- és közép-kelet-európai országok állnak, és ahogyan haladunk az észak- és nyugat-európai országok irányába, jellemzően egyre nagyobb az átlagos vállalati méret. Németország és az Egyesült Királyság messze kimagaslik az 1 vállalatra jutó foglalkoztatottak száma terén, 11-12 fővel, miközben az EU-átlag 6,1, Magyarországon pedig 4,5 fő. Az átlagos vállalati méretszerkezeti különbségek az egyes országok között meglehetősen stabilak – a jelentős vállalatdemográfiai mozgások ellenére. Ez arra utal, hogy az egyes országokban a vállalati méretszerkezet hosszú távú és tartós jellemzői figyelhetők meg.

A nemzetközi szakirodalom korántsem egységes abban a tekintetben, hogy milyen hatással jár az eltérő vállalati méretszerkezet a gazdasági növekedésre és az átlagos termelékenységre. Ahány tanulmány, annyi eredmény és érvelés. A téma kiterjedt, de meglehetősen eklektikus nemzetközi irodalma ebben a kérdésben néha homlokegyenest eltérő következtetésekre jut, ami gyakran a módszertani különbségekből, illetve a felhasznált adatok eltéréseiből fakad.

Az eltérő eredményeket az is magyarázza, hogy az egyes vállalati szegmensek minősége és összetétele is nagyon különböző lehet. Ha például csak a mikrovállalatokat nézzük, nem mind egy, hogy közöttük mekkora részt képviselnek az alapjában véve túlélésre, csupán fennmaradásra törekvő cégek, és mekkora a dinamikus, mai divatos szóval: start up cégek aránya. Ezzel kapcsolatban Pagano–Schivardi (2011) tanulmánya például egészen arra a következtetésre jut, hogy állami támogatásra csak az újon-

nan születő kis cégek, az említett start up vállalkozások érdemei. A kisvállalatok feltétel nélküli, általános támogatása ugyanis nem ösztönzi a vállalatok növekedését, ezért ellentétes a gazdasági növekedés szempontjaival.

Abban azonban meglehetősen egységes a szakértői megítélés, hogy egy erős közép- és nagyvállalati réteg léte a gazdasági növekedés és stabilitás fontos feltétele. A közép- és nagyvállalatok a mikro- és kisvállalatok mint beszállító partnerek számára is növekedési esélyeket kínálnak.

Nos, ez utóbbi téren a magyar gazdaság szerkezete nem alakult kedvezően az utóbbi évtizedben. Az Eurostat adatai szerint 2013-ban Magyarországon mindössze 4 ezer középméretű vállalat volt, míg a hozzánk nagyjából hasonló méretű cseh gazdaságban 6500 körüli, és Ausztriában is 5 ezer feletti. A nagyvállalatok terén hasonló a helyzet: Csehországban a számuk megközelíti az 1500-at, Ausztriában meghaladja az ezret, míg a magyar gazdaságban nem éri el a nyolcszázat. Hasonló eredményt kapunk, ha a közép- és nagyvállalatoknál *foglalkoztatottak* számát (és arányát) hasonlítjuk össze.²

Ugyanakkor a nemzetgazdasági szintű adatok elfedik azokat a különbségeket, amelyek a belföldi és a külföldi tulajdonú vállalatok között figyelhetők meg. A közép- és nagyvállalatok számának és részarányának változását ezért érdemes belföldi és külföldi tulajdonú bontásban vizsgálni.

Le kell szögezni, hogy a belföldi és a külföldi tulajdonú vállalatok megkülönböztetése semmiféle értékválasztást nem jelez, és különösen nem jelenti a külföldi vállalatok bármilyen negatív megkülönböztetését. A külföldi tőkeberuházásoknak nagy jelentőségük van egy felzárkózni kívánó, de tőkehiányos országban:

² A nemzetközi gyakorlatnak megfelelően a méret szerinti definíció a következő: mikrovállalat a 10 fő alatti, kisvállalat 10–49 fő közötti, közepes vállalat 50–249 fő közötti, nagyvállalat a 250 fő feletti cégek. A precíz definíció a foglalkoztatottak számán kívül árbevételi (és/vagy mérlegfőösszeg) határokat is alkalmaz a kategorizálásban, ettől azonban jelen tanulmányban eltekintünk.

tőkét, tudást, know-how-t, piacokat és foglalkoztatási lehetőségeket, munkakultúrát hoznak a befogadó országokba. Legalább ilyen fontos ugyanakkor a belföldi tulajdonú vállalatok állapota, innováció-képessége, azaz a „szerves fejlődésre” való alkalmassága.

