

MIKE KÁROLY–KISS GÁBOR

Hitelesek-e a vállalkozások ígéretei Magyarországon?

A piaci csere mindig ígéretetek cseréje, és a benne részt vevők számára az egyik legnagyobb kihívás, hogy ígéreteiket hitelessé tegyék. A tanulmány a hitelesség közgazdasági elméletét áttekintve amellet érvel, hogy a hitelesség széles körű megteremtéséhez elsősorban megfelelő szankciókat nyújtó intézményekre van szükség. Egy – cégvezetők körében elvégzett – kérdőíves felmérés alapján vizsgálja a hitelesség jelenlétét a magyar vállalkozások közötti üzleti kapcsolatokban, továbbá a cégek hajlandóságát arra, hogy ismeretlenekkel lépjenek kapcsolatra. Feltárja továbbá, milyen szerződéskikényszerítő intézményekre hagyatkoznak a vállalkozások. Szemben a Magyarországot jellemző „bizalomhiány” tézisével, az adatok a hitelesség széles körű jelenlétét jelzik. Sok cég lép túl személyes és üzleti kapcsolathálóján, és teremti meg a hitelességet e körön túl. Dominálnak a személyes cserét támogató játékszabályok, de az intézményi rend határozott „nyugtatias” vonásokat is mutat.*
Journal of Economic Literature (JEL) kód: K12, L14, O17.

„A’ hitel tágosb értelemben.
Tudniillik: hinni ’s hihetni egymásnak.”
(Széchenyi [1830/1930] 395. o.)

Közkeletű vélekedés szerint a magyar gazdasági élet – és tágabban a társadalom – egyik legnagyobb problémája a „bizalomhiány” (*Kornai és szerkesztőtársai* [2005], *Tóth* [2009], *Muraközy* [2012]). De pontosan miért is gátolja a bizalmatlanság egy

* A tanulmány alapját képező adatfelvétel a Hétfa Kutatóintézetben A vállalkozói tőke mint a fenntarthatóság tényezője című kutatás keretében készült az Országgyűlés Hivatala Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanácsának Titkársága megbízásából, amelynek támogatását ezúton is köszönjük. Mike Károly kutatómunkáját az MTA Bolyai ösztöndíja, az OTKA kutatási ösztöndíja (PD 113072) és a Széchenyi 2020 program EFOP-3.6.1-16-2016-00013. számú, Intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztések a BCE székesfehérvári campusán című európai uniós projektje támogatta. Köszönjük *Balás Gábor*, *Csibe András*, *Lengyel György*, *Major Klára*, *Szepesi Balázs* és az anonim lektor értékes kritikai észrevételeit.

Mike Károly egyetemi docens, BCE Közgazdaságtudományi Kar Közgazdálkodás és Közpolitika Tanszék; Hétfa Kutatóintézet külső tudományos főmunkatárs (e-mail: karoly.mike@uni-corvinus.hu).
Kiss Gábor közgazdász, a kutatás idején a Hétfa Kutatóintézet elemzője.
A kézirat első változata 2017. július 7-én érkezett szerkesztőségünkbe.
DOI: <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2017.12.1285>

piacgazdaság működését? A közgazdaságtan klasszikus válasza – legalább *Hume* (1739/2006) óta¹ –, hogy az üzleti kapcsolatok sikerét az akadályozza, ha a felek egymás *ígéreteiben* nem bíznak meg. Ahhoz pedig, hogy egy ígéletbe vetett bizalom létrejöjjön, az ígéletnek hihetővé, hitelt érdemlővé kell válnia. A legfontosabb kérdés így az lesz, hogy hitelesek-e a gazdasági szereplők, köztük mindenekelőtt a vállalkozások egymásnak tett ígéretei.

Mitől válhatnak az üzleti ígérek hitelessé? Ez a kérdés izgatta már Széchenyit is (*Széchenyi* [1830/1930]), aki lényegében ugyanazt a választ adta rá, mint újabban az üzleti kapcsolatok (*Williamson* [1983], *Klein és szerzőtársai* [1978]) és a gazdasági fejlődés (*North* [1990/2010], *Acemoglu–Johnson* [2005], *Greif* [2008]) számos jelentős kutatója. Eszerint egy ígéletet az tesz hitelessé, ha az ígélettevő fél valamilyen szankciót vállal magára arra az esetre, ha megszegné ígéletét. A szankció működéséhez pedig megfelelő társadalmi játékszabályokra van szükség. A hitelességet akkor lehetséges széles körben megteremteni egy gazdaságban, ha sikerül az ígétetszegést szankcionáló játékszabályokat intézményesíteni.

Tanulmányunkban a közgazdasági elméletet követve két célt tűzünk ki magunk elé. Először is megpróbáljuk feltérképezni, hogy a hitelesség milyen mértékben van jelen és mennyire nehezen vagy könnyen alakul ki Magyarországon a vállalkozások közötti üzleti kapcsolatokban. Igaz-e a „bizalomhiány” irodalma által sugallt állítás, hogy a hitelesség nehezen és ritkán jön létre? Másodszor, kísérletet teszünk annak feltárására, milyen intézmények támogatják a – többé vagy kevésbé létező – hitelesség létrejöttét.

Bizonyos intézmények – például informális társadalmi normák – a hitelességet csak viszonylag szűkebb személyes körben képesek megteremteni, míg mások – például a polgári jogrend – lehetővé teszik, hogy az üzleti szereplők túllépjenek e körön, és a viszonylag személytelen kapcsolatokban is hitelesen elköteleződjenek ígéreteik mellett. Az utóbbi típusú kapcsolatok lehetővé válása pedig a gazdasági fejlődés fontos feltétele (*Greif* [2006]). Vizsgálódásunk feltárja, mekkora a viszonylag személytelen cseréket támogató intézmények szerepe a vállalkozások körében.

Tanulmányunk egyfajta helyzetjelentés a magyar gazdaságról. Célja, hogy átfogó képet nyújtson arról, hol tartunk a gazdasági fejlődés egyik kulcsát jelentő üzleti hitelesség széles körű megteremtésében. E realitás ismerete segítséget nyújthat egyfelől a vállalkozások szintjén a sikeres üzleti stratégiák kialakításához, másfelől a kormányzat szintjén az intézmények fejlődését támogató közpolitika megalkotásához.

A tanulmány első részében felvázoljuk a hitelesség közgazdasági elméletét. Kifejtjük, miért központi jelentőségű a szerződéses ígérek melletti hiteles elköteleződés problémája a gazdaságban, és miért van szükség intézményi válaszra a megoldásához. Amellett érvelünk, hogy a hitelesség megteremtését általában – s így feltehetően a magyar gazdaságban is – sokféle intézmény támogatja. Javaslatot teszünk a releváns intézmények tipológiájára, aszerint osztályozva őket, hogy ki a szankciót alkalmazó személy. Az üzleti kapcsolatok terén a hitelesség fogalma a „bizalom” tág és diffúz jelenségének egy fontos szeletét ragadja meg, de csak egy szeletét. Az elméleti részt a két fogalom kapcsolatának tisztázásával zárjuk.

¹ Értekezés az emberi természetről. III. könyv, II. rész. 5. szakasz.

A tanulmány második része empirikus vizsgálat. Egy ígélet hitelessége az ígéletben részesülő fél percepcióiban, várakozásaiban jelenik meg. Ezért indokolt a gazdasági szereplők *vélekedéseit* feltárni. Erre teszünk kísérletet egy kérdőíves felmérés segítségével, amelyet 2016 tavaszán kis és közepes magyarországi vállalkozások körében végeztünk. A cégvezetőket üzletfeleik megbízhatóságáról, hitelességéről kérdeztük, valamint arról, miben látják az ígérek teljesülésének garanciáit. Emellett a vállalkozások *viselkedését* is vizsgáltuk. Megkérdeztük, mennyire hajlandók fizetési haladékokat adni vevőiknek a teljesítés után. A nagyobb fizetési haladék ugyanis az irodalom feltevése szerint az üzletfél nagyobb fokú hitelességét tükrözi (*Johnson és szerzőtársai [2002]*).

Az adatok elemzésével és nemzetközi összehasonlításával először azt elemezzük, helytálló-e az a sejtés, hogy a magyar vállalkozói gazdaságot összességében a hitelesség alacsony szintje jellemzi. Hol állunk a régió belül, illetve a fejlettebb gazdaságokhoz viszonyítva? Megvizsgáljuk azt is, hogy a létező kapcsolatokban milyen gyorsan jön létre a hitelesség. Mivel a legnagyobb problémát a hitelesség várható kudarca miatt eleve létre sem jövő kapcsolatok jelenthetik, valójában ezeknek a hiányát is fel kellene térképeznünk. Ezt közvetlenül nem tudjuk megtenni, helyette azt vizsgáljuk meg, mennyire hajlandók a vállalkozások túllépni meglévő, bevált személyes vagy üzleti kapcsolataikon, és létrejön-e a hitelesség ilyen körülmények között. Egy ismeretlennel ugyanis a „nulláról” kell felépíteni a hitelességet. Az erre való készség – ha tökéletlenül is, de – jelzi a hitelesség felépítésének nehéz vagy könnyű voltát a gazdaságban. Az empirikus elemzés második lépéseként elemezzük, milyen intézményekre támaszkodnak a vállalkozások, melyekről vélik úgy a cégvezetők, hogy garantálják a kapott szerződéses ígérek teljesülését.

Empirikus eredményeink jelentősen árnyalják azt a képet, amely a magyar gazdaság „bizalomhiányos” voltáról kialakult. Adataink a hitelesség viszonylag magas fokára, gyors kialakulására engednek következtetni a vállalkozások üzleti kapcsolataiban. A cégek nem csekély hányada bátran túllép bevált személyes és üzleti ismeretségein, hogy új kapcsolatokba vágjon. A hitelesség háttérében sokrétű intézményi rend körvonalazódik: az erkölcsötől a kétoldalú kapcsolatok és az üzleti élet informális szankcióin át a formális jogrendig. Bár túlsúlyban vannak a személyes cserét támogató játékszabályok, az intézményi rend határozott „nyugtatias” vonásokat is mutat.

A hitelesség közgazdasági elmélete

A hiteles elköteleződés problémája

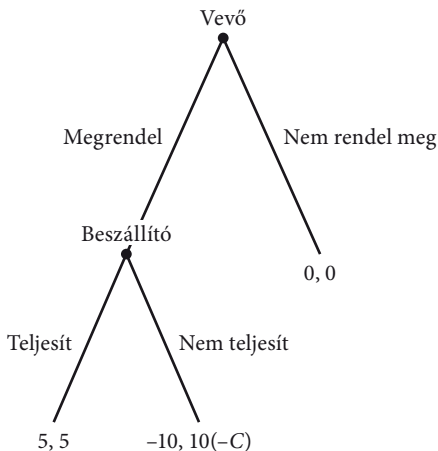
A piacgazdaság cserekapcsolatokon alapul. A csere pedig mindig – még a legegyszerűbb esetben is – ígérek cseréje. Az ígérek betartása nem magától értetődő: ha például a fizetés megelőzi a teljesítést, ha a teljesítés hibája a fizetés után derül ki, ha az ígélettevő fél váratlanul magas teljesítési költséggel vagy vonzó alternatívával szembesül, ez mind arra ösztönözheti őt, hogy megszegje ígéletét. Az ígéletet ezért nem elég kimondani, hitelessé is kell tenni. Ellenkező esetben a csere megghiúsul, legyen szó akár két vállalkozás, hitelnyújtó és -felvevő, befektető és vállalkozó, munkaadó és munkavállaló viszonyáról. A játékelmélet segít a probléma tisztázásában (*Kreps [2005] 61–64. o.*).

Tegyük fel, hogy egy vállalkozó azt fontolgatja, vásárol valamilyen terméket egy beszállítótól! Utóbbi ragaszkodik ahhoz, hogy előre fizesse ki a teljes vételárat, mert a szóban forgó terméket kifejezetten a vevőnek készítené el egyedi igényei alapján. Vagyis a pénzüsszeggel szemben egy ígéret jelenik meg. Kétségtől valószínűbb lenne, ha csak az ár egy részét kellene előre kifizetni; ekkor az ígérettel szemben részben egy másik ígéret jelenne meg. Az egyszerűség kedvéért mégis eltekintünk ettől az eshetőségtől, mert nem változtatna érdemben a gondolatmenetünkön. Egyetlen ígéretre vonatkozóan mutatjuk be a hitelesség problémáját, de a gondolatmenetet több ígéretre és ellenígéretre is kiterjeszthetjük.

Tegyük fel, hogy a két fél egy olyan „természeti állapotban” tárgyal, ahol mindenki csak a saját önérdékét nézi, a két fél között *ad hoc* kapcsolat van, és semmilyen külső társadalmi körülmény sem ösztönöz az ígéret betartására! A vételár 10 millió forint, az elkészülő termék pedig 15 millió forintot ér a vevőnek. A beszállító arra számít, hogy neki is 5 millió forint haszna marad. Dönthet azonban úgy is, hogy megszegi az ígéretét, és egyszerűen „lelép” a megkapott pénzzel. A játék szekvenciális, vagyis előbb dönt a megrendelésről a vevő, majd az ígérete betartásáról a beszállító (1. ábra). Ha az árat megkapja a beszállító, jobban jár, ha megszegi az ígéretét. Mivel sem erkölcs, sem a környezetéből érkező szankció nem korlátozza, így is fog tenni. Ezt a vevő előre látja, ezért a kapott ígéretet nem fogja hitelesnek tartani. Nem ad megrendelést, hiszen a megszegett ígéretnél (–10) még a megállapodás elmaradása (0) is jobb számára. A játék kimenetele tehát a csere elmaradása lesz.

