



ZÁRÓTANULMÁNYOK

ZSOLNAI LÁSZLÓ

**A VERSENYKÉPESSÉG
TÁRSADALMI VONATKOZÁSAI**

- projekt-zárótanulmány -

A tanulmány sorozat

PZ1.

kötete

Ez a projekt-zárótanulmány a

„Versenyben a világgal”

A magyar gazdaság nemzetközi versenyképességének mikrogazdasági tényezői -

kutatási program

igazgató: **Chikán Attila**

A versenyképesség társadalmi vonatkozásai

c. projekt

vezetője: **Zsolnai László**

keretében készült.

„Versenyben a világgal” - A magyar gazdaság versenyképességének mikrogazdasági tényezői c.
kutatási program MŰHELYTANULMÁNY sorozata.
Sorozatszerkesztő: Chikán Attila, programigazgató
Technikai szerkesztő: Koblász Mária
Készült 100 példányban. Budapest, 1997. július 17.

Tartalomjegyzék

1. A projekt célkitűzése és felépítése.....	4
2. Az alprojektek eredményei	6
2.1 <i>Az oktatási rendszer problémái.....</i>	<i>6</i>
2.2 <i>A piacgazdaság társadalmi megítélése</i>	<i>7</i>
2.3 <i>A versenyképesség etikája</i>	<i>10</i>
2.4 <i>Versenyképesség és természeti környezet.....</i>	<i>13</i>
3. Legfontosabb eredmények a versenyképesség vonatkozásában	17
4. Gyakorlati javaslatok	20
5. További kutatási kérdések	23
6. A projekt keretében készült tanulmányok.....	25
7. A projektben közreműködő kutatók.....	27

1. A projekt célkitűzése és felépítése

"A versenyképesség társadalmi vonatkozásai" projekt célja az volt, hogy feltárja azt a *társadalmi kontextust*, amelyben a mai magyar gazdaság versenyképessége meghatározódik. A projekt megcélozta az egyes társadalmi tényezők *serkentő*, illetve *gátló hatásainak* azonosítását és rendszerszerű elemzését.

A projekt konceptuális hátterét a *stakeholder elmélet* adja. Ennek legfejlettebb változatai (Donaldson - Preston, Freeman) kimondják, hogy a vállalati működés érintettjei *szubsztantív érdekekkel* és *deontológikus elvárásokkal* rendelkeznek, s a vállalat tartós sikeressége azon múlik, hogy mennyiben tud megfelelni ezeknek az érdekeknek és elvárásoknak. Az így formálódó eszme az un. *kantiánus kapitalizmus* (Freeman, Hoffman), aminek lényege, hogy szigorúan *rögzített értékek* betartása mellett kell egy gazdaságban az *összhasznosságot maximalizálni*. A feltétel nélkül tiszteletben tartandó értékek között szerepelnek az *emberi szabadságjogok*, az *ökológiai normák* és a *társadalmi igazságosság* elvei. Meggyőződésünk, hogy a magyar gazdaság számára kívánatos "versenyképességi pálya" ebben az irányban keresendő.

Egy gazdaság versenyképessége társadalmilag konstruálódik, tehát végső soron *társadalmi termék* (social outcome). *H. Leibenstein* értelmezésében az összhatékonyság az allokatív hatékonyság és a társadalmilag meghatározott emberi motiváció (X-hatékonyság) együttes eredője. Ennek mintájára beszélhetünk *társadalmi szintű X-hatékonyságról* is, amin azt értjük, hogy a társadalmi faktorok miként járulnak hozzá a vállalatok allokatív hatékonyságához.

A projekt *négy alprojektből* épült fel, melyek az oktatási rendszerre, a társadalmi közvéleményre, a vállalati etikára és a vállalati környezetvédelemre koncentráltak.

"Az oktatási rendszer problémái" alprojekt arra keresett választ, hogy milyen *megfelelés* van a *szakképzés* és a *gazdaság* rövid és hosszabb távú *igényei* között *menyiségi, minőségi* és *strukturális* értelemben. Vizsgálni kívántuk az *újfajta szakképzési megoldások* tárházát Magyarországon, valamint a vállalatok *belső képzési rendszereit*, s azok kapcsolódásait az oktatási intézményekhez. Érdekelt bennünket, hogy a hazai oktatási rendszer hogyan vizsgázik *nemzetközi összehasonlításban* (Hollandia, Ausztria).