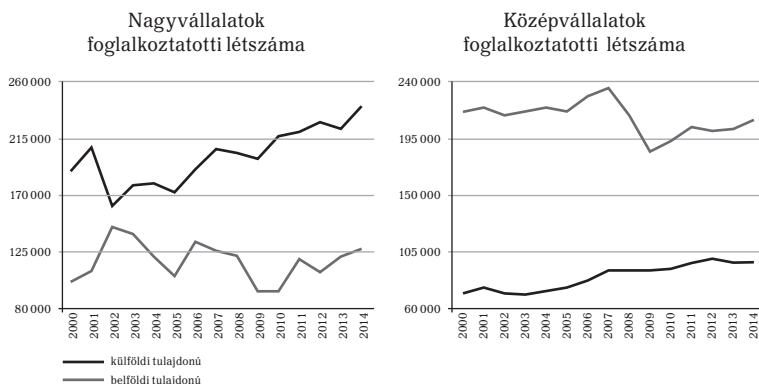
Az 1. ábra a 2000–2014 közötti időszakban mutatja a 100%-ban külföldi és a 100%-ban belföldi magántulajdonú közép- és nagyvállalatok foglalkoztatottainak számát (az állami és önkormányzati tulajdonúakat tehát nem). Az ábrából kitűnik, hogy a külföldi közép- és nagyvállalatok töretlenül bővítették létszámukat (jobb oldali grafikon), illetve hogy a nagyvállalatok 2009. évi veszteségeiket is lényegében két év alatt pótolták, és 2014-ben már 35 ezer fővel többet foglalkoztattak, mint a válság előtti évben. Eközben a 100%-ban külföldi tulajdonban lévő közép- és nagyvállalatok száma a válság előtti 819-ről 873-ra, a nagyvállalatoké 285-ről 302-re emelkedett.

A 2009. évi globális krízis azonban lényegesen nagyobb pusztítást végzett a hazai tulajdonú vállalatok körében, mint a külföldi tulajdonúaknál. 2007 és 2009 között 42 hazai nagyvállalat tűnt el a piacról, és az általuk foglalkoztatottak létszáma is 35 ezerrel csökkent. A válság utáni némi javulás is csak részleges helyreállítást hozott, mivel a belföldi magántulajdonú cégek létszáma még 2014-ben sem érte el a válság előtti csúcspontot. Hasonló a helyzet a közepes méretű cégek esetén. Az ő foglalkoztatási veszteségeik még súlyosabbak, ha figyelembe vesszük, hogy a nagyvállalati körből lecsúszott hazai cégek is feltehetőleg a közép- és nagyvállalatok számát és foglalkoztatottainak létszámát gyarapították.

A válság tehát nemcsak a hazai tulajdonú közép- és nagyvállalatok sérülékenységre mutatott rá, hanem a nagyvállalatok meglehetősen instabil helyzetére is.

1. ábra.

A 100%-ban belföldi és külföldi tulajdonú közép- és nagyvállalatok létszáma 2000–2014 között (fő)



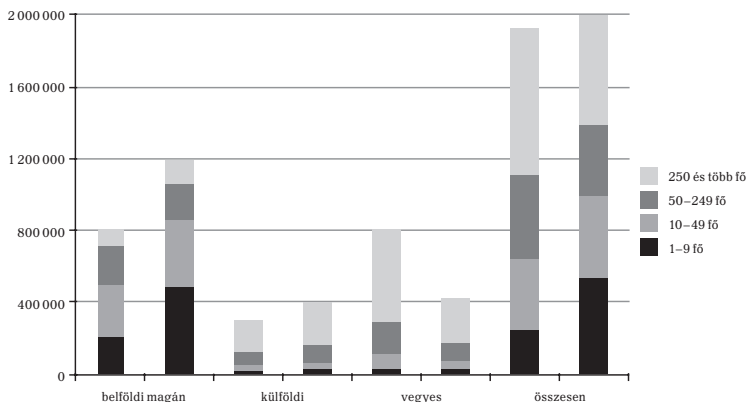
Forrás: APEH/NAV anonimizált vállalati eredménykimutatás adatbázisa

Megjegyzés: Az ábrán csak a 100%-ban belföldi magán- és a 100%-ban külföldi tulajdonban lévő vállalatok foglalkoztatottai szerepelnek, a vegyes tulajdonúak és az állami-önkormányzati belföldi cégek nem.

