

**Lengyel György – Blaskó Zsuzsa – Martin József Péter:  
Vállalkozói félelmek és várakozások az Európai  
Unióhoz való csatlakozás kapcsán**

(elektronikus verzió, készült 2006-ban)

A tanulmány eredetileg nyomtatásban megjelent:  
Lengyel György – Blaskó Zsuzsa – Martin József Péter (2000):  
„Vállalkozói félelmek és várakozások az Európai Unióhoz való  
csatlakozás kapcsán” in: *Társadalmi riport 2000*, Kolosi Tamás,  
Tóth István György, Vukovich György (szerk.). Budapest:  
TÁRKI, Pp. 377–406.



## Vállalkozói félelmek és várakozások az Európai Unióhoz való csatlakozás kapcsán

*Lengyel György – Blaskó Zsuzsa – Martin József Péter*

### *1. Bevezetés*

Ebben az írásban – egy empirikus vizsgálat tapasztalatai alapján – azt a kérdést kívánjuk megválaszolni, hogy hogyan vélekednek a hazai kis- és középvállalkozók az Európai Unióhoz való csatlakozásról.<sup>1</sup> Kik azok, akik félnek, kik azok akik felhőtlenül reménykednek, s mindez milyen összefüggésben áll a gazdasági és kulturális-társadalmi adottságokkal, valamint az eddigi adaptációs erőfeszítésekkel?

A felvétel során kis- és középvállalati felsővezetőket kerestek fel, akiknek döntő többsége (63%-a) kizárólagos, vagy résztulajdonosa cégének, mintegy kétötödüknek pedig nincs részesedése az általa vezetett vállalatban. Az egyszerűség okán a megkérdezettek körét a továbbiakban kis- és középvállalkozóknak, vagy röviden *vállalkozóknak* hívjuk, bár tisztában vagyunk azzal, hogy a tulajdon és a pozíció szempontjából heterogén csoporttal van dolgunk. A vállalkozókról szóló szakirodalom (Schumpeter, 1980; Kirzner, 1973; Chell et al., 1991; Goss, 1991; Kuczsi, 2000; Laki, 1998; Laky, 1989; Lavoi, 1991; Megszűnt és működő, 1997; Nakagawa, 1977; Román, 1999;

---

<sup>1</sup> Az elemzés alapjául szolgáló adatfelvételt a Szonda Ipsos készítette 2000 januárjában a hazai kis- és középvállalkozások körében, a Külügyminisztérium megbízásából. A kérdőíves közvéleménykutatás célja az volt, hogy a Magyarország EU-csatlakozásának előkészítésével kapcsolatban 1996 óta folyó kutatássorozatot egy újabb, kiemelt kommunikációs csoport vizsgálatával egészítsék ki. A felvétel alapsokaságát a Magyarországon működő jogi és nem jogi személyiségű, 11–250 főt foglalkoztató, az ipar, az építőipar, a szolgáltatás vagy a kereskedelem területén működő vállalkozások összessége képezte. A kiválasztás alapegysége a vállalkozás volt, a minta területileg koncentrált. A kiválasztás két lépcsőben történt, az elsődleges mintavételi egységek a települések, míg a végső mintavételi egységek a vállalkozások voltak. A vizsgálat során – a mintavételi tervnek megfelelően – összesen 1000 vállalkozásnál jártak a kérdezőbiztosok, melyek között fele-fele arányban volt kis- és középvállalkozás. Utólag a két csoport közötti valóságos arányok, valamint a teljes vállalkozói kör ágazat és területi elhelyezkedés szerinti arányai súlyozással lettek helyreállítva.

Róna-Tas, 1997) azonban eléggé sokszínű ahhoz, hogy megengedjük magunknak ezt a fogalomhasználatot.

Az alábbiakban először röviden áttekintjük a vállalkozókkal foglalkozó szakirodalom néhány kérdését, valamint a hazai vállalkozók és a felnőtt népesség releváns csoportjainak véleményét a csatlakozás problémájával kapcsolatban. Ezt követően néhány alaphipotézist fogalmazunk meg, majd megvizsgálva a vállalkozások gazdasági és társadalmi-kulturális adottságait és erőfeszítéseit, további, származtatott hipotézisekkel élünk. Keresztábrákkal és modellekkel ellenőrizzük feltevéseinket, s végül néhány következtetést fogalmazunk meg.

Egy provokatív szakirodalmi koncepció a kisvállalatok terjedését és új szerveződési formáit olyan jelenségnek tartja, amely képes lehet arra, hogy a társadalom nagy szervezetekbe integrálódásának hosszú távú trendjét megtörje (Perrow, 1993). A nagyvállalat modellje mind a beszerzési, mind pedig az eladási piacokon igyekszik a bizonytalansági tényezőket az integráció révén minimalizálni (Whitley et al., 1996). A decentralizáció okai szerteágazóak, s ezek közt a szakirodalom nagy teret szentelt a flexibilis termelés iránti igény növekedésének. A kisebb termelőknek közvetlenebb információik vannak a fragmentált piacokon, mint a nagyvállalati hierarchiáknak. A kevésbé specializált kisvállalati szerepek csökkentik az elgondolás és kivitelezés közti különülést, közvetlenebb kapcsolatban állnak a tevékenység jutalmával és a tulajdonosi státusszal, lehetővé teszik a munkaerő és a technológia gyorsabb adaptációját.

A regisztrált kis- és középvállalatok száma a hetvenes évek elejétől több nyugat-európai országban jelentősen nőtt, s néhány érintett országban növekedett az e szektorban foglalkoztatottak aránya is (Whitley, 1991). A kis- és középvállalati szektor európai újjáéledésének okait kutatva a szakirodalom egyebek közt olyan összetett okokra világított rá, mint a szolgáltatási szektor arányainak növekedése, a munkanélküliségi ráták szerepe, a jövedelemkiáramlás, s ennek kapcsán a piacok eltolódása a fogyasztói javak felé, technológiai változások, amelyek csökkentették a hatékony működés minimális méreteit, s végül a nagyvállalatok dezintegrációja, ami az alvállalkozói rendszerek kiépítésével járt együtt.

A szolgáltatási szektor növekedése a hatvanas-nyolcvanas évek egyik legmarkánsabb változása volt az európai országokban, s jelentősen hozzájárult a fehérgalléros szakmák ugrásszerű növekedéséhez. Mivel ebben az ágazatban a kisvállalkozások aránya nagyobb, mint a feldolgozóiparban, ez a váltás nyilvánvalóan hozzájárult a kisvállalkozások számának növekedéséhez. A nyolcvanas évek elején ugyanakkor jelentősen nőtt a kényszervállalkozók aránya, azaz azoké, akik munkanélküliből lettek vállalkozók, illetve bizonytalannak érezték munkahelyük fennmaradását. Megjegyzendő azonban, hogy bár a munkanélküliség bizonyosan növeli a potenciális vállalkozók

számát, nem szükségképpen vezet a tényleges vállalkozások számának növekedéséhez, mivel – korábbi tapasztalatok szerint, különösen a korlátozott helyi piacokon – a vállalkozások egymás helyébe léphetnek (Toivonen, 1985). A hetvenes-nyolcvanas években a mediterrán országok feldolgozóipari vállalatainak körében a száz főnél kisebb létszámú üzemek foglalkoztatták a munkaerő több mint kétötödét. Ahol a szaktudás és a kapcsolatok magas foka szükséges, ott az új kisvállalkozások alapítási rátája a tőkefajta geográfiai koncentrációjától függ, s attól, hogy mennyire vonzó a nagyvállalati alkalmazotti karrier. Az alapítási rátát befolyásolja továbbá, hogy milyen intézményi politikák léteznek a technikai és piaci bizonytalanságok mérséklésére. Különösen a helyi pénzügyi és politikai intézmények elérhetősége és elkötelezettsége, valamint a hiteles piaci információk elérhetősége tűnik kulcsfontosságúnak (Brusco–Righi, 1989).

Noha az állami támogatás kérdéséről mind a közgazdasági-szociológiai szakirodalomban, mind pedig a politikai gyakorlatban hosszú évek óta éles vita folyik, a kis- és középvállalkozási-szektor fejlődésének ösztönzéséről lényegében konszenzus van. Az Európai Bizottság és a Tanács legutóbbi határozatai élesen szembeszállnak a nagy cégeknek juttatott állami szubvenciók kiutalásának gyakorlatával, azt azonban ezek a dokumentumok is elismerik, hogy a kis- és középvállalkozások fejlesztése – ellentétben a nagyvállalatok támogatásával – nem rontja, hanem éppenséggel javíthatja az Unió versenyképességét (European Commission, 1999a; European Council, 2000; Futó, 1999).

A kis- és középvállalkozási-szektor hozzájárulhat a munkanélküliségi gondok enyhítéséhez, s rugalmasan reagál a kereslet változásaira. Bizonyos számítások szerint a forgalomhoz arányított beruházási volumen a kisvállalkozások körében a legmagasabb. Magyarországon jelenleg 37 502 tíz és kétszázötven fő közötti kis- és középvállalkozás működik. A nyolcszázézer mikrovállalkozással együtt ez a kör állítja elő a GDP felét és az összes munkaerő kétharmadát foglalkoztatja (Európai Bizottság, 1999). Magyarországon az uniós átlagnál több a mikrovállalkozás, de kevesebb az általunk vizsgált körbe tartozó kis- és középvállalkozás. A mikrovállalkozásokkal kiegészülve a vállalkozói kör aránya az összes gazdasági szervezethez képest lényegében megegyezik az Unióéval (kb. 99%) (Román, 1998; Futó, 1999).

Gazdaságpolitikai jelentőségénél fogva tehát egyáltalán nem mellékes, hogy a csatlakozás ezen kör számára milyen költségekkel és haszonnal jár. A Bizottság legfrissebb országjelentése (European Commission, 1999b) nem lát különösebb problémát a szektor alkalmazkodását, integrációját illetően. A jelentés mindazonáltal szóvá teszi, hogy a magyarországi adórendszer a multinacionális vállalatokat részesíti előnyben a kis- és középvállalkozásokkal szemben: az átlagos adóteher az előbbieket esetében 8, míg az utóbbiak esetében 17%.

