

Az „ökonómizmus szentháromságának” érvényre jutása a hazai gazdaság- és vállalkozásfejlesztésben

Kiss Livia Benita

Ph.D hallgató, Pannon Egyetem Georgikon Kar,
kiss.livia.benita@georgikon.hu

Abstract: Az „ökonómizmus szentháromságát” Tóth (2012, 2016) a hatékonyság, a versenyképesség és a növekedés kulcsszavakkal határozta meg. Tanulmányom célja az volt, hogy a hazai gazdaság- és vállalkozásfejlesztés tekintetében megvizsgáljam, vajon érvényesül-e ez a megállapítás? Volt-e hatása a 2008-as gazdasági világválságnak az ökonómizmus diadalmanetére? Kutatásom 2000 és 2015 közötti időszakra, a hazai vállalkozásokra fókuszál. Eredményként azt várom, hogy szekunder statisztikai adatok segítségével sikerül bizonyítanom, ellenkező esetben megcáfolnom e nagyhatalmú szavak érvényesülését a hazai gazdasági élet vonatkozásában.

Kulcsszavak: közgazdaságtan, hatékonyság, versenyképesség, növekedés, vállalkozásfejlesztés

1 Szakirodalmi áttekintés

Tóth (2016) *Gazdasággép* című könyvében az „ökonómizmus szentháromságát” a hatékonyság, a versenyképesség és a növekedés kulcsszavakkal határozta meg. A piac három törvénye:

1. Légyel nyereséges és hatékony, a leghatékonyabb!
2. Győzd le a versenytársaidat!
3. Nőlj akkorára, amekkorára csak tudsz!

E három elemet, ha nem is tudatosan, de hajlamosak vagyunk önmagában való és felsőbbrendű jónak tekinteni.

A könyv olvasása közben született meg bennem az ötlet, hogy a hazai vállalkozásokra nézve megvizsgálom e kulcsszavakat.

A téma jelentősége

A közgazdaságtan – tudománnyá válását követően – történetét, mint minden más fejlődő és ható tudományt, belső diskussziók és különféle kutatói törekvések,

szellemi áramlatok, irányzatok együttélése jellemzi (Horváth, 1998). Minden kornak, korszaknak és minden tudománynak megvan a maga uralkodó irányzata, ami háttérbe szorítja az alternatív irányzatokat.

A jelenleg uralkodó közgazdaságtan Tóth (2016) szerint átalakult egyfajta gazdaságosság mániaávé, ökonomizmus.

Célkitűzés

A magyar vállalatok, és azon belül is a KKV-k teljesítménye és versenyképessége elmarad az EU28 átlagától, és szignifikáns a különbségük a legjobban teljesítő 10%-hoz képest (Lazányi, 2014a, 2014b, 2017) és ezen a tényen a 2008-ban kirobbant világgazdasági válság is csak rontott (Csiszárík-Kocsir et al, 2013). A válság sokkal súlyosabb hatást gyakorolt a KKV-kra, mint a nagyobb vállalatokra. A legfontosabb mutatók értéke a KKV-k száma, a foglalkoztatottság és a hozzáadott érték a 2008-as szint 90%-a körül ingadozik. 2009 és 2013 között KKV-k száma 4%-kal csökkent, több mint 22 000 KKV megszűnt, amelynek következménye a 2%-os (nettó 32 500) munkahelyek leépülése. A bruttó hozzáadott érték 6%-ot zuhant ugyanezen időszak alatt (Bárczi et al, 2016). A válság hatásának csökkentése a vállalkozások elemi érdeke volt, tartva az értékes munkaerő elvándorlásától. A munkaerő megtartása, egyben a vállalkozás életképességének megőrzése érdekében számos eszközt, módszert vetettek be a vállalkozások (Varga – Csiszárík-Kocsir, 2015). Az alacsony gazdasági teljesítőképesség nem hazai, hanem kelet-európai sajátosság, melynek eurokonformabbá tételére uniós és hazai források hívhatók le (Borzán, 2015). Kutatásom arra irányul, hogy megvizsgáljam, ha a hazai vállalkozási szektorra vetítem az „*ökonomizmus szentháromságát*”, érvényesülnek-e a hatékonyság, a versenyképesség, a növekedés kulcsszavak és ezeknek az általam értelmezett definíciói. Megvizsgálom, hogy a 2008-as gazdasági világválság milyen hatással volt a meghatározott kulcsszavak érvényesülésére hazánkban. Vizsgálatom az elmúlt 15 évre (2000-2015) terjed ki, szekunder adatok felhasználásának segítségével, mely adatokat a Központi Statisztikai Hivatal szolgáltatott.

Kutatási kérdések

Tóth (2016) megállapítását figyelembe véve tettem fel kutatási kérdéseimet és határoztam meg az alapfeltevéseimet. Érvényesül-e az „*ökonomizmus szentháromsága*” a hazai gazdasági életben? Nőtt-e számottevően a vállalkozások – különös tekintettel a nagyvállalatra – száma az elmúlt 15 évben? Az egyes ágazatokon belül milyen mértékű a versenytársak jelenléte? Hogyan alakult a vállalkozások teljesítménye? A 2008-as gazdasági világválság okozott-e törést az ökonomizmus diadalmanetében?

Hipotézisek

A témában való alaposabb tájékozódás után a következő kutatási hipotéziseket fogalmaztam meg:

H₁: A nagyvállalatok száma nőtt hazánkban és az egyes ágazatokon belüli megoszlásuk tekintetében is hasonló tendencia figyelhető meg.

H₂: A vállalatok, azon belül is a nagyvállalatok hatékonysága az elmúlt években nőtt hazánkban.

H₃: Az „*ökonimizmus szentháromsága*” érvényesül a hazai gazdaság- és vállalkozásfejlesztésben.

H₄: A 2008-as gazdasági világválság törést okozott az ökonimizmus diadalmanetében hazánkban.

A felállított hipotéziseimet szekunder adatok felhasználásával végzett elemzés segítségével igazolom vagy ellenkező esetben, cáfолоm meg.