"A piacgazdaság társadalmi megítélése" alprojekt a gazdasági átmenettel kapcsolatos *társadalmi attitűdöket* kívánta feltárni. Melyek azok a jellegzetes vélemény-csoportok, amelyek kitapinthatóak a mai magyar társadalomban a magántulajdonnal, a privatizációval, a külföldi tőke szerepvállalásával és a szociális biztonsággal kapcsolatban? Milyen mértékű a *piacgazdaság*

társadalmi támogatottsága, s milyen háttérváltozóktól függ az egyes társadalmi csoportok véleményirányultsága?

"A versenyképesség etikája" alprojektben azt kívántuk vizsgálni, hogy milyen a *vállalatok etikai irányultsága*, s mi dönti azt el, hogy mely vállalatok törődnek tevékenységeik etikai vonatkozásaival, s melyek nem. Igaz-e az, hogy a fejlett piaci kultúrával rendelkező *nyugati cégek* jóval jobban teljesítenek az etikai tekintetében, mint hazai társaik? Fel kívántuk térképezni továbbá a magyar *gazdaság etikai intézményrendszerének* már meglévő elemeit.

A *"Versenyképesség és természeti környezet"* alprojekt a környezetügy és a versenyképesség összefüggéseit vizsgálta vállalati szinten. Arra koncentráltunk, hogy a kormányzat környezetvédelmi intézkedései miként hatnak a vállalatok versenyképességére: költségnövekedést okozva aláássák azt, vagy épp ellenkezőleg, innovatív válaszokat előhívva elősegítik a versenyképesség javulását. Külön érdekelt bennünket a környezetvédelmi ipar hazai helyzete, valamint a "green image"-ért harcoló vállalatok tevékenysége.

2. Az alprojektek eredményei

Ebben a fejezetben rendre bemutatjuk az egyes alprojektek kutatási módszertanát és fontosabb eredményeit.

2.1 Az oktatási rendszer problémái

Az alprojektet *Bessenyei István* és *Mártonfi György* vezette. A kutatás során négy fő módszertani eszközt alkalmaztak: a/ másodelemzések; b/ esettanulmányok; c/ modernizáció-elméleti elemzés és d/ empirikus felvétel.

A Bessenyei-Mártonfi szerzőpáros a nyolcvanas évek közepén empirikus vizsgálatokat végzett nagyvállalati körben az oktatás és a képzés kapcsolatáról. A kutatás vállalati esettanulmányokban és összefoglaló elemzésekben foglalkozott a gazdaság és az oktatás kapcsolódási pontjaival (munkaerőpiac, erőforrás-allokáció, a munkamegosztás és a szakképzés viszonya). A kilencvenes években a szerzők tanulmányokban foglalkoztak a társadalmi partnerség és a szakképzés összefüggéseivel, a gazdaság munkaerőigényére vonatkozó becslések módszertanával, és ennek az iskolai oktatás-szakképzés rendszerére való hatásával, a gazdaság és oktatás viszonyának önkormányzati szintű kezelésével.

Alprojektjünkben fontos módszertani kérdésként merült fel, hogy miképpen lehet párhuzamosan mozogni egy perspektívákra orientálódó, modernizációelméleti kereteket alkalmazó fejtegetés és egy empirikus adatfelvételen alapuló, esettanulmányokon nyugvó, elsősorban az aktuális fejleményekre orientálódó elemzés síkjain. Ehhez először is olyan modernizációelméleti paradigmákat kerestek, amelyek a távlati fejlődés fő tendenciáit próbálják megragadni. E keretekben (gazdasági, pénzügyi, kulturális globalizálódás, információs forradalom, a „lokális“ felértékelődése, individualizáció, stb.) helyezték el az oktatásügyet és dolgozták ki modelljeiket. E modellekhez viszonyítottak aztán akkor, amikor azt vizsgálták, hogy a rövid távú, aktuális alkalmazkodás mennyiben felel meg vagy mond ellent a tételezett fő jövőbeni (posztindusztriális) tendenciáknak.

A „Versenyben a világgal“ c. nagy vállalati kérdőívben összesen 14 kérdés vonatkozott közvetlenül a vállalati képzési stratégiákra (V64-V78). A kérdőív a képzési formákról és intézményekről, a képzés időtartamáról, képzési irányokról, a formális végzettségek fontosságáról, a finanszírozásról, a képzési támogatás indokairól, a becsült megtérülésről kért információkat.