1. ábra

Hiteles elköteleződési játék



Megjegyzés: Kreps [1990] nyomán, aki „bizalomjátéknak” nevezi (lásd később A hitelesség és a bizalom viszonya című alfejezetet).

Ezzel azonban mindkét fél rosszabbul jár, mint ha a beszállító megkapná a vételárat, és betartaná ígéretét. Mindkettőjüknek érdekében áll tehát, hogy valamiképpen elérjék az ígéret hitelessé tételét. Ennek egyetlen módja, ha megváltoztatják azt

a döntési helyzetet, amelyben a beszállító *ex post*, a vételár kézhezvétele után találja magát. Egészen pontosan, el kell érniük, hogy a beszállító kifizetése kisebb legyen az ígéretszegés esetén, mint az ígért betartásakor. Megoldást egy pótlólagos költségelem (C) megjelenése jelenthet, amely abból fakad, hogy az ígértetevő fél aláveti magát valamilyen szankcionáló mechanizmusnak.²

A bemutatott sematikus példa feltételezi, hogy az ígértet jól definiált, és az egyetlen probléma, hogy az ígértet tevő fél nem teljesíti, amit kifejezetten vállalt. A valóságban azonban az ígértetek sokszor homályosak. Nehéz előre látni, mit is kellene a feleknek a jövőben tenniük, milyen körülmények merülnek fel, amelyekhez érdemes lenne alkalmazkodniuk (*Goldberg [1976], Williamson [1979], Hart–Moore [1988]*). Ezért számítaniuk kell olyan eleve nem tisztázott helyzetekre, amikor az egyik fél a másik rovására növelheti saját hasznát vagy csökkentheti veszteségét. Példánknál maradva, a beszállító egy nem várt nehézségre reagálhat úgy, hogy a neki kényelmesebb megoldást választja, és csökkenti a termék minőségét, aminek folytán az kevesebbet fog érni a vevőnek. Az ígértetnek ilyen esetben arra kell vonatkoznia, hogy a szerződő fél általánosságban tartózkodik a másik rovására történő, önző célú előnyszerzéstől (*opportunism*) (lásd *Williamson [1979]*). Az ilyen ígértetek sokszor informálisak, sőt ki nem mondottak, „implicitek” (*Vandenberghé [2008]*). Ez azonban nem von le az értékükből. Egyedül az fontos, a másik fél számít-e valamilyen viselkedésre, feltételezi-e, hogy az be fog következni (*Furubotn–Richter [2000] 156–160. o.*).

De az ígértet gyakran többről szól, mint hogy nem okozok önző módon kárt a másoknak, nem „döföm hátba”. A szerződések hiányos volta miatt az igazán jól működő kapcsolatokat általában az jellemzi, hogy a felek a változó, nem várt körülményekhez való alkalmazkodás során bizonyos fokú rugalmasságot, szolidaritást, segítőkészséget mutatnak (*Macneil [1977], Artz–Brush [2000]*). Az együttműködésből fakadó többlet általában nő, ha mindkét fél felvállalja azokat a viszonylag kis költségű erőfeszítéseket, amelyek a másik félnek jelentős hasznot hoznak.³ A példánkban kiderülhet, hogy a vevőnek műszaki okokból máshogyan specifikált termékre lenne szüksége. A változtatás minimális többletköltséggel jár a beszállítónak, de elengedhetetlen a vevőnek. Fontos, hogy ilyen esetben a vevő számíthasson a partnere rugalmasságára és „jóakarátára” (*Sako–Helper [1998] 388. o.*).

Hitelesen elköteleződni tehát általában nemcsak az önérdekkövetéstől való tartózkodás mellett célszerű, hanem tágabban az együttműködő és segítőkészség

² Vagy az ígértet betartásával járó pótlólagos haszon megjelenése. A további gondolatmenetünkön azonban nem változtatna, ha ezt az eshetőséget külön vizsgálnánk. A haszon (például jó lelkiismeret, dicséret, jó hírnév, fizikai erőszaktól való mentesség) *elmaradása* költségként is értelmezhető, illetve megfordítva. Ami lényeges, hogy a szankció a két kifizetés közötti relációt változtatja meg az ígértetevő szemében.

³ Alapszabályként azt mondhatjuk, akkor hatékony az ígértet teljesíteni, ha az erőfeszítés költsége nem nagyobb, mint a másik fél belőle fakadó haszna (*Cooter–Ulen [2005] 217–221. o.*). Képzelnék el egy pillanatra, hogy a felek tökéletes, minden eshetőségre felkészülő szerződést tudnak kötni! Az együttműködés várható többletét éppen akkor maximalizálnák, ha az iménti alapelvet alkalmaznák. A joggazdaságtan ezt nevezi a teljesítés melletti elköteleződés optimális mértékének (*Cooter–Ulen [2005] 217. o.*) vagy hatékony szerződésszegésnek (*Szalai [2013] 56. o.*). Az alapszabály hangsúlyozottan csak az elemzés kiindulópontja, a ténylegesen hatékony szerződéses feltételek ettől eltérhetnek.

mellett is. Érdeemes a hitelesség mindkét dimenzióját szem előtt tartanunk: 1. a kárt okozó cselekvésre nemet mondó, „negatív” ígéretetek, illetve 2. a segítséget ígérő, „pozitív” ígéretetek melletti elköteleződést is.

A probléma megoldása

Miből fakadhat az ígéretet hitelessé tevő költségelem? Költségen itt természetesen nem feltétlenül pénzbeli kiadást értünk, hanem bármilyen változást, amelyet az elszenvedője úgy értékel, hogy ront a saját helyzetén. „Az egész nemzetnek egymástól oly igen különböző tagjait az erény és a büntetéstől való félelem tartja egyensúlyban” (*Széchenyi* [1830/1930] 242. o.). A költséget eredményező szankció lehet belső: az erkölcsi meggyőződésből fakadó lelkiismeret-furdalás. S lehet külső, azaz érkezhetsz a cselekvő társas környezetéből. Fontos, hogy a belső szankciónak is észlelhetőnek és értelmezhetőnek kell lennie a másik fél számára. A külső szankció pedig gyakran erkölcsi meggyőződések jelenít meg, mint amilyen a becsület, a tisztesség, az állhatatosság. Közös tehát a kétféle szankcióban, hogy a felek interakcióját a közös tudásuk részét képező és érvényesnek elfogadott viselkedési előírások, társas játékszabályok strukturálják. A szankciókat ezek az előírások definiálják és hozzák működésbe. A viselkedési előírások lehetnek egy-egy szituációhoz kötődően igen sajátosak, azonban bizonyos fokig mindig túlmutatnak rajtuk. Már csupán a nyelvi megértés és közös fogalomhasználat szükségessége miatt is így van. Ha pedig a gazdasági élet egésze vagy nagyobb összefüggő területei érdekelnek bennünket, akkor elsősorban a sok egymáshoz hasonló, ismétlődő helyzetben megjelenő játékszabályokra, röviden „intézményekre” (*Ostrom* [2005] 3. o.) kell figyelniük. Összefoglalva: a cserekapcsolatokban a hiteles elköteleződést az ígéretségést szankcionáló társadalmi intézmények biztosíthatják.

A hiteles elköteleződést támogató intézmények taxonómiája

A gazdasági élet intézményei rendkívül sokszínűek és sokféleképpen csoportosíthatók. Lehetnek eredetük szerint spontánok vagy tervezettek, formájukat tekintve informálisak vagy formálisak, szankcióik jellegét tekintve erkölcsi, jogi, gazdasági következményekkel járók (*Greif* [2008]). A szankciók megfogalmazása lehet homályos („nem illik”, „tilos”) vagy jól definiált („fizess vissza a vételárat”).⁴ Ezek a határok azonban gyakran elmosódnak, és a legalapvetőbb kérdés talán mégiscsak az: mi vagy ki a szankció forrása? Még konkrétan: ki az, aki érvényesíti a szankciót? *Ellickson* [1991] az intézményeket három kategóriába sorolja: attól függően, hogy a cselekvő saját maga, a cselekvés érintettje vagy a társadalom más tagja szankcionálja-e a cselekvőt, első, második, illetve harmadik fél általi kontrollon alapuló intézményeket különböztet meg. Ha ezt a szerződéses kapcsolatokra alkalmazzuk, az *első*, a *második* és a *harmadik fél általi kikényszerítésen alapuló intézményekről* beszélhetünk.

⁴ *Ostrom* [2005] az előbbieket „normáknak”, az utóbbiakat „regulatív szabályoknak” nevezi.

Az „első fél általi” kikényszerítés azt jelenti, hogy a szerződést megszegő fél saját magát bünteti azzal, hogy büntudatot érez. Ez tehát a *személyes erkölcs* vagy Széchenyi kifejezésével a „polgári erény” esete (1. táblázat). A belső motivációt a közgazdaságtan gyakran megkülönbözteti az intézményitől, és szembeállítja vele. A szubjektív preferenciák, attitűdök körébe utalja (Falk és szerzőtársai [2015]). A hiteles elköteleződéshez azonban az ígéletben részesülőnek többet kell tudnia annál, mint hogy a partnere mennyire jó vagy erényes ember. Ismernie kell a jóságból vagy erényességből fakadó (belső) szankciókat és az erkölcsös viselkedés játékszabályait, amelyekből ezek levezethetők. Röviden, legalább részben intézményesült erkölcsre van szükség. (A latin eredetű morál, moralitás kifejezés jobban megragadja az erkölcs intézményesült oldalát: a *mores* eredetileg társadalmi szokást is jelentett.)

1. táblázat

A hiteles elköteleződést támogató intézmények taxonómiája

Kikényszerítő személy	Intézmény típusa
Első fél (aki ígéletet tesz)	személyes erkölcs
Második fél (aki ígéletet kap)	önkikényszerítő szerződés
Harmadik fél (a cserekapcsolatokon kívül)	
– Közösség tagjai	társadalmi norma
– Jövőbeli cserepartnernek	reputáció
– Bíróság, kormányzat	jogszabály
– Szervezeti döntéshozók	szervezeti szabály

A „második fél” a szerződéses partner, aki szintén megpróbálhat szankciókat kialakítani – anélkül, hogy külső szereplőt vonna be. Ennek alapvető technikája a szerződéses kapcsolat olyan kialakítása, hogy a szerződésszegés mintegy automatikusan szankciókat vonjon maga után. Más szóval a szerződés „önkikényszerítővé” alakítása (*self-enforcing contract*). Ennek egyik mechanizmusa a „túszcsere” (Williamson [1983]), vagyis kölcsönösen érvényesíthető biztosítékok adása (például specifikus beruházások felvállalása, a két fél kifizetéseihez összekapcsolása). Másik módja a kapcsolat hosszú távúvá alakítása: ekkor az együttműködés visszafogásával vagy megszüntetésével való fenyegetés az a szankció, amelyet az ígéletességétől tartó fél alkalmazhat. Amint az ismételt játékok elmélete rámutat, az ilyen stratégia sikere – a kapcsolat folytatódásának kellően magas valószínűsége és a kooperációval elérhető többlet nagysága mellett – attól függ, hogy a felek rátalálnak-e a feltételes (például *szemet szemért* típusú) kooperáció olyan stratégiapárjára, amely Nash-egyensúlyként fenntartható (Miller [2002] 311–335. o.).⁵

A szankcionálásba bevont „harmadik fél” többféle lehet. Ellickson [1991] három esetet különböztet meg. A *társadalmi normák* esetében a szankció forrásai annak a

⁵ További módszer a fizikai fenyegetés ígéletesség esetén. Ennek tárgyalásától itt eltekintünk, feltételezve, hogy a felek elfogadják, hogy erőszakot csak jogszerűen, jogi szankciók alapján alkalmazhat bárki.

közösségnek a tagjai, amelynek a szerződő felek egyike vagy mindkettő részei. A *jogi szankciókról* specializált társadalmi szereplő: bíróság vagy hatóság dönt, és érvényesítése mögött manapság általában kormányzati erőszakszervezet áll. Végül számos tranzakció szervezeti kereteken belül valósul meg (Coase [1937/2004]), és a szankciók *szervezeti szabályok* formáját öltik, amelyeket a szervezetek kijelölt döntéshozói érvényesítenek. Az irodalom alapján legalább még egy fontos intézménytípust hozzá kell tennünk a tipológiához: a *reputációt*. A jó hírnév növeli a jövőbeli potenciális cserekapcsolatok értékét, így elvesztése komoly szankció forrása lehet. A szankciót ez esetben a jövőbeli potenciális szerződő partnerek alkalmazzák (Milgrom és szerzőtársai [1990]).