A vállalkozások szerepe és a fejlesztésük jelentősége

A társadalmi és gazdasági fejlődés biztosítékait a különböző vállalkozások jelentik. Ezek állítják elő a különböző termékeket és szolgáltatásokat, amelyek az egyre növekvő fogyasztói igények kielégítésére szolgálnak. Nyilvánvaló, hogy fontos szerepet töltenek be az egyik legfontosabb gazdasági erőforrás, a munkaerő foglalkoztatásában. A társadalom széles rétegeinek megélhetése, jóléte alapvetően függ a vállalkozások fennmaradásától és fejlődésétől, mely folyamatban felértékelődik az állami szerepvállalás. Egyensúly tartósan, hosszú távon kizárólag javuló reál gazdasági paraméterek mellett tartható fenn. A növekvő termelékenység és a magasabb szintű, erősödő versenyképesség hosszú távon elengedhetetlen fontosságú. (Parragh, 2015)

A munkaerő hatékony alkalmazásához jelentősen hozzájárul a jól definált munkakörök kialakítása is. Ezek adott törvényi szabályozás mentén és a vállalkozás adta igények mentén alakíthatók ki. (Pató-Ernszt, 2015; Pató, 2013; Pató-Kovács, 2012) A vállalkozások adóbefizetésük révén hozzájárulnak a központi költségvetés bevételeihez, ezért a közfeladatok megoldásának, ellátásának színvonala is jelentős mértékben függ a számuktól és az eredményességüktől. A vállalkozások helyzete és a nemzetgazdaság fejlettsége között éppen ebből az okból is szoros kapcsolat és összefüggés fedezhető fel, hiszen a cégek helyzete alapvetően határozza meg egy ország helyzetét, és ez visszafelé is igaznak bizonyul (Varga et al, 2016).

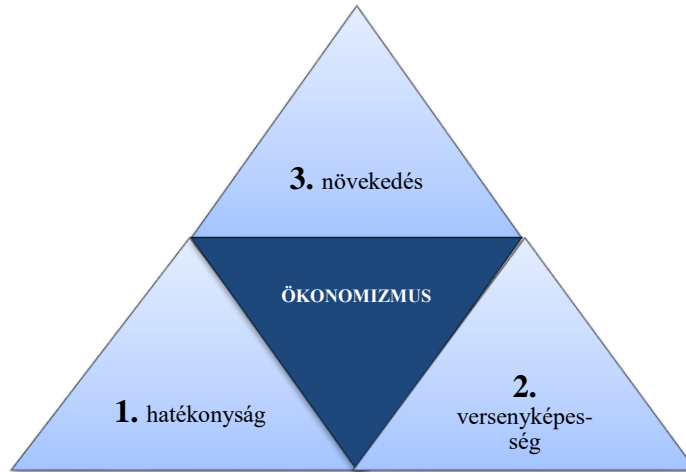
Sikeres működésük következménye a gazdasági növekedés, a jövedelmek gyarapodása, a foglalkoztatottság javulása. Ezeknek a tényezőknek akollektív hatása pedig az életszínvonal emelkedésében mutatkozik meg. A válságok azonban érzékenyen érintik a vállalkozásokat, és ezeken keresztül az egész gazdaságot és társadalmat is (Pallás-Varga, 2012).

Elmondhatjuk, hogy jövőnk alakulásának zálogai a vállalkozások, ezért meghatározó fontosságú a már működő és az újonnan létrejövő vállalkozások támogatása. Mindezek mellett fontos még az is, hogy a felsőoktatás a leendő munkavállalókat megfelelő munkerőpiaci kompetenciákkal és vállalkozói szellemmel vértesse fel (Hajós et al, 2017)

Érdemes megemlíteni, hogy a vállalkozások legnagyobb része ugyan profitmaximálásra törekszik, ugyanakkor egy kisebb szektorban lejátszódó pozitív változások eredményeként napjainkban egyre szélesebb körben elterjedt a társadalmi vállalkozások fogalma, melyek elsődleges célja nem a profitszerzés, hanem társadalmi hatás realizálása (Szegeci et al, 2016a; Szegeci et al, 2016b). Egy másik reménykeltő folyamat a nagyobb vállalatoknál megjelenő társadalmi felelősségvállalás kezdeményezések terjedése (többek nemzetközi terjeszkedés során) és a társadalmi hatások mérésére alkalmas módszertanok bevezetése (Fülöp-Bereczk, 2015; Szegeci-Bereczk, 2017). Ezzel együtt a tapasztalatok alapján a vállalkozások és vállalatok többségénél a vagyongyarapítási és profitérdek közvetlen érvényesülése az esetek többségében minden más szabályt felülír.

Ökonomizmus

Tóth (2016) a közgazdaságtant (ökonómiát) társadalomtudományként, akadémiai diszciplínaként értelmezi és megkülönbözteti az ökonomizmustól, amelyet ideológiaként, paradigmaként, sőt majdnemhogy vallásként ír le (Németh-Kiss, 2016). Ökonomizmusról akkor beszélhetünk, ha a növekedésre, gazdaságosságra, hatékonyságra és versenyképességre (1. ábra) való törekvés öncélként jelenik meg és már nem az emberi haladást szolgálja.



1. ábra: Az "ökonómizmus szentháromsága"

Forrás: Tóth (2016) alapján saját szerkesztés

Az ökonómizmus gazdaságossági mániaként is értelmezhető és felfogható. Schumacher (1991) így ír a jelenségről: *"Az elmarasztaló ítéletek mai tárházában kevés szónak van olyan lesújtó és döntő jelentése, mint a gazdaságtalannak. Ha egy tevékenységre rásütötték a gazdaságtalanság bélyegét, nemcsak hogy kérdésessé vált a létezéshez való joga, de egyszer s mindenkorra el is vettette azt. Amiről egyszer kiderült, hogy gátolja a gazdasági növekedést, az szégyenletes dolog, és ha valaki mégis ragaszkodik hozzá, azt szabotőrnek, vagy örültnek tekintik."*

Papp (151.o., 1997) az ökonómizmus nyomorúságáról írt cikkében, mely írást David Corten könyve ihletett. Az ökonómizmus definiálására a következő megközelítést fogalmazta meg: *"az ökonómizmus az a hit/tévhit/meggyőződés, amely szerint az egyes ember és a társadalmak kiegyensúlyozott létezése az anyagi javak és anyagi jellegű szolgáltatások állandón növekvő mennyiségét feltételezi. Ily módon a társadalmak minden kérdése alapvetően gazdasági kérdésként kezelhető. Ennek érdekében a társadalmak anyagi és szellemi erőforrásait a csúcstechnikák és -technológiák kifejlesztésére, a gazdaság növelésére kell koncentrálni. A feltételezett eredmény: globális virágzás, béke, egység."*

Az ökonómizmus az emberek gondolkodásmódját és az értékválasztásukat radikálisan az énközpontú felfogás irányában mozdította el. Gondolkodásmódunk egyoldalúan racionális, analitikus, redukcionista és lineáris logikájúvá változott, amely mellett az integratív módozat – intuitív, szintézisre törekvő, egészre irányuló, nem lineáris – alig kap szerepet. Értékválasztásunk ennek megfelelően az expanziót, a versengést, a mennyiséget, mint értéket, s az uralomgyakorlást helyezi előtérbe,

lemondva az integratív értékekről: megtartás, együttműködés, minőség, társviszony(Capra, 1966).