Érdeemes végül e bevezetőben röviden áttekinteni, hogyan viszonyul a csatlakozáshoz a magyar társadalom egésze, és milyen sajátosságok jellemzik ehhez képest az általunk vizsgált vállalkozói csoportot.<sup>2</sup> *Csakúgy, mint a felnőtt lakosság egészében, a kis- és középvállalkozók körében is többségben vannak a hazánk uniós tagságát pártolók*, főként vannak azok, akik előnyösnek ítélik meg a csatlakozást az ország-, illetve saját, egyéni perspektívájukból. Ahogy a társadalom többi tagja, úgy a vállalkozók is „erős hármast” osztályzattal értékelik hazánk általános felkészültségi állapotát, és átlagosan öt-hat évet tartanak szükségesnek ahhoz, hogy teljesen felkészülten állhassunk az uniós tagság elébe.

Közelebbről szemlélve az egyes kérdéseket, természetesen nem elhanyagolható különbségekre is bukkanunk, felfedezhetjük a vállalkozói kör gondolkodásának sajátos jegyeit. Az eltérések hátterében jórészt kiemelkedő társadalmi helyzetük, jellegzetes társadalmi és demográfiai összetételük áll. Hogy csak a legfontosabb sajátosságait említsük: a csoport kétharmada rendelkezik felsőfokú végzettséggel; kétharmad részük beszél legalább egy idegen nyelven; háromnegyed részük férfi; kétharmaduk negyven és hatvan év közötti. Anyagi státusuk kiemelkedő voltát jól illusztrálja például a személyi számítógéppel rendelkezők 69%-os aránya körükben.

Magas iskolázottságuk nyilvánvaló következménye, hogy a csatlakozással, illetve az Európai Unióval kapcsolatos ismeretszintjük jelentősen meghaladja nemcsak a lakossági átlagot, de a lakosságon belül az aktív dolgozókéét is. Főkéntük nem annyira a csatlakozási tárgyalások megkezdésére vonatkozó alapvető információ ismeretében jelentkezik (erről kilenctizedük tud), mint inkább olyan – gyakorlati következményekkel is bíró – kérdésekben, amelyek az EU-tagországok állampolgárainak jogaira, lehetőségeire vonatkoznak. Azzal kapcsolatban, hogy mi fog megváltozni a csatlakozás hatására, a vállalkozók a lakosság egészéhez képest sokkal kialakultabb és árnyaltabb véleményt alkotnak, amikor nyitott kérdésre kell válaszolniuk. Jellemzően tényként kezelik a csatlakozás és a modern piacgazdaságokhoz való hasonulás összekapcsolódását, azt, hogy bővül az áru kínálat, javul az áru minőség; magasabbak lesznek a fizetések, nagyobbak lesznek az elvárások a munkaerőpiacon, ám azt is, hogy a magyar termékek hátrányba kerülhetnek a fokozódó versenyben. Spontán válaszaikban különösen gyakran említik a várható hátrányok sorában a mezőgazdaság gondjait. A latolgatás korántsem vezet azonban negatív végkövetkeztetésekre. *Sőt: a vállalkozók az összes szempontot egyszerre mérlegelve is határozottabb és pozitívabb véleményt formálnak a*

---

2 A lakosságra vonatkozó adatok a Szonda Ipsos 2000 januárjában készített, 3000 fős adatfelvételéből származnak. A minta településtípus, nem és életkori csoportok szerint reprezentálja a 18 éves és idősebb magyar lakosságot.

*csatlakozás kérdéséről, mint a lakosság egésze, vagy az aktív keresők.* A vállalkozók 89%-a tartja valószínűnek, hogy az ország számára több előnye, mint hátránya lesz a csatlakozásnak, míg a hátrányok nagyobb arányával csupán 7%-uk számol (1. táblázat). Míg a vezetők ítéletei ettől nem térnek el statisztikailag szignifikáns mértékben, addig a diplomások kevésbé optimisták a vállalkozóknál. Ez azt sejteti, hogy a csatlakozás következményeinek pozitív megítélésében a vezetői-, illetve önálló státus, a gazdasági erőforrásokkal való ellátottság is fontos szerepet játszik. A vállalkozók azonban összességében optimistábbak az ország egészét, vagy akár személyes és családi sorsukat illetően, mint a cég perspektíváit tekintve.

Az alapvető probléma számunkra nem az, hogy miért különböznek a vállalkozók a lakosság egészétől, hanem az, hogy *mely vállalkozók tartanak és melyek nem az Európai Unióhoz való csatlakozástól.* Független változónk az a zárt kérdés (s a modellek esetében a belőle kialakított dichotóm változók), hogy a kérdezett szerint *cégének* inkább előnyös, vagy inkább hátrányos lesz-e a csatlakozás (megengedve az is-is és a nem lesz hatása válaszokat is). Vizsgáljuk tehát a pesszimisták mellett az előnyöket várók csoportját is. A magyarázó változóknak három nagy csoportját különítettük el: (1) a gazdasági adottságok, (2) a társadalmi- és kulturális adottságok, illetve (3) az erőfeszítések feltételeit. Az elsőbe értelemszerűen beletartoznak a vállalkozás elhelyezkedésére, tulajdonviszonyaira, méretére, valamint forgalmára és hatékonyságára vonatkozó információk. A második csoportba tartoznak a vállalkozó személyes adottságai (kora, neme, végzettsége stb.), de nem csupán azok, hanem mellettük a munkaerő készségeire (nyelvtudására) és a cég kulturális kondícióira (számítógépes felszereltségére) utaló indikátorok is. Úgy véljük, érdekesebb összefüggésekre bukkanhatunk, ha nem pusztán a jogi és a természetes személy különbségeit, hanem e különbségek mögött *a gazdasági tevékenység társadalmi beágyazottságának* hatásait próbáljuk feltárni az általunk vizsgált területen. Az erőfeszítések tényezőcsoportjában a vállalkozók által tett és teendő adaptációs lépéseket igyekeztünk mérni az informáltság és involváltság terén. Az erőfeszítések indikátorai közt tarthatjuk számon, hogy van-e a cégnél az integrációs feladatokkal foglalkozó munkatárs, hogy felmérték-e a cég jelenlegi és jövőbeli versenyképességét, illetve ezt egyáltalán szükségesnek tartják-e, van-e a cégre, vagy termékeire ISO-szabvány, tájékoztatók-e kamaráknál, vagy szakegyesületnél, vannak-e idegen nyelvű hirdetések és így tovább. A jelenség nyilvánvalóan több ponton összefügg a gazdasági adottságokkal (például azzal, hogy folytatnak-e külkereskedelmet), de a kulturális adottságokkal is, így egyebek közt azzal, hogy van-e a cégnél idegen nyelven tárgyaló munkatárs. Maga az elhatárolás is problematikusnak tűnhet, hiszen az adottságok egy része eddigi erőfeszítések eredményeként értelmezhető, s ugyanakkor valószínű, hogy az erőfeszítések bizonyos adottság-kombinációk esetén sűrűsödnek.

1. táblázat A csatlakozás következményei az ország, az egyén és a vállalkozás szempontjából – a vélemények megoszlása a vállalkozók körében, a lakosság egészében és egyes lakossági csoportokban (%)

	Vállalkozók (N=999)		Lakosság egésze (N=3000)		Aktív népesség (N=1339)		Vezetők, értelmiségiek (N=249)		Diplomások (N=322)	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
<i>Az ország számára</i>										
Inkább előnyös	89	93	68	83	75	86	84	90	81	88
Inkább hátrányos	7	7	14	17	12	14	9	10	11	12
Nem tudja, válasziány	4	–	18	–	13	–	7	–	9	–
<i>A kérdezett és családja számára</i>										
Inkább előnyös	65	89	40	85	47	85	60	94	53	91
Inkább hátrányos	8	11	7	15	8	15	4	6	5	9
Is-is	17	–	21	–	22	–	15	–	20	–
Nem lesz hatása	9	–	20	–	16	–	13	–	15	–
Nem tudja, válasziány	2	–	12	–	8	–	7	–	7	–
<i>A cégének összességében</i>										
Inkább előnyös	47	78								
Inkább hátrányos	13	22								
Is-is	26	–								
Nem lesz hatása	14	–								
Nem tudja, válasziány	1	–								

Megjegyzés: Az A oszlopokban a teljes megoszlás, a B oszlopokban csak az adott válaszokra számított megoszlás szerepel.

Ezek az elképzelések plauzibilisnek tűnnek, de éppen ezért látjuk szükségesnek, hogy az elemzés során megkülönböztessük az adottságokat, amelyek nem, vagy csak nehezebben változtathatók, és az erőfeszítéseket, amelyek jórészt a gazdasági aktorok felismerésén és akaratán múlnak. E megkülönböztetés analóg azzal amit Ralf Dahrendorf javasolt a weberi élet-esély-fogalom újraértelmezése során, bevezetve a kötöttségek és választási lehetőségek (*ligatures and options*) kategória-párját (Dahrendorf, 1979). A distinkció hazai alkalmazására példa Tóth (1999).

## 2. Hipotézisek: várakozások, adottságok és erőfeszítések

Az eddigiekhez a következő *alaphipotéziseket* fogalmazhatjuk meg:

1. A legkézenfekvőbb várakozás az, hogy azok a vállalkozók félnek inkább az Európai Unióhoz való csatlakozástól, akik az egyes vizsgált dimenziókban hátrányos helyzetben vannak. A kisebb településeken, kevésbé fejlett régiókban, válságágazatokban tevékenykedők, a veszteséges cégek vezetői, illetve azok, akik alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkeznek. Nem minden dimenzió értelmezhető az előnyök és hátrányok terminusaiban (különösen hezitálnánk, ha a vállalkozó nemét és korát kéne az előnyök és hátrányok mentén elemezni), de a változók jelentős része esetében értelmezhető, s ezek halmozott hatásaként azt várjuk, hogy elsősorban *a hátrányos helyzet szüli a félelmeket és pesszimista várakozásokat* (a továbbiakban ezt röviden *hátrányhipotézisnek* fogjuk nevezni).

1.a. Azt várjuk továbbá, hogy *a gazdasági és kulturális adottságok terén mutatkozó előnyös helyzet optimista várakozásokkal jár (előnyhipotézis)*. A két hipotézis nem szükségképpen jár együtt, mivel – mint láttuk – a vállalkozók más opciókat is megjelölhetnek. Az általános optimizmus feltételei között az előnyt várók csoportja meglehetősen terjedelmes és összetett, bár a cég perspektívái kapcsán az optimizmus visszafogottabb, mint az ország egésze, vagy a személyes és családi lehetőségek latolgatásakor.