Az elméletileg elkülönített intézménytípusok a valóságban természetesen keveredhetnek. Például a társadalmi norma részben belső meggyőződéssé válik, és informális szankció hiányában is követni fogjuk (Cooter [1994]). Ha egy közösség tagjaival üzletelünk, a reputáció és a társadalmi norma összemósodik (Bernstein [1992]). A bírósági ítélet befolyásolja a reputációt stb. A taxonómia egyik haszna, hogy segít megérteni a gyakran összetett valós intézményrendszerek működését. Másik – számunkra most fontosabb – hozadéka, hogy *átfogó* képet nyújt az ígéretszegési szankciókat biztosító alapvető intézményi mechanizmusokról.

A hitelesség és a bizalom viszonya

A közgazdaságtani és szociológiai irodalom a szerződéses ígéretnek problémáját gyakran a bizalom problémájaként ragadja meg. Ezért célszerű tisztázni e fogalom viszonyát a hitelességhez. Ezt nehezíti, hogy a bizalom jelensége meglehetősen diffúz, nehezen megragadható (Gambetta [1988]). A szerződéses kapcsolat esetében ez odavezet, hogy különböző szerzők a jelenség más és más mozzanatát értik rajta. Egy sokat idézett definíció szerint a bizalom azt jelenti, hogy elér egy bizonyos szintet az „a valószínűség, amellyel egy személy szubjektív vélekedése szerint egy másik személy vagy személyek egy csoportja egy meghatározott cselekedetet végrehajt. Ha azt mondjuk, bízunk valakiben, vagy bizalomra méltónak tartunk valakit, hallgatólagosan azt értjük ezen, hogy egy számunkra kedvező vagy legalábbis nem hátrányos cselekedetet kellően magas valószínűséggel fog végrehajtani ahhoz, hogy fontolóra vegyük a vele való együttműködést valamilyen formában.” (Gambetta [1988] 217. o.) Ha elfogadjuk, hogy a bizalom lényege a racionális várakozás, akkor a szerződésre alkalmazva azt mondhatjuk, hogy a bizalom jelen van, ha az ígéret kellő mértékben hiteles. Eszerint az elköteleződés hitelessége és a bizalom jelenléte tulajdonképpen szinonimák.

A bizalom egy másik értelmezésben azonban nem a másik fél cselekvésére vonatkozó *valószínűségi várakozást* jelenti, hanem ennek a várakozásnak valamilyen sajátos *okát*. Ez az ok lehet az erkölcs: akkor bízom meg úgymond valakiben, ha arra számítok, hogy belső késztetésből, nem pedig külső szankció hatására fogja teljesíteni ígéretét. Modelünkben a C költség forrása az „első fél általi kikényszerítés”. Ugyanakkor az irodalom egy része a bizalmat – jóval tágabban – az írott szerződés alternatívájának tekinti (Sako [1998], Poppo–Zenger [2002]). Így értve a bizalom az erkölcs mellett az önkikényszerítő szerződés-, a társadalmi norma és a reputáció intézményeit is felöllelheti. A bizalom

ekkor a hiteles elköteleződés egy vagy több sajátos módját jelenti a sok közül. Ha nem ezt vagy ezeket a módokat használjuk, akkor „bizalmatlanok” vagyunk, és e „bizalmatlanságunk” miatt szükségünk van más – például jogi – biztosítékokra. Bár természetesen ez is következetes szóhasználat, mégis konfúziót érzékelünk: az első értelmezésben vett bizalom (racionális várakozás) alapulhat a második értelmezésben vett bizalmatlanságon (formális szankció alkalmazásán)... Célszerűnek tartjuk ezért, ha a racionális várakozást megalapozó különböző intézményes megoldásokat – a „bizalom infrastruktúrájának” elemeit (*Szepesi-Szabó-Morvai* [2009]) – a nevükön nevezzük, ahelyett hogy a „bizalom” címkéjét ragasztanánk kisebb-nagyobb részükre.

A bonyodalmat tovább fokozza, hogy egyes szerzők a bizalmat a racionális kalkulációval állítják szembe (*Williamson* [1993]). Szerintük a bizalom éppen a viselkedés nem kalkulatív elemét ragadja meg. Nem mérícskéljük a teljesítés valószínűségét, enélkül is ráhagyatkozunk a másik félre. Másként fogalmazva, a bizalom a „hitbeli” eleme ítéletünknek. Kísérletek bizonyítják, hogy az emberekben van egyfajta természetes késztetés a meg nem alapozott bizalomra (*Berg és szerzőtársai* [1995]). Tudjuk azt is, hogy jelentős különbségek vannak emberek között abban, mennyire bíznak meg „általában” másokban. Az erősebb bizalmi attitűd mikroszinten összefügghet a jobb üzleti teljesítménnyel (*Lazzarini és szerzőtársai* [2004]), ezért fontos ezeknek az ösztönös beállítódásoknak a vizsgálata. Elemzésünk erre nem terjed ki. Ugyanakkor a „vak” bizalom sem nem túl gyakori, sem nem igazán kívánatos az üzleti életben (és másutt sem). A bizalom mint hit, mint attitűd fennmaradásához észszerű támasztékokra van szükség. Mostani elemzésünk során a bizalom racionális magjára és annak társadalmi alapjaira koncentrálunk, félretéve a nem racionális mozzanatokat. E célt szem előtt tartva a „bizalom” többértelmű kifejezése helyett a hitelesség korlátozottabb jelentéstartalmú, de analitikusan pontosabb fogalmát használjuk.

Hipotézisek a magyar vállalkozások üzleti kapcsolatairól

A hitelesség hiánya

Társadalomtudományos toposz, hogy a magyar társadalom „bizalomhiányos”, ami sok más probléma mellett a gazdasági fejlődést is hátráltatja (*Muraközy* [2012], *Laki* [2013]). Az állítás empirikus alapját mindenekelőtt a „bizalom” nemzetközi felmérésekből vett mércéi képezik. Az egyik fontos megfigyelés, hogy az emberekkel szembeni általános bizalom szintje („lehet-e bízni az emberekben?”) jelentősen elmarad az európai átlagtól, és nagyjából hasonlít a régió más országaihoz (*Tóth* [2009]). Ökonometria vizsgálatok pozitív összefüggést mutattak ki az „általános bizalom” és a gazdasági növekedés között (*Knack-Keefe* [1997], *Zak-Knack* [2001]). Kérdéses ugyanakkor, hogy pontosan mit is ragad meg ez a mutató.

Elvileg elképzelhető, hogy a mérés a bizalom nem kalkulatív elemét ragadja meg, és ez országonként jelentős eltéréseket mutat. Ez azonban önmagában nem lehet a teljes magyarázat, hiszen a biztosítékok nélküli bizalom csak akkor szolgálhatja a gazdasági fejlődést, ha megalapozottnak bizonyul. Ha az ígértadó fél visszaél a neki

„megszavazott” bizalommal, az értékteremtő együttműködés elmarad. Arra, hogy ezt ne tegye, őt is készítheti valamiféle ösztönszerű pozitív reagálás, amire kísérleti bizonyítékok is utalnak (*Berg és szerzőtársai* [1995]). Ez esetben a bizalom és megbízhatóság országonként eltérő szintje valamiféle „néplélektani”, az emberi racionalitáson túli okokra lenne visszavezethető. Ha az ilyen okfejtéssel nem elégszünk meg, akkor olyan magyarázatot kell találnunk, amely az „emberek” iránti bizalmat végső soron a racionális mérleges különbségeire vezeti vissza. Más szóval, feltételezzük, hogy a megkérdezettek értelmes választ tudnak adni arra a kérdésre, hogy *miért* bíznak vagy nem bíznak meg másokban. Szerződéses kapcsolatok esetében ez pedig éppen annak a kérdése, miért számítanak arra, hogy a másik fél betartja az ígéretét; miért fogadják el az ígéretet hitelesnek. Valójában a bizalom és növekedés vizsgálata terén úttörő szerzők a bizalom szintjét a társadalmi normákat fenntartó közösségek erősségével és az önérdékkövetést korlátozó társadalmi és jogi mechanizmusok fejlettségével magyarázzák (*Knack–Keefe* [1997], *Zak–Knack* [2001]). *Beugelsdijk* [2006] pedig egyenesen odáig megy, hogy az általános bizalom mutatója tulajdonképpen az intézmények valamiféle általános minőségét jelzi. Ha elfogadjuk ezt az érvelést, a mutató magyar értéke a gazdaságban a hiteles elköteleződést támogató intézmények európai átlagnál rosszabb (ám a régióon belül nem kiugróan rossz) színvonalát tükrözi.

Ha az emberek iránti általános bizalmat „összetevőire” bontjuk fel, a kép a gazdasági fejlődés szempontjából részben még kedvezőtlenebbnek tűnik. Egyrészt, a bizalom „rádiusza” kicsi: a szűkebb személyes ismeretségi körökben van elsősorban jelen, ami feltehetően megnehezíti az ezen körökön túli gazdasági együttműködést (*Giczi–Sik* [2009]). Másrészt, a formális jogrend szempontjából fontos intézmények iránt kinyilvánított bizalom kifejezetten, a régióon belüli összehasonlításban is alacsony. Az utóbbit árnyalja ugyanakkor, hogy a negatív megítélés elsősorban a politikai intézményekre vonatkozik, és nagymértékben tükrözi az aktuális politikai közhangulatot (*Boda* [2012]), míg a szerződések szempontjából legfontosabb igazságszolgáltatásba vetett bizalom szintje átlagosnak mondható (*Tóth* [2009]).

A kirajzolódó kép szerint a magyar gazdaságban gyengék a hiteles elköteleződést támogató intézmények, ami gátja a hitelesség kialakulásának az üzleti kapcsolatokban. Mit jelent ez közelebbről? Egyrészt, feltehetően azt, hogy a létrejött kapcsolatokban a hitelesség átlagos szintje viszonylag alacsony marad.

1. HIPOTÉZIS • *A magyar gazdaságban az üzleti kapcsolatokban a hiteles elköteleződés mértéke nemzetközi összehasonlításban alacsony.*

Másrészt, számos értékteremtő kapcsolat létre sem jön, mivel a potenciális üzletfelek nem látnak reményt a kellő mértékű hitelesség megteremtésére. Ha helytálló az a megfigyelés, hogy a bizalom a magyar társadalomban leginkább a szűkebb személyes körökben van jelen, arra számíthatunk, hogy a hitelességet elsősorban a személyes ismeretségeken túl nehéz megteremteni. Kevés ismeretlenül induló üzleti kapcsolat lesz, illetve ezekben nehezebb lesz létrehozni a hitelességet.

2. HIPOTÉZIS • *Kevés olyan üzleti kapcsolat van vállalkozások között, ahol a két felet közvetlenül vagy közvetve nem kötötte össze előzetesen személyes vagy üzleti ismeretség.*

3. HIPOTÉZIS • *Azokban az üzleti kapcsolatokban, amelyek kezdetén a felek nem ismerték egymást, alacsonyabb lesz ceteris paribus a hitelesség megfigyelhető szintje.*

A hitelességet támogató intézmények

Bár terjedelmes irodalma van a különböző szerződéskikényszerítő intézményeknek (*Brousseau* [2006], *Greif* [2008]), alig akad olyan elemzés, amely átfogó empirikus képet próbálna nyújtani a különböző intézmények viszonylagos fontosságáról egy-egy gazdaságban. Nyugat-Európában és Észak-Amerikában készült felmérést meglepő módon nem találtunk. Két kelet-európai és egy hazai tanulmány ugyanakkor figyelemre méltó.⁶ *Hendley–Murrell* [2003] 254 romániai cég⁷ esetében vizsgálta az alkalmazott intézményi mechanizmusok jelentőségét. A szerződések legfontosabb biztosítékait – ha eredményeiket az *Ellickson* [1991] szerinti tipológia szerint értelmezzük – az első és második fél általi kikényszerítés jelentették: az üzleti partner erkölcsisége, személyes megbízhatósága, amelyet az együttműködés során lehetett megismerni, valamint az abból fakadó ösztönző, hogy a partnernek érdekében áll a szerződéses kapcsolatot a jövőben is fenntartani. A jogrendszer használata „harmadik helyezést” ért el. A harmadik félre támaszkodó informális módszerek – társadalmi norma és piaci reputáció – lényegesen alacsonyabb átlagos pontszámokat kaptak, de szintén jelen voltak a román vállalkozói gazdaságban.⁸

Hasonló eredményekre jutott *Hendley és szerzőtársai* [2000] orosz vállalatvezetők körében, annak ellenére, hogy a szakirodalom az orosz jogrendszert gyengébbnek tartja a románánál. A vállalati vezetők itt is a személyes megbízhatóságot és a kapcsolat hosszú távú, önkikényszerítő jellegét tartották a legfontosabbnak, amelyet a jogrendre hagyatkozás követett. A többi mechanizmus közül a piaci reputáció volt a legfontosabb, a többit – köztük az erőszakos, kriminalizált kikényszerítést – csak nagyon ritkán említették.