A 2. ábra nemcsak a közép- és nagyvállalatok, hanem a teljes versenyszektor foglalkoztatási szerkezetét mutatja 2000–2014 között – itt már a vegyes tulajdonú cégeket is figyelembe véve. Mint látható, a *vegyes (külföldi-belföldi) tulajdon* egyre kevésbé jellemző a magyar gazdaságban: számuk az elmúlt két évtizedben folyamatosan csökkent. A rendszerváltás elején nagy számban jelentek meg vegyes, belföldi és külföldi tulajdoni összetételű cégek. A külföldi tulajdonosok maguk is ambicionálták a belföldi partner bevonását, amely elsősorban a belföldi piaci ismereteket, kapcsolatokat hozta a cégbe.

2. ábra.

A foglalkoztatás szerkezete vállalati méret és tulajdon szerint
2000–2014 között (fő)



Forrás: APEH/NAV anonimizált vállalati eredménykimutatás adatbázisa

Mára azonban a belföldi cég bekapcsolásának a jelentősége nagy mértékben csökkent. Ha vannak is vegyes cégek, ott is inkább az egyik fél alacsony részaránya a jellemző, amely valamilyen kiegészítő tevékenységet végez, elsősorban a hazai vagy a külföldi piaci kapcsolatokat biztosítja.

De mit is mutatnak a 2. ábra számai? Elsősorban azt, hogy a 2000 és 2014 közötti időszakban (amelyet a kilencvenes évek első felének transzformációs válságától már mentesnek ítélnénk) a közép- és nagyvállalatok által foglalkoztatottak száma jelentősen csökkent, míg a mikrocégeké jelentősen emelkedett, miközben a magyar versenyszektor által foglalkoztatottak száma nagyjából változatlan maradt (1,9-2 millió fő). A mikrovállalatok munkahelyei elsősorban a belföldi magántulajdonú cégek körében jöttek létre. Ez a foglalkoztatási minta azonban nem a kisvállalatok munkahelyteremtő képességét igazolja, hanem azt jelzi,

hogy a mikro- és kisvállalatok valójában a nagyobb vállalatoktól lemorzsolódó munkaerőt szívták fel. A 2000 és 2014 közötti időszak foglalkoztatási mérlege tehát abban foglalható össze, hogy *a munkaerő a nagyobb cégektől a mikro- és kisvállalatokhoz áramlott.*

Hangsúlyozni kell, hogy nem a mikro- és kisvállalatok által teremtett munkahelyek száma túl sok, hanem a hazai közép- és nagyvállalatok létszámövéülése túl kevés, ami a termelékenységi különbségek miatt korlátozza a gazdasági növekedés ütemét.

Az erőforrások szétaprózódásának néhány lehetséges oka

Fukuyama (1997) magyarul is megjelent híres könyve szerint a társadalomban meglévő bizalom szintje határozza meg az adott ország vállalati méretstruktúráját. Azokban a társadalmakban, ahol nagyfokú a bizalom és az együttműködési készség, magasabb a nagyvállalatok aránya. A bizalom terén pedig, amint azt a Tárki értékelmérései is bizonyítják, hagyományosan nem kedvező nálunk a helyzet. A statisztikai adatok mellett a Kopint-Tárki vállalati felmérései is azt bizonyítják, hogy a tőkekoncentrációhoz szükséges vállalati összeolvadások-felvásárlások helyett még ma is inkább a cégek szétválása jellemző, ami szintén nem választható el az együttműködési készség alacsony színvonalától.