Neil Fligstein az Európai Unió fejlődésének egy korábbi szakaszát, a belső kereskedelmi korlátok felszámolását középpontba állító egységes piacépítést elemezve kimutatta, hogy az 1992-es intézményfejlesztési programot főleg a jelentősebb exporttevékenységet folytató, és így a világgpiaci folyamatokba a többiekénél jobban integrálódott vállalatok vezetői támogatták (Fligstein–Drita, 1996). Optimista várakozásaikat az magyarázta, hogy úgy gondolták: cégük termelési költségei kisebbek, piacai viszont nagyobbak lesznek. Más dimenziókban vizsgálva az egységes piaccal kapcsolatos várakozásokat, Fligstein arra a következtetésre jutott, hogy az egységes piac kialakításának ötletét főleg a nagyobb szervezetek pártolták. A jelentősebb



állami tulajdonosi részesedéssel rendelkező cégek ugyanakkor kevésbé lelkesedtek érte.

2. A második hipotézis az előzővel ellentétes irányú értelmezést sugall. Ha nem is olyan kézenfekvő, mint a hátrány hátrányt szül feltevése, nem is teljesen irreális az az elképzelés, amelyik úgy érvel, hogy *a versenyhelyzetnek kitettek, átlagosnál jobban informáltak, tapasztaltabbak között lesz nagyobb a pesszimista várakozások aránya (versenyhipotézis)*. Ez a feltevés, azokban a dimenziókban, amelyekben értelmezhető, az előnyhipotézisnek mond ellent.

3. Azt várjuk, hogy *a társadalmi-kulturális adottságok inkább magyarázzák a vállalkozók Európai Unióval kapcsolatos félelmeit és várakozásait, mint a gazdasági adottságok*.

4. Azt várjuk végül, relativizálva az előző feltevések súlyát, hogy *a vállalkozás eddigi adaptációs erőfeszítései jobban magyarázzák a várakozásokat, mint az adottságok*.

## 2.1. A vállalkozás gazdasági adottságai

A vállalkozás gazdasági adottságai közül először a cég elhelyezkedését, ágazati hovatartozását, jelentőségének szubjektív megítélését, korát vesszük szemügyre. Ezt követően a cég méretindikátoraival (alkalmazotti létszámával, forgalmával), vállalkozási formájával, tulajdonviszonyaival, s végül hatékonyságával és külkereskedelmi jellemzőivel foglalkozunk.

### 2.1.1. A cég elhelyezkedése

A lokációs koordináták közt tartjuk számon a cég regionális- és település-szerkezetbeli pozícióját, működési idejét, ágazati besorolását, valamint a szakterületen, illetve a térségen belül betöltött szerepéről adott önminősítését. Hátrányhipotézisünknek megfelelően azt várjuk, hogy (G1.1.) a lokációs hátrányokkal bíró cégek közt felülreprezentált lesz a hátrányokat várók aránya, az előnyhipotézisnek (G1.1a.) megfelelően pedig azt, hogy az előnyös helyzetű adottságú cégek közt lesz az átlagosnál nagyobb arányban jelen a csatlakozástól előnyöket várók. A versenyhipotézis (G2.1.) ezzel szemben azt sugallja, hogy éppen a lokációs előnyökkel, tapasztalatokkal, versenyelőnyökkel rendelkezők féltik majd megszerzett előnyüket, s lesznek az átlagosnál pesszimistábbak.

A vizsgált kis- és középvállalkozások mintegy harmada a fővárosban található, valamivel több mint ötöde az ország középső, s valamivel kevesebb mint ötöde az ország nyugati régióiban, negyede pedig a keleti régióban. Az első hipotéziscsoportnak megfelelően azt várjuk, hogy a keleti régióban lesz

az átlagosnál nagyobb az Európai Unióhoz való csatlakozástól a cég számára inkább hátrányokat várók aránya. A versenyhipotézisből azonban az következne, hogy a versenyelőnyüket féltő, a fővárosi, központi és nyugati régióban tevékenykedő cégek szkeptikusak inkább az EU csatlakozás várható hatásait illetően.

Az egyharmadnyi fővárosi cég mellett a kis- és középvállalkozások mintegy negyede megyeszékhelyen, s ugyancsak mintegy negyede más városban, míg valamivel kevesebb mint hatoda községekben tevékenykedik. A fővárosban és a nagyvárosokban az átlagot meghaladó a nagyobb tőkeerejű cégek aránya. *Hátrányhipotézis*ünknek megfelelően azt várjuk, hogy a községi vállalkozások körében nagyobb lesz a pesszimista várakozással élők aránya. Az *előnyhipotézis*ből az következne, hogy magasabb lesz a fővárosi és nagyvárosi előnyt várók aránya. A *versenyhipotézis*nek megfelelően azonban azt várhatjuk, hogy a fővárosi és a nagyvárosi cégek lesznek pesszimisták.

A vizsgált cégek mintegy 45%-a az iparban és építőiparban, többi része pedig fele-fele arányban a kereskedelemben és szolgáltatásban tevékenykedik. Bár a makroágazatok szintjén nehéz az előnyök és hátrányok egyértelmű megállapítása, mégis joggal feltételezhetjük, hogy az iparvállalatokat intenzívebben érintette a transzformációs válság. Nem feltétlenül abban az értelemben, hogy több közöttük a veszteséges vállalkozás (mivel az ilyen cégek aránya az ipari szektorban átlagos), hanem abban az értelemben, hogy több fenyegetettségnek és adaptációs kényszernek voltak kitéve. Így első hipotézisünknek megfelelően azt várjuk, hogy az iparvállalatok körében felülreprezentált lesz a pesszimista várakozások aránya. A második hipotézisnek ezzel szemben az a feltevés feleltethető meg, hogy a nem ipari vállalkozások körében az átlagosnál nagyobb a több tapasztalatot felhalmozó, versenyelőnyét féltő, pesszimista várakozásokat megfogalmazó cég.

A kis- és középvállalkozások hetede működött jelen formájában már 1989 előtt is, mintegy fele 1990 és 1993 között, további harmada pedig azóta alakult. Az előnyöket és hátrányokat végképp nehéz lenne a működési időhöz kötni, ám ha elfogadjuk, hogy a tapasztalatok és ismeretek időarányosak lehetnek, úgy a *versenyhipotézis*nek megfelelően azt várjuk, hogy a régebb óta működő cégek közt felülreprezentált lesz a hátrányokat várók aránya.

A cégek mintegy kétharmada fontosnak tartja saját szerepét a szakterületén, s ennél is nagyobb arány, háromnegyed gondolja úgy, hogy fontos az adott térségben. Az első hipotézissel összhangban azt várhatjuk, hogy a saját szerepüket kevésbé fontosnak ítélik közt az átlagosnál nagyobb lesz a pesszimista várakozásúak aránya. Az *előnyhipotézis*nek megfelelően azt várjuk, hogy a szerep fontosságának pozitív megítélése erősen magyarázza az optimista várakozásokat.

### 2.1.2. Méretek, vállalkozási forma, tulajdon

E tényezőcsoportot a vállalkozás létszám- és forgalomadataival mérjük, illetve azzal, hogy kft., rt., szövetkezet, vagy más vállalkozási formában működik-e, valamint, hogy van-e benne külföldi, illetve állami tulajdon. Azt várjuk, hogy a kisebb létszámú, forgalmú, tőkeigényű cégek, illetve azok, amelyekben nincs külföldi tulajdon az átlagosnál nagyobb arányban fogalmaznak meg pesszimista várakozásokat (G1.2.). Ezzel szemben a nagyobb, s előnyösebb tulajdonszerkezetű cégek az átlagosnál optimistábbak lesznek várakozásaikban (G1.2a.). A versenyhipotézis szerint azonban megintcsak az előnyösebb tulajdonszerkezetű, nagyobb, versenyelőnyökkel rendelkező cégek fogalmazhatnak meg az átlagosnál pesszimistább (G2.2.) várakozásokat.

A vizsgált vállalkozások több mint négyötöde tartozik az ötven főnél kevesebbet foglalkoztató kisvállalati körbe, s kétharmada bonyolít évi 300 millió forintnál kisebb forgalmat. A *hátrányhipotéziseknek* megfelelően azt várjuk, hogy a kisebb létszámú cégek körében felülreprezentált lesz a pesszimista várakozás aránya. A *versenyhipotézisekkel* összhangban viszont az várható, hogy a nagyobb forgalmat bonyolítók körében lesz nagyobb a csatlakozástól inkább hátrányt várók aránya.

A kis- és középvállalkozások négyötöde kft.-formában működik, csupán 6%-uk részvénytársaság, s hasonló arányú a szövetkezeti forma jelenléte is. A *versenyhipotéziseknek* megfelelően azt várjuk, hogy a részvénytársaságok közt felülreprezentált lesz a hátrányt várók aránya.

A kis- és középvállalkozások valamivel kevesebb mint ötödében van külföldi tulajdonosi érdekelttség. Az ilyen cégek felülreprezentáltak a középvállalati kategóriában, s közülük kerül ki az exportáló cégek harmada. A *hátrányhipotézisnek* megfelelően azt várhatjuk, hogy azokban a cégekben, amelyekben nincs külföldi tulajdon az átlagosnál lényegesen nagyobb lesz a hátrányt várók aránya. Továbbá, az *előnyhipotézisnek* megfelelően azt várhatjuk, hogy a külföldi tulajdon erősen magyarázza az optimista várakozásokat.

### 2.1.3. Hatékonyság és külkereskedelem

A cégek túlnyomó többsége, háromnegyede nyereségesnek mondja magát, a maradék egynegyed veszteséges, nullszaldós, illetve olyan új alapítású vállalkozás, amelyik még nem készített mérleget. A nyereséges cégek felülreprezentáltak a nagyobb forgalmat bonyolító, s a külkereskedelemmel is foglalkozó vállalkozások körében. A kis- és középvállalkozások 29%-a exportált és 22%-a importált valamilyen mértékben az elmúlt évben. A *hátrányhipotézisnek* megfelelően azt várjuk, hogy (G1.3.) a nem nyereséges, s külkereskedelmet nem folytató vállalkozások közt az átlagosnál magasabb lesz a csatlakozástól hátrányokat várók aránya. A *versenyhipotézisnek* megfelelően

zástól hátrányokat várók aránya. A *versenyhipotézis*nek megfelelően ezzel szemben az várható, hogy (G2.3.) a nyereséges és külkereskedelemmel (is) foglalkozó vállalkozások közt lesz felülreprezentált a hátrányokat várók aránya. Az *előnyhipotézis*ből az következik (G1.3a.), hogy a nyereséges és a külkereskedelemmel foglalkozó cégek felülreprezentáltak az előnyt várók körében.