Magyar cégvezetők körében kereste *Szepesi–Szabó–Morvai* [2009] az üzleti siker feltételei között a szerződéses biztosítékok széles körét, köztük intézményi mechanizmusokat is. A válaszadók az üzlet sikerének biztosítása szempontjából legfontosabbnak a partner már megtapasztalt személyes megbízhatóságát tartották (1–4 skálán átlagosan 3,23-ra értékelték), amelyet a részletes szerződés kötése (3,11), majd a reputációs ösztönzők követtek (stabil cég 3,08; ismerős ajánlja 2,96; reputációját vesztheti: 2,78; ismert piaci szereplő: 2,62). A baráti-rokoni kapcsolatokról fakadó informális normák szerepe sokkal kisebb (1,97) volt.

A bizalom fent említett „szűk rádiusza” (*Giczi–Sik* [2009]) ellenére úgy tűnik, hogy az üzleti kapcsolatok Magyarországon és a régióban elválnak a személyes rokoni-baráti viszonyoktól, utóbbiaknak csekély a jelentősége a szerződések kikényszerítésében. Másfelől, a formális jogrend szerepe kiemelkedően fontos, még ha el is marad a nyugat-európaiktól. Ezek markáns különbségek a hasonló

⁶ További kettő elmaradt afrikai országokkal foglalkozik: *Fafchamps* [2004], *Kähkönen és szerzőtársai* [2001].

⁷ Legalább 50 főt foglalkoztató ipari, építőipari, közlekedési és nagykereskedelmi vállalatokat vizsgáltak 2001-ben.

⁸ A szerzők a fentiek mellett a kormányzati segítséget és a magánjellegű vitarendezési szolgáltatásokat is szerepeltették a tipológiájukban. A cégek ezeket használták a legritkábban.

vagy bennünket közelítő gazdasági fejlettségű kelet-ázsiai országokhoz képest. Ott a nem üzleti kapcsolatok szerepe hangsúlyosabb, a formális jogrend szerepe pedig kisebb (McMillan–Woodruff [2000], Peng [2004], Steer–Sen [2010]). Bármennyi igazság is van az „urambátyám világ” képzetében, Magyarország nemzetközi összehasonlításban fejlett polgári jogi kultúrájú ország, és a régió piacgazdasági tranzíciójában – minden tökéletlensége ellenére is – kiemelkedően pozitív szerepe volt a magánjogi intézményrendszernek (Murrell [2008], Kaufmann és szerzőtársai [2009]). Közvetett módon a jog fontosságát erősíti meg, hogy egy felmérés szerint a magyar vállalkozások (a lengyelekhez hasonlóan) kevésbé hajlanak arra, hogy írott szerződés nélkül belevágjanak egy üzletbe, mint német társaik (Janky–Lengyel [2013]).

Az üzleti életben kialakuló informális játékszabályok – reputáció és normák – súlya a magyar gazdaságban nem egészen világos. A közgazdasági irodalom hangsúlyozza ezek kiemelkedő szerepét a jogrendszer tökéletlensége esetén (McMillan–Woodruff [2000], Johnson és szerzőtársai [2002], Szepesi–Szabó–Morvai [2009]). Ugyanakkor az írásos szerződésekhez való ragaszkodás más szerzők szerint éppen az informális normák viszonylagos gyengeségére utal (Janky–Lengyel [2013]). Bár tegyük hozzá, hogy a normakövető cégek nagyobb eséllyel maradnak életben (Janky–Lengyel [2004]), a hazai feldolgozóipari vállalatoknak 39 százaléka pedig így is jellemzően még az írásos szerződés megkötése előtt megkezdí a teljesítést (Csabina és szerzőtársai [2001]). A közgazdasági elmélet tükrében fontos különválasztani a reputációt és a társadalmi normát, hiszen két eltérő intézményi mechanizmusról van szó. Összességében az üzleti reputáció és az üzleti élet normái az erkölcs, az önkikényszerítő szerződések és a jogrend fontos kiegészítőinek – de hozzájuk képest másodrendű jelentőségűnek – tűnnek.

Az elérhető eddigi empirikus adatokból felsejlő mintázat alapján a következő hipotéziseket fogalmazhatjuk meg.

4.A) HIPOTÉZIS • *A hitelesség megteremtésében a legfontosabb szerepe az első és a második fél általi kikényszerítésnek, vagyis az erkölcsnek és az önkikényszerítő szerződésnek van.*

4.B) HIPOTÉZIS • *A jogrend, vagyis a formális, harmadik fél (bíróság) általi kikényszerítés szerepe szintén fontos, bár kevésbé, mint az előbbieket.*

4.C) HIPOTÉZIS • *A jogrendet a harmadik fél általi informális intézmények közül az üzleti reputáció és az üzleti közösségek normái követik, míg a családi-baráti közösségek normáinak csekély a szerepük.*

Adatbázis

Egy 2016 májusában lezajlott országos kérdőíves adatfelvétel keretében 250 főnél kevesebbet foglalkoztató nem mezőgazdasági⁹ vállalkozások vezetőit kérdeztük meg. A cél az volt, hogy reprezentatív képet nyújtsunk a magyar vállalkozások

⁹ Az adatfelvétel kívülről adott korlátai nem tették lehetővé mezőgazdasági cégek bevonását a mintába.

e széles köréről. A mintavétel alapjául két, vállalkozásokat tartalmazó adatbázis szolgált: a Központi Statisztikai Hivatal Gazdasági Szervezetek Regisztere (GSZR), továbbá az EU-s társfinanszírozású pályázatokon nyertes cégeket tartalmazó Egységes Monitoring és Információs Rendszer (EMIR). Bár az EMIR bevonását eredetileg a kérdőív egy másik, EU-támogatásokkal kapcsolatos kérdésblokkja indokolta, ez az adatbázis arra is alkalmasnak bizonyult, hogy a GSZR hiányosságait pótolja. Így tulajdonképpen teljesebb képet kaptunk a magyar vállalkozások populációjáról, mint ha csak a KSH regiszterét használtuk volna. A 391 elemű minta egyik felét a GSZR,¹⁰ másik felét az EMIR-adatbázisból vettük (2. táblázat).

2. táblázat

Mintavétel módja a vállalkozói adatbázisokból

Adatbázis	Populáció		Minta	
	százalék	N	százalék	N
GSZR	72,1	68 504	46,3	181
EMIR	27,9	26 546	53,7	210
Összesen	100,0	95 050	100,0	391

Annak érdekében, hogy kiküszöböljük az EU-pályázatokon nyertes cégek felülreprezentáltságából fakadó esetleges torzításokat, a mintát súlyoztuk a nyertes/nem nyertes státusz, valamint – mivel a nyertes és nem nyertes cégek ágazati besorolása jelentősen eltért – az ágazati besorolás szerint is. A vállalatok méretét illetően a mintában a kis- és a középvállalkozások némileg felülreprezentáltak voltak a mikro-vállalkozásokhoz képest, miközben a minta jól tükrözte a populáció ágazatok és régiók közötti eloszlását (3–5. táblázat).

3. táblázat

A vállalkozáspopuláció és a minta megoszlása vállalatméret szerint

Vállalatméret	Populáció		Súlyozatlan minta		Súlyozott minta	
	százalék	N	százalék	N	százalék	N
Mikrovállalkozások (5–9 fő)	58,0	55 128	43,7	171	47,7	141,5
Kisvállalkozások (10–49 fő)	35,7	33 931	43,9	172	42,1	115,0
Középvállalkozások (50–249 fő)	6,3	5 991	12,3	48	10,1	49,5
Összesen	100,0	95 050	100,0	391	100,0	391,0

¹⁰ Eredetileg a GSZR-ben is szerepeltek EU-támogatást elnyerő vállalkozások. A duplikációt elkerülendő, ezeket töröltük, és csak az EMIR-ben szerepeltettük.

4. táblázat

A vállalkozáspopuláció és a minta megoszlása gazdasági ágazatok szerint

Ágazat	Populáció		Súlyozatlan minta		Súlyozott minta	
	százalék	<i>N</i>	százalék	<i>N</i>	százalék	<i>N</i>
Ipar	27,7	26 362	25,8	101	28,1	110
Kereskedelem	25,9	24 566	28,1	110	26,0	102
Szolgáltatás	45,2	42 981	46,0	180	45,9	179
Hiányzó adat	1,2	1 141	–	–	–	–
Összesen	100,0	95 050	100,0	391	100,0	391

5. táblázat

A vállalkozáspopuláció és a minta megoszlása régiók szerint

Régió	Populáció		Súlyozatlan minta		Súlyozott minta	
	százalék	<i>N</i>	százalék	<i>N</i>	százalék	<i>N</i>
Dél-Alföld	11,39	10 827	13,04	51	12,0	47,0
Dél-Dunántúl	7,57	7 193	7,16	28	6,3	24,5
Észak-Alföld	11,13	10 580	10,23	40	10,3	40,5
Észak-Magyarország	7,43	7 059	8,18	32	7,3	28,5
Közép-Dunántúl	8,72	8 288	11,25	44	11,0	43,0
Közép-Magyarország	44,08	41 902	42,97	168	46,9	183,5
Nyugat-Dunántúl	9,67	9 193	7,16	28	6,3	24,5
Hiányzó adat	0,01	8	–	–	–	–
Összesen	100	95 050	100	391		391

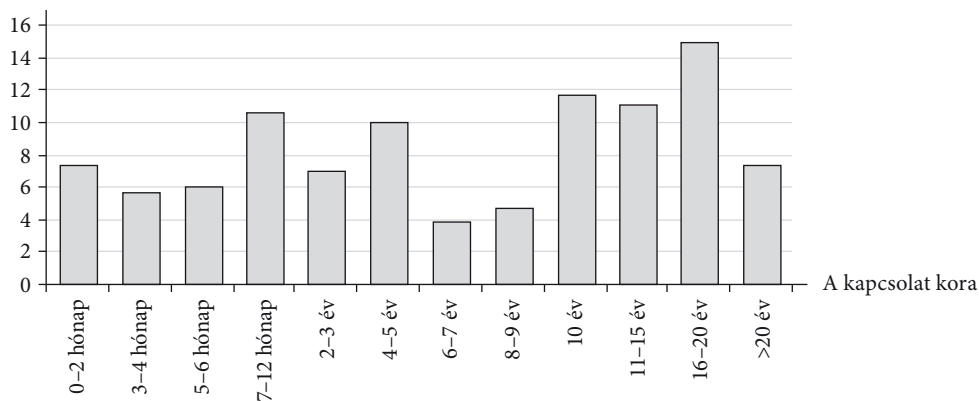
A kérdőív a vállalkozás jellemzői és gazdasági környezete mellett a cég egy beszállítójával és egy megrendelőjével fennálló kapcsolatáról tartalmazott részletes kérdéseket. Azért, hogy az üzleti kapcsolatok minél szélesebb körét fedjük le, *Johnson és szerzőtársai* [2002] módszerét követve a mintát két részre osztottuk: a minta véletlenszerűen kiválasztott egyik felében a vállalkozásokat arra kértük, hogy a legrégebbi (vagy egyik legrégebbi) megrendelőjükkel és beszállítójukkal folytatott kapcsolatukról számoljanak be, a másik felében szereplőket pedig a legújabb partnereiről kérdeztük. A mintába került üzleti kapcsolatok „életkora” így az egy hónaposnál is újabbaktól a 20 évnél régebbiekig terjedt (2. ábra). Összesen 782 üzleti kapcsolatról (391 cég × 2 üzletfél) szereztünk információt.

Az adatok a magyar kis- és középvállalatok üzleti kapcsolatainak széles skáláját fogják át. A kérdőív tanúsága szerint a vizsgált partnerek körében a magyar magántulajdonú, Magyarországon működő kis- és középvállalatok dominálnak, de nagyobb, magyar állami és külföldi tulajdonú, illetve külföldön működő partnerek is bekerültek a mintába (6. táblázat).