A társadalmi bizalom fogalmába beleértendő az *intézményekbe vetett bizalom* is, ami szintén hat a vállalati méreterkezet-re. Az állami intézményekbe vetett bizalom befolyásolja a cégek hosszú távú terveit, amelyek a vállalatok növekedésének egyik sarkkővét jelentik. Nos, e téren az elmúlt évek gazdaságpolitikája, amely folyamatosan újraosztja a vagyonokat és a piacokat, enyhén szólva sem kedvez a vállalatok növekedési szándékának.

Emellett empirikus evidenciák támasztják alá, hogy a kisvállalatok növekedési hajlandósága nem választható el a *feke-*

tegazdaság mértékétől. Egy kisvállalat jobban el tudja titkolni bevételeit az adóhatóság elől, mint egy nagy cég, ezért a vállalatok igyekeznek kicsik maradni, hogy fel tudják használni a feketegazdaság eszközeit. Ugyanakkor a nagyvállalatok kevésbé kényszerülnek élni a feketegazdaság *ezen* eszközeivel (rendelkezésükre állnak az „adóoptimalizálás” sokkal szofisztikáltabb formái). Az eredmény: sok kis cég egyfelől és néhány nagyvállalat másfelől, miközben a közepes méretű vállalatok hiányoznak.

Meg kell állapítanunk, hogy gyakran a megfelelő piaci és menedzser-ismeretek is hiányoznak a magyar vállalkozóknál. Ide tartozik a nyelvismeret, ami az export növelésében akadályozza a vállalkozókat. Holott 2006 óta, amikor elkezdődött a fiskális kiigazítási törekvések miatti gazdasági lejtmenet Magyarországon, az export jelentette a szinte kizárólagos kitörési pontot a vállalatok számára.

A vállalatok elmúlt évtizedbeli sorsát és a vállalkozói kudarcokat, valamint azok okait szemléletesen mutatja be Laki Mihály és Szalai Júlia vállalkozói interjúkon alapuló két könyve. Az elsőt még 2004-ben publikálták, majd a felmérést tíz évvel később megismételték (Laki–Szalai, 2004; 2014). A tíz év során bekövetkezett változásokat sommásan úgy foglalhatjuk össze, hogy a megkérdezett vállalkozók körében az 1990-es években ígéretesen induló vállalkozások jelentős része hanyatlásnak indult, esetleg meg is szűnt vagy szétvált, zsugorodott. A kezdeti vállalkozói elitszerepek csirái jórészt eltűntek, a fiatalabbak pedig eleve nem vállalkoznak hasonló társadalmi szerepek betöltésére.

Ahány eset, annyiféle történettel találkozunk Laki–Szalai könyvében a vizsgált vállalkozások hanyatlásával kapcsolatban. Összességében azonban a szerzők 2014-es felméréséből az a kép rajzolódik ki, hogy a vállalkozók nem is törekedtek eléggé arra, hogy terjeszkedő, bővülő vállalatot hozzanak létre. Az ehhez szükséges erőfeszítésekhez nem volt elegendő motivációnk. Magyarországon ugyanis a nagyvállalati tulajdonokat nem

megbecsülés, hanem inkább valamiféle gyanakvás övezi. A sikeres vállalkozó nem feltétlenül népszerű, folyamatosan körülengeli egyfajta előítélet. Míg a polgárosodottabb országokban nagyvállalkozónak lenni érdem, amelyhez nagyfokú társadalmi megbecsültség is járul (munkahelyet teremt, adót fizet), Magyarországon korántsem övezi feltétlen elismerés ezt a státust (Pálóczi, 2014).

Következtetések

Schweitzer Iván 1979-ben megjelent cikkében a *fordított piramis*ról írt, azaz annak hátrányáról, hogy a folyamatos összevonások miatt Magyarországon torz vállalati struktúra jött létre. A szocialista gazdaságot a nagyvállalatok uralták, miközben a kisvállalatok „csaknem elfogytak”.

Napjainkra ennek szinte az ellenkezője igaz. A privatizáció során a nagyvállalatokat vagy külföldiek vásárolták meg, vagy feldarabolták őket. A hazai tulajdonban és egyben maradt kevés nagyvállalat jelentős része is elbukott már az 1990-es években. Az akkori remények, amelyek a 1990-es évek első éveiben elvesztett 1 millió munkahely visszaszerzését és a hazai vállalati szektor újbóli megerősödését vizionálták, túlzottnak bizonyultak. A hazai közép- és nagyvállalatok gyengék, sérülékenyek, és számuk is elmarad a kívánatostól.