## 2.2. Kulturális és társadalmi adottságok

### 2.2.1. A vállalkozás kulturális-társadalmi adottságai

A vállalat társadalmi és kulturális erőforrásainak része az alkalmazottak iskolázottsága, szakmai felkészültsége, a vállalatnál felhalmozott szellemi potenciál. Ezek jelenlétét a következő három indikátorral mérjük: van-e a cégnél idegen nyelven tárgyalni tudó munkatárs; van-e marketingtevékenységre szakosodott munkatárs; illetve hogy használnak-e a vállalatnál Internetet.

A nyelvtudás segítségével egyrészt a cégnél felhalmozott tudáskészlet nagyságát, a vállalaton belüli kulturális klímát becsüljük, másrészt pedig a külvilággal való kapcsolatteremtés emberi előfeltételeit. A marketingért felelős szakember olyan tudáselemeket testesít meg, melyek nagyban hozzájárulnak a cég versenyképességének megőrzéséhez; a számítógépes világháló felhasználása pedig a kapcsolatteremtés, a nemzetközi gazdasági környezetbe való beilleszkedés képességének technikai előfeltételét képezi le.

A kis- és középvállalkozások kétharmadánál van olyan munkatárs, aki beszél valamilyen idegen nyelven – legtöbbször angolul vagy németül. Marketingtevékenységre szakosodott munkatársat a kis- és középvállalkozások egyharmada foglalkoztat. A vállalkozás mérete természetesen alapvetően befolyásolja, hogy van-e a cégnél külön specialista ennek a tevékenységnek.

Internetet a cégek 46%-ánál használnak. Az ágazatok közül elsősorban a kereskedelemben és a szolgáltatásban jellemző a világháló használata, de az intenzív külkereskedelmi kapcsolatokkal rendelkező, illetve legalább részben külföldi tulajdonban lévő cégekben is kiemelkedő arányokat találunk. A hátrányhipotézis (K1.1.) alapján azt várjuk, hogy a hátrányos szellemi adottságok félelmet gerjesztenek a csatlakozással kapcsolatban, míg az előnyhipotézisnek (K1.1a.) megfelelően arra számítunk, hogy a vállalat kulturális erőforrásaival való magas szintű ellátottság megnöveli az előnyvárás valószínűségét. Ezzel szemben a versenyhipotézis (K2.1.) azt sugallja, hogy a magas szintű szellemi felkészültség és az azzal együtt járó jó munkaerőpiaci versenyhelyzet felerősíti az annak elvesztésétől való félelmeket.

### 2.2.2. A vállalkozók kulturális-társadalmi adottságai

A vállalkozók kulturális-társadalmi erőforrásait nem lehet kizárólag az egyénhez kötődő, személyes tőkeként értelmeznünk: a vezető adottságai a vállalat egészének is részét képezik. A vállalkozó iskolázottsága, nyelvismerete, személyes fogyasztásának a külvilág felé megnyilvánuló ismérvei a vállalat számára is előnyökkel járó erőforrásként hasznosulhatnak.

A vállalkozók kulturális erőforrásának kézenfekvő mutatója iskolai végzettségük szintje. Bourdieu (1997) fogalmaival élve, egyaránt tekinthetjük az intézményesült és az inkorporált kulturális tőke indikátorának. Két további mutatót is bekapcsoltunk az elemzésbe: a szintén az inkorporált kulturális tőkét megtestesítő nyelvtudást, valamint az otthoni e-maillal való rendelkezést, amit az objektívált kulturális tőkeszint közelítésének tekinthetünk.

Az általunk vizsgált vállalkozói csoport kétharmada rendelkezik felsőfokú végzettséggel, egyharmaduknak pedig egyetemi diplomája van. A cégvezető nyelvismerete a személyes és egyben a cég számára is hasznosuló erőforrásoknak az EU-csatlakozás szempontjából kiemelkedő fontossággal bíró része. A megkérdezettek kétharmada mondta magáról, hogy beszél valamilyen idegen nyelven.

A kulturális erőforrásoknak mindhárom formájától azt várjuk, hogy nagy mennyiségben való birtoklásuk a kedvező várakozásokat erősítse (K1.2a.), míg a velük való alacsony szintű ellátottság a hátrány-várás valószínűségét növelje meg (K1.2.). Feltételezéseinknek része, hogy nemcsak a nyelvtudás ténye, de a beszélt nyelvek száma is megnöveli az előny-várás valószínűségét.

A csatlakozás megítélése szempontjából meghatározó erejük lehetnek a kulturális erőforrásoknak olyan elemei, melyek a naprakész tájékozottságot, a folyamatos jól-informáltságot képezik. Ezek mutatói az újságolvasási szokások. A vállalkozóknak 87%-a szokott rendszeresen (nem bulvár) napilapot olvasni. Sajátos módon Budapesten nagyobb arányban vannak olyanok, akik egyáltalán nem olvasnak napilapot, és ugyanez a helyzet az ország középső régiójában is. Másoknál kevesebbet forgatják a napilapokat a 40 év alatti korosztály tagjai is. A számos gazdasági jellegű napi- és hetilap valamelyikét a vállalkozók kilenczede rendszeresen olvassa. Általában egy vagy két kedvenc lapjuk van, de bő harmadrésük ennél is több gazdasági lapból tájékozódik. Arra számítunk, hogy a napilapok és gazdasági lapok olvasásának hiánya, vagy (gazdasági lapok esetében) a kevesebb lap forgatása a hátrányvárást valószínűségét erősíti (K1.3.), míg a lapolvasás az előnyhipotézissel összhangban megnöveli a csatlakozáshoz fűződő bizakodást (K1.3a.).

E fejezet bevezetőjében már jeleztük, hogy a vállalkozó – és közvetve a vállalkozás – társadalmi erőforrásának tekintjük a magas szintű presztízs fogyasztás jegyeit. Az anyagi jólét külső jegyei e társadalmi csoportban az anyagi és üzleti stabilitás, megbízhatóság üzeneteit sugározzák a külvilág felé. A rendelkezé-

süinkre álló adatbázis e tulajdonságoknak csak közvetett mutatóit tartalmazza, olyan vagyontárgyak birtoklásának mutatóit, mint a lakásriasztó, a CD, a mosogatógép, vagy a nyaraló, üdülő. Elemzésünkben a lakásriasztóval való ellátottságot használtuk a presztízsfogyasztás mérésére. Vizsgálatokból tudjuk, hogy a magyar háztartások 4%-ában található riasztó.<sup>3</sup> A vállalkozóknak ezzel szemben 35%-a számolt be arról, hogy lakása riasztóval van felszerelve.

Azt várjuk, hogy az előnyösebb helyzetű fogyasztói csoportba tartozó vállalkozók az előnyhipotézis (K1.4a.) alapján felülreprezentáltak lesznek a csatlakozástól előnyöket várók körében. Ugyanakkor az e csoportba nem tartozók körében a hátrányvárók aránya lesz kiemelkedő (K1.4.)

### 2.3. A vállalkozás adaptációs erőfeszítései

Az erőfeszítések indikátorának az EU-tagságra való vállalati felkészülés alábbi elemeit tekintjük: van-e a cégnél integrációs feladatokkal foglalkozó munkatárs; részt vett-e valaki európai uniós tanfolyamon; felmérték-e a vállalat jelenlegi és a csatlakozás után várható versenyképességét; tájékozódott-e a cégvezető a kamaráktól, a szakirodalomból vagy más forrásból az integráció gazdasági és jogi előfeltételeivel kapcsolatban; megfelel-e a vállalkozás vagy a termékkör a nemzetközi ISO-szabványoknak; hirdettek-e külföldi szakkönyvben, folyóiratban; létezik-e a cégről idegen nyelvű prospektus.

Az első négy indikátor azt mutatja, hogy a vállalkozás milyen módon kívánja elérni a minél teljesebb körű informálódást, míg a második három a világpiaci alkalmazkodáshoz szükséges feladatok teljesítéséről ad számot.

A sikeres integrációért a vállalkozások azon köre tett különösen sokat, amely – akár gazdasági, akár kulturális erőforrásaikon keresztül – jobban kötődik az uniós piacokhoz.

A kis- és középvállalkozók mintegy fele tartja szükségesnek, hogy a cégnél foglalkozzon valaki az integrációs felkészüléssel. Ha figyelembe vesszük, hogy ez nem feltétlenül teljes munkaidős elfoglaltságot jelent, hanem „csupán” az integrációs feladatok kijelölését és delegálását, akkor ez a hányad korántsem tekinthető magasnak. Ugyanennyien mondták azt, hogy „személyes tapasztalataik révén” vizsgálták a cég jövőbeli versenyképességét. Az európai uniós tanfolyamon való részvétel, és a versenyképesség előzetes szakértői vizsgálata a cégek jóval kisebb (16, illetve 13%-os) arányára jellemző.

Az erőfeszítések más, a világpiaci alkalmazkodás csoportjába tartozó indikátorai (az ISO-szabványok alkalmazása, külföldi folyóiratokban való hirdetés és idegen nyelvű prospektus) újabb összefüggésekre világítanak rá. A kis- és kö-

---

3 TÁRKI Háztartás Monitor-felvétel 1999.

zép vállalkozások több mint felében nincs ISO-szabvány, és nem is tervezik annak alkalmazását. A cégek mintegy negyede rendelkezik – vagy a termékre vagy a cégre vonatkozó – ISO-minősítéssel, míg a fennmaradó rész a jövőben tervezi azt bevezetni. Nemzetközi szakkönyvekben és folyóiratokban is csupán a cégek 25%-a hirdetett, míg idegen nyelvű prospektussal a kis- és középvállalkozások harmada rendelkezik. Az erőfeszítésekkel járó felkészülés azt sugallja, hogy az előrébb járók körében az átlagosnál több lehet az előnyt várók aránya (E1.a.). Az erőfeszítések hiánya pedig az előrevetített kudarcba való beletörődöttséggel is magyarázható, így a felkészületlenek között nagyobb lehet a pesszimista várakozásúak aránya (E1.). Feltehető azonban az is, hogy az előkészületek előre haladása, a bővülő ismeretek félelmeket szülnék, és így a versenyhipotézis teljesül (E2.)