A vállalatok munkaerő-összetételének, képzési tevékenységének, képzéstámogatásának valamint képzési motívumainak elemzését a következő független változók szerint végezték el:

vállalati méret, ágazat, tulajdonviszony, exportfüggőség, az elmúlt négy év trendjei, és a vállalati stratégiák.

Az alprojekt legfontosabb *empirikus megállapításai* az alábbiak.

A nagy volumenű exportot lebonyolító vállalatok a magyar átlagnál jóval *képzetlenebb* összetételű munkaerőt foglalkoztatnak. Ez arra utal, hogy a nyugati tőke - amely az exportáló vállalatok nagy hányadában érdekelt - először az *alacsonyabb minőségigényű* termelését helyezte Magyarországra.

Minél inkább külföldi tulajdonlású egy vállalat, annál inkább *tartózkodó* a *szakmunkásképzésben* való részvételben. Ha azonban vállalkoznak a helyben történő tanulóképzésre, akkor azt intenzívebben teszik, mint a hazai tulajdonlású vállalatok. Azaz fajlagosan több diákot képeznek, és ezeknek nagyobb hányada vesz részt magasabb szintű képzésben. Ez az összefüggés a külföldi tulajdonú vállalatok *koherensebb humán erőforrás politikájára* utal.

Az *oktatásügy vállalaton belüli intézményes kezelése* a versenyképesség javításának nélkülözhetetlen feltétele. A gazdaság szereplői *ráálltak arra a pályára*, hogy a számukra rentábilis, illetve a stratégiai terveikhez szükséges számban és összetételben képeznek szakmunkásokat.

Hét vállalat közül hat támogatja dolgozóinak *nem helyben történő továbbképzését* is. A támogatás összege *alacsony*, átlagosan évente csupán 3000 Ft/fő. A vállalatok képzési kiadásainak mindössze *egynegyede fordítódik* nem szakmunkásképzésre. Ez elkeserítő nagyságrend, hiszen a vállalatok versenyképessége fokozottan múlik a magasan kvalifikált munkaerő továbbképzésén.

2.2 A piacgazdaság társadalmi megítélése

Az alprojektet az *Angelusz Róbert* és *Tardos Róbert* vezette. A kutatás az általuk 1988 és 1995 közt reprezentatív mintákon végzett közvélemény-kutatási felvételek másodelemzésén alapult. Miután a kutatások számos kérdést megismételt formában tartalmaztak, mód nyílt arra, hogy a szerzők a piacgazdasággal kapcsolatos attitűdök dinamikáját a rendszerváltás kezdetétől napjainkig nyomon követhessék.

Az elemzések feltárták azokat a mögöttes tényezőket, amelyek meghatározó szerepet játszanak a tulajdonnal, privatizációval kapcsolatban elfoglalt álláspontokban. A másodlagos elemzés egy olyan empirikus tipológia kidolgozásával zárul, amely a piacgazdasággal és a tulajdonnal kapcsolatos kérdések szélesebb spektrumát öleli fel.

Az alprojekt *összefoglaló megállapításai* a következők:

A rendszerváltást előestéjére kialakult uralkodó véleményklíma egyértelműen a piac liberalizálása mellett foglalt állást, s elvetette a piaci korlátok fenntartását. Ez a helyzet azonban a

későbbiekben fokozatosan megváltozott: először kiegyenlítődtek a pro és kontra vélemények, majd fokozatosan túlsúlyra jutottak a *piac korlátozását* szorgalmazó attitűdök.

Hasonló folyamatok figyelhetők meg a gazdaságtalan termelés leépítése, a veszteséges üzemek bezárása iránti beállítódásokban. 1988-ban és 1991-ben is a közvélemény még pozitívan tekintett ezekre a követelésekre. Jóllehet ma is azok vannak többségben, akik indokolatlannak tekintik a veszteséges működés finanszírozását, a *munkanélküliség* gyors növekedése e tekintetben is mérsékelte az álláspontok egyöntetűségét.

Míg a piacgazdaság meghonosításához a rendszerváltás kezdeti periódusában alapjában *kedvező várakozások* fűződtek, a tulajdon kérdésében a közgondolkodást mindvégig egyfajta *konzervativizmus* és legalábbis *ambivalens attitűd* jellemezte. Ez több vonatkozásban is megmutatkozik. Így míg általában szólva, valamelyest többen vannak azok, akik "a gazdasági fejlődést a magáncégek alapoznák", mint ennek elvi ellenzője, a nagyipar - tehát a legnagyobb vállalatok - esetében már csak a kisebbség tartja elfogadhatónak a magántulajdon domináns szerepét.

