

A regionális kapcsolatok jelentősége a KKV-k fejlődésében

Papanek Gábor¹

Az elmúlt évtizedek során a fejlett országokban legtöbbször a kis- és közepes vállalati (KKV) szféra dinamizmusa volt a gazdasági fejlődés fő motorja, s a következő években elsősorban e kör szolgáltathatja a magyar gazdaság növekedésének forrásait is. Elemi érdekünk tehát, hogy megteremtjük a KKV-k gyors teljesítmény-növelésének feltételeit. Úgy tűnik azonban, Magyarországon – a témával kapcsolatos számos közgazdasági kutatás ellenére - csak a tégazdaság egyes szakértői körében ismeretes, hogy a vállalatok közti regionális kapcsolatok is alapvető hatást gyakorolnak a KKV-k dinamizmusára. Előadásomban így, interdiszciplináris eszmecserét kezdeményezve, e kapcsolatrendszer lehetőségeit, s gondjait állítom reflektorfénybe.

Kulcsszavak: vállalkozás, növekedés, KKV

1. Bevezetés

A gazdasági növekedés „motorjainak” (forrásainak) a kérdése mind a közgazdaságtannak, mind az ebből lassan kiváló gazdálkodástudománynak hagyományos, de mindenkor vitatott témája volt, és maradt. A kutatások talán már másfél évszázada világossá tették, hogy a modern gazdaságokban egyes „intézményi” tényezők a növekedés meghatározói. A XIX. század második, s a XX. század első felében világszerte általánosan elismert volt a nagyságrendi megtakarítások fontossága, s a nagyvállalatoknak a gazdasági fejlődésben vállalt vezető szerepe (pl. e vállalatcsoport nagyobb innovativitása miatt – lásd Schumacher 1973). Az elmúlt évtizedekben azonban a vállalati méretek, illetve a gazdasági haladás közti kapcsolatrendszer kérdése is a nézet-ütközések egyik jellegzetes terepévé vált. Bár a magyar main stream közgazdaságtan az 1960-1970-es években is a szocialista nagyvállalatok fölényét, s az 1990-es évtizedben is a multiknak a gazdasági fejlődésben vállalt kulcs-szerepét hangoztatta, ez már akkor is idejétmúlt eszmerendszer volt, hiszen *Gibrat* francia mérnök és ökonóméter már 1931-ben írt doktori disszertációjában megfogalmazta azt az ismertté vált „törvényt”, hogy a vállalatok méretei, illetve növekedési ütemei közt nincs korreláció.

¹ Papanek Gábor, MTA doktora, professzor emeritus, Eszterházy Károly Főiskola (Eger).

A gyorsan növekvő *kis- és közepes vállalati* (KKV-k) a fejlett országokban *Penrose* (1959) alapművét, majd *Schumacher* 'Small is Beautiful' című (1973) könyvét² követően kerültek a figyelem előterébe. *Drucker* (1985) a KKV-sikerek indokait is megjelölte. Arra mutatott rá, hogy az 1960-1970-es évek során az USA gazdaságában – mivel a felgyorsult változások nyomán a rugalmasság a siker egyre jelentősebb feltételévé vált – sorra szűntek meg a munkahelyek az acél-, a gépkocsi-, a gumi-, és a szórakoztató elektronikai ipar korábban legfontosabb munkahelyteremtő nagyvállalatainál, illetve a kormány által finanszírozott nagy szolgáltató intézményeknél, iskoláknál, egyetemeken, kórházakban. Egyes újonnan alapított kis, valamint közepes vállalatok, pl. a Microsoft, a Netscape, a Cisco Systems, az Amazon.Com, a Yahoo, (később pl. a Google), s számos, a piaci lehetőségeket kihasználó kisebb oktatási, egészségügyi intézmény gazdasági ereje viszont szinte robbanásszerű gyorsasággal nőtt.

Régóta ismertek a KKV-k növekedésének, valamint a gazdaság fejlődésének szoros térségi összefüggései is. A tudományterület alapjait *Marshall* (1890) fektette le, amikor feltárta, hogy a lehetővé váló jelentős „külső” (pl. szállítási költség-) megtakarítások nyomán az azonos ágazatban működő vállalatok egymáshoz közeli területre települnek, s ennek nyomán „ipari³ körzetek” jönnek létre. Majd a XX. század kutatásai folyamatosan gazdagították a nézetrendszert. Megállapítást nyert pl., hogy a gazdasági körzetekben (régiókban) széleskörű „szolgáltatásokat” nyújtó központok, centrumok, illetve az e „szolgáltatásokat” igénylő vonzáskörzetek, ún. perifériák jönnek létre (*Christaller* 1966). Az USA-ban úgy találták, hogy a gazdaságilag egységes régiók viszonylag nagyok, lakosságuk 3 és 10 millió fő között mozog. Sokhelyütt tapasztalható volt továbbá, hogy a térségi összefüggések figyelmen kívül hagyása - így a térségek gazdasági adottságait (gazdasági határait, a szomszéd térségekkel kialakított munkamegosztását, népességének felkészültségét és törekvéseit) semmibe vevő ipartelepítés, a perifériák igényeitől eltérő centrumfejlesztés stb. - igen jelentősen növeli a gazdaságfejlesztési törekvések kockázatait (a kudarc esélyeit).