### 3. Eredmények

#### 3.1. Elemi összefüggések

##### 3.1.1. Gazdasági adottságok

A hátrányosabbnak vélt keleti régióban tevékenykedő cégek várakozásai nem pesszimistábbak az átlagnál (2. táblázat). Ezzel szemben azt látjuk, hogy az előnyösebb adottságúnak tételezett fővárosi és nyugati régió vállalkozásait különböző várakozások és félelmek jellemzik. A fővárosi cégek az átlagosnál lényegesen optimistábbak várakozásaikban, míg a nyugati régió vállalkozásaira csakugyan illik a hipotézisben megjelenő vélekedés, miszerint a versenyelőnyüket féltők az átlagosnál pesszimistábbak. A *versenyhipotézis* tehát a regionális elhelyezkedés szempontjából részben igazolható.

A településtípusok szerinti összevetésből származó *hátrányhipotézist* nem igazolják az adatok. A községi vállalkozások körében az átlagosnál nem magasabb, hanem némiképp alacsonyabb a hátrányokat várók aránya. Az *előnyhipotézis* csak részlegesen igazolható, hiszen a nagyvárosi vállalkozások ellentmondásosan reagálnak a várakozással kapcsolatos kérdésre. Mint láttuk, a fővárosi cégek az átlagosnál lényegesen bizakodóbbak, ezzel szemben a többi nagyváros vállalkozásai körében az előnyt várók aránya éppúgy átlag alatti, mint a községi vállalkozások között. A nagyvárosi vállalkozások pesszimizmusát illető hipotézis hasonló okokból vethető el.

Az ágazati szerkezetre vonatkozó lokációs hipotézisek egyike sem állja meg a helyét, mivel az ipari vállalkozások várakozásai nem térnek el az átlagtól (2. táblázat). Az ágazati szerkezet és a várakozások közt meglévő (bár gyenge) kapcsolatot az magyarázza, hogy a szolgáltató cégek közt átlag alatti a hátrányt várók aránya és átlag feletti azoké, akik a csatlakozástól nem várnak változást.

A nyolcvanas években létesült cégek körében átlagos a pesszimista várakozások aránya, a 90-es évek elején alakultak közt viszont jóval átlag fölötti. Az ezzel kapcsolatos hipotézis csupán e megszorítással lenne igazolható.

A saját szerep szakmai, vagy térségbeli jelentéktelenségének érzete valóban erősen összefügg a pesszimista várakozásokkal, a hátrányhipotézis tehát a táblázatstatisztikák szintjén igazolható (2. táblázat). Az ehhez kapcsolódó *előnyhipotézis* ugyancsak igazolható. A kapcsolat az optimista várakozások és a saját szerep fontosságának tudata között fennáll, mind a térségbeli jelentőség megítélése tekintetében, mind pedig a szakterületre vonatkozóan.

A vállalkozás méretei nem befolyásolják érdemben az Unió csatlakozással kapcsolatos várakozásokat, azok sem a létszámmal sem pedig a forgalommal nem mutatnak szignifikáns összefüggést. Hasonlóképpen nem szignifikáns a kapcsolat a cég várakozásai és a vállalkozási forma között, s versenyhipotézisünk, mely szerint a részvénytársaságok közt az átlagosnál nagyobb lesz a hátrányokat várók aránya – csakúgy mint a nagyobb forgalmú cégek esetében – elvethető, mivel várakozásaik éppen ellentétesek.

2. táblázat *Az Ön cégének összességében inkább előnyös, vagy inkább hátrányos lesz az Európai Unióhoz való csatlakozás? – a válaszok százalékos megoszlása a cég gazdasági adottságai szerint*

		Inkább hátrányos	Inkább előnyös	Is-is	Nem lesz hatása	Phi <sup>2</sup>	Szignifikancia-szint
<i>Együtt</i>		12,8	47,1	26,1	14,0		
Regionális elhelyezkedés	Budapest	10,6	54,8	18,3	16,3	0,18	***
	Középső régió	13,5	41,5	32,8	12,2		
	Nyugat-Magyarország	18,5	42,3	24,6	14,6		
	Kelet-Magyarország	11,3	44,4	32,7	11,6		
Településtípus	Megyeszékhely	15,8	40,9	35,1	8,3	0,21	***
	Város	14,4	47,1	22,6	15,9		
	Község	11,1	38,7	35,9	14,3		
Ágazat	Ipar, építőipar	14,3	47,4	25,0	13,4	0,12	*
	Kereskedelem	15,1	45,6	29,0	10,3		
	Szolgáltatás	8,3	47,9	25,1	18,7		



A 2. táblázat folytatása

		Inkább hátrá- nyos	Inkább előnyös	Is-is	Nem lesz hatá- sa	Phi <sup>+</sup>	Szigni- fikan- cia- szint
A vállalat jelenlegi jogi formájának kialakulása	-1989	12,3	49,7	25,3	12,7	0,14	*
	1990–1991	17,0	47,4	20,2	15,3		
	1992–1993	14,3	45,3	24,9	15,6		
	1994–	8,7	47,0	32,2	14,0		
Fontos a cég szerepe a szakmában?	Nem	18,7	37,7	28,0	15,6	0,16	***
	Igen	10,0	51,8	25,2	13,1		
Fontos a cég szerepe a térsgben?	Nem	22,6	35,6	31,3	10,6	0,20	***
	Igen	9,5	51,0	24,5	15,0		
A vállalkozás mérete	Kisvállalkozás	13,2	46,7	26,7	13,4	0,05	nsz.
	Középvállalkozás	11,2	48,9	22,8	17,1		
A cég forgalma 1998-ban	–299 millió ft	13,4	47,3	25,1	14,3	0,06	nsz.
	300– millió ft	10,9	53,0	21,9	14,2		
A vállalkozás jogi formája	Kft	13,5	46,9	25,3	14,3	0,11	nsz.
	Rt	11,8	53,0	16,0	19,2		
	Szövetkezet	12,2	43,8	30,2	13,8		
	Egyéb	8,3	46,7	36,9	8,2		
Van-e külföldi tulajdonrész a cégben?	Nincs	14,0	44,1	28,2	13,7	0,14	***
	Van	7,9	60,5	16,5	15,2		
Nyeréséges volt-e az elmúlt évben?	Nem	11,5	38,0	35,0	15,5	0,13	**
	Igen	13,5	50,1	23,3	13,1		
Exportál-e a cég?	Nem	13,0	44,2	26,7	16,1	0,11	**
	Igen	12,6	54,1	24,7	8,7		
Importál-e a cég?	Nem	11,9	44,4	28,5	15,2	0,14	***
	Igen	16,4	56,5	17,6	9,5		

Megjegyzés: A phi asszociációs mutató, amely nominális változók közötti kapcsolat szorosságának ellenőrzésére is alkalmas. Kétszer kettes táblák esetén értéke 0 és 1 közé esik, viszont abban az esetben, ha az egyik dimenzióban az osztályközök száma meghaladja a kettőt, értéke meghaladhatja az 1-et. A phi magasabb értéke a változók közötti szorosabb kapcsolatra utal.

\*\*\*=0,0001; \*\*=0,001; \*=0,05 szignifikanciaszint mellett szignifikáns kapcsolatok.

A külföldi tulajdon hiányával kapcsolatos hipotézis nem állja meg a helyét. Hasonlóképpen elvethető az ide kapcsolódó *versenyhipotézis* is, mivel a külföldi tulajdon nem magyarázza a pesszimista várakozásokat. Ezzel szem-

ben a külföldi tulajdon megléte minden más gazdasági változónál inkább magyarázza a pozitív várakozást, ami a G1.2.-val jelölt *előnyhipotézist* támogatja.

A nyereséggel kapcsolatban sem a G1.3-as, sem pedig a G2.3-as hipotézis nem bizonyítható, mivel sem a nyereséghiányos, sem pedig a nyereséges cégek nem felülreprezentáltak a hátrányokat várók körében.

A külkereskedelemmel kapcsolatos, G1.3-as *hátrányhipotézis* elvethető, mivel a külkereskedelemmel nem foglalkozó cégek körében átlagos a hátrányt várók aránya. Az ezzel kapcsolatos (G1.3.a.) *előnyhipotézis* érvényes: a hátrányok nem magyarázzák a hátrányos várakozást, ám az előnyök inkább magyarázzák az előnyös várakozást.

Nem vethető el teljességgel a G2.3-as számú *versenyhipotézis* sem, mivel több opció van, s az importáló cégek körében nem csupán az előnyt, hanem a hátrányt várók is felülreprezentáltak. Mindez az exportáló cégekre nem áll.

Úgy tűnik tehát, hogy a gazdasági adottságok tekintetében a keresztábra-elemzések inkább az előnyhipotézisek, s bizonyos megszorításokkal a versenyhipotézisek érvényességét támogatják (3. táblázat). Az Uniós-csatlakozástól hátrányokat várók részben felülreprezentáltak a versenyelőnyüket féltők, az előzetes tapasztalatokkal rendelkezők körében (például a nyugati régióban). A nyereség, a külföldi tulajdon, az export és import tekintetében az előnyös helyzet inkább előnyös várakozásokat szült, s a hátrányos helyzet csak kevésbé magyarázta a hátrány-projekciót.

3. táblázat *A gazdasági adottságokra vonatkozó hipotézisek teljesülése a táblázatstatisztikák alapján*

	Teljesül	Nem teljesül
G1.1. hátrányhipotézis	Saját szerep megítélése	Régió, település, ágazat
G1.1a. előnyhipotézis	Település (részben), Saját szerep megítélése	
G2.1. Versenyhipotézis	Régió (részben), Működési idő (részben)	Település, Ágazat
G1.2. hátrányhipotézis	–	Létszám, Külföldi tulajdon
G1.2a. előnyhipotézis	Külföldi tulajdon	–
G2.2. versenyhipotézis		Forgalom, Vállalati forma
G1.3. hátrányhipotézis		Nyeresség, Külkereskedelem
G1.3a. előnyhipotézis	Nyeresség, külkereskedelem	
G2.3. versenyhipotézis	Külkereskedelem (részben)	Nyeresség

### 3.1.2. Kulturális-társadalmi adottságok

A cég kulturális erőforrásai közül a nyelvtudás és a korszerű információközvetítő technológia felhasználása a várt módon, pozitív irányban befolyásolja a várakozásokat (4. táblázat). Nem a félelmeket mérsékelik azonban – a kifejezetten hátrányt várók aránya mind a nyelvtudástól, mind az Internet-használattól függetlenül alakul, vagyis a cég vesztesnek érzékelt pozícióját a faktorok nem módosítják. Mindkét tényező hatása abban nyilvánul meg, hogy a velük rendelkezők – ha várakozásaik (más tényezőknél fogva) nem egyértelműen kedvezőtlenek – nagyobb valószínűséggel számítanak határozott előnyökre (K1.1a.), és kisebb valószínűséggel nyilatkoznak bizonytalanul, mint az ilyen erőforrásokkal nem rendelkezők. Ettől kissé eltérő a marketinges szakember jelenlétének hatása. Ez az erőforrás ugyanis nemcsak az előnyhipotézissel, de a hátrányhipotézissel is egybevágóan hat. Ahol ugyanis van ilyen munkatárs, ott nagyobb lesz az előnyvárás valószínűsége, viszont ahol nincs marketinges, ott a hátrányt várók aránya emelkedik meg.