Hasonlóképp, a *kistulajdon* a hazai közgondolkodásban számos vizsgálati tapasztalat szerint is elfogadottabb, mint a (nagy)magántulajdon.

A *privatizáció* formái közül különösen sok *ellenérvés* kísérte a pályázaton, árverésen alapuló tipikus piaci tranzakciót, a legtöbbet fizető vevő számára történő értékesítést, de a reprivatizációt is a népszerűségnek csak egy viszonylag kis része szorgalmazta. Többen szimpatizáltak a dolgozói tulajdon kialakításának alternatívájával. Végig a legnépszerűbb volt, sőt még preferáltabbá is vált az állami tulajdon modernizálásának verziója, amelyet 1995-ben már csaknem annyian választották, mint a másik három alternatívát együttvéve.

Végig elhanyagolható volt azok aránya, akik a "magántulajdon becsének visszaállítását" kiemelt fontosságú kérdésnek tekintették, és olyanok is viszonylag kevesen voltak, akik a fontosabb feladatok közé sorolták volna.

4. 1993-as adatok szerint a felnőtt népesség 17 százaléka vett részt a magánvállalkozás valamelyik új formájának magyarországi beindításában. A további vállalkozási, tulajdonszerzési terveket is hozzászámítva, 28 százalékot tett ki a privatizáció által valamilyen formában, valamilyen fokon érintettek aránya.

A *részvételi aktivitás* jelentősen befolyásolja a tulajdonnal kapcsolatos attitűdöket. Azok várnak többet a magántulajdon térhódításától, akik maguk is bekapcsolódtak valamilyen formában ebbe a folyamatba. További lényeges tényező a politikai szocializációs háttér, s az ehhez fűződő politikai-ideológiai irányultság. A magukat a baloldali pólus felé sorolók jóval ambivalensebbnek bizonyultak a tulajdon kérdésében.

A vizsgálatok szerint a tulajdon iránti attitűdök egyik legfontosabb háttértényezője a *külföldi tőkebeáramlás* szerepének a megítélése. Közvetlenül a rendszerváltás után, a külföldi tőke minél gyorsabb és tömegesebb bekapcsolódásához általános várakozás fűződött. Hasonlóan a piacgazdaság megítélésében tapasztalt változáshoz, 1991 és 1993 közt csökkent a külföldi tőkét kétség nélkül szorgalmazók aránya, és 1995-re gyakorlatilag ki is egyenlítették az egyetértők és az elutasítók tábora.

A privatizációs folyamat kezdetén a közvélemény a külföldi tőkebehozatal ösztönzését és a hazai tulajdonszerzés megkönnyítését még két, egymással *összeegyeztethető* feladatnak látta. Az adatok arra vallanak, hogy az évek során az emberek *egyre ellentmondásosabbnak* látták e két cél együttes megvalósíthatóságát.

A közvéleménynek a tőkeimport iránt "lanyhuló lelkesedése" ugyanakkor más vizsgálati adatok szerint nem ment át olyan mértékű elutasításba, hogy tömegesen igényelnék az "idegen tőke kiszorítását a gazdaságból".

A *szociális biztonsággal* kapcsolatban növekvő érzékenység a közvéleményben ugyancsak fékezőleg hat a piacgazdaság, privatizáció iránti támogató attitűdök általánossá válására.

A jövedelmi differenciálódással szembeni - részben ideologikus alapú - hagyományos ellenállást az új keletű polarizáció csak felerősítette. Akik túlzottnak találják a *jövedelmi különbségeket*, azok másoknál kevésbé támogatják a magáncégekre alapozott gazdasági fejlődést, vagy a magántulajdonnak a nagyiparban való uralkodóvá válását, illetve a veszteséges üzemek bezárását.

A közvélemény prioritás-rangsorában a szociális biztonság kérdései igen magas helyen állnak - legyen szó a jövedelmkülönbségek mértékéről, a munkanélküliségről vagy a szegénységről -, s a rendszerváltás után ez az érzékenység csak fokozódott. A piacgazdaság hívei is nagyrészt elfogadják a kormánynak a társadalmi különbségek csökkentésével kapcsolatos felelősségét, s a szociális biztonság táborának képviselői erre mint általánosan elfogadott elvre hivatkozhatnak.