2. A térségek dinamizmusa

Az elmúlt évtized regionális gazdaságtani kutatásai szerint a térségi kapcsolatrendszer gyakran kap kiemelkedő szerepet a gazdasági dinamizmus gyorsításában. Ugyanis igen kedvező hatásai vannak, ha egy térségi központba nagyszámú vállalat települ, s így vállalati *hálózatok* (klaszterek)⁴ alakulnak ki. Hiszen a centrumokban

² A Times Literary Supplement a II. világháborút követően megjelent 100 legnagyobb hatású mű közé sorolta *Schumacher* könyvét (October 6, 1995, p. 39).

³ A kifejezésben az „ipari” szó az angol „industrial” szó fordítása, azaz fogalma a termelőszféra számos (üzleti) szolgáltatási ágazatára is kiterjesztett.

⁴ A cluster, network, stb. szavak használata világszerte következetlen. A hazai szóhasználat sem egységes: egyes szerzők pl. a clustert a „vállalat csoport” szóval fordították. A félreértések elkerülése érde-

működő, egymáshoz „közeli”⁵ cégek körében gyorsul az információcsere, termelési, értékesítési, vagy fejlesztési kooperációk alakulnak ki, megindul az alkalmazottak áramlása, s jelentősen nő a mindezen kapcsolatokból fakadó hozam-többlet (sziner-gia). Az egymás „közelében” dolgozó szakemberek gyakorivá váló kapcsolatai nyomán többnyire az újdonságok is valamely – innovatív – centrumban jelennek meg, és innen jutnak el a perifériákra, illetve a további centrumokba (Hägerstrand 1967, Benko 1999).

Azt az intézményt nevezzük innovatívnak, amely innovációkat valósít meg. Az innováció fogalma: „a tudás *alkalmazásának* folyamata, a termékek és szolgáltatások, valamint ezek piacainak megújítása és növelése, új eljárások *alkalmazása* a termelésben, az elosztásban és a piaci munkában, a menedzsmentben, a szervezetekben és a munkafeltételekben, a munkaerő szakmai ismereteinek bővítése és megújítása” (EC 2004).⁶

Köztudott ugyanakkor, hogy a gazdasági dinamizmus témája szempontjából a szóba hozott innováció kulcs-fogalom. Már *Schumpeter* (1911) felhívta ugyanis a figyelmet arra, hogy korunkban az innovációk a gazdasági fejlődés motorjai. Majd *Solow* iskolát teremtő (1957) növekedési elmélete szigorú matematikai összefüggésekre építve igazolta, hogy a gazdaságilag fejlett országokban *csak* az innovációktól várható jelentős gazdasági húzóerő (hiszen a fejlett országokban a növekedés klasz-szikus forrásai már kimerültek: a lakosok száma nem nő, a munkaerő bővítésének lehetőségei tehát korlátozottak, a termelésbe befektetett tőke pedig többnyire ele-gendő, ezért a technológiai színvonal változatlansága esetén a pótlólagos befektetés-nek kicsi a hozadéka). Majd az újabb elméletek – többek között *Nelson–Winter* (1982), *Dosi et al.* (1988) stb. – az innovációk gyors terjedésének feltételrendszerét is feltárták.

A továbbiakban a jelzett feltételrendszer áttekintésére koncentrálok. Elemzé-
semet arra az egyszerű összefüggésre építem, hogy *egy térség dinamizmusát az ott működő cégek fejlődési üteme határozza meg*, s a kifejtést az életgörbe fázisai (indu-lás, növekedés, érettség, hanyatlás) szerint tagolom.

kében az alábbiakban az angol szavak helyett inkább a kapcsolatrendszerek, hálók kifejezést használom.

⁵ Az új kutatások szerint korunkban a „közeli” (proximity) fogalma kiterjeszhető. Földrajzi szomszéd-ság nélkül is mód nyílhat ugyanis – pl. a fejlett hírközlés hatására – a gazdasági szereplők és intézmé-nyek együttműködésére. Az ily módon kialakítható szélesebb körű társadalmi, politikai, kulturális stb. együttműködés a közösen (is) igénybe vehető szolgáltatások költségeinek csökkentésére és így a kkv-k versenyképességének a javítására is lehetőségeket teremt (Krugman 1991 stb.).