A vállalkozó kulturális erőforrásainak hatása megfelel a K1.2a. hipotézisben megfogalmazott várakozásoknak és részben kielégíti a K1.2. jelű feltevést is. Az iskolázottabb vezetők egyértelműbben és optimistábban foglalnak állást a csatlakozás után várható változásokról, mint az alacsonyabb végzettségűek (4. táblázat). Nem csak a felsőfokú végzettség megszerzése jelent választóvonalat e tekintetben, hanem a főiskolai és egyetemi végzettségűek véleménye is eltér egymástól. Az iskolai végzettség vonatkozásában tehát a hatások a K1.2a. hipotézist alátámasztják, nem támogatják viszont a K1.2. jelűt, hiszen a vizsgált erőforrás a hátrányvárás valószínűségét nem, hanem csak az előnyökben való bizakodás mértékét befolyásolja. A vállalkozó nyelvtudása és otthoni e-mail használata viszont egyszerre csökkenti a hátrányvárás valószínűségét és növeli az előnyvárását. A nyelvtudás tekintetében a válaszvonal – meglepő módon – nem is annyira tud vagy nem tud idegen nyelvet különbség mentén, hanem az egy vagy több idegen nyelven beszélők között húzódik.

4. táblázat Az Ön cégének összességében inkább előnyös, vagy inkább hátrányos lesz az Európai Unióhoz való csatlakozás? – a válaszok százalékos megoszlása kulturális és társadalmi adottságokkal való rendelkezés szerint

		Inkább hátrányos	Inkább előnyös	Is-is	Nem lesz hatása	Phi	Szignifikancia-szint <sup>†</sup>
<i>Együtt</i>		12,8	47,1	26,1	14,0		
Idegen nyelven tárgyaló munkatárs	Nincs	12,5	37,6	30,3	19,6	0,156	***
	Van	13,1	51,8	24,0	11,1		
Marketinges a cégnél	Nincs	14,4	41,2	27,9	16,5	1,71	***
	Van	9,9	58,6	22,5	9,0		
Internet-használat a cégnél	Nem használnak	13,9	43,7	29,9	12,6	0,110	*
	Használnak	11,7	51,1	21,6	15,6		
Vállalkozó iskolai végzettsége	Legfeljebb középfokú	15,7	38,1	32,6	13,6	0,184	***
	Főiskola	11,1	47,5	28,0	13,3		
	Egyetem	11,8	56,8	16,1	15,3		
Vállalkozó idegen-nyelvtudása	Nem tud	16,3	41,0	27,9	14,8	0,099	*
	Tud	11,0	50,4	25,1	13,5		
Vállalkozó idegennyelvtudása	Nem tud	16,2	41,4	27,7	14,7	0,172	*
	Egy nyelv	13,8	45,8	27,0	13,4		
	Két nyelv	5,7	54,0	26,0	14,2		
	Három vagy több	6,0	68,0	13,2	12,8		
Vállalkozó háztartásában e-mail	Nincs	14,4	43,5	27,6	14,5	0,134	*
	Van	8,0	58,4	21,4	12,2		
Vállalkozó olvas-e napilapot? <sup>a</sup>	Nem olvas	24,2	48,5	16,7	10,6	0,147	***
	Olvas	11,2	46,8	27,5	14,5		
Vállalkozó hány olvas? <sup>b</sup>	Egyet sem	17,1	33,3	30,5	19,0	0,147	*
	Egyet vagy kettőt	15,3	48,8	23,9	12,1		
	Háromat vagy többet	7,9	48,6	28,2	15,3		
Vállalkozó háztartásában lakásriasztó	Nincs	13,1	44,0	27,1	15,8	0,104	*
	Van	12,4	53,9	23,8	9,9		

a Az alábbiak közül: Népszabadság; Népszava; Magyar Hírlap; Magyar Nemzet; Napi Magyarország; Metró; megyei napilap.

b Az alábbiak közül: HVG, Figyelő; Cash Flow; Üzleti 7; Világ gazdaság; Napi Gazdaság; Gazdasági Értesítő; Cégvezetés; Piac és Profit.

\*\*\*=0,0001; \*\*=0,001; \*=0,05 szignifikanciaszint mellett szignifikáns kapcsolatok.

A napilapok és a gazdasági lapok olvasása nem egyformán hat a cég jövőjére vonatkozó elképzelésekre. Azok, akik egyáltalán nem szoktak rendszeresen napilapot olvasni, mindenki másnál határozottabban foglalnak állást az EU-csatlakozás várható következményeiről. A napi tájékozódás hiánya a félelmeket erősíti meg, hiszen az előnyvárók aránya a napilap olvasás tényétől függetlenül alakul. Ez tehát igazolja K1.3 jelű *hátrányhipotézisünket*, viszont nem támasztja alá az *előnyhipotézist*. Szemben a napilapot nem olvasókkal, azok, akik gazdasági lapot nem szoktak forgatni, másoknál kevésbé egyértelműen ítélik meg a csatlakozás kimenetelét. Az előnyhipotézisben (K1.3a.) várt hatás már egy vagy két gazdasági lap olvasásával is megjelenik: az olvasott lapok számától függetlenül nagyobb az előnyvárók aránya az olvasók, mint a nem olvasók körében. A hátrányhipotézis (K1.3.) szintén teljesül, ám csak a nagyszámú lapot olvasó csoport viszonylatában.

A presztízsjavakkal (lakásriasztóval) rendelkező cégvezetők másoknál nagyobb arányban számítanak pozitív hatásokra a csatlakozás következtében, és ritkábban vélik úgy, hogy a csatlakozásnak nem lesz hatása a cég életére. A csatlakozástól félők arányát az elit fogyasztói csoportba való tartozás nem befolyásolja. Vagyis: itt is teljesül az „előnyös helyzetűek inkább várnak előnyöket” K1.4a. hipotézisben megfogalmazott elve, és nem teljesül a „hátrányos helyzethez hátrányvárás kapcsolódik” K1.4 jelű feltevése (5. táblázat).

5. táblázat *A kulturális és társadalmi adottságokra vonatkozó hipotézisek teljesülése a táblázatstatisztikák alapján*

	Teljesül	Nem teljesül
K1.1. hátrányhipotézis	Marketing	Nyelv, internet
K1.1.a előnyhipotézis	Nyelv, marketing, internet	–
K2.1. versenyhipotézis	–	Nyelv, marketing, internet
K1.2. hátrányhipotézis	Nyelv, e-mail	Iskola
K1.2.a. előnyhipotézis	Iskola, nyelv, e-mail	–
K1.3. hátrányhipotézis	–	Napilap, gazdasági lap
K1.3.a. előnyhipotézis	Gazdasági lap	Napilap
K1.4. hátrányhipotézis	Presztízsjavak	–
K1.4.a. előnyhipotézis	Presztízsjavak	–

### 3.1.3. Erőfeszítések

Az előnyhipotézis – az uniós tanfolyamon való részvételt, és néhány tájékoztatósi indikátort (konferenciákon, vásárokon és az Interneten keresztül informálódást) leszámítva – az összes indikátor esetében igazolódott (6–7. táblázat). Az integrációs felkészülés során tett erőfeszítések a táblázatelemzés szintjén többnyire együtt járnak az optimista várakozásokkal. Az átlagtól a leginkább a külföldi sajtóhirdetésekre investáló cégek térnek el: 61%-uk vár előnyt a csatlakozástól.

Az előnyhipotézisnél gyengébbnek mutatkozott a hátrányhipotézis. A pesszimista beállítottság felülreprezentált azon cégek körében, amelyek nem hirdetnek nemzetközi sajtóhirdetéseket, amelyeknek nincs ISO-minősítésük vagy idegen nyelvű prospektusuk, amelyek nem vizsgálták a csatlakozás utáni versenyképességüket, és amelyek nem informálódtak olyan kézenfekvő forrásokból mint a kamarák, bankok, speciális kiadványok, adatbázisok, előírások és szakirodalom.

6. táblázat Az Ön cégének összességében inkább előnyös, vagy inkább hátrányos lesz az Európai Unióhoz való csatlakozás? – a válaszok százalékos megoszlása a vállalat adaptációs erőfeszítése szerint

		Inkább hátrányos (%)	Inkább előnyös (%)	Is-is (%)	Nem lesz hatása (%)	Phi	Szignifikancia-szint <sup>†</sup>
Együtt Szükségesnek tartja-e az EU-val kapcsolatos teendőkkel foglalkozó munkatárs megbízását?	Nem	12,8	47,1	26,1	14,0	0,15	***
	Igen	11,6	44,6	24,7	19,0		
Munkatársak közül vett-e valaki részt az EU-val kapcsolatos tanfolyamon?	Nem	12,8	46,0	26,6	14,5	0,06	nsz.
	Igen	12,0	53,7	22,9	11,4		
Hirdet-e a cég nemzetközi sajtóhirdetéseket, folyóiratokban?	Nem, nem is tervezik	14,1	40,7	28,4	16,8	0,22	***
	Nem, de tervezik	4,5	70,5	11,2	13,9		
	Igen	11,7	60,7	21,7	5,9		
Van-e a cég termékeire ISO-szabványsor?	Nincs, nem is tervezik	15,6	41,0	27,2	16,3	0,16	**
	Nincs, de tervezik	13,6	55,6	23,6	7,3		
	Van	8,1	53,6	25,4	12,8		

A 6. táblázat folytatása

		Inkább hátrányos (%)	Inkább előnyös (%)	Is-is (%)	Nem lesz hatása (%)	Phi	Szignifikanciaszint <sup>†</sup>
Van-e a cégre magára ISO vagy analóg szabványsor?	Nincs, nem is tervezik	15,1	44,1	24,3	16,5	0,14	**
	Nincs, de tervezik	13,2	52,5	26,8	7,5		
	Van	7,7	50,6	29,4	12,3		
Van-e idegen nyelvű prospektusuk?	Nincs, nem is tervezik	14,4	42,5	26,8	16,3	0,15	**
	Nincs, de tervezik	16,0	44,0	23,1	17,0		
	Van	9,5	57,0	24,5	8,9		
Vizsgálták-e a cég várható versenyképességét külső szakértők bevonásával?	Nem	14,0	46,0	25,9	14,1	0,14	**
	Igen	6,1	57,9	22,1	13,9		
Tájékozódott-e már kamaránál, szakmai egyesületnél a csatlakozás előfeltételeiről, következményeiről?	Nem	13,3	46,9	24,5	15,4	0,10	*
	Igen	11,1	47,8	32,4	8,7		

Megjegyzés: \*\*\*=0,0001; \*\*=0,001; \*=0,05 szignifikanciaszint mellett szignifikáns kapcsolatok.