2 Anyag és módszer

A feltáró kutatások elsősorban arra irányulnak, hogy a kutatási kérdéskört mind jobban megismerjük, azonosítsuk a mérésre kerülő válaszokat, megfogalmazzuk a hipotézist (Lehota, 2001). Ezt a módszert általában akkor alkalmazzuk, ha szükséges a probléma pontosabb meghatározása, vagy azonosítani kell a lehetséges intézkedéseket. Célja a kutatással kapcsolatos probléma megismerése azzal a céllal, hogy a kutató részleteiben is megértse.

További céljai:

- a probléma meghatározása vagy a probléma pontosabb értelmezése,
- a cselekvési lehetőségek azonosítása,
- hipotézisek felállítása,
- a változók és a közöttük lévő kapcsolatok meghatározása további vizsgálatok céljából,
- a probléma megközelítéséhez áttekintés szerzése,
- a további kutatások számára prioritások megállapítása.

A feltáró kutatás alkalmazhatósága:

- Ha a kutatás folytatásához szükséges kellő ismerettel nem rendelkezünk.
- Rugalmas és módszertanilag változatos.
- A kiválasztott minta kicsi és nem reprezentatív.
- Az információszükséglet meghatározása nagy vonalakban történik.
- A primer adatok kvalitatívak és ennek megfelelően kerülnek elemzésre.
- Alkalmazható, ha még részletesebben kívánunk betekinteni az adott problémába, a végső álláspontunk kialakítása előtt.
- A kutatás fókusza folyamatosan változhat, ahogy egyre újabb és újabb szempontokat fedeznek fel.

A feltáró kutatás módszerei a szakértői megkérdezés, a próbakérdezés, a szekunder adatok és a kvalitatív kutatás. Ezek közül a szekunder adatokat alkalmaztam. A vizsgált adatokat a Központi Statisztikai Hivatal szolgáltatta. A statisztikai eredmények szemléltetésére különféle ábrákat használtam.

3 A „szentháromság“ mutatóinak vizsgálata

Tóth (2016) a piac három törvényét tehát a következőkkel határozta meg:

1. Légyel nyereséges és hatékony, a leghatékonyabb!
2. Győzd le a versenytársaidat!

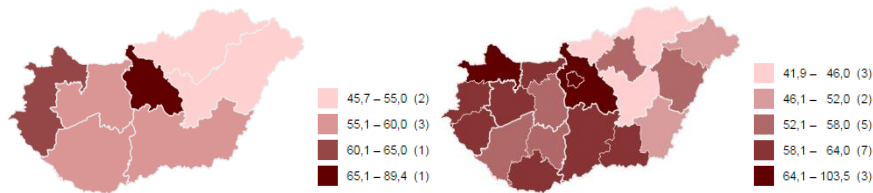
3. Nőlj akkorára, amekkorára csak tudsz!

A piac három törvényeként beazonosított *“szentháromságot”* a továbbiakban nem az itt bemutatott sorrendet követve kívánom ismertetni. A növekedéssel kezdem és a versenyképességgel zárom az elemzésemet.

Növekedés

A piac harmadik törvénye szerint nőlj akkorára, amekkorára csak tudsz! A növekedést – a vállalkozásfejlesztéshez kapcsolódóan sajátos megközelítésbe helyezve – a vállalkozások számának változásával jellemeztem.

A 2. ábra a működő vállalkozások számát mutatja 1 000 lakosra vetítve régiós és megyei szinten 2012-ben.

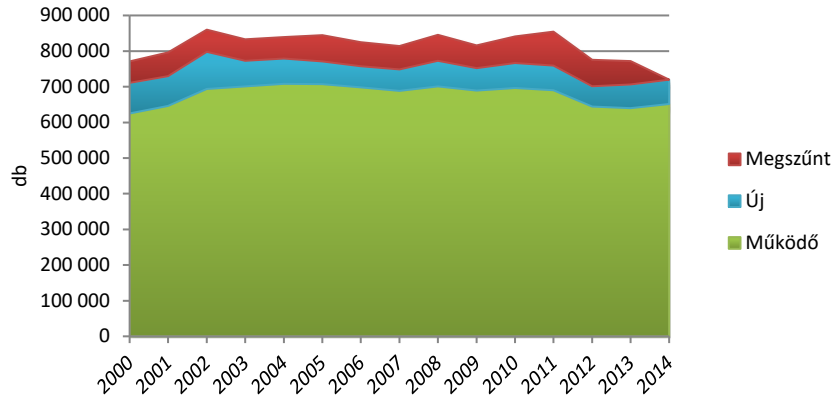


2. ábra: Működő vállalkozások száma 1 000 lakosra(2012)

Forrás: KSH interaktív térkép

A legtöbb vállalkozás a Közép-Magyarországi (89,4) és a Nyugat-Dunántúli (63,2) régióban működik, a régiókon belül pedig Pest és Győr-Moson-Sopron megyében. A legkevesebb az Észak-Magyarországi (45,7) és az Észak-Alföldi (49,6) régióban, azon belül is Nógrád, Borsod-Abaúj-Zemplén és Jász-Nagykun-Szolnok megyében.