2. ábra

Az üzleti kapcsolatok megoszlása a mintában a kapcsolat életkora szerint

Százalék



6. táblázat

Az üzleti partnerek típusai

	Elemzszám	Százalék
ÜZLETI PARTNER TÖBBSÉGI TULAJDONOSA		
Magyar magánszemély vagy magáncég	505	64,6
Magyar állam vagy önkormányzat	64	8,2
Külföldi személy vagy cég	145	18,5
Egyéb	14	1,8
Nem tudja/nem válaszol	54	6,9
Összesen	782	100,0
ÜZLETI PARTNER MUNKAVÁLLALÓINAK LÉTSZÁMA		
Kevesebb mint öt fő	60	7,7
5-9 fő	74	9,5
10-49 fő	181	23,1
50-99 fő	74	9,5
100 fő felett	200	25,6
Nem tudja/nem válaszol	193	24,7
Összesen	782	100,0
ÜZLETI PARTNER TELEPHELYE A MEGKÉRDEZETT CÉGÉHEZ KÉPEST		
Ugyanazon a településen	224	28,6
Ugyanabban a megyében	180	23,0
Az ország más megyéjében	239	30,6
Külföldön	91	11,6
Nem tudja/nem válaszol	48	6,1
Összesen	782	100,0

A hitelesség mértéke

Hitelesség mércéi létező üzleti kapcsolatokban

A megkérdezett cégvezetők két üzletfelük hitelességét értékelték. Kétféle módszertant alkalmaztunk. Egyrészt az üzletfél megbízhatóságára vonatkozó állításokat adtunk meg, és megkérdeztük, mennyire jellemzők ezek a szóban forgó kapcsolatra (*Sako–Helper* [1998], *Zaheer és szerzőtársai* [1998], *Poppo–Zenger* [2002]). Az állításokat úgy fogalmaztuk meg, hogy a negatív és a pozitív ígéretek hitelességét is megragadják, továbbá lehetővé tegyék az összehasonlítást *Sako* [1998] és *Sako–Helper* [1998] nemzetközi eredményeivel, amely tanulmányok részletesen közölnek a mieinkkel összevethető adatokat. A négyfokozatú skálán¹¹ értékelendő három állítás a következő volt:

Negatív ígélet hitelessége (inverz mérce)

1. *Az üzletfelem kihasználja a lehetőséget, ha az én rovásomra növelheti a profitját.*

Pozitív ígélet hitelessége

2. *Az üzletfelem ígéreteire nyugodtan ráhagyatkozhatok.*

3. *Az üzletfelem nagyon együtműködő és segítőkész, ha nehézségeim adódnak.*

Bár a közgazdaságtan általában idegenkedik attól, hogy kemény adatok helyett vélekedéseket elemezzen, a szerződéses kapcsolatok elemzésében a módszer elfogadott és elterjedt (*Hendley–Murrell* [2003], *Schepker és szerzőtársai* [2013]). A percepciók természetesen lehetnek tévesek, de létezik egy nyomós közgazdasági érv a széles körű tévedések feltételezése ellen: a piaci verseny erősen ösztönzi az üzleti kapcsolatok szempontjából fontos, esetleges téves nézetek korrekcióját (*Glaeser* [2010]).

A hitelességet emellett megpróbáltuk objektív mutatóval is megragadni. *Johnson és szerzőtársai* [2002] javaslatát követve, a megrendelőkhöz fűződő kapcsolatokban rákérdeztünk a partnernek nyújtott fizetési haladék nagyságára. Ha a szállító cég a teljesítés után több-kevesebb időt hagy a számla kiegyenlítésére, azzal lényegében kereskedelmi hitelt (*trade credit*) nyújt a vevőnek. Ez azt feltételezi, hogy bízik abban, hogy a vevő fog is fizetni. *Johnson és szerzőtársai* szerint a kereskedelmi hitel jelenléte, illetve aránya a teljes áron belül jó mércéje az üzleti megbízhatóságnak. A mutatónak ugyanakkor erős korlátai vannak: 1. a szerződéses ígéreteknek csak egy kis szeletét (a fizetés időpontjára vonatkozót) ragadja meg; és 2. a hitelességet „zajosan” méri, mivel a fizetési haladék más tényezőktől (például kockázatmegosztástól, likviditási korlátoktól) is függ, sőt bizonyos esetekben a késői fizetés a megrendelő várakozásai ellenére történik, ami éppen a megbízhatóság hiányának a jele. A mérce fő erénye, hogy lehetővé teszi az összehasonlítást más közép- és kelet-európai országokkal. A mutató három verzióját képeztük: 1. kereskedelmi hitel léte (igen/nem); 2. kereskedelmi hitel aránya a vételárból; 3. a hét napon túli kereskedelmi hitel aránya a vételárból. Feltételezésünk szerint a szubjektív percepción alapuló változók a hitelesség

¹¹ 1 = egyáltalán nem jellemző, 2 = inkább nem jellemző, 3 = inkább jellemző, 4 = teljesen jellemző.

két elkülöníthető – negatív és pozitív – oldalát ragadják meg. A fizetési haladék mutatóiról pedig – *Johnson és szerzőtársai* [2002] érvelését elfogadva – feltételezzük, hogy a megbízhatóságot átfogóan ragadják meg.

A hitelesség mértéke nemzetközi összehasonlításban

Milyen szintű hiteles elköteleződést tapasztalnak a magyar kis- és középvállalkozások más cégekhez fűződő üzleti kapcsolataikban? Mindhárom szubjektív percepción alapuló mutató szerint a cégvezetők körülbelül 40 százaléka „teljesen”, 80-90 százaléka pedig „teljesen” vagy „inkább igen” megbízik üzletfele ígéreteiben (7. táblázat).

7. táblázat

Ígéret hitelessége a magyar kis- és középvállalkozások üzleti kapcsolataiban

Mennyire jellemző az adott kapcsolatban?	Negatív ígélet hitelessége		Pozitív ígélet hitelessége			
	„Növeli rovásomra a profitját, ha teheti” [*]		„Együttműködő és segítőkész”		„Nyugodtan ráhagyatkozhatok”	
	százalék	N	százalék	N	százalék	N
Egyáltalán nem (1)	46,7	329	5,3	38	3,3	24
Inkább nem (2)	31,3	220	10,5	75	7,5	54
Inkább igen (3)	12,3	87	48,3	345	50,0	358
Teljesen (4)	9,6	68	36,0	257	39,1	280
Összesen	100,0	703	100,0	716	100,0	715
Nincs adat	–	79	–	67	–	67
Átlagos értékelések (1–4 skálán)	1,85		3,15		3,25	

^{*} Az alacsonyabb értékek jelzik a nagyobb hitelességet.

A dőlt értékek jelzik a hitelesség jelenlétét.

A nemzetközi összehasonlítást nehezíti, hogy *Sako* [1998] és *Sako–Helper* [1998] eredményei csak autóipari beszállítókra vonatkoztak, az általunk használt 1–4 fokozatú skála helyett 1–5 fokozatú skálán alapulnak, és a szerzők nem közölték a válaszok teljes eloszlását. Az összehasonlítást elősegítendő külön megvizsgáltuk a magyar ipari kis- és középvállalkozások azon üzleti kapcsolatait, amelyek külföldi tulajdonú és nagy (legalább 100 főt foglalkoztató) cégekhez fűzik őket. A negatív ígélet hitelességét illetően a külföldi esetekben az 1–5 skálán az 1, 2 vagy 3 választ adók részarányát ismertük, és ezt vetettük össze a magyar mintán az 1 vagy 2 választ adókkal. Tehát a magyar vállalkozások esetében alkalmaztunk szigorúbb kritériumot. Még így is azt látjuk, hogy mind a teljes mintán, mind az ipari beszállítói részmintán belül magasabb azoknak az aránya, akik hitelesnek tartják az üzletfeleiket, mint bármely másik országban (8. táblázat). Ha pedig az

átlagos értékelést nézzük, azt találjuk, hogy a magyar érték a japán és az amerikai között helyezkedik el.

8. táblázat

Érzékelt hitelesség az üzleti kapcsolatokban – magyar és külföldi minták összevetése

	Kapcsolatok hány százalékában hiteles a negatív ígéret? ^a	Válaszok átlaga ^{b, c}	Kapcsolatok hány százalékában hiteles a pozitív ígéret? ^d	Válaszok átlaga ^{b, e}
MAGYAR CÉGEK				
Összes kis- és középvállalkozás összes üzleti kapcsolata	78,0	2,13	36,0	3,88
Ipari cégek üzleti kapcsolatai külföldi tulajdonú, nagy cégekkel	83,1	2,25	25,0	3,77
AUTÓIPARI BESZÁLLÍTÓK (Sako [1998], Sako–Helper [1998])				
Japán	76,1	1,9	38,8	3,17
Egyesült Államok	44,1	2,87	37,24	3,02
Egyesült Királyság	67,5		42,5	
Németország	74,0		50,0	
Olasz-, Spanyol-, Franciaország	74,0		64,0	

^a 1–4 skálán: 1, 2 válaszok; 1–5 skálán: 1, 2, 3 válaszok.

^b 1–5 skálán. Az 1–4 skála átszámítása 1–5 skálára: 1 = 1, 2 = 7/3, 3 = 11/3, 4 = 5 (Card [2012] 148. o.).

^c A skálán az 1 érték jelzi a negatív hitelesség legnagyobb, az 5 a legkisebb mértékét, mivel a kérdés az önérdékkövetés jelenlétére vonatkozott (lásd a 7. táblázatot).

^d 1–4 skálán: 4 válasz; 1–5 skálán: 4, 5 válasz.

^e A skálán az 1 érték jelzi a pozitív hitelesség legkisebb, az 5 a legnagyobb mértékét, mivel a kérdés az együttműködési és segítőkészségre vonatkozott (lásd a 7. táblázatot).

A pozitív ígérek közül az együttműködési és segítőkészséget vizsgálta Sako–Helper [1998]. Itt is a magyar cégekkel voltunk szigorúbbak: csak a 4-et választókat hasonlítottuk össze a 4-et vagy 5-öt választó külföldiekkel. Ez esetben a magyar értékek alacsonyabbak. Ugyanakkor az átlagos magyar értékelés a japán és az amerikai szintet is jelentősen meghaladja. Ennek oka, hogy a magyarok közül nagyon sokan gondolták úgy, hogy a másik fél ígérete ha nem is „teljesen” hiteles, de „inkább igen”, mint nem (3).

A kirajzolódó kép *nem* erősíti meg, hogy a magyar vállalkozások üzleti kapcsolataiban kevésbé teremődne meg a hitelesség, mint más, fejlettebb gazdaságú országokban. *Éppen ellenkezőleg*: kevés olyan kapcsolatot találunk, ahol kifejezetten hiányozna a hitelesség, és a hitelesség átlagos szubjektív értékelése magas.

Feltevésünk szerint a jelentősebb fizetési haladék nagyobb hitelességet tükröz. Bármilyen mértékű fizetési haladékot a teljesítést követően (tehát akár egy napot is, az ár egy százalékára) a válaszadók 80 százaléka adott a megrendelőjének. A teljesítést követően fizetendő összeg átlagos aránya 74 százalék volt, a hét napon túli arány pedig 68 százalék.

Johnson és szerzőtársai [2002] 7–270 főt foglalkoztató, magántulajdonú ipari vállalatok körében vizsgálta a fizetési szokásokat Kelet-Közép-Európában. A 9. táblázatban a teljes magyar mintát és a kizárólag magántulajdonú, ipari cégek almintáját is összevetjük az eredményeikkel. A magyarországi adatok kedvezőbbek a régiós átlagnál, és viszonylag közel állnak a Szlovákiában és Lengyelországban a 2000-es évek elején megfigyeltékhez. Ez arra utal, hogy a magyar vállalkozók üzleti kapcsolataiban a hitelesség szintje hasonló, mint a velünk egyező fejlettségű szomszédos országokban.

9. táblázat

Kereskedelmi hitel aránya Magyarországon és más kelet-közép-európai országokban (százalék)

	Volt kereskedelmi hitel	Mekkora a vételár...	
		teljesítést követően fizetendő része?	teljesítés után 7 nappal vagy később fizetendő része?
Magyarország (N = 350)	80	74	68
Magyarország: ipari magáncégek (N = 102)	84	79	75
Kelet-Közép-Európa* (átlag)	70	61	46
Szlovákia	77	70	57
Lengyelország	85	84	72
Románia	62	49	28
Oroszország	27	38	18
Ukrajna	63	11	3

* A táblázatban szereplő országok átlaga Magyarország nélkül.

Forrás: saját adatbázis és *Johnson és szerzőtársai* [2002] 2. táblázat.

A pontosabb nemzetközi összehasonlításhoz közös adatfelvételre és az adatok együttes elemzésére lenne szükség, amire eddig nem volt lehetőségünk. Mindenesetre az elérhető statisztikák egyszerű összevetése nem erősíti meg, hogy a magyar vállalkozók körében a hitelesség szintje lényegesen elmaradna a hasonló vagy magasabb fejlettségű gazdaságokétól. Ha csak önmagukban a magyar adatokat nézzük, akkor is azt látjuk, hogy a létező üzleti kapcsolatoknak csak kis részében hiányzik vagy gyenge a hitelesség.

A hitelesség kialakulása

A mintánkban szereplő üzleti kapcsolatok átlagos kora 8,75 év. Bár a vállalkozások felét a legújabb partnereiről kérdeztük, az átlag ezek körében is 3,63 év volt, és csak kevesen említettek egyévesnél frissebb kapcsolatokat. Megfigyeléseink így elsősorban a bejáratott, kipróbált üzletfelek közötti viszonyokról tájékoztatnak. Elképzelhető, hogy az igazi probléma nem a hitelesség alacsony szintje a már működő kapcsolatokban, hanem az, hogy a hitelesség csak nehezen alakul ki. Egyrészt, a kapcsolat kezdete után sokáig tart a hitelesség megfigyelt átlagos szintjének az elérése. Másrészt,

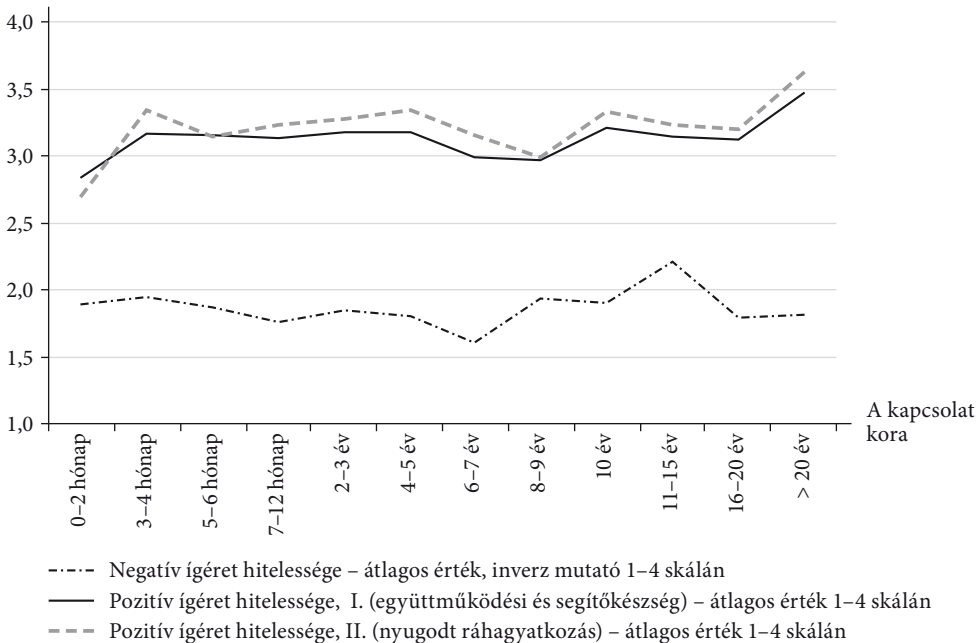
nem vagy csak ritkán jön létre a hitelesség, ha előzetesen hiányzik az azt támogató személyes vagy üzleti ismeretség, tapasztalat.