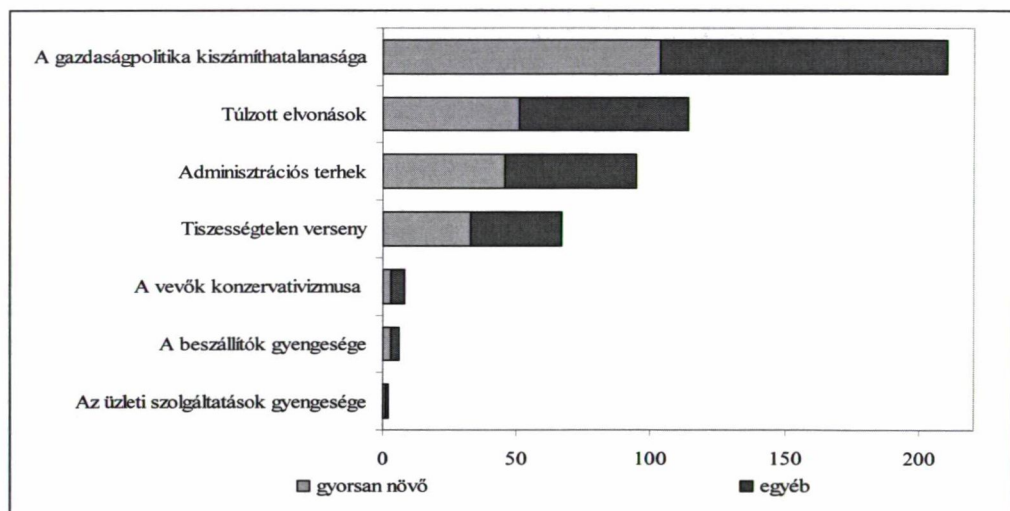
⁶ Az Oslo Kézikönyv rokon meghatározása a következő: „Az innováció új, vagy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás, új marketing módszer, vagy új szervezési-szervezeti módszer *bevezetése* az üzleti gyakorlatban, a munkahelyi szervezetben, vagy a külső kapcsolatokban.”

2.1. A vállalkozási hajlandóság

A gazdasági dinamizmus szempontjából az is nagy fontossággal bír, hogy a társadalom (egyres) tagjai a lehető legnagyobb mértékben keressék és használják ki az új üzleti lehetőségeket – s e célból, ha kell, új vállalat alapítására is vállalkozzanak.

A vállalat-indítás kérdéskörében az elmúlt évtized vállalkozási hajlandósággal (kedvvel) kapcsolatos kutatásai, kiemelten az *általános vállalkozási monitor* elemzések (General Entrepreneurship Monitor, GEM, Szerb 2005) minden gazdaságtudományi ág számára fontos ismereteket tártak fel.⁷ Mindenekelőtt megállapítást nyert, hogy a világgazdaságban a vállalkozási kedv térségek szerint is erősen differenciált, azaz intenzitása a régiók adottságaitól függ. A legszegényebb térségekben a lakosság jelentős hányada *kényszerül* „vállalat” alapítására akkor is, ha se személyében nem felkészült a cégvezetés feladatára, se a cég színvonalas működésének anyagi stb. feltételeit nem tudja megteremteni. Az anyagilag jobban ellátott gazdaságokban a vállalkozási hajlandóság többnyire alacsonyabb. Egyes fejlett térségekben azonban ismét viszonylag sokan készek vállalatot alapítani, mert vonzzák őket az ott kínáló üzleti lehetőségek.

1. ábra A növekedést fékező adott tényezőt a legfontosabbnak ítéelő válaszadók száma egy 400 cégre kiterjedő felmérésben



Forrás: András et al. (2009)

⁷ A magyar szaknyelvet illetően az is fontos felismerés volt, hogy a vállalkozás (entrepreneurship), illetve a vállalat (enterprise) szavak értelmezése eltérő. A két fogalom összekeverésének ugyanis az a veszélye, hogy (kis) vállalkozási támogatás címén meglévő szervezeteket segítünk, s elfelejtkezünk a kedvező vállalat-alapítási lehetőségek megteremtéséről.

A GEM kutatások azt is egyértelműen igazolták, hogy a magyar lakosságban a vállalkozási hajlandóság alacsony, *sok jó ötlet piaci megmértetése marad el*. A hazai kutatások sajnos csak viszonylag ritkán foglalkoznak a visszafogott vállalkozási kedv okaival. Természetesen ismertek egyes, a potenciális vállalkozók elégtelen felkészültségével, illetve a vállalkozási feltételek visszafogó hatásával kapcsolatos magyarázatok. Az ún. üzleti környezetre vonatkozóan pl. egy friss GKI telefonos interjú sorozat igen általános problémákat, s ezek hatásainak gyakoriságait állapította meg (1. ábra).