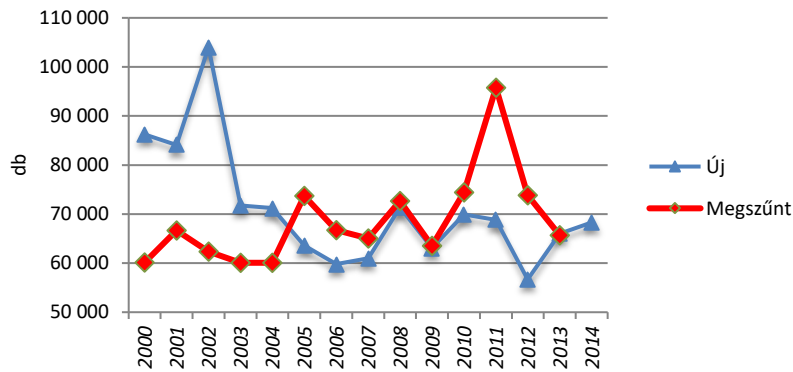
A kétdimenziós területdiagram (3. ábra) a működő, a valódi új és a valódi megszűnt vállalkozások számát szemlélteti 2000 és 2014 között. Ha megnézzük az új és a megszűnt vállalkozás által lefedett területet, közel azonosnak látjuk.



3. ábra: Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma (2000–2014)

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Azonban, ha ezekenek a vállalkozásoknak a számát vonaldiagram (4. ábra) segítségével ábrázoljuk és összevetjük, látható, hogy egyes években jelentős eltérés mutatkozik az újonnan létrejött és a megszűnt vállalkozások számában. A párhuzam jól levonható a két vonal maximum és minimum pontjai között. Az új vállalkozások számának maximum értéke a megszűnt vállalkozások számának minimum értéke egy időben mutatkozik meg a 2000-es évek elején. Ugyanakkor az új vállalkozások számának minimum értéke a megszűnt vállalkozások számának maximum értéke szintén egy időben jelenik meg a 2010-es évek elején. A vizsgált időszakban 2002-ben jött létre a legtöbb (103 944) új vállalkozás, míg 2012-ben a legkevesebb, csupán 56 683. 2011-ben szűnt meg a legtöbb (95 770) vállalkozás, 2000-ben a legkevesebb, azaz 60 159.

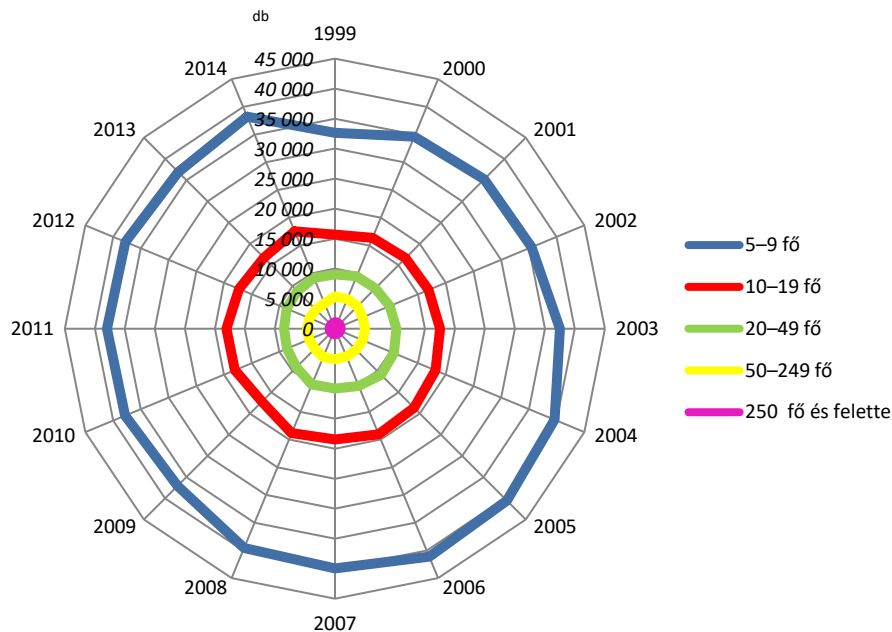


4. ábra: Valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma (2000–2014)

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

A válság hatása jól kivehető, azonban csak később mutatkozik meg az adatokban. 2008-ban és 2009-ben szinte azonos számú vállalkozás jött létre és szűnt meg. 2008-ban 71 334 vállalkozás alakult, míg 72 669 szűnt meg. 2009-ben 63 110 vállalkozás jött létre és 63 566 szűnt meg. 2005-től a megszűnő vállalkozások száma mindig meghaladta az újonnan létrejövők számát.

A következő sugár vagy pókhálódiagram (5. ábra) létszám-kategóriák szerint mutatja be a működő vállalkozások számát 1999 és 2014 között.



5. ábra: A működő vállalkozások száma létszám-kategóriák szerint (1999–2014)

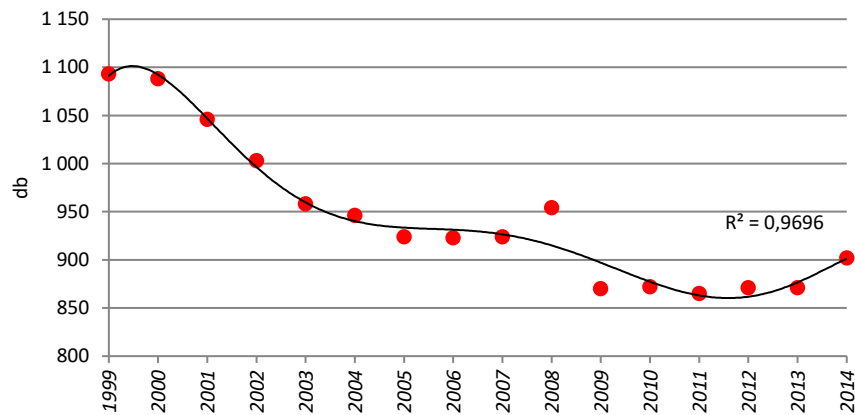
Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Összességében megállítható, hogy a mikrovállalkozások (5-9 fő foglalkoztatott) száma számottevő és domináns hazánkban. Ahogy gyarapodik a vállalkozások által foglalkoztatottak száma, úgy csökken a működő vállalkozások száma. Tehát míg a mikrovállalkozások száma 2014-ben 38 235 volt, addig a 250 főt és az afelett foglalkoztató nagyvállalatok száma mindössze 902, amit a pókháló közepe szimbolizál az ábrán. Ez a pókhálóban elfoglalt centrális szerep akésőbbiekben, a

vállalkozások hatékonyságának elemzésénél fog majd jól kirajzolódni és egészen más megközelítésbe helyezni a nagyvállalatokat.