Hogyan változik a hitelesség érzékelt szintje a kapcsolat korával? Amint a 3. ábráról leolvashatjuk, a negatív ígéretek hitelességét a kapcsolat korától függetlenül ítélik meg a vállalkozók. Ez arra utal, hogy a cégek még a kapcsolat megkezdése előtt igyekeznek kiszűrni a potenciális önérdékkövetőket, és ez általában sikerül is nekik. Ezzel ellentétben a pozitív ígéretek hitelessége a legfrissebb, 0–2 hónapos kapcsolatokban viszonylag alacsony, majd gyorsan, már 3–4 hónap alatt „szintet ugrik” (a továbbélő kapcsolatokban), és a későbbiekben nagyjából megtartja ezt a magas szintjét.

3. ábra

Az egyes hitelességi mércék átlagos értékei a kapcsolat kora szerint

Átlagos érték 1–4 skálán

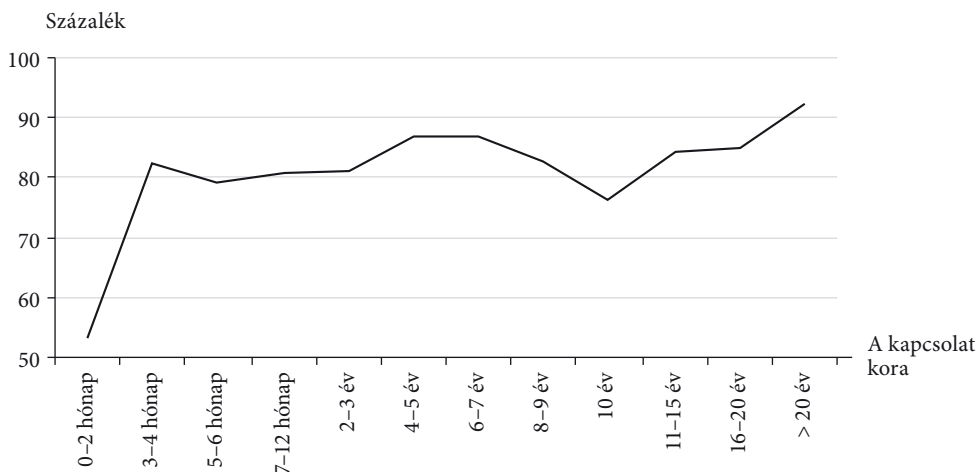


Hasonló dinamikáról tanúskodik a kereskedelmi hitel gyakorisága is: a 2. hónap után meredeken nő azoknak a kapcsolatoknak az aránya, amelyekben a vállalkozások fizetési haladékot adnak a vevőjüknek, majd pedig az arány nagyjából szinten marad (4. ábra).¹² A megfigyelések egy lehetséges magyarázata, hogy az üzletfelek általában egy-két hónap alatt találják rá a kooperáció magasabb szintjét biztosító Nash-egyensúlyi stratégiapárokra.

¹² Hasonló eredményre jutunk, ha a fizetési haladék jelenléte (igen/nem) helyett annak százalékos arányát vesszük. Mivel ez az arány csak kevés esetben (14 százalék) van 0 és 100 között, a továbbiakban az egyszerűség kedvéért a fizetési haladék jelenlétének változóját használjuk. Az eredmény összecseng Johnson és szerzőtársai [2002] azon megfigyelésével, hogy a bizalom gyorsan, 1-2 hónapon belül létrejön az üzleti kapcsolatokban.

4. ábra

Azoknak a kapcsolatoknak az aránya a kapcsolat korának függvényében, amelyekben a vevő a vételár egy részét vagy egészét a teljesítést követően fizetheti ki



Milyen arányban vágtak bele ismeretlenül a vállalkozások a jelenleg is létező üzleti kapcsolataikba? A cégvezetőktől megkérdeztük, miként kerültek kapcsolatba a legrégebbi, illetve legújabb megrendelőjükkel és beszállítójukkal. Az üzleti viszonyok kis hányada (mindössze 6 százaléka) kezdődött személyes ismeretségeken keresztül, ami a magán- és az üzleti szféra nagyfokú elkülönülését jelzi. Több mint a felüknél történt az első kapcsolatfelvétel üzleti ismeretségen vagy közvetítón keresztül, míg mindenfajta ismeretség nélkül indult a vizsgált kapcsolatok 42 százaléka. Ez ugyan nem jelenti azt, hogy a kapcsolatfelvétel után ne tájékozódniak kapcsolataikon keresztül a potenciális üzletfélről (erről nincs információnk), mégis jelzi, hogy a cégek széles körben hajlandók átlépni a személyes kapcsolati hálójukon. A kelet-közép-európai mintával összevetve is viszonylag magas ez utóbbi arány Magyarországon, csak a lengyel cégek körében volt magasabb (10. táblázat).

Valóban gátját képezi-e az előzetes ismeretség hiánya a hitelesség kialakulásának? Igaz-e, hogy azokban a kapcsolatokban, amelyekbe a felek előzetes ismeretség nélkül vágnak bele, a hitelesség alacsonyabb szintje jön csak létre? Regressziós elemzéssel vizsgáltuk, hogyan függ össze az előzetes ismeretség hiánya a negatív és a pozitív ígérlet hitelességével, illetve a fizetési haladék jelenlétével. A pozitív ígérlet hitelességét megragadó két kérdést főkomponensben vontuk össze, és így vizsgáltuk, elkülönítve a negatív ígérlettel kapcsolatos kérdéstől.¹³

Amint a 11. táblázatból kitűnik (lásd az 1307–1308. oldalon), sem a negatív, sem a pozitív hitelesség szubjektív percepciója nem kimutathatóan kisebb azokban a kapcsolatokban, amelyek előzetes ismeretség és közvetítés nélkül kezdődtek.

¹³ A főkomponens-elemzés megerősítette a pozitív szempont két mércéje közötti szoros kapcsolatot: mindkét változó varianciájából (így a teljes varianciából is) 84,1 százalékat őrzött meg az első főkomponens. A főkomponens-elemzést a három változóra elvégezve, csak a teljes variancia 57,4 százaléka őrződött meg, és a negatív szempontot megragadó változó kommunalitása mindössze 0,104 volt.

10. táblázat

A kapcsolatfelvétel alapja Magyarországon és más kelet-közép-európai országokban (százalék)

Ország	Kapcsolat előzménye		
	személyes (rokoni-baráti) kapcsolat	üzleti ismeretség, ajánlás	anonimitás: előzetes ismeretség hiánya
Magyarország (N=705)	6,10	51,90	42,00
Magyarország: ipari magáncégek (N=705)	3,60	53,70	42,70
Kelet-Közép-Európa* (átlag)	17,40	45,10	37,50
Szlovákia	13,00	48,10	38,90
Lengyelország	7,00	43,60	49,40
Románia	30,60	35,80	33,60
Oroszország	20,00	43,20	36,80
Ukrajna	13,60	73,70	12,70

* A táblázatban szereplő országok átlaga Magyarország nélkül.

Forrás: saját adatbázis és *Johnson és szerzőtársai* [2002] 2. táblázat.

Ugyanakkor a cégek kisebb valószínűséggel adnak a teljesítés után fizetési haladékokat az előzetesen nem ismert megrendelőiknek. Ez az utóbbi összefüggés akkor is érvényes marad, ha kiszűrjük a vállalkozás és partnere egyéb ismérveit, amelyek potenciálisan befolyásolhatják a hitelesség mértékét. Az átlagos marginális hatást kiszámítva azt találjuk, hogy a mintában átlagosan 16 százalékponttal csökkenti a haladék nyújtásának valószínűségét, ha az üzletfelek teljesen ismeretlenül léptek üzleti kapcsolatra egymással. Részben igazolást nyert tehát az a hipotézisünk, hogy az ismeretlenül kezdődő kapcsolatokban nehezebb megteremteni a hitelességet.

A hitelességet támogató intézmények

A cégvezetőket megkérdeztük, miben látják annak garanciáját, hogy a megrendelőjük, illetve a beszállítójuk az elvárásaiknak megfelelően teljesíti vállalásait. Az elméleti taxonómiában szereplő következő intézményeket vizsgáltuk: erkölcs, önkikényszerítő szerződés, reputáció, társadalmi norma, jogrend. Az önkikényszerítő szerződést illetően a kapcsolatok hosszú távú jellegéből fakadó ösztönzőket vizsgáltuk. A reputációt két részre bontottuk: az üzleti partner személyes hírnevére és az üzletfél cég „személytelen” piaci reputációjára. Utóbbi kialakulása *Greif* [2006] szerint különösen fontos ismertetőjegye a jól működő piacgazdaságnak. A normák különböző közösségekből származhatnak, amelyek közül hármat vizsgáltunk meg: a szakmát, a vállalkozói közösséget és a baráti-rokoni viszonyrendszert.

A cégvezetőket arra kértük, hogy 1–4 skálán értékeljék, mekkora az adott üzleti kapcsolatban a különböző szerződés-kikényszerítő intézmények jelentősége (vö. *Hendley és szerzőtársai* [2000], *Murrell* [2003]). Az 1309. oldalon lévő 12. táblázatban összegeztük

11. táblázat
Az előzetes ismeretség hiányának hatása az üzletfél ígéréteinek hitelességére – regressziós becslések

Függő változó	Negatív ígéret hitelessége (inverz mérce, ordinális logit)		Pozitív ígéret hitelessége (főkomponens, OLS)		Vevőnek nyújtott fizetési haladék (Igen/Nem, logit)	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Üzletfél beszállító (nem vevő)	-0,41 (0,12)	-0,04 (0,17)	-0,17** (0,07)	-0,14** (0,07)	-	-
Kapcsolat két hónapnál régebbi	-0,02 (0,39)	-0,04 (0,52)	0,51** (0,22)	0,46** (0,24)	1,13** (0,48)	0,25 (0,76)
Előzetes ismeretség hiánya	-0,22 (0,18)	-0,28 (0,22)	-0,10 (0,09)	0,05 (0,11)	$dy/dx = 0,16$ -1,05*** (0,37)	$dy/dx = 0,02$ -1,71** (0,75)
<i>Kontrollváltozók</i>						
Vállalkozás jellemzői	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen
Üzletfél jellemzői	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen
<i>Küszöb</i>						
A negatív ígéret hitelessége						
= 1	-0,29 (0,41)	-2,11* (1,19)				
= 2	1,12*** (0,42)	0,47 (1,17)				
= 3	2,11*** (0,45)	0,74 (1,16)				

A 11. táblázat folytatása

Függő változó	Negatív ígéret hitelessége (inverz mérce, ordinális logit)		Pozitív ígéret hitelessége (főkomponens, OLS)		Vevőknek nyújtott fizetési haladék (Igen/Nem, logit)	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
N	629	501	627	505	313	232
Wald-féle χ^2	1,71	76,05			14,53	66,51
Prob > χ^2	0,64	0,00			0,00	0,00
Pszseudo R^2	0,002	0,073			0,068	0,402
R^2			0,027	0,232		
F			4,23	2,60		
Prob > F			0,006	0,000		

Megjegyzés: a táblázatban a számértékek a becslést együtthatók, zárójelben a standard hibák, illetve az átlagos marginális hatások (dy/dx). A regressziós modellek megfelelnek a függő változók jellegének. A negatív ígéret hitelességének mércéje 1–4 ordinális skálán mért változó. Az ordinálislogit-modellek azt feltételezik, hogy a magyarázó változók hatása a skála bármely két lépcsőfoka között azonos (a becslést multinomiális logittal is elvégeztük, amely nem él ezzel a megszorító feltetéssel, és hasonló eredményeket kaptunk). Az OLS-modellek megfelelnek a pozitív ígéret hitelessége főkomponens folytonos változó jellegének, a logitmodellek pedig a fizetési haladék bináris változójának. A becslési hibákat a vállalatok szintjén klasztereztük. Kontrollváltozók: 1. a megkérdézett vállalkozás jellemzői: alkalmazotti létszám, cég kora, ágazat, régió, szék-hely településtípusa, cégvezető felsőfokú végzettsége, minimum 10 százalékos állami tulajdonos, minimum 10 százalékos külföldi tulajdonos, export aránya, pályázott EU-forrára, nyert EU-forrást; 2. az üzletfél jellemzői: alkalmazotti létszám, többségi tulajdonos (magyar magán, magyar állami, külföldi), ágazat, földrajzi távolság (ugyanaz a település, ugyanaz a megye, másik megye, külföld).