Az elmondottak alapján arra következtetünk, hogy *a gazdasági fejlődést támogatni kívánó térségi politikának módosítania kell a vállalkozási hajlandóságot visszafogó üzleti környezetet is*. Néhány, az e hajlandóság fékjeinek oldását elősegítő tennivaló (eszköz) a következő:

- a gazdálkodási alapismeretek középfokú oktatása, és a magas színvonalú vezetőképzés a térség felsőoktatásában,⁸ illetve a továbbképzésekben,
- a régió felkészült szakembereinek, oktatóinak, kutatóinak ösztönzése arra, hogy új (pl. spin-off) cégeket alapítsanak, és ezeket működtessék,
- a térségben működő vállalkozói platformok, önképző körök, érdekvédelem segítése,
- az üzleti angyalok, tanácsadó, minősítő, tanúsító intézmények támogatása,
- a vállalkozás-barát adminisztráció és adópolitika kialakulásának szorgalmazása,⁹
- a vállalkozói presztízs javítása (pl. a sikeres vállalkozókat bemutató sajtóhírek, TV műsor keretében).

A felsorolt javaslatok indokoltságára utal, hogy a hazai regionális fejlesztési koncepciókban csak kivételesen van nyoma a hasonló megfontolásoknak. Számos (talán az indokoltnál is több) térségben vannak ugyan kísérletek inkubátorház, ipari park létesítésére, sok helyütt szorgalmazzák a közlekedés (központi) fejlesztését. Többnyire még a leginkább érintett körzetek fejlesztési terveiben sincs azonban konkrét válasz alapvető kérdésekre. Húsz évvel a rendszerváltás után miért kevés (vagy drága) még mindig a városok vonzáskörzetéből piacra vitt zöldség, gyümölcs? Mi gátolja ma is szinte minden településünkön pl. a háztartási gépjavító kis műhelyek kialakulását? Miért nem születnek újjá egykor hagyományosan jó konyhájú kisvendéglőink? Miért nem épülnek újra hegyeinkben turistaházak, a Duna-parton csónakházak, a Balaton térségében az esős napokra szórakozást nyújtó létesítmények?

⁸ Jellemző, hogy bár pl. az orvosok széles körétől elvárják a vállalkozást, a szükséges tudnivalókat alig oktatják az orvosi egyetemeken.

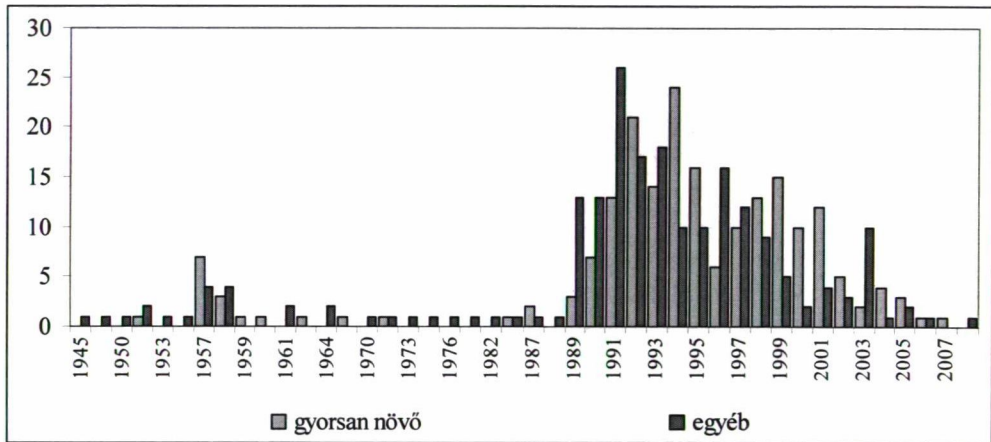
⁹ A vállalat-barát adópolitika elvi alapjait az ún. Laffer görbe adja, a lehetőségek kihasználásának mai magyar perspektíváit pedig a helyi adók „paradicsomaként” ismert Komlóska példája tanúsítja.

2.2. A cégek növekedése

A fejlett gazdaságokban számos vállalat, köztük igen sok kis cég is minden erejével törekszik kihasználni a piaci lehetőségeket. A (tartós) növekedés ennek ellenére világszerte ritka, a nagyvá válás kivételes - az esetenkénti kiugrások nyomán azonban, amint a bevezetőben jeleztem, a nemzetgazdaságok dinamizmusát meghatározó vállalatok is létrejönnek (Drucker 1985).

A magyar gazdaságban azonban, ahol a vállalkozási kedv alacsony, a meglévő cégek többsége stagnál. Az *Andrási et al.* (2009) kutatás interjúi szerint, annak ellenére, hogy két-három évig nem kevés cég képes viszonylag lendületes növekedésre, a megkérdezés 400 céget tartalmazó (véletlen) mintájában egyetlen olyan vállalatot se találtunk, amely alapítása óta kicsiből nagyvá vált. A megkérdezett, 2005-2008 között gyorsan növekvő cégek jelentős hányada már több mint 10 éve működik, s tíz egynehány év elteltével is az alapításkorhoz hasonló méretű, általában mikro-cég maradt, legfeljebb némi gyarapodással kisvállalattá vált (2. ábra).