A vállalatdemográfiai adatok arra mutatnak rá, hogy a magyar gazdaságban a múlt évtizedben, vállalati szinten *a szükséges erőforrás-koncentráció helyett inkább az erőforrások szétaprózása történt*. Az empirikus elemzések azt támasztják alá, hogy számos ágazatban ma is azok a néhány fős cégek próbálnak meg – több-kevesebb sikerrel – boldogulni, amelyek az 1990-es évek elején-közepén megszűnt, nagy múltú magyar cégek romjain, azok egyes darabjaiból jöttek létre. Holott stabil és bővülésre

képes közép-nagyvállalati réteg nélkül hiányzik a gazdaság szilárd alapja. Az 1–9 fős mikrovállalkozások is – amelyek a gazdaság szövetének fontos elemét jelentik – akkor tudnak igazán boldogulni, ha létezik egy erős közép- és nagyvállalati réteg, amely megrendelőként is fontos piacot jelenthet számukra. És noha az elmúlt évtizedben újonnan alakult cégek terén is ismerünk jó néhány hazai nagyvállalati sikertörténetet, a közép- és nagyvállalati szegmensre összességében inkább a zsugorodás jellemző.

Irodalom

- Fukuyama, F., 1997: *Bizalom*, Budapest, Európa.
- Garicano, L.–LeLarge, C.–Van Reenen, J., 2012: Firm Size Distortions and the Productivity Distribution: Evidence from France, *NBER Working Paper Series*, No. 18841, 2012. február, lásd <http://www.nber.org/papers/w18841>, letöltve 2016. január 26.
- Kopint-Datorg, 2001: *A vállalati szektor tulajdoni kategóriák szerinti jellemzése 1992–2000*: „A külföldi működőtőke szerepe a magyar gazdaság fejlődésében, különös tekintettel néhány kiemelt ágazatra” című tanulmány kiegészítése a 2000. évre vonatkozó pénzügy-statisztikai és külkereskedelmi adatok alapján (témavezető: Nagy Ágnes), Budapest.
- KKA, 2010: Kopint Konjunktúrakutatási Alapítvány, *A magyar kis- és középvállalatok beszállítói szerepének erősítéséről szóló stratégia kidolgozása a gép- és gépjárműipari ágazatban: a jelenlegi helyzet tanulságai és a lehetőségek kihasználásának eszközei*, szerk. Palócz Éva, Budapest.
- Lucas, R. E., 1978: On the Size Distribution of Business Firms, *The Bell Journal of Economics*, Vol. 9. Issue 2. Autumn 1978. 508–523, lásd <http://faculty.wcas.northwestern.edu/~lchrist/papers/lucas.pdf>, letöltve 2016. január 26.

- Laki M.–Szalai J., 2004: *Vállalkozók vagy polgárok? A nagyvállalkozók gazdasági és társadalmi helyzetének ambivalenciái az ezredforduló Magyarországon*, Budapest, Osiris.
- Laki M.–Szalai J., 2014: *Tíz évvel később: magyar nagyvállalkozók európai környezetben*, Budapest, Közgazdasági Szemle Alapítvány.
- Pagano, P.–Schivardi, F., 2001: *Firm Size Distribution and Growth*, Banca D'Italia, February 2001 Number 394, lásd http://www.bancaditalia.it/publicazioni/econo/temidi/td01/td394_01/td394/tema_394.pdf, letöltve 2016. január 28.
- Palócz É., 2009: *Növekedési stratégiák a kis- és középvállalati szektorban. „Hallgat a felszín, fecseg a mély”*, Budapest, Kopint Konjunktúrakutatási Alapítvány.
- Palócz É., 2014: Könyvismertetés: Laki M.–Szalai J.: Tíz évvel később: magyar nagyvállalkozók európai környezetben, *Közgazdasági Szemle*, LXI. évf., 2014. március, 335–340.
- Schumacher, E. F., 1973: *Small Is Beautiful. As If People Mattered*, London, Blond&Briggs Ltd. (Reprint: New York, Harper&Row, 1989.)
- Schweitzer I., 1979: A hiányzó kisvállalatok: Fordított piramis, *Heti Világgazdaság*, 1979. július 21., 5.