7. táblázat Az erőfeszítésekre vonatkozó hipotézisek teljesülése a táblázatstatisztikák alapján

	Teljesül	Nem teljesül
E1.1. hátrányhipotézis	Versenyképesség vizsgálata Tájékozódás a kamaráktól	Integrációs munkatárs Európai uniós tanfolyam
E1.1a. előnyhipotézis	Integrációs munkatárs Versenyképesség vizsgálata Tájékozódás a kamaráktól	Európai uniós tanfolyam
E2.1. versenyhipotézis	–	Integrációs munkatárs Európai uniós tanfolyam Versenyképesség
E1.2a. előnyhipotézis	ISO-szabvány Külföldi hirdetés Idegen nyelvű prospektus	–
E1.2. hátrányhipotézis	ISO-szabvány Külföldi hirdetés Idegen nyelvű prospektus	–

## 3.2. Modellek

### 3.2.1. Gazdasági adottságok

A gazdasági adottságok változói közül a modellek<sup>4</sup> is megerősítik a külföldi tulajdon rendkívüli jelentőségét (8. táblázat). Amennyiben egy cég részben vagy egészben külföldi tulajdonban van, az átlagosnál jóval inkább hajlamos az előnyös várakozásokra, a külföldi tulajdon hiánya pedig a hátrányos várakozások esélyeit növeli. A nyereséges működés, a külkereskedelmi tapasztalat és a saját szerep fontosságába vetett hit ugyancsak számottevően növelik az előnyös várakozásokat. A hátrányokat várók átlagosnál nagyobb eséllyel fordulnak elő a saját szerepüket kevésbé fontosnak értékelők és a hosszabb ideje működő vállalkozások körében. A gazdasági adottságok jobban befolyásolják a hátrányos várakozások esélyhányadosait, mint az előnyös várakozásokét.

8. táblázat *A hátrányt várók és az előnyt várók összefüggése a gazdasági adottságokkal – logisztikus regressziós modellek*

Gazdasági adottságok	Inkább hátrányt vár			Inkább előnyt vár		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
BP01 (Bp=1, egyéb település=0)	–	–	–	0,5280	14,2943	1,6955
REGIO1 (egyéb=1, keleti régió=0)	–	–	–	–	–	–
AGAZAT01 (ker., szolg.=1, ipar=0)	–	–	–	–	–	–
ALAPEV (1994 óta=1, 1993-ig=0)	–0,6047	7,0245	0,5462	–	–	–
FONTTER (a térségében fontosnak tartja vállalata szerepét=1, nem tartja fontosnak=0)	–0,9630	23,5852	0,3818	0,5392	12,0167	1,7147
RT01 (részvénytársaság=1, kft., szöv., egyéb=0)	–	–	–	–	–	–
KULF01 (van benne külföldi tulajdoni hányad=1, nincs=0)	–0,5630	3,4868	0,5695	0,4379	5,7753	1,5495

4 A logisztikus regresszió segítségével azt becsülhetjük, hogy különböző tényezők hogyan hatnak valamely esemény bekövetkezésének valószínűségére. Esetünkben a vizsgált „esemény” az egyik esetben azt jelenti, hogy a kérdezett előnyt vár a csatlakozástól, a másik esetben pedig, hogy hátrányt vár. A 8–10. táblázatokban szereplő Exp(B) értékek a vizsgált esemény bekövetkezési esélyének növekedését adják meg a magyarázó változó közölt értéke mellett – a referencia-csoportra jellemző valószínűséghez viszonyítva. A Pseudo R<sup>2</sup> kiszámításának módja:  $(\chi^2)/(-2*LL + \chi^2)$ .



A 8. táblázat folytatása

Gazdasági adottságok	Inkább hátrányt vár			Inkább előnyt vár		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
NYER01 (nyereséges=1, nem nyereséges=0)	–	–	–	0,4114	6,4584	1,5089
EXP01 (exportál=1, nem exportál=0)	–	–	–	0,2948	0,1510	1,3429
Konstans	–1,0118	37,1433		–1,1843	38,9465	
Modell $\chi^2$	34,739			50,642		
-2LL	711,156			1272,594		
Illeszkedés	947,931			956,007		
Pszedo R <sup>2</sup>	0,0465			0,0383		

### 3.2.2. Kulturális-társadalmi adottságok

A vállalat és a vállalkozó kulturális és társadalmi erőforrásai csak igen kis mértékben magyarázzák a csatlakozás hatásaival kapcsolatos várakozásokat. A keresztábraelemzés szintjén szignifikáns hatások jelentős része kereszthatások következményének bizonyult, és így a modellben már nem mutatkozott számottevőnek (9. táblázat).

A hátrányvárás magyarázatára szerkesztett modell jobban illeszkedik, mint az előnyvárás modellje, vagyis a vizsgált kulturális és társadalmi erőforrások inkább a hátrány-, mint az előnyvárásra vannak hatással. A hátrányok hangsúlyozása leginkább a vállalatvezető életkorának és napi tájékoztatói szokásainak függvénye, míg a „klasszikus” kulturális erőforrások közül csak a nyelvtudás gyakorol rá hatást. A csatlakozással szembeni félelmeket felerősíti az, ha a vállalkozó nem beszél idegen nyelven, vagy csak egy idegen nyelvet tud, és az is, ha nem olvas napilapokat, gazdasági lapokat, illetve csak kevés gazdasági lapot forgat. Lényeges az életkor szerepe: a 40 év alatti vállalkozók – egyéb paraméterek azonossága mellett – mintegy fele akkora valószínűséggel tekintenek pesszimistán a jövőbe, mint a náluk idősebbek.

9. táblázat A kulturális és társadalmi adottságok hatása a csatlakozással kapcsolatos várakozásokra – logisztikus regressziós modellek

Kulturális és társadalmi adottságok	Inkább hátrányt vár			Inkább előnyt vár		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
MARKET01 (1=van a cégnél marketinges; 0=nincsen)	–	–	–	0,5835	17,3058	1,7923
INTERNET (1=használnak Internetet a cégnél; 0=nem használnak)	–	–	–	–	–	–
EGYET01 (1=vállalkozónak van egyetemi diplomája; 0=nincsen)	–	–	–	0,3357	5,1691	1,3989
NYELV201 (1=a vállalkozó két idegen nyelvet tud; 0=többiek)	–0,9983	7,0135	0,3685	–	–	–
NYELV301 (1=a vállalkozó kettőnél több idegen nyelvet tud; 0=többiek)	–1,1288	4,8052	0,3234	0,6250	5,2825	1,8683
HTEMAIL (1=a vállalkozó háztartásában van e-mail; 0=nincsen)	–	–	–	0,4205	7,2027	1,5227
NAPILAP (1=a vállalkozó olvas napilapot; 0=nem olvas)	–0,9039	13,8283	0,4050	–	–	–
GAZDLAP1 (1=a vállalkozó egy-két gazdasági lapot olvas; 0=többiek)	–	–	–	–	–	–
GAZDLAP2 (1=a vállalkozó kettőnél több gazdasági lapot olvas; 0=többiek)	–0,6487	7,7689	0,5227	–	–	–
EV4001 (1=a vállalkozó életkora 40 év fölött; 0=többiek)	0,7576	9,1054	2,1332	–	–	–
Konstans	–1,3926	25,4698	–	–0,5621	36,7859	–
–2LL	712,954			1315,392		
Modell $\chi^2$	46,452			51,455		
Illeszkedés	1011,717			987,073		
Pszeudo R <sup>2</sup>	0,0612			0,0376		

Az előnyvárás ezzel szemben elsősorban a hagyományos kulturális erőforrásokkal mutat összefüggést, mégpedig – kivétel nélkül – az előnyhipoté-

zisben várt irányút. Fokozott optimizmushoz vezet ugyanis a kettőnél több idegen nyelv ismerete, a cégnél foglalkoztatott marketinges szakember, a vállalkozó háztartásában használt e-mail, valamint a vállalkozó egyetemi diplomája is.

### 3.2.3. Erőfeszítések

Az erőfeszítések erősen befolyásolják a pozitív várakozásokat, ám az erőfeszítések hiánya igen gyengén magyarázza a negatív várakozásokat. Az erőfeszítéseknek is csupán néhány eleme bizonyul igazán fontosnak. Az, hogy hirdetnek-e nemzetközi fórumokon, hogy a munkatársak foglalkoznak-e a jelenlegi és a várható versenyképesség alakulásával, valamint, hogy bevezeték-e, vagy tervezik-e bevezetni a termékeket és technológiát érintő egységes ISO-szabványt, jelentősen befolyásolja az előnyös várakozásokat. A hátrányos várakozásokat a szabványok hiánya mellett az befolyásolja érdemben, ha nem volt a cég versenyképességét vizsgáló szakértői felmérés (10. táblázat).