*** 1 százalékos, ** 5 százalékos és * 10 százalékos szinten szignifikáns.

12. táblázat

Hitelességet támogató intézmények fontossága az üzleti kapcsolatokban (százalék)

(Feltett kérdés: *Mi garantálja, hogy üzletfele az Ön elvárásainak megfelelően teljesíti vállalásait? Kérem, értékelje az alábbi állításokat!*)

Hitelességet támogató intézmény	Válasz	Fontosság (a válaszok százalékos megoszlása)				Átlagos értékelés	Standard hiba
		egyáltalán nem jellemző		inkább teljesen jellemző			
		(1)	(2)	(3)	(4)		
Önkikényszerítő szerződés (hosszú távra tervezés)	Fontos, hogy a jövőben is fenn akarja velem tartani az üzleti kapcsolatot (N=735)	1,9	4,1	33,0	60,9	3,53	0,667
Erkölc (személyes megbízhatóság)	Korábban tapasztalt személyes megbízhatóság fontos (N=729)	4,8	6,0	24,9	64,3	3,49	0,812
Szakmaiság normái	Garancia számomra, hogy az üzletfelem szereti a szakmáját, fontos neki a szakmai kiválóság (N=704)	6,9	9,9	39,0	44,2	3,21	0,880
Jogrend (bíróság)	Részletes, bírósági úton is érvényesíthető szerződést kötünk (N=734)	24,8	13,1	15,3	46,7	2,84	1,252
Személytelen piaci reputáció	Fontos, hogy üzletfelem jól ismert piaci szereplő (N=727)	16,2	20,6	34,5	28,7	2,76	1,041
Személyes reputáció	Rossz teljesítés esetén a jövőben mások sem kötnének vele üzletet (N=644)	16,4	23,4	34,7	25,4	2,69	1,026
Üzleti közösség normái	Segít, hogy az ismeretségi körünk kiveti magából azt, aki visszaél az üzletfele bizalmával (N=680)	22,2	18,7	36,0	23,2	2,60	1,072
Baráti-rokoni közösség normái	Segít, hogy baráti, rokoni viszony fűz az üzletfelemhez (N=728)	60,0	17,1	14,9	8,0	1,71	0,993
Összes intézmény átlagos fontossága						2,83	0,550

a pontos kérdéseket, valamint az értékelések eloszlását és átlagos értékét. A felsorolás sorrendje már a válaszadók átlagos értékelését tükrözi. Párosított mintás *t*-próbával megvizsgáltuk azt is, mely átlagok különböznek egymástól szignifikánsan. A táblázatban a szignifikánsan nem különbözőket szerepeltetjük közös blokkban.

Várakozásainknak megfelelően messze a legfontosabb intézményi mechanizmusok az önkikényszerítő szerződés (átlagos értékelés 1–4 skálán: 3,51) és az erkölcsiség (3,49). A szakirodalom alapján arra számítottunk, hogy a következő legfontosabb a formális jogrend, a bíróságokra hagyatkozás, és ezt követik a reputáció és a társadalmi normák. Eredményeink szerint bizonyos informális, harmadik fél általi kikényszerítésen alapuló intézmények fontosabbak, mint vártuk. Egyrészt kiemelkedik a szakmai közösségek normája (3,21), amelyet eddig – tudomásunk szerint – az irodalom nem vizsgált külön. Másrészt a jogrend és a – személytelen piaci és személyes üzleti – reputáció hasonló mértékben fontosak. A sort az üzleti-vállalkozói közösségek normái (2,60) és – hipotézisünket igazolva – jelentősen lemaradva a baráti-rokoni közösségek normái (1,71) zárják.

A különböző méretű cégek hasonló mértékben használják az egyes intézményeket, kivéve a bírósági kikényszerítést, amelynek fontossága a cégmérettel együtt nő. A nagyobb (50 főnél többet foglalkoztató) üzletfelek esetében a személyes hírnév és az üzleti normák szerepe kisebb, míg a személytelen piaci reputációé nagyobb.¹⁴

Következtetések

Megbíznak-e üzletfeleikben a magyar kis- és középvállalkozások? Hitelesnek fogadják-e el partnereik ígéreteit? A „bizalomhiányos” magyar társadalomról kialakult kép azt sugallja, hogy igen kevésé. Eredményeink nem igazolják ezt a sejtést, sőt éppen ellentétesek vele. A cégvezetők túlnyomó többsége legalább minimális mértékben megbízik üzletfelei ígéreteiben, mintegy negyven százalékuk pedig teljesen hitelesnek fogadja el azokat. Bár az összehasonlítás más országokkal komoly korlátokba ütközik, az elérhető adatok nem igazolják, hogy a magyar cégek körében a hitelesség kirívóan alacsony lenne. Ellenkezőleg: egyes adatok szerint a szlovák és lengyel szintnek megfelelő; más módszerrel vizsgálva pedig nem marad el a legfejlettebb gazdaságok megfigyeléseitől.

Adataink arra utalnak, hogy a hitelesség viszonylag gyorsan kialakul a vállalkozások között. A három hónaposnál fiatalabb kapcsolatokban figyelhetjük csak meg alacsonyabb szintjét. Ha a kapcsolat „túléli” ezt az időszakot, a mértéke már nem változik számottevően. A létező üzleti relációk keresztmetszeti vizsgálatának korlátja, hogy a létre nem jövő, illetve a megszűnő kapcsolatokról nem nyújt információt. Bár nem tudjuk, hány kapcsolat nem jön létre vagy szűnik meg a hitelesség hiánya miatt, adataink közvetve arra utalnak, hogy a hitelességet széles körben ki lehet alakítani „nulláról”. A megfigyelt üzleti kapcsolatoknak ugyanis jelentős hányada (42 százalék) előzetes – közvetlen vagy közvetett – ismeretség nélkül

¹⁴ A cégek és a tranzakciók jellemzőit figyelembe vevő regressziós elemzések alapján (Mike és szerzőtársai [2016]).

indult. A partner érzékelt hitelességének mértékét nem csökkenti, ha a kapcsolat előzetes ismeretség nélkül indult, a fizetési haladék nyújtásának valószínűségét azonban némiképpen igen. Ez arra utal, hogy a magas szintű hitelességet talán nehezebb így létrehozni, de korántsem lehetetlen.

Egy ígéretet az tesz hitelessé, ha megszegése szankcióval jár. A szankció akkor érheti el célját, ha mindkét fél számára ismert viselkedési előírásaként intézményesül. A magyar vállalkozói gazdaságban a formális és informális intézmények széles köre támogatja a hiteles elköteleződést. A két leggyakrabban használt és legfontosabbnak tartott intézmény az erkölcs és az önkikényszerítő szerződés. Egy vállalkozó szemében elsősorban az ad hitelt partnere ígéretének, ha utóbbi számára fontosak a bensővé tett erkölcsi és a hosszú távú együttműködésük kilátásából fakadó ösztönzők. A magyar gazdaság „nyugatias”, európai karakterét tükrözi – például a kelet-ázsiai gazdaságokkal szemben – a formális jogrend jelentős szerepe, miközben a baráti-családi közösségek normái csak az üzleti kapcsolatok szűk körében jelentősek. A személyes és az üzleti élet elválik egymástól, és az utóbbi kialakítja saját informális intézményi mechanizmusait: a személyes és személytelen, cégnévhez kötődő piaci reputációt, az üzleti és szakmai közösségek normáit. Különösen figyelemreméltó az utóbbiak szerepe: a harmadik legfontosabb hitelességi garancia az, ha az üzletfél szereti szakmáját, fontos neki a szakmai kiválóság. Úgy véljük, ezzel a gazdaság intézményrendszerének eddig elhanyagolt, de igen fontos elemére tapintottunk rá.

Mi magyarázhatja, hogy a „bizalmatlanság hálójában” (*Muraközy* [2012]) vergődő magyar társadalomban a vállalkozói kapcsolatok széles körében a hitelesség viszonylag magas szintjét sikerül elérni? Úgy véljük, a választ a hiteles elköteleződés imperatívusza adja meg, amely a piacgazdaságban érvényesül. A piacon együttműködő két félnek erős érdeke fűződik ahhoz, hogy ígéreteiket kölcsönösen hitelessé tegyék, és komoly erőforrásokat készek mozgósítani e célból. A piaci verseny szelekciója pedig azoknak kedvez, akik hajlandók és képesek hitelessé válni. Adam Smith szavaival: „Ha az üzletelés gyakori, az ember nem annyira egy-egy szerződéstől remél hasznot, hanem inkább attól, hogy általában becsületesen és pontosan viselkedik. Egy körültekintő kereskedő, aki tisztában van valódi érdekével, inkább hagyná elveszni, amihez joga van, mint hogy gyanúra adjon okot...” (*Smith* [1762–1766/1978] 539. o., idézi *Gregg* [2007] 37. o.). Ezen oksági kapcsolat jelenlétére utal az a korábbi empirikus megfigyelés, hogy a 2000-es évekre elejére kisebb valószínűséggel maradtak életben azok a vállalatok, amelyek vezetői az 1990-es évek első felében úgy vélekedtek, hogy a normaszegő magatartás sikerre számíthat (*Janky-Lengyel* [2004]).

Eredményeink arra figyelmeztetnek, hogy óvatosan kell kezelnünk a közéletben és a politikai intézményekhez kötődően érzékelt bizalomhiány jelentőségét a vállalkozói gazdaság számára. A hitelességnek a piaci együttműködésből és versenyből fakadó erős ösztönzői ugyanis hiányoznak a politikából és a közszférából. Másként közelítve, a gazdaságban a jelek szerint működnek olyan intézményi mechanizmusok, amelyek révén vállalkozások képesek meghaladni a más társadalmi szférákat uraló bizalmatlanságot. Mindez természetesen nem jelenti, hogy ne lenne szükség a hitelesség intézményeinek további erősödésére. Nagyon sok olyan kapcsolat van, amelyben a hitelességet csak részben sikerül megteremteni, s talán még nagyobb

azoknak a potenciális üzleteknek a száma, amelyek a hitelesség hiánya miatt eleve létre sem jönnek. A „szó szentségét” (Széchenyi [1830/1930] 396. o.) erősíteni soha nem szűnő kihívás. Ebben a tanulmányban szándékaink szerint átfogó, ám csak nagyon vázlatos képet tudtunk adni a hitelesség intézményeiről a hazai vállalkozói gazdaságban. Alaposabb feltárásuk és megértésük fontos kutatói feladat, amelynek elvégzése ahhoz is hozzájárulhat, hogy ezek az intézmények tovább erősödjenek.

Hivatkozások

- ACEMOGLU, D.–JOHNSON, S. [2005]: Unbundling Institutions. *Journal of Political Economy*, Vol. 113. No. 5. 949–995. o. <https://doi.org/10.1086/432166>.
- ARTZ, K. W.–BRUSH, T. H. [2000]: Asset specificity, uncertainty and relational norms: An examination of coordination costs in collaborative strategic alliances. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 41. No. 4. 337–362. o. [https://doi.org/10.1016/s0167-2681\(99\)00080-3](https://doi.org/10.1016/s0167-2681(99)00080-3).
- BERG, J.–DICKHAUT, J.–MCCABE, K. [1995]: Trust, reciprocity, and social history. *Games and Economic Behavior*, Vol. 10. No. 1. 122–142. o. <https://doi.org/10.1006/game.1995.1027>.
- BERNSTEIN, L. [1992]: Opting out of the legal system: Extralegal contractual relations in the diamond industry. *Journal of Legal Studies*, Vol. 21. No. 1. 115–157. o. <https://doi.org/10.1086/467902>.
- BEUGELSDIJK, S. [2006]: A note on the theory and measurement of trust in explaining differences in economic growth. *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 30. No. 3. 371–387. o. <https://doi.org/10.1093/cje/bei064>.
- BODA ZSOLT [2012]: Legitimációs problémák Magyarországon. Megjelent: *Boda Zsolt–Körösényi András* (szerk.): Van irány? Trendek a magyar politikában? MTA TK PTI–Új Mandátum, Budapest.
- BROUSSEAU, E. [2006]: Contracts: From bilateral sets of incentives to the multi-level governance of relations. Megjelent: *Brousseau, E.–Glachant, J.-M.* (szerk.): *New Institutional Economics. A Guidebook*. Cambridge University Press, Cambridge, 37–66. o. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511754043.005>.
- CARD, N. [2012]: *Applied Meta-Analysis for Social Science Research*. Guilford Press, New York – London.
- COASE, R. H. [1937/2004]: A vállalat természete. Megjelent *Coase: A vállalat, a piac és a jog*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 53–84. o. Angolul: *The Nature of the Firm*. *Economica*, Vol. 4. No. 16. 386–405. o.
- COOTER, R. D. [1994]: Structural adjudication and the new law merchant: A model of decentralized law. *International Review of Law and Economics*, Vol. 14. No. 2. 215–231. o. [https://doi.org/10.1016/0144-8188\(94\)90020-5](https://doi.org/10.1016/0144-8188(94)90020-5).
- COOTER, R.–ULEN, T. [2005]: *Jog és közgazdaságtan*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- CSABINA ZOLTÁN–KOPASZ MARIANNA–LEVELEKI MAGDOLNA [2001]: A szerződéses bizalom a hazai feldolgozóipari vállalatok üzleti kapcsolataiban. *Szociológiai Szemle*, 11. évf. 1. sz. 22–41. o.
- ELICKSON, R. C. [1991]: *Order Without Law: How Neighbors Settle Disputes*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- FAFCHAMPS, M. [2004]: *Market Institutions in Sub-Saharan Africa: Theory and Evidence*. MIT Press, Cambridge, MA.