A vizsgálati adatok módot adtak a piacgazdasági átmenet iránti globális attitűdök egy empirikus tipológiájának felvázolására. A kirajzolódó *öt típus* alapirányultságát tekintve három nagyobb blokkba csoportosítható. A népesség mintegy egyhetede - két típus - ahhoz a *liberális* mezőnyhöz sorolható, amely egészében véve a piacgazdaság támogatói bázisának magvát képezi. Két másik típus - amelyek együttvéve az össznépséget kb. kétötödét teszik ki - közös vonása egyfajta *antikapitalizmus*, a magántulajdon térhódításával szembeni határozott ellenérzés. A népesség legnagyobb, közel 50 százaléknyi részét *ambivalencia* jellemzi: elfogadja és támogatja a magántulajdon meghonosodását, a piaci versenyt azonban már korlátozni kívánják, s különös fogékonyságot mutatnak a munkanélküliség és a szegénység problémái iránt is.

2.3 A versenyképesség etikája

Az alprojektet *Zsolnai László* és *Radácsi László* vezette. A vállalatok versenyképessége és etikája közötti összefüggés feltárását a kutatási program mintájában szereplő vállalatok kérdőíves megkérdezésével vizsgáltuk.

Fontos kihangsúlyozni, hogy a kérdéseinkre kapott válaszok un. *ex ante*, azaz *szándék változók*. Azt fejezik tehát ki, hogy a vállalatvezetés mit kíván tenni, illetve mit tett eddig a vállalat etikus működése érdekében. Nem állíthatjuk, hogy mindez maradéktalanul meg is valósul(t). A vállalatok *tényleges etikalitásáról* csak akkor tudnánk nyilatkozni, ha egyenként valamilyen etikai auditálást végeznénk náluk. Erre a kutatás jelen szakaszában természetesen nem volt módunk.

A vállalatok etikalitásának mérésére egy *vállalati etikai indexet* alkottunk meg. Az index négy változó összegzésével keletkezik. A változók rendre a következők: az etika vállalati intézményesültségét mutató változó; a stakeholderekkel való kapcsolat jellegét mutató változó; a fogyasztókkal kapcsolatos vállalati attitűdöt mutató változó; a vállalati jótékonyági kiadások relatív nagysága.

A fenti négy változóból kialakított vállalati etikai index *belső validitása* megfelelőnek mutatkozott. Ez azt jelenti, hogy mind a négy változó legalább közepes erősségű, szignifikánsan pozitív kapcsolatot mutat az indexszel.

A vállalati etikai indexet alkotó négy változó alapján klaszterelemzést végeztünk, hogy elemezhesük azokat a vállalat-kategóriákat, amelyek ezen változók szerint elkülönülnek egymástól.

Végezetül a kapott vállalat-klasztereket összevetettük olyan fontos faktorokkal, amelyek a vállalatok piaci orientációjának és stratégiájának jellegét mutatják. Így választ tudtunk adni arra a kérdésre, hogy milyen összefüggés mutatkozik a vállalatok bel-, illetve külpiaci orientációja, pénzügyi lehetőségei, bizonytalanság-érzékelése és etikalitása között.

A teljes vállalati mintán végzett vizsgálataink mintegy kontrolljaként *terepstanulmányok* segítségével szemrevételeztük a *húsz legnagyobb magyarországi vállalat* etikai gyakorlatát. A teljes mintán kapott eredményeink *jórészt visszaigazolódtak*, jóllehet a teljes konzisztencia megállapítása még várat magára.

A magyar gazdaság *etikai intézményrendszerét*, illetve annak csiráit *interjúkon alapuló esettanulmányok* keretében vizsgáltuk.

Felkerestük a *Magyar Kézműves Kamara*, a *Magyar Kereskedelmi és Iparkamara* és a *Magyar Agrárkamara* etikával (is) foglalkozó szakembereit a *kamarai etikai kódexek* és *etikai bizottságok* készülségével, illetve működtetésével kapcsolatban.

Külön vizsgáltuk a jelentősebb *hazai bankok* etikai intézményeit. Megkérdeztük az *MNB*, a *CIB Hungária Rt.*, a *Postabank és Takarékpénztár Rt.*, a *Mezőbank Rt.*, az *MHB*, az *OTP*, a *Budapest Bank Rt.*, az *ABN AMRO Bank Rt.*, az *ING Bank Rt.*, valamint a *Magyar Bankszövetség* munkatársait.