A gazdasági válság hatása létszám-kategória szerint is jól megmutatkozik minden kategóriában, hiszen a pókhálódiagramon a 2008-as évnél látható minden vonalnál a töréspont.

Az 6. ábra a 250 fő és az afelett foglalkoztató nagyvállaltok számának alakulást szemlélteti az 1999 és 2014 közötti időintervallumban.



6. ábra: A működő vállalkozások száma a 250 fő és a felette foglalkoztatott létszám-kategória szerint (1999–2014)

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

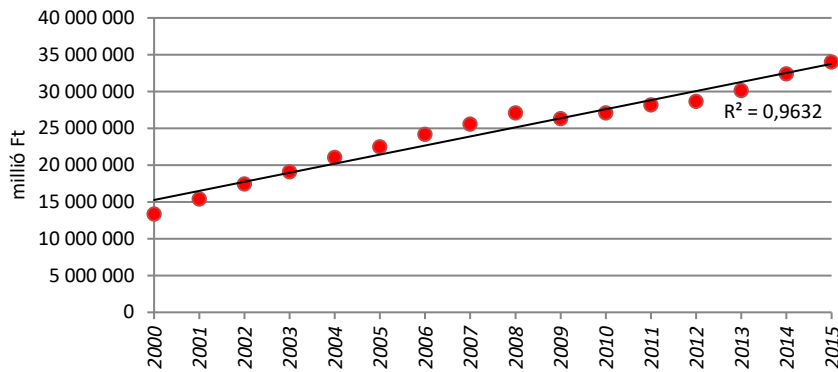
A vizsgált időszak elején 1 093 nagyvállalat működött hazánkban, mely érték folyamatos csökkenést mutatott egészen 2007-ig (924). 2008-ban 954 működő nagyvállaltról számol be a statisztika. Azonban ez az emelkedés rövid ideig tartott, a válság hatása szintén megmutatkozott, hiszen 2009-től ismét visszaesett a számuk és stagnáló értéket mutat az azt követő években. 2014-ben növekedés tapasztalható, 900 fölé emelkedett a nagyvállalatok száma. Mindezen ingadozások figyelembevételével a pontdiagramra polinominális trendvonal illeszthető, hiszen az R^2 értéke jó közelítést mutat.

Hatékonyság

A piac első törvénye szerint lényegesen nyereséges és hatékony, a leghatékonyabb! A hatékonyságot a vállalkozások teljesítményével, különféle teljesítménymutatókkal jellemeztem.

A GDP az egy területen, adott idő alatt előállított végső felhasználásra szánt javak (termékek és szolgáltatások) összességének értéke. Egy bizonyos terület – többnyire egy ország – adott idő alatti (egy év) gazdasági termelésének a mérőszáma. Méri a nemzeti jövedelmet és teljesítményt. A legfontosabb mutatószámként tartjuk számon.

A 7. ábra a GDP értékének alakulást mutatja hazánkban 2000 és 2015 között. 2000-ben 13 321 531 millió forint, 2015-ben 33 990 012 millió forint értékű volt, tehát a GDP értékének alakulásában az elmúlt 15 év alatt közel háromszoros növekedés figyelhető meg.

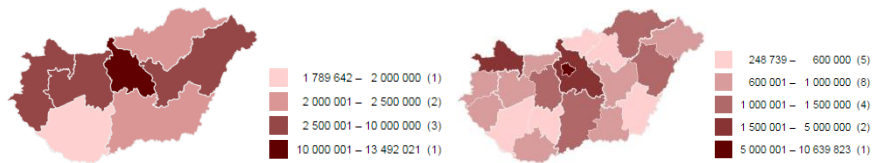


7. ábra: Bruttó hazai termék (GDP) (2000–2015), piaci beszerzési áron, millió Ft

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

A pontdiagramra lineáris trendvonal illeszthető, hiszen az R^2 értéke jó közelítést ad.

A 8. ábra a bruttó hazai termék értékét mutatja piaci beszerzési áron 2012-ben régiós és megyei szinten.

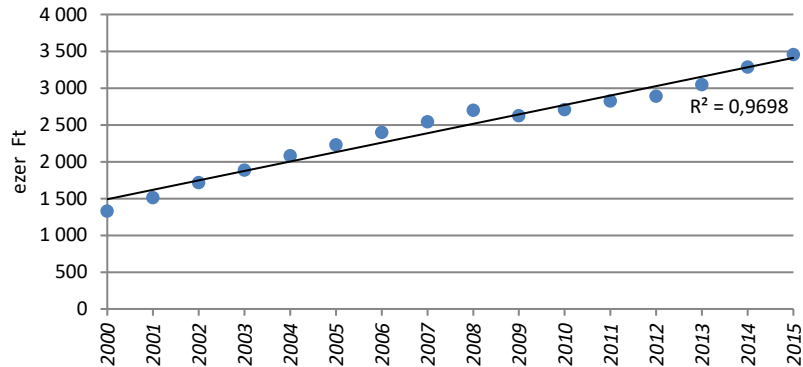


8. ábra: Bruttó hazai termék (2012), piaci beszerzési áron, millió Ft

Forrás: KSH interaktív térkép

A GDP értéke a Közép-Magyarországi régióban (13 492 021 millió Ft) a legnagyobb, a legkisebb a Dél-Dunántúli régióban (1 789 642 millió Ft).

Gyakran használják az országban élők átlagos életszínvonalának mutatójaként az egy főre jutó GDP-t (9. ábra).

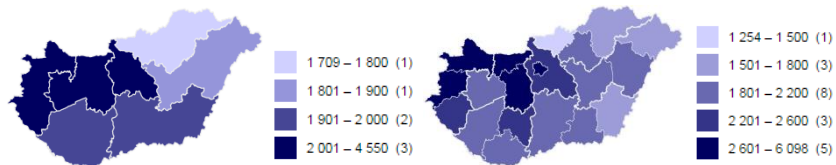


9. ábra: Egy főre jutó bruttó hazai termék (2000–2015), ezer Ft

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Az egy főre jutó GDP tekintetében hasonló eredmény tapasztalható. A pontdiagramra szintén lineáris trendvonal illeszthető, hiszen az R^2 értéke jó közelítést ad.