10. táblázat *Az adaptációs erőfeszítések hatása a csatlakozással kapcsolatos várakozásokra – logisztikus regressziós modellek*

Erőfeszítések	Inkább hátrányt vár			Inkább előnyt vár		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
(Szükséges-e az EU-val kapcsolatos feladatok felmérésére megbízni valakit? Igen=1, nem vagy csak később=0)	–	–	–	–	–	–
TANF01 (Vett-e részt munkatársuk EU-val kapcsolatos tanfolyamon? igen=1, nem=0)	–	–	–	–	–	–
HIRD (Van-e a cégnek hirdetése nemzetközi szakkönyvekben, folyóiratokban? Igen, vagy tervezik=1, nincs, nem tervezik=0)	–	–	–	0,8668	30,57117	2,3794
ISOTERM (Van-e a cég termékeire ISO-, vagy analóg szabvány? Igen, vagy tervezik=1, nincs, nem tervezik=0)	–0,3772	3,5025	0,6858	0,2646	3,4642	1,3029

A 10. táblázat folytatása

Erőfeszítések	Inkább hátrányt vár			Inkább előnyt vár		
	B	Wald	Exp(B)	B	Wald	Exp(B)
IDPROSP (Van-e idegen nyelvű prospektusuk? Igen, vagy tervezik=1, nincs, nem tervezik=0)	-	-	-	-	-	-
VERSMT (Vizsgálták-e a cég versenyképességét munkatársak tapasztalatai alapján? (Igen, vagy tervezik=1, nem, nem tervezik=0)	-	-	-	0,5851	17,5444	1,7951
VERSSZAK Vizsgálták-e a cég versenyképességét szakértők tapasztalatai alapján? (Igen, vagy tervezik=1, nem, nem tervezik=0)	-0,8875	5,0749	0,4117	-	-	-
TAJKAM01 Tájékozódott-e kamaránál, szakmai testületnél (Igen=1, nem=0)	-	-	-	-	-	-
Konstans	-1,6148	167,0417		-0,7811	43,2080	
-2LL	711,939			1181,946		
Modell $\chi^2$	11,082			67,791		
Illeszkedés	910,391			904,037		
Pszeudo R <sup>2</sup>	0,0153			0,0543		

#### 4. Következtetések

Tanulmányunkban azt találtuk, hogy a vállalkozók körében a *hátrány hátrányos várakozást szül hipotézise a társadalmi-kulturális adottságokra teljesül leginkább*. A gazdasági adottságok ritkábban jártak pesszimista várakozásokkal, ám a modellek így is jobban magyarázták a hátrány-, mint az előnyvárast. *Az előnyös induló pozíció, ha van magyarázó ereje, akkor többnyire valóban az előnyvárast magyarázza, ám a nyugati régióban és az importáló cégek körében a versenyelőnyök elvesztésétől való félelem is kimutatható*. Vizsgálódásaink szerint a külföldi tulajdon védettséget jelent az integrációval kapcsolatos félelmekkel szemben: a külföldi tulajdonnal rendelkező vállalkozások a többiekénél nagyobb arányban várnak előnyt a csatlakozástól, egy-szersmind – más kisvállalatokhoz viszonyítva – kisebb körükben a hátrányt

várók hányada is. A vállalat társadalmi és kulturális adottságai közül az idegennyelv-tudás és az Internet ismerete igen jelentékeny mértékben befolyásolhatja a csatlakozás utáni jövőképet. A kisvállalatok egyharmadánál nincs idegen nyelvet beszélő munkatárs, ami jelentősen ronthatja ezen kör csatlakozás utáni túlélési esélyeit.

Harmadik alaphipotézisünk – nevezetesen, hogy a társadalmi-kulturális adottságok jobban magyarázzák a vállalkozók integrációval kapcsolatos félelmeit és várakozásait, mint a gazdaságiak – részlegesen bizonyult igaznak. A modellek magyarázó ereje alapján *a félelmeket a társadalmi-kulturális adottságokkal jobban tudjuk előre jelezni, mint a gazdasági adottságokkal*. Az előnyvárast ugyanakkor közel egyforma mértékben magyarázzák a gazdasági és a társadalmi-kulturális adottságok. A jövőbeli hátrányos helyzettel tehát jórészt a rosszabb társadalmi-kulturális adottságokkal rendelkező vállalkozók számolnak, míg a pozitív várakozásokat a gazdasági és a társadalmi-kulturális adottságok közel egyforma mértékben magyarázzák.

Utolsó alaphipotézisünkben azt vártuk, hogy az adottságok – legyenek akár gazdaságiak, akár társadalmi-kulturálisak – kevésbé magyarázzák a várakozásokat, mint a vállalkozás adaptációs erőfeszítései. Ez a feltételezés is részben igazolódott. A cég által elmulasztott adaptációs erőfeszítések lényegében nem gyakorolnak hatást a hátrányváraásra: a pesszimista jövőkép – ellentétben előzetes feltételezésünkkel – inkább az adottságok miatt alakul ki. Viszont az optimista jövőképet a gazdasági és a társadalmi adottságoknál is jobban befolyásolják a már megtett adaptációs erőfeszítések. Negyedik alaphipotézisünk tehát – mely szerint az erőfeszítések erősebben befolyásolják a vállalkozások várakozásait, mint az adottságok – differenciáltan válaszolható meg. *Az erőfeszítések hatása nagyobb, mint a gazdasági és társadalmi-kulturális adottságoké a várt előnyöket illetően, ám a várt hátrányokat az adottságok befolyásolják inkább*.

Vizsgálódásaink arra mutattak rá, hogy a cégek uniós csatlakozással kapcsolatos várakozásait a vállalkozók *involváltsága* és *informáltsága* befolyásolja. A csatlakozás buktatóit azok a cégek kerülhetik ki nagyobb eséllyel, amelyek széleskörű információval és az adaptációs folyamatok kisebb-nagyobb mértékű befolyásolására alkalmas potenciállal rendelkeznek.

## IRODALOM

- Bourdieu, Pierre (1997): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Angelusz Róbert (szerk.) A társadalmi rétegződés komponensei. Új Mandátum Kiadó, Budapest. 156–177. old.
- Brusco, Sebastiano–Righi, Erico (1989): Local Government, Industrial Policy and Social Consensus: The Case of Modena (Italy). *Economy and Society*, 1989. 18. 4. Nov. 405–424. old.
- Chell, Elizabeth–Haworth, Jean–Brearly, Sally (1991): *The Entrepreneurial Personality*. Routledge, N.Y.–London.
- Czakó Ágnes–Kuczi Tibor–Lengyel György–Vajda Ágnes (1996): A kisvállalkozások néhány jellemzője a 90-es évek elején. In: Lengyel György (szerk.). *Vállalkozók és vállalkozói hajlandóság*. BKE, Budapest. 85–115. old.
- Dahrendorf, Ralf (1979): *Life Chances. Approaches to Social and Political Theory*. The Univ. of Chicago Press, Chicago.
- European Commission (1999a): Report from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of Regions on Concerted Action with the Member States in the Field of Enterprise Policy, November 9, 1999.
- European Commission (1999b): Regular Report from the Commission on the Progress towards Accession, Hungary, October 13, 1999. Brussels.
- European Council (2000): Main Conclusions of the Lisbon Summit by the Portuguese Presidency of the EU, March 24. Lisbon.
- Dr. Farkas György (1999): A magyar EU-integráció és a csatlakozás közeledése: alkalmazkodási sajátosságok a vállalati szférában. Miniszterelnöki Hivatal ISM, 57. sz. műhelytanulmány.
- Fligstein, Neil–Drita, Iona Mara (1996): How to Make a Market? Reflections on the Attempt to Create a Single Market in the European Union. *American Journal of Sociology*, Vol. 102 Nr. 1 (July 1996). 1–33. old.
- Futó Péter (1999): Kis- és középvállalkozási politika az EU-tagállamokban és régiókban, *Európai Tükör*, 1999. IV. évfolyam 1. szám.
- Goss, David (1991): *Small Business and Society*. Routledge, N.Y.–London.
- Kirzner, Israel M. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.
- Kuczi Tibor (2000): *Vállalkozók és társadalmi környezet*. Replika Kör, Budapest.
- Laki Mihály (1998): *Kisvállalkozás a szocializmus után*. Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest.
- Laky Teréz (1989): Eloszlott mítoszok – tétova szándékok. In: Czakó Ágnes–Gyenei Márta–Lengyel György (szerk.). *Gazdaságpszichológiai tanulmányok*, Aula Kiadó, Budapest. 345–372. old.
- Lavoi, Don (1991): The Discovery and Interpretation of Profit Opportunities: Culture and the Kirznerian Entrepreneur. In: Brigitte Berger (szerk.). *The Culture of Entrepreneurship*. ISC Press, San Francisco, Cal. 33–51. old.
- Lipparini, Andrea–Maurizio Sobrero (1997): Coordinating Multi-Firm Innovative Processes: Entrepreneur as Catalyst in Small-Firm Networks. In: Mark Ebers (szerk.). *The Formation of Inter-Organizational Networks*. Oxford University Press, Oxford.
- Megszűnt és működő vállalkozások, 1993-1996. MVA, Budapest.
- Nakagawa, Keichiro (szerk.) (1977): *Social Order and Entrepreneurship* University of Tokyo Press, Tokyo.
- Perrow, Charles (1993): Small Firm Networks. In: Richard Swedberg (szerk.). *Explorations in Economic Sociology*. Russel Sage Foundation, New York. 377–402. old.

- Dr. Román Zoltán (1999): A kis- és középvállalatok az EU-csatlakozás tükrében. Miniszterelnöki Hivatal ISM, 51. sz. műhelytanulmány, Budapest.
- Róna-Tas, Ákos (1997): The Great Surprise of the Small Transformation. The University of Michigan, Ann-Arbor.
- Schumpeter, Joseph A. (1980): A gazdasági fejlődés elmélete. KJK, Budapest.
- Toivonen, Timo (1985): The Entrepreneurs in Denmark, Finland and Sweden, 1930–1970. Acta Sociologica (28) No. 3. 193–205. old.
- Tóth István György (1999): Előrejutás a társadalmi ranglétrán: egy magyarázatkiérlet. In: Tóth I. Gy.–Szivós P. (szerk.). Monitor, 1999. TÁRKI, Budapest.
- Whitley, Richard–Jeffrey Henderson–László Czabán–György Lengyel (1996): Trust and Contractual Relations in an Emerging Capitalist Economy: The Changing Trading Relationships of Ten Large Hungarian Enterprises. In: Organization Studies, No. 3. 397–420. old.
- Whitley, Richard (1991): The Revival of Small Business in Europe. In: Brigitte Berger (szerk.). The Culture of Entrepreneurship. ISC Press, San Francisco, Cal. 157–188. old.