2. ábra Adott évben alapított válaszadó cégek száma



Forrás: Andrási et al. (2009)

Az idézett kutatás kétségtelenné tette azonban azt is, hogy a XXI. század elején gazdaságunkban nem kevés a néhány évig jelentős dinamizmust elért cég sem. Ezek vizsgálata több fontos megállapítást tett lehetővé (Papanek 2010).

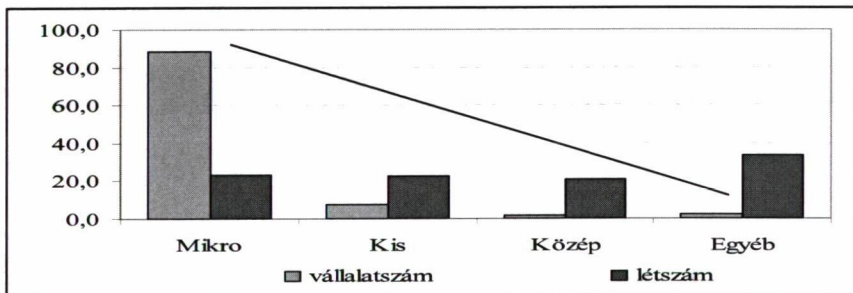
A 2005-2008-as évek során gyorsan növekvő cégek körében készített nagyszámú interjú azt állapította meg, hogy az adott időszak során a világ számos gazdaságában megszokottakhoz hasonlóan a magyar vállalatok körében is *a jó (hozzáértő, innovatív, jó kapcsolatokkal rendelkező, kitartó) vezető a siker legfontosabb feltétele*. A dolgozók sok (kis) cégnél egyértelműen állították, hogy a „Főnöknek” meghatározó szerepe van az elért eredményekben. Az állásfoglalásokkal a szakma képviselői (ha a teljesítmény e körben ismert volt) egyetértettek. Igencsak meglepő volt

azonban, hogy milyen sok kiváló cégecskéről, s vezetőiről nem tud még környeztük se.

A vizsgálati időszakra vonatkozó *adó-adatbázis* feldolgozásának fontos további tapasztalata, hogy gazdaságunkban szintén érvényesült a gazdasági fejlődésnek az a nemzetközi gyakorlatból ugyancsak ismert sajátossága, hogy *a siker nem ágazatfüggő*. A periódus gyorsan növekvő vállalatai lényegében ugyanolyan arányban oszlanak meg az ágazatok között, mint az alapsokaság cégei. A jó vezetők tehát minden, a magyar vállalatok által művelt profilban meg tudták találni, és ki tudták használni az ígéretes piaci lehetőségeket.

A vázoltak természetesen nem kérdőjelezik meg azt, hogy a gyorsan növekvő cégek száma minden térségünkben kevesebb a kívánatosnál. Hiszen KKV szféránkban – többek között az *adó-adatbázis* feldolgozásának eredményei szerint is – aránytalanul kevés mind a kis, mind a közepes cég¹⁰ (3. ábra). Így aligha vitatható, hogy *régióink fejlesztési koncepcióiban (is) kötelező célkitűzés a gyorsan növekvő cégek számának növelése*.

3. ábra A vállalatok és az alkalmazottak számának megoszlása



Forrás: Andrásfi et al. (2009)

Különösen fontos lenne KKV szféránk támogatása a *nemzetközi kapcsolatok* kialakítása és építése terén. Az *adóadatbázis* feldolgozása még a KKV-k exportját is a fejlett országokban kialakultnál sokkal szerényebb arányúnak mutatta (1. táblázat), pedig a világgazdasági integrációnak nem is a nagy piac, hanem a szorosabb szakmai kapcsolatok kialakulása, s az ezek révén megszerezhető tudás a legfontosabb hatásai.

¹⁰ Itt jegyzem meg, hogy a szóba hozott vizsgálatnál a cégek nagyság szerinti csoportosítása során nem csak az alkalmazotti létszámot, hanem a KKV törvény szerinti mind az öt kritériumot figyelembe vettük, azaz kiszűrtük a csekély létszámú, de hatalmas forgalmat lebonyolító, illetve nagyok irányítása alatt álló vállalatok adatainak torzító hatásait.