Felkerestük azokat a *szakmai szövetségeket* is, amelyek rendelkeznek valamilyen saját etikai szabályozási rendszerrel. Így kerültünk kapcsolatba a *Magyar Áruküldők Egyesületével*, a *Magyar Ingatlanszolgáltatók Szövetségével*, a *Magyar Ingatlanforgalmazók Szövetségével*, a *Magyar Utazási Irodák Szövetségével*, és a *Taxis Szövetséggel*.

Végül, de nem utolsó sorban külön elemeztük a *hazai reklámpiac etikai szabályozását* és *önszabályozását*, mivel úgy véljük, a reklámpiac fejlődése egyfajta sűrített *modellje* Magyarországon is az egész gazdaság alakulásának.

A következőkben összefoglaljuk azokat az *empirikus általánosításokat*, amelyeket az alprojekt keretében leszűrhattunk.

A magyarországi vállalatoknál az *etika intézményesítettségének alacsony szintjéről* beszélhetünk. Etikai kódexszel vállalataink alig több, mint *tíz százaléka* rendelkezik. Az etikai kódexek implementálását segítő intézmények (etikai bizottságok, etikai képzés) pedig csak elenyészően vannak jelen. Mindez azt mutatja, hogy a vállalati etika kiformálódása még a *kezdeti szakaszban* van Magyarországon.

Adataink alapján azt mondhatjuk, hogy a *tipikus*, etikai kódexszel rendelkező vállalat a *nagy árbevételű, 500 főnél többet foglalkoztató, budapesti vagy észak-dunántúli, külföldi tulajdonrészrel rendelkező vállalat*.

A vállalatok *stakeholderekkel kapcsolatos politikája* pozitív, szignifikáns kapcsolatot mutat az *értékesítési árbevétellel*, de *nem függ* szorosan össze a vállalatok ágazati hovatartozásával és tulajdonosi szerkezetével.

A vállalatok *fogyasztókkal kapcsolatos attitűdje* ugyanezt a tendenciát mutatja. Feltűnőnek találtuk a *mező- és erdőgazdasági vállalatok*, valamint a *külföldi többségi tulajdonosú vállalatok* sűrűsödését a fogyasztó-orientáció alacsony(abb) fokozataiban. A "fogyasztó-orientált nyugati vállalatok" képzetét alighanem felül kell vizsgálnunk, legalább is a magyar piac vonatkozásában.

A magyarországi vállalatok 4/5-e költ *jótékonyági* célokra. Ez az arány egyértelműen kedvezőnek mondható, s megfelel a *fejlett piacgazdaságú országok* vállalat gyakorlatának. Az ágazati megoszlásokat vizsgálva azt tapasztaltuk, hogy míg a szolgáltató szféra vállalatai általában "*korrekt*" adakozók, addig a *villamos-, gáz- és víz-szolgáltató vállalatok túlköltekeznek* erejükhöz képest.

A vállalatok etikalitását összefoglalóan mutató *vállalati etikai index* szoros, pozitív korrelációt mutat az *értékesítési árbevétellel*. A *szolgáltató szféra vállalatai* az átlagosnál *jobban*, a *mező- és erdőgazdaság vállalatai* az átlagosnál *gyengébben* teljesítenek az etika vonatkozásában. Az

etikai index *nem függ* szorosan össze a *vállalatok tulajdonosi szerkezetével*. A külföldi tulajdonlású vállalatok nem mutatnak jobb teljesítményt ebben a tekintetben, mint a állami vagy vegyes tulajdonlású cégek.

A magyarországi vállalatok az etikalitás tekintetében öt nagy klaszterbe sorolhatók. Az *"élenjárók"* klaszterébe a vállalatok kb. *egyötöde* tartozik. Náluk a legmagasabb az etika intézményesültsége. A *"kötetlenek"* klaszterébe sorolható a vállalatok kb. *egynegyede*. Jellemző rájuk a fogyasztó-orientáció és a jótékonykodás, de az etikai intézmények kialakítása és a stakeholderekkel való intézményesített törődés (még) nem. A *"szűkmarkúak"* klaszterébe tartozik a vállalatok kb. *egy hatoda*. Ezek a vállalatok az *"élenjárókhöz"* hasonlítanak, az egyetlen eltérés a jótékonyági kiadások szinte teljes hiánya. Az *"alulteljesítők"* klaszterébe tartozik a vállalatok *egyötöde*. Ezek a vállalatok az etikalitás összes mutatója szerint gyengék. Végezetül, a *"közepesek"* klaszterébe tartozik a vállalatok kb. *egy hatoda*. Ezek a vállalatok minden etikai változó szerint átlagos értékeket mutatnak.