A 10. ábra az egy főre jutó bruttó hazai termék értékét szemlélteti 2012-ben régiós és megyei szinten.



10. ábra: Egy főre jutó bruttó hazai termék (2012), ezer Ft

Forrás: KSH interaktív térkép

Az egy főre jutó GDP a Közép-Magyarországi régióban a legmagasabb, míg a legalacsonyabb az Észak-Magyarországi régióban. Megyei szinten Budapest és Győr-Moson-Sopron megye a kiemelkedő, míg a másik esetben Nógrád megye.

Az 1. táblázat a vállalkozások teljesítménymutatóit foglalja össze létszámkategória szerint 2015-ben.

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században
Budapest, 2017.

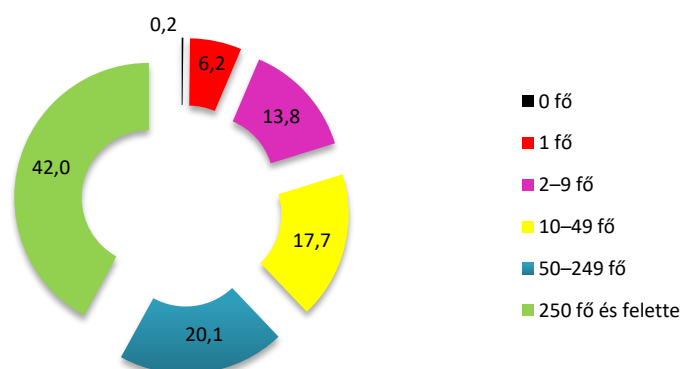
Létszámkategória	Vállalkozások száma, darab	Foglalkoztatottak létszáma, fő	Egy foglalkoztatottra jutó árbevétel, ezer forint/fő	Foglalkoztatottak létszámának megoszlása, %	Értékesítés nettó árbevétele, millió forint	Értékesítés nettó árbevételének megoszlása, %	Hozzáadott érték (tényező-költségen), millió forint	Hozzáadott érték (tényező-költségen) megoszlása, %	Exportértékesítés árbevétele, millió forint
0 fő	6 098	–	–	–	145 847	0,2	37 716	0,2	11 583
1 fő	464 735	464 735	12 023	15,9	5 587 394	6,2	1 231 338	6,7	792 205
2–9 fő	174 537	607 695	20 255	20,8	12 309 125	13,8	2 284 272	12,5	1 229 519
10–49 fő	29 104	550 275	28 796	18,9	15 845 555	17,7	2 984 392	16,3	2 562 789
50–249 fő	4 773	471 726	38 053	16,2	17 950 774	20,1	3 344 489	18,2	5 483 204
250 fő és felette	919	820 999	45 785	28,2	37 589 091	42,0	8 462 426	46,1	21 156 904
Összesen:	680 166	2 915 430	30 674	100,0	89 427 786	100,0	18 344 634	100,0	31 236 204

1. táblázat: A vállalkozások teljesítménymutatói létszámkategória szerint (2015)

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Korábban láttuk, hogy a vállalkozásokat létszám-kategória szerint történő elemzése során a mikrovállalkozások száma volt a legtöbb, míg a nagyvállalatoké a legkevesebb. Ha azonban megnézzük a vállalkozások teljesítménymutatóit, látható, hogy ez a tendencia ott éppen fordítva érvényesül. A nagyvállalatok (250 fő és felette) értékesítésének nettó árbevétele 37 589 091 millió forint összeget tett ki 2015-ben, ezzel szemben az egy főt foglalkoztató mikrovállalkozásoké mindössze 5 587 394 millió forint értékű volt. Ha az összes mikrovállalkozás – egy főtől 9 fő foglalkoztatottig – értékesítésének nettó árbevételét összeadjuk, akkor is az csupán a nagyvállalatok árbevételének alig felét teszi ki. Ha a mikro-, kis- és középvállalkozások értékesítésének nettó árbevételét összeadjuk, 33 887 921 millió forint összeget kapunk, ami még így is elmarad a nagyvállalatokétól. Az exportértékesítés árbevételének 2/3-át szintén a nagyvállalatok szolgáltatják.

A 11. ábra a vállalkozások értékesítésének nettó árbevételét létszám-kategória szerinti megoszlásban mutatja.



11. ábra: Vállalkozások értékesítésének nettó árbevételelétszám-kategória szerinti megoszlása (2015),
%

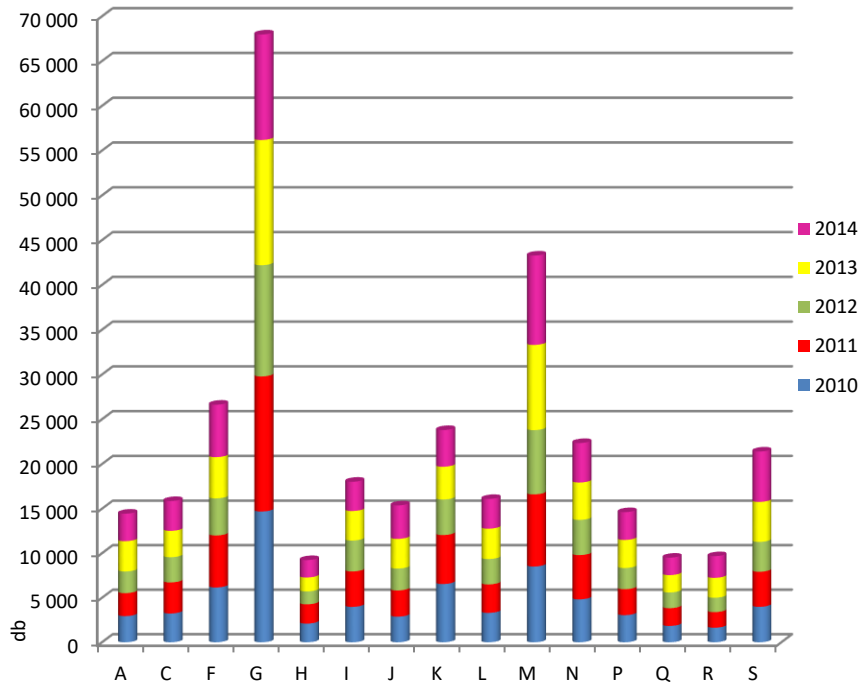
Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

A percediagramon jól látszik a nagyvállalatok fölénye, hiszen 42 %-os az értékesítésük nettó árbevételének aránya.