1. táblázat Az exportbevételek megoszlása (%)

	2005	2006	2007
Mikro vállalatok	3,7	3,5	3,0
Kisvállalatok	6,0	5,8	5,2
Közepes vállalatok	12,6	11,4	11,2
KKV együtt	22,3	20,6	19,4
Egyéb vállalkozások	77,7	79,4	80,6
Összes	100,0	100,0	100,0

Forrás: Andrási et al. (2009)

Megjegyzés: Pénzintézetek nélkül

Interjúink során törekedtünk a széles körben hiányzó lendület okainak a feltárására is. Úgy találtuk, a magyarázat mindenekelőtt az, hogy *még a sikeres vezetők többsége sem akarja cégét növelni*. Az ambíciókat legtöbbször a következők fogják vissza:

- a hazai munkaerő-piacon kevés az adott szektorban szükséges szakértelemmel rendelkező szakember (számos szakmában megszűnt a szakképzés, munkaképes korú népességünknek a fejlett országokban kialakultnál kisebb hányada diplomás, még kevesebb a mérnök¹¹ stb.),
- még a KKV-k sikeres alkalmazottai körében is kevesen vannak, akik ismerik és alkalmazni is képesek a nagy cégek gazdálkodási „módszereit” – s tragikusan kevesen azok, akik a nemzetközi kapcsolattartáshoz szükséges nyelvtudással és képességekkel is rendelkeznek (4. ábra),
- a legtöbb profilban hiányzik az induló, illetve gyors fejlődésre törekvő kis cégek külső finanszírozására hivatott (kockázati) tőke,
- legtöbbször túlzottan növeli a kockázatokat mind a beszállításoknak, mind az értékesítésnek a növelése,
- a gazdasági környezet, miként ezt fent jeleztük, nem vállalkozásbarát (nem kínál jogbiztonságot, bürokratikus és túladóztató).

Nyilvánvaló, ha a térségi tervezés a gazdasági sikert tekinti céljának,¹² akkor mérlegelnie kell, hogy az adott régióban jelentkeznek-e, s milyen súllyal jelentkeznek a vázolt, s ezekhez hasonló gondok, s keresnie kell az égetőeknek találtak megoldását. Az alkalmazható eszköztár egyes elemei azonosak a vállalkozási hajlandóság javítására ajánlottakkal (s az ezek megvalósítása nyomán létrejövő új cégek a vállalati hálózat – klaszter – bővülése miatt a régió már működő cégeinél is javíthatják a növekedési hajlandóságot). Néhány további javaslat az alábbiak szerint vázolható:

- Említésre méltó az is, hogy egy térség valós adottságainak, lehetőségeinek a meghatározása nem nélkülözheti az adott, gazdaságilag többé-kevésbé egysé-

¹¹ Lásd pl. OECD: Education at a Glance (2006).

¹² Elterjedt álláspont, hogy a politikusok valójában saját újraválasztásukat tekintik fő céljuknak, lásd pl. Lynn-Jay (1986).

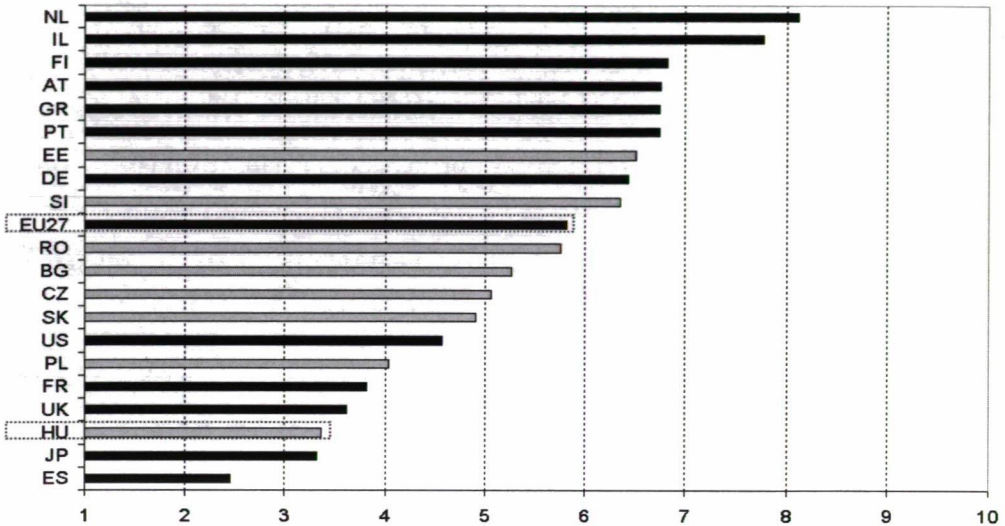
ges terület (a „régió”) valós területének, határainak tudomásul vételét. A jelenlegi magyar régiók ugyanis (az EU más régióihoz hasonlóan) adminisztratív módon, megyék összevonásával kerültek kialakításra, határaik többnyire gazdaságilag szorosan összefüggő térségeket is kettévágnak, ugyanakkor területükön több, eltérő sajátosságokkal rendelkező térség is lehet. Az e sajátosságot figyelmen kívül hagyó regionális tervezés azonban se a térség tényleges (pl. munkaerő-piaci) adottságainak és (pl. keresleti) perspektíváinak a meghatározására, se a valóban hatékony térségfejlesztési célok kitűzésére nem képes.¹³