A vállalatok etikai és stratégiai klasztereit összevetve a következőket állapíthatjuk meg. Az etikában *élenjárók* klaszterét az erős pénzügyi korlátokkal rendelkező, *fogyasztó-orientált exportcégek* uralják. A *kötetlenek* klaszterében az átlagosnál több *belpiacra orientált vállalatot* találunk. A *szűkmarkúak* klaszterét főként *exportorientált nagy cégek* uralják. Az *alulteljesítők* leginkább a *nem-versenyzők táborából* kerülnek ki. A *közepesek* pedig jellemzően a *nagy hazai monopolisták*.

A vállalatok etikai klasztereit összevetettük a vállalatok un. bizonytalansági klasztereivel is. Itt azt kaptuk, hogy az etikában *élenjáró vállalatok* klaszterét a *külföldi piacfüggő vállalatok* dominálják. A *kötetlenek* klaszterében az átlagosnál több a *piac- és szabályozásfüggő vállalat*. A *szűkmarkúak* között főleg *szabályozásfüggő vállalatokat* találunk. Az *alulteljesítők* leginkább a *belföldi piacfüggő cégek táborából* kerülnek ki. A *közepesek* alapvetően *szabályozásfüggő vállalatok*.

A *húsz legnagyobb magyarországi vállalat* etikai intézményeinek kvalitatív vizsgálata *megegyeztet* a fenti megállapításokat.

A magyar gazdaság jelenlegi fejlődési szakaszában a *versenyre kényszerítettség* és az *etikalitás* között szoros pozitív kapcsolat van. Vállalataink *etikalitása* nagymértékben *kontextusfüggő*. Azok a vállalatok mutatnak fel *magasabb etikai teljesítményt*, amelyek a *fejlett, nyugati piacokon* érvényesülnek. A *hazai piacon* működő *nyugati vállalatok* etikalitása - a várakozásokkal ellentétben - *nem kiemelkedő*.

A magyar gazdaság *etikai intézményrendszere* még *gyerekcipőben* jár. A *kamarák* felállították *etikai bizottságaikat* területileg és országosan is, de etikai kódexeik és főként azok érvényre juttatása még *sok kívánnivalót* hagy maga után.

Hasonló problémákkal találkozhatunk a *magyarországi bankoknál* is. Az *etikalizálódás* folyamata megindult, de meglehetősen *leszűkítetten*, illetve *sematikus*an halad. A *szakmai szövetségek* némelyike viszont *komoly etikai intézményrendszerrel* rendelkezik, s ezek működtetése is kecsegtetőnek mondható. A hazai *reklámpiac önszabályozási törekvései* nemzetközi elismerést is kiváltottak.

2.4 Versenyképesség és természeti környezet

Az alprojektet *Boda Zsolt* és *Pataki György* vezette. A kutatás egyfelől arra az adatbázisra támaszkodott, amely a kutatási program kérdőíves adatfelvétele keretében készült. Ezt esettanulmányok és mélyinterjúk egészítették ki.

A vállalatokhoz eljuttatott kérdőívben huszonhárom kérdés vonatkozott a környezetvédelemre. Független változóként szerepeltek a vállalati létszámra, értékesítési árbevételre, területi elhelyezkedésre, tulajdonosi hányadokra és az export árbevételben belüli arányára vonatkozó kérdések.

Az egyes környezetvédelmi kérdésekre adott válaszok megoszlása, vagyis a leíró statisztika is szolgáltatott érdekes és értékes adatokat. Bizonyos kérdéseket azonban a szerzők felhasználtak az alábbi indexek képzésére: a környezetvédelmi intézményesültség mutatója; a környezetvédelmi teljesítmény mutatója; a környezetvédelmi kommunikáció mutatója; a környezetvédelmi innováció mutatója.

A mutatókat többnyire dichotóm kérdésekre adott válaszok egyszerű összeadásával képezték, ahol az „igen” válasz 1 pontot, a „nem” 0 pontot ért. Tartalmi okokból az egyes válaszoknak különböző súlyokat adtunk a kommunikáció és az innováció mutatójában.