Versenyképesség

A piac második törvénye szerintgyőzd le a versenytársaidat! Itt az új vállalkozások nemzetgazdasági ág szerinti megoszlásáttanulmányoztam. Megnéztem, hogy az adott nemzetgazdasági ágon belül (azonos termék, szolgáltatás esetében) és azon kívül (mint termelő tevékenységet végző és szolgáltatást nyújtó vállalkozás) mennyi versenytárral kell számolnia a vállalkozásoknak.

A 12. ábra a valódi új vállalkozások számát mutatja 2010-2014 között nemzetgazdasági ág szerinti megoszlásban.



12. ábra: Valódi új vállalkozások száma nemzetgazdasági ág szerint (2010–2014)

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

Az áttekinthetőbb ábrázolás miatt a nemzetgazdasági alágakat nem tüntettem fel a hengerdiagramon, valamint a B, a D és az E ágakat. E három ág olyan alacsony értékkel szerepelt, hogy jelentősentorította volna az adatok megjelenítését és átlátható szemléltetését.

A legtöbb új vállalkozás kereskedelemmel, gépjárműjavítással (G) foglalkozik. A szakmai, tudományos, műszaki tevékenységet (M) folytató vállalkozások, valamint az építőipar (F) területén működő vállalkozások “állhatott fel” a képzeletbeli dobogó második és hatmadik fokára. Tahát a legnagyobb verseny ezeknek a nemzetgazdasági ágakon belül alakul ki.

A 2. táblázat összefoglalja a működő vállalkozások számának megoszlását gazdasági ágak és létszám-kategóriái szerint.

Gazdasági ág	Kis- és közép-vállalkozások összesen	Ezen belül			Nagyvállalatok összesen	Ezen belül	
		1–9 fős	10–49 fős	50–249 fős		250–999 fős	1000 és több fős
Ipar	7,7	6,9	22,0	39,8	50,2	51,1	46,3
Építőipar	9,2	9,2	11,3	6,4	2,3	2,4	1,9
Kereskedelem, gépjárműjavítás	20,1	20,0	25,0	15,8	12,6	12,7	12,3
Szállítás, raktározás	4,3	4,2	5,6	5,5	7,4	6,5	11,1
Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	4,6	4,5	7,8	3,5	2,2	2,0	3,1
Információ, kommunikáció	5,0	5,1	3,4	3,2	3,8	3,6	4,9
Ingatlanügyletek	4,4	4,5	3,0	1,4	1,2	1,4	–
Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység	16,0	16,4	6,4	3,4	2,7	3,1	0,6
Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység	5,4	5,4	5,8	8,8	9,7	9,4	11,1
Egyéb szolgáltatás	5,3	5,5	1,1	1,0	0,3	0,4	–
Többi ágazat	17,8	18,2	8,8	11,2	7,6	7,4	8,6
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2. táblázat: A működő vállalkozások számának megoszlása gazdasági ágak szerint (2011), %

Forrás: KSH kiadvány (2013)

A mikro-, kis- és középvállalkozások döntő része valamilyen szolgáltatási tevékenységet végzett, azonban a középvállalkozások egy része már iparral foglalkozik, míg a nagyvállalatok elsősorban ipari profillal rendelkeznek.

Összegzés

Tanulmányomban a Tóth (2016) által kulcsszavakkal meghatározott „*ökonizmus szentháromságának*” érvényre jutását vizsgáltam szekunder statisztikai adatok feldolgozásával.

A bevezetésben négy hipotézist fogalmaztam meg.

H₁: A nagyvállalatok száma nőtt és az egyes ágazatokon belüli megoszlásuk tekintetében is hasonló tendencia figyelhető meg.

A hipotézis nem igaz, hiszen a nagyvállalatok száma csökkent, ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy annak ellenére, hogy a számuk csökkent, a kevesebb nagyvállalat hatékonysági mutatóik tekintetében növekedés tapasztalható. Természetesen megvizsgálhattam volna, hogy miként változott az egyes létszámkategóriába tartozó vállalkozások száma olyan szempontból is, hogy megnézem az eggyel alacsonyabb besorolású létszámkategóriába tartozó vállalkozások mekkora hányada tudott növekedni, eggyel feljebb kategóriába lépni. Valószínű, hogy ebből az aspektusból vizsgálva a növekedést, igaznak bizonyult volna e hipotézis.

H₂: A vállalatok, azon belül is a nagyvállalatok hatékonysága nőtt az elmúlt években hazánkban.

A hipotézis igaz, hiszen valóban nőtt a teljesítménymutatók alapján a nagyvállalatok hatékonysága, mindemellett szerepük rendkívül jelentős és meghatározó a gazdaság teljesítményben.

H₃: Az „ökonizmus szentháromsága” érvényesül a hazai gazdaság- és vállalkozásfejlesztésben.

A harmadik hipotézis véleményem szerint nem bizonyult maradéktalanul igaznak. Az olvasóra bízom, hogy az ő saját értelmezésében igaznak veszi a hipotézist vagy nem.

H₄: A 2008-as gazdasági világválság törést okozott az ökonizmus diadalmanetében hazánkban.

A hipotézis igaznak bizonyult, hiszen a vállalkozások számában – új és megszűnt, létszám-kategóriáktól függetlenül – a 2008-as gazdasági világválság csökkenést hozott.

Mindentől függetlenül a vállalkozásoknak meghatározó szerepük van a gazdaságfejlesztésben, hiszen az új vállalkozások létrehozása, illetve a működő vállalatok a gazdasági növekedés egyik legfőbb motorját képezik. Ezért kiemelt fontosságú feladatnak számít támogatásuk.

Köszönetnyilvánítás

"A tanulmány a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal támogatásával az NKFI Alapból valósult meg (K-120044)."