- Minden térségünkben elkerülhetetlen a nemzetközi kapcsolatépítés kiemelt segítése: a munkavállalók nyelvismereti gondjainak az enyhítése pl. oktatásuk, konferencia-részvételük, kiküldetéseik támogatásával. A kapcsolatépítési törekvések segítésére képes „mentorok” felkutatása, a külső kereslet közvetítése (pályázat-figyelés, kooperációs partnerek keresése), a térség KKV-i számára a nemzetközi jogi képviselet megteremtése.
- A kis cégek finanszírozási gondjainak az oldása terén a fő feladat a tőkepiac fejlesztése, az üzleti angyalok, kockázatitőke társaságok segítése.
- Egyes KKV szegmensek előrehaladása jelentősen is segíthető a magyar gazdaság számos szegmensében ható monopol-pozíciók oldásával (ezek ugyanis számos térségben pl. a postai, internet-, egészségügyi stb. szolgáltatások körében is szűkítik a kínálatot és növelik az árakat).
- Bár az érdekeltek (stakeholderek) fejlesztési törekvéseinek, terveinek a felmérése elsősorban a térségi célok pontos kitűzése, valamint a megvalósítást segítő „szövetségeseknek”, illetve a várhatóan szükséges kompromisszumoknak a feltárása miatt szükséges, a közös erőfeszítésekre vonatkozó döntés sokban csökkentheti a fejlesztésekkel érintett cégek üzleti kockázatait is.

A vázolt javaslatok nem újszerűek a térgazdasági szakértők körében (hiszen a nemzetközi „jó gyakorlat” elemei). Azért szóltam róluk, mert az általam ismert hazai térségfejlesztési tervekben többnyire nem kerültek felhasználásra, s célszerűnek vélem e hiány pótlását.

¹³ A Bécs fejlesztési tervén dolgozók pl. oly módon oldották meg feladatukat, hogy figyelembe vették mind a szomszédos adminisztratív régiókból, így a Morvaországból, Nyugat-Szlovákiából, és a Dunántúlról várhatóan beáramló munkaerő-kínálatot, mind e térségek bevásárló stb. „turistáinak” igényeit.

4. ábra A nyelvtudás értékelése a vállalatok megítélésében 2008



Forrás: IMD: World Competitiveness Yearbook (2008)

Megjegyzés: 1= nem megfelelő, 10= megfelelő

2.3. A nehéz helyzetbe került vállalatok helyzetének rendezése

A gazdaságtörténet számos példája igazolja, hogy egy nehéz helyzetbe került cég helyzete olykor nem csak a felszámolásával, hanem a gondok céltudatos megoldásával is rendezhető. A regionális tervezésnek is ajánlható, hogy a problematikus cégekkel, szegmensekkel kapcsolatos stratégia kialakításánál csak akkor támogassák a kérdéses keresztmetszet megszüntetését, ha nem találtak jobb (ezen belül: kis kockázatú) lehetőségeket.

Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy a veszteséges profilok felszámolásának indokolatlan halogatása legalább ugyanakkora hiba, mint a minden körülmények nélküli felszámolás. Fontos ugyanis, hogy a nehéz helyzetű profilokban lekötött tőke szükség esetén viszonylag gyorsan (és kis költséggel) átcsoportosítható legyen az ígéretesebb üzleti területekre. A nemzetközi összehasonlítások szerint a cég-eladás, -átadás eljárásai az USA-ban egyszerűek, így a tőke átcsoportosítás problémamentes. A sokkal idő- és költség-igényesebb európai eljárások pedig jelentősen rontják az Unió versenyképességét.

A magyar gazdaságban legtöbbször igen nehéz kilépni egy üzletből; azaz a tőke átcsoportosítása bonyolult. Ezért a felkészült vezetők siker-esélyeit a tőkeátcsoportosítás egyszerűsítése is javíthatná. A feladat persze ez úttal sem ismeretlen – de e témában is az előrehaladás gyorsítására lenne szükség.

3. További feladatok

A fejezetben kifejtettek azt sugallják, hogy *a működő vállalatok siker-esélyeit növelő legfontosabb tényező valójában a (gazdaságban hasznosuló) „kultúra” terjedése/terjesztése*. S a kultúra szó e mondatban igen általános fogalom, amelynek értelmezése szükségszerűen magában foglalja a színvonalas munkavégzéshez szükséges szakmai tudásnak, s az ennek fejlesztését célzó fontos kutatásoknak, törekvéseknek az ismeretét, valamint a mindezek alkalmazásához nélkülözhetetlen készségeket és a felhasználásuk iránti elkötelezettséget is. Azonban ez az értelmezés további kiegészítésekre szorul, *Weber (1905)* alapján idesorolható pl. a (protestáns) etika, *Nonaka–Takeuchi (1998)* nyomán a munkatársak együttműködési készsége, *Mokyr (1990)* művére hivatkozva – azaz a középkori Kína gazdasági stagnálásának okait figyelembe véve - a haladásra ösztönzés, további megfontolásokra alapozva a kötelesség-tudat, illetve a vezetők karizmatikus vezetési képességei is. S bár nyilvánvaló, hogy az így definiált kultúra terjedéséhez a társadalom egészének egyetértése, sőt közreműködése szükséges, meggyőződésem, hogy az előrehaladást gyakran elsősorban a régiók értelmisége tudja támogatni.