- FALK, A.–BECKER, A.–DOHMEN, T. J.–ENKE, B.–HUFFMAN, D. [2015]: The Nature and Predictive Power of Preferences: Global Evidence. IZA DP No. 9504. IZA, Bonn. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2691910>.
- FURUBOTN, E. G.–RICHTER, R. [2000]: Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics. University of Michigan Press, Ann Arbor.
- GAMBETTA, D. [1988]: Can We Trust Trust? Megjelent: *Gambetta, D.* (szerk.): Trust: Making and Breaking Cooperative Relations. Blackwell, Oxford, 213–237. o.
- GICZI JOHANNA–SÍK ENDRE [2009]: Bizalom, társadalmi tőke, intézményi kötődés. Megjelent: Tárki európai társadalmi jelentés. Tárki, Budapest, 65–84. o. http://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_kotet_teljes.pdf.
- GLAESER, E. L. [2010]: Paternalizmus és pszichológia. Kormányzás, Közpénzügyek, Szabályozás, 4. évf. 1. sz. 65–80. o.
- GOLDBERG, V. P. [1976]: Toward an Expanded Economic Theory of Contract. Journal of Economic Issues, Vol. 10. No. 1. 45–61. o. <https://doi.org/10.1080/00213624.1976.11503326>.
- GREGG, S. [2007]: The Commercial Society: Foundations and Challenges in a Global Age. Lexington, Plymouth.
- GREIF, A. [2006]: History Lessons. The Birth of Impersonal Exchange: The Community Responsibility System and Impartial Justice. Journal of Economic Perspectives, Vol. 20. No. 2. 221–236. o. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.221>.
- GREIF, A. [2008]: Commitment, Coercion and Markets: The Nature and Dynamics of Institutions Supporting Exchange. Megjelent: *Ménard, C.–Shirley, M.* (szerk.): Handbook of New Institutional Economics. Springer, Berlin–Heidelberg, 727–786. o. https://doi.org/10.1007/978-3-540-69305-5_29.
- HART, O.–MOORE, J. [1988]: Incomplete Contracts and Renegotiation. Econometrica, Vol. 56. No. 4. 755–785. o. <https://doi.org/10.2307/1912698>.
- HENDLEY, K.–MURRELL, P. [2003]: Which Mechanisms Support the Fulfillment of Sales Agreements? Asking Decision-Makers in Firms. Economics Letters, Vol. 78. No. 1. 49–54. o. [https://doi.org/10.1016/s0165-1765\(02\)00177-5](https://doi.org/10.1016/s0165-1765(02)00177-5).
- HENDLEY, K.–MURRELL, P.–RYTERMAN, R. [2000]: Law, Relationships and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises. Europe-Asia Studies, Vol. 52. No. 4. 627–656. o. <https://doi.org/10.1080/713663079>.
- HUME, D. [1739/2006]: Értekezés az emberi természetről. Akadémiai Kiadó, Budapest. Angolul: A Treatise of Human Nature. John Noon, London.
- JANKY BÉLA–LENGYEL GYÖRGY [2004]: Vállalati magatartás és túlélési esélyek a posztzocialista átmenetgazdaságban. Közgazdasági Szemle, 51. évf. 7–8. sz. 699–716. o.
- JANKY BÉLA–LENGYEL GYÖRGY [2013]: Contractual Trust: The Long Shadow of the Shadow Economy. Megjelent: *Bluhm, K.–Martens, B.–Trappmann, V.* (szerk.): Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe. Routledge, Abingdon, 134–147. o.
- JOHNSON, S.–MCMILLAN, J.–WOODRUFF, C. [2002]: Courts and Relational Contracts. Journal of Law, Economics, and Organization, Vol. 18. No. 1. 221–277. o. <https://doi.org/10.1093/jleo/18.1.221>.
- KÄHKÖNEN, S.–LEE, Y.–MEAGHER, P.–SEMBOJA, H. [2001]: Contracting Practices in an African Economy: Industrial Firms and Suppliers in Tanzania. IRIS Center, Maryland, Working Paper, No. 242.
- KAUFMANN, D.–KRAAY, A.–MASTRUZZI, M. [2009]: Governance Matters VIII: Aggregate and Individual Governance Indicators, 1996–2008. World Bank Policy Research Working Paper, No. 4978. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4978>.

- KLEIN, B.–CRAWFORD, R. G.–ALCHIAN, A. A. [1978]: Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process. *Journal of Law and Economics*, Vol. 21. No. 2. 297–326. o. <https://doi.org/10.1086/466922>.
- KNACK, S.–KEEFER, P. [1997]: Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112. No. 4. 1251–1288. o. <https://doi.org/10.1162/003355300555475>.
- KORNAI JÁNOS–ROTHSTEIN, B.–ROSE-ACKERMAN, S. (szerk.) [2005]: Tisztesség és bizalom a posztoszocialista átmenet fényében. A társadalmi bizalom megteremtése a posztoszocialista átmenet időszakában. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- KREPS, D. [1990]: *Corporate Culture and Economic Theory*. Megjelent: *Alt, J.–Shepsle, K. (szerk.): Perspectives on Positive Political Economy*. Cambridge University Press, Cambridge.
- KREPS, D. [2005]: *Játékelmélet és közgazdasági modellezés*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- LAKI MIHÁLY [2013]: A bizalmatlanság hálójában. A magyar beteg. Szerkesztette: Muraközy László: Corvina Kiadó, Budapest. *Közgazdasági Szemle*, 60. évf. 12. sz. 1397–1401. o.
- LAZZARINI, S. G.–MILLER, G. J.–ZENGER, T. R. [2004]: Order with Some Law: Complementarity Versus Substitution of Formal and Informal Arrangements. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol. 20. No. 2. 261–298. o. <https://doi.org/10.1093/jleo/ewh034>.
- MACNEIL, I. R. [1977]: Contracts: Adjustment of Long-Term Economic Relations under Classical, Neoclassical, and Relational Contract Law. *Northwestern University Law Review*, Vol. 72. No. 6. 854–902. o.
- McMILLAN, J.–WOODRUFF, C. [2000]: Private Order under Dysfunctional Public Order. *Michigan Law Review*, Vol. 98. No. 8. 2421–2458. o. <https://doi.org/10.2307/1290351>.
- MIKE KÁROLY-KISS GÁBOR–GEAMBAŞU RÉKA [2016]: A vállalkozói tőke mint a fenntarthatóság tényezője. Kutatási jelentés az Országgyűlés Hivatala Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanácsának Titkársága megbízásából. Hétfő Kutatóintézet, Budapest.
- MILGROM, P. R.–NORTH, D. C.–WEINGAST, B. R. [1990]: The Role of Institutions in the Revival of Trade: The Law Merchant, Private Judges, and the Champagne Fairs. *Economics and Politics*, Vol. 2. No. 1. 1–23. o. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0343.1990.tb00020.x>.
- MILLER, G. J. [2002]: *Menedzserdilemmák. A hierarchia politikai gazdaságtana*. Aula–Széchenyi István Szakkollégium, Budapest.
- MURAKÖZY LÁSZLÓ (szerk.) [2012]: *A bizalmatlanság hálójában. A magyar beteg*. Corvina, Budapest.
- MURRELL, P. [2003]: Firms Facing New Institutions: Transactional Governance in Romania. *Journal of Comparative Economics*, Vol. 31. No. 4. 695–714. o. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2003.08.002>.
- MURRELL, P. [2008]: *Institutions and Firms in Transition Economies*. Megjelent: *Ménard, C.–Shirley, M. (szerk.): Handbook of New Institutional Economics*. Springer, Berlin–Heidelberg, 667–700. o. https://doi.org/10.1007/0-387-25092-1_27.
- NORTH, D. C. [1990/2010]: *Intézmények, intézményi változás és gazdasági teljesítmény*. Helikon, Budapest. Angolul: *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge.
- OSTROM, E. [2005]: *Understanding Institutional Diversity*. Princeton University Press, Princeton, Oxford.
- PENG, Y. [2004]: Kinship Networks and Entrepreneurs in China's Transitional Economy. *American Journal of Sociology*, Vol. 109. No. 5. 1045–1074. o. <https://doi.org/10.1086/382347>.

- POPPO, L.–ZENGER, T. [2002]: Do Formal Contracts and Relational Governance Function as Substitutes or Complements? *Strategic Management Journal*, Vol. 23. No. 8. 707–725. o. <https://doi.org/10.1002/smj.249>.
- SAKO, M. [1998]: Does Trust Improve Business Performance? Megjelent: *Lane, C.–Bachmann, R.* (szerk.): *Trust within and between Organizations*. Oxford University Press, Oxford, 88–117. o.
- SAKO, M.–HELPER, S. [1998]: Determinants of Trust in Supplier Relations: Evidence from the Automotive Industry in Japan and the United States. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 34. No. 3. 387–417. o. [https://doi.org/10.1016/s0167-2681\(97\)00082-6](https://doi.org/10.1016/s0167-2681(97)00082-6).
- SCHEPKER, D. J.–OH, W.-Y. –MARTYNOV, A.–POPPO, L. [2013]: The Many Futures of Contracts: Moving Beyond Structure and Safeguarding to Coordination and Adaptation. *Journal of Management*, Vol. 40. No. 1. 193–125. o. <https://doi.org/10.1177/0149206313491289>.
- SMITH, A. [1762–1766/1978]: *Lectures on Jurisprudence*. Vol. 5. Megjelent: *Meek, R. L.–Raphael, D. D.–Stein, P.* (szerk.): *Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith*. Oxford University Press, Oxford.
- STEER, L.–SEN, K. [2010]: Formal and Informal Institutions in a Transition Economy: The Case of Vietnam. *World Development*, Vol. 3. No. 11. 1603–1615. o. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.03.006>.
- SZALAI ÁKOS [2013]: *A magyar szerződési jog gazdasági elemzése*. L'Harmattan–Széchenyi István Szakkollégium, Budapest.
- SZÉCHENYI ISTVÁN [1830/1930]: *Hitel*. Petrózai Trattner J. M. és Károlyi István Könyvnyomtató Intézete. Felhasznált megjelenés: *Ifj. Iványi-Grünwald Béla* (szerk.): *Gróf Széchenyi István: Hitel. A Taglatat és a Hitellel foglalkozó kisebb iratok*. Magyar Történelmi Társulat, Budapest, 1930.
- SZEPESI BALÁZS–SZABÓ-MORVAI ÁGNES [2009]: *A bizalom infrastruktúrája – a vállalkozások együttműködésének biztosítékai Magyarországon*. Műhelytanulmány, No. 17. *Közjó és Kapitalizmus Intézet*, Budapest.
- TÓTH ISTVÁN GYÖRGY (szerk.) [2009]: *Bizalomhiány, normazavarok, igazságtalanságérzet és paternalizmus a magyar társadalom értékszerkezetében. A gazdasági felemelkedés társadalmi-kulturális feltételei című kutatás zárójelentése*. Társulat, Budapest.
- VANDENBERGHE, A. [2008]: *Munkaszerződések. Kormányzás, Közpénzügyek, Szabályozás*, 2. évf. 1. sz. 63–77. o.
- WILLIAMSON, O. E. [1979]: Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics*, Vol. 22. No. 2. 233–261. o. <https://doi.org/10.1086/466942>.
- WILLIAMSON, O. E. [1983]: Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange. *American Economic Review*, Vol. 73. No. 4. 519–540. o.
- WILLIAMSON, O. E. [1993]: Calculativeness, Trust, and Economic Organization. *Journal of Law and Economics*, Vol. 36. No. 1. 453–486. o. <https://doi.org/10.1086/467284>.
- ZAHHEER, A.–MCEVILY, B.–PERRONE, V. [1998]: Does Trust Matter? Exploring the Effects of Interorganizational and Interpersonal Trust on Performance. *Organization Science*, Vol. 9. No. 2. 141–159. o. <https://doi.org/10.1287/orsc.9.2.141>.
- ZAK, P. J.–KNACK, S. [2001]: Trust and Growth. *Economic Journal*, Vol. 111. No. 470. 295–321. o. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00609>.