Felhasznált irodalom

- [1] Bárczi, J. – Földi, P. (2016): A KKV-k fejlődése és gazdasági szerepvállalásuk Magyarországon. In: Rajnai Zoltán, Fregán Beatrix, Marosné Kuna Zsuzsanna (szerk.) Tanulmánykötet a 7. BBK előadásaiból. 1-2. kötet. 1159 p. pp. 17-39
- [2] Borzán, A. (2015): A kis- és középvállalkozások fejlesztési lehetőségei Romániában, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században, V. tanulmánykötet. Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, pp. 329-340.
- [3] Capra, F. (1966): Lebensnetz - Ein neues Verständnis der lebendigen Welt. Scherz Verlag, Bern - München – Wien
- [4] Csiszárík-Kocsir, Á. – Fodor, M. – Medve, A. (2013): The context of the macro data and the characteristics of the General Government in Central Europe, International Proceedings of Economics Development and Research, Economics, Marketing and Management (edited by: Yan Han), Vol. 59., IACSIT Press, pp. 195.-199.
- [5] Fülöp, Gy. – Bereczk, Á. (2015): Sustainability Evidence from the Hungarian Chemical Industry. In: Jiri Vopava; Radek Kratochvil; Vladimír Douda (ed.) Proceedings of MAC-EMM 2015: Multidisciplinary Academic Conference on Economics, Management and Marketing in Prague, pp. 12.
- [6] Hajós, L. – Marosné, K.Zs. – Czeglédi, Cs. – Szira, Z. –Varga, E. (2016): Felsőoktatásban végzettek vállalkozói szellemének és releváns munkaerőpiaci kompetenciáiknak megítélése. Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat (ISSN: 1786-6553) II.: (4-6.) pp. 263-282.
- [7] Horváth, S. (1998): Értékek és választások a közgazdasági gondolkodásban. Replika, 31-32. szám, 95-97.o.
- [8] Központi Statisztikai Hivatal (2013): A vállalkozások regionális sajátosságai. KSH kiadvány, 2013. október
- [9] Lazányi, K. (2014a): Entrepreneurs of the future. Serbian Journal of Management 9:(2) pp. 149-158.
- [10] Lazányi, K. (2014b): Short Assessment of the Situation of Hungarian SMEs and the Potential Role of Higher Educational Institutes. In: Ivan Mihajlović (szerk.) Possibilities for development of business cluster network between SMEs from Visegrad countries and Serbia: IMKSM2014. pp. 55-64.
- [11] Lehota, J. (2001): Marketingkutatás az agrárgazdaságban. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest

- [12] Németh, F. – Kiss, L.B. (2016): Tóth Gergely: Gazdasággép. Könyvismertető. Pannon Egyetem Georgikon a Georgikon Kar hivatalos lapja, 2016/1. szám 59. évfolyam, 23.o.
- [13] Pallás, E. – Varga, E. (2014): Analysis of the Hungarian SME sector facing special problems in 2012. In: Takácsné György Katalin (szerk.) Az átalakuló, alkalmazkodó mezőgazdaság és vidék XIV. Nemzetközi Tudományos Napok: Gyöngyös, 2014. március 27-28.: program: előadások és poszterek összefoglalói. Gyöngyös, Magyarország, 2014.03.27 - 2014.03.28. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, 2014. pp. 1295-1300.
- [14] Papp, S. (1997): Az ökonomizmus nyomorúsága. Magyar Szemle, VI. évfolyam, 7-8. szám, 151-162.o.
- [15] Parragh, B. (2014): A rendszerváltás befejezése A fenntarthatóság feltételei és kockázatai, Polgári Szemle Gazdasági és Társadalmi Tudományos Folyóirat, 11. évfolyam, 2015/4-6. szám
- [16] Pató, G. Szűcs B. – Ernszt, I. (2015): A munkaköri leírások jogi szabályozása – avagy szabályozatlansága, Munkaügyi Szemle, Vol. LIX. No.6. pp. 21-38
- [17] Pató, G. Szűcs B. (2013): Munkaköri leírások SWOT elemzése, Munkaügyi szemle, 57. évf. II. sz. pp. 46-53.
- [18] Pató, G. Szűcs B. – Kovács, Z. (2012): „És még amivel főnöke megbízta” – egy mondat a munkaköri leírásokban? In Dr. Poór József – Karoliny Mártonné Dr. – Dr. Berde Csaba – Dr. Takács Sándor (szerk.): Átalakuló emberi erőforrás menedzsment Complex Kiadó, Budapest, pp. 473-488
- [19] Schumacher, F.E. (1991): A kicsi szép. KJK, Budapest
- [20] Simionescu, M., – Lazányi, K., – Sopková, G., – Dobeš, K., – Balcerzak, A. (2017): Determinants of Economic Growth in V4 Countries and Romania. Journal of Competitiveness 9:(1) pp. 103-116.
- [21] Szegedi, K., – Bereczk, Á. (2017): Outward Foreign Direct Investment as a Corporate Social Responsibility Challenge In: Tomasz Dorozynski; Anetta Kuna-Marszalek (szerk.), Outward Foreign Direct Investment (FDI) in Emerging Market Economies (pp. 17-39). Pennsylvania: IGI Global.
- [22] Szegedi, K., – Fülöp, Gy., – Bereczk, Á. (2016a): Relationships between Social Entrepreneurship, CSR and Social Innovation: In Theory and Practice. International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, 10(5), pp. 1402-1407.
- [23] Szegedi, K., – Fülöp, Gy., – Bereczk, Á. (2016b). Social Innovation in the Hungarian Business Sphere. International Journal of Learning and Change, 8(3-4), pp. 261-277.
- [24] Tóth, G. (2012): Alternatív közgazdaságtan 1-3. Magyar Minőség, XXI. évf. 8-9, 10, 12. szám

- [25] Tóth, G. (2016): Gazdasággép. A fenntartható fejlődés közgazdaságtanának kettős története. L'Harmattan – KÖVET Egyesület, Budapest
- [26] Varga, J. – Csiszárík-Kocsir, Á. (2015): A gazdasági proaktivizmus hiánya a hazai gazdaságban és a válságkezelésben, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században V. – Tanulmánykötet (szerk.: Dr. Csiszárík-Kocsir Ágnes) Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, 409-437.. pp.
- [27] Varga, J. – Csiszárík-Kocsir, Á. – Medve, A. (2016): Clusters as a drivers of competitiveness In: Damir Tokic (szerk.) 5th Business and Social Science Research Conference. Dubrovnik: University of Dubrovnik, p. 18. 1 p.
- [28] www.ksh.hu