Úgy vélem, a magyar régiók fejlődését a vázolt javaslatok megfogadása se dinamizálná a kívánatos mértékben. Valószínű ugyanis, hogy *a cég-növelési szándékokat fontolgató magyar KKV vezetők száma elsősorban annak a gazdaságpolitikai váltásnak a hatására növekedne, amely a támogatások zömét nem a nehéz helyzetbe kerülteknek, s nem is a központilag kijelölt „nyerteseknek”, hanem az önállóan is sikereseknek juttatná*. Ez azonban csak a fejlesztési források jelentős decentralizálásával, tehát az erre vonatkozó központi elhatározással valósítható meg.

A kormányzat azonban nem csak a fentiekkel, hanem a vállalat-barát üzleti környezet kialakításával is támogathatná a régióknak – s így a nemzetgazdaság egészének – a fejlődését. A legfontosabb feladatoknak a következők ítéltetők:

- versenyképes oktatási rendszer létrehozatala,
- bürokrácia csökkentése (elektronizálás),
- hatékony szabályozás, méltányos elvonási- és ellenőrzési rendszer megteremtése,
- jogbiztonság erősítése (a vagyon és a szerződések védelme), az igazságszolgáltatás erősítése, a korrupció visszaszorítása.

A kormányzati munka vállalat-barát jellegének kiemelkedő fontossága ellenére azonban mellőzöm a vázoltak részletes kifejtést, mert ez kivezetne választott tárgykörömből.

Összegzésként, gazdaságpolitikánk fő törekvése jelenleg a növekedés megindítása, s ezzel a foglalkoztatás növelése. Elemzésemmel a jelzett célok elérését kívánom támogatni. Kutatásaim arra mutatnak ugyanis, hogy a térségfejlesztés, az ismeretett javaslatok megvalósítása jelentősen segítheti a kívánatos előrehaladást.

Felhasznált irodalom

- Andrási Z. – Borsi B. – Farkas L. – Némethné P. K. – Papanek G. – Viszt E. (2009): A mikro-, kis és közepes vállalatok növekedésének feltételei. Gazdaságkutató Zrt., Budapest.
- Benko, G. (1999): *Regionális tudomány*. Dialóg Campus. Pécs – Budapest.
- Christaller, W. (1966): *Central Places in Southern Germany*. Prentice-Hall Englewood Cliffs, New Jersey.
- Dosi, G. – Freeman, C. – Nelson, R. – Silverberg, G. – Soete, L. (1988): *Technical Change and Economic Theory*. Pinter, London.
- Drucker, P.E. (1985): *Innovation and Entrepreneurship – Practice and Principles*. Heinemann, London.
- EC (2004): *Innovation Management and the Knowledge-driven Economy*. European Commission, Brussels.
- Gibrat, R. (1931): *Les inegalites économiques*. Librairie du Recueil Sirey, Paris.
- Hägerstrand, J. (1967): *Innovation diffusion as a spatial process*. University of Chicago Press, Chicago.
- IMD (2008): *World Competitiveness Yearbook 2008*. International Institute for Management Development, Lausanne.
- Krugman, P. (1991): *Geography and Trade*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Lynn, J. – Jay, A. (1986): *The complete yes Minister*. Ally Pally.
- Marshall, A. (1890): *Principles of Economics*. McMillan, London.
- Mokyr, J. (1990): *The Lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*. Oxford University Press, New York – London.
- Nelson, R. – Winter, S. (1982): *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press, Cambridge.
- Nonaka, I. – Takeuchi, H. (1998): A Theory of the Firm's Knowledge-Creation Dynamics. In Chandler, A. D. – Hagström, P. – Sölvell, Ö. (eds): *The Dynamic Firm*. Oxford University Press, Oxford.
- OECD (2006): *Education at a Glance 2006*. Paris.
- Oslo, M. (1997): *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. OECD, Paris.
- Penrose, E. (1959): *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press, Oxford.
- Schumacher, E. F. (1973): *Small is Beautiful*. Blond & Briggs.
- Schumpeter, J. (1911): *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Solow, R. (1957): Technical Change and Aggregate Production Function. *Review of Economics and Statistics*, 39. pp. 312–320.
- Szerb L. (szerk.) (2005): *Vállalkozásindítás, vállalkozói hajlandóság és a vállalkozási környezeti tényezők alakulása Magyarországon a 2000-es évek első felében*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- Weber, M. (1905): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. In *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*. 20 (1904), pp. 1–54 und 21 (1905), pp. 1–110, überarbeitet in GARS I 1–206.