Megvizsgálták a mutatók kapcsolatát egymással és a független változókkal. Megnézték továbbá az innováció mutatójának egyes környezetvédelmi kérdésekkel való összefüggését is. A mutatók közül négyet (a környezetterhelés mutatóját tartalmi és módszertani okokból tehát mellőztük) mesterséges faktoroknak használva klaszterelemzést is végeztek abban a reményben, hogy azonosíthatóak lesznek az egyes vállalati környezetvédelmi stratégiák. A négy kapott klasztert mint az innovatív, az offenzív, a defenzív és az indifferens környezetvédelmi stratégiát követő vállalatok klasztereit értelmeztük.

A kérdőíves adatbázis elemzését a „Környezetbarát termék” védjegyet elnyert vállalatokról készült esettanulmányok egészítették ki. A kutatásban részt vett egyetemi hallgatók hat vállalatról készítettek részletes, 20-30 oldalas esettanulmányt. Az esettanulmányok a vállalatok vezető beosztású alkalmazottaival készített interjúkon, a vállalattól kapott dokumentumokon és a vállalatokról megjelent sajtóközleményeken, cikkeken alapulnak. A cél egyrészt az volt, hogy általában képet

alkossunk a vállalatok környezetvédelmi stratégiájáról, pontosabban arról, hogy milyen helyet foglal el a környezetvédelem a vállalati stratégiában.

A környezetvédelmi szektor vállalatairól szintén készült három esettanulmány, amelyek elsősorban a vállalatok piaci stratégiáját részletezték. Ezen esettanulmányok sokat segítettek annak az interjú útmutatónak illetve kérdéssornak az összeállításában, amely alapján kutatóink mélyinterjúkat készítettek a környezetvédelmi szektor 15 vállalatával. A kérdések többnyire kvalitatív válaszokat igényeltek. Komoly problémát jelentett a vállalatok kiválasztása, mivel e nehezen definiálható (és a statisztikai klasszifikációkban nem szereplő) szektor vállalatairól nem létezik olyan megbízható és alapos nyilvántartás, amely alapján reményünk lehetett volna egy valamilyen tekintetben is reprezentatív minta összeállítására. Csupán a Környezetvédelmi Szolgáltatók Szövetségének – még fejlesztés alatt lévő – az Interneten elérhető adatbázisára lehetett támaszkodni.

Az alprojekt *főbb megállapításai* az alábbiak:

A magyar vállalatok körében a rendszerváltoztatás óta jelentős mértékű *technológiaváltás* ment végbe, ami együttjárt a *környezeti minőség javulásával* - ez az ún. környezeti ajándékhatás. A kutatás adatfelvétele ezt a „pillanatot” rögzítette, aminek köszönhetően a mintában szereplő vállalatok egy elég jelentős részénél, mintegy 40 százalékánál a környezetvédelem stratégiai fontosságú tényezőnek tűnik föl: a versenyképesség és a környezetvédelem között nem átváltás, hanem pozitív kölcsönhatás érzékelhető.

A mintában szereplő vállalatok 45 százaléka alapvetően *technológiai jellegű választ* adott a környezeti kihívásra: ezek a nagy környezeti kockázatokkal működő főképpen ipari-építőipari és villamosáram-gáz-víz termelő-szolgáltató vállalatok. Ezek a cégek a környezetvédelmet magas szinten intézményesítik szervezetükben és jelentős mértékű környezetvédelmi tevékenységet (beruházást és szolgáltatás vásárlást) folytatnak. A környezetvédelem terén felfedezett piaci lehetőségeik szempontjából két csoportra oszlanak. Az *innovatív* környezetvédelmi stratégiát folytatók környezetvédelmi termék- és technológiai fejlesztéseiket versenyelőnyre igyekeznek kovácsolni, ennek érdekében fokozott mértékben építik be a környezetvédelmi szempontokat innovációs és kommunikációs politikájukba - ez a mintában szereplő vállalatok 20 százalékára jellemző, és közöttük a nagy, állami többségi tulajdonban lévő, exportra is termelő vállalatok felülreprezentáltak.

A másik csoport vállalatai nem találtak, nem látnak piaci lehetőséget környezetvédelmi teljesítményük elismertetésére, így ezek további működésük érdekében csak a minimumot igyekeznek teljesíteni. Az innovátorokkal szemben a *defenzívek* stakeholder környezetükben jórészt csak az állami szabályozás alakulására figyelnek, nem érzékelnek jelentősebb kényszert vagy elvárást a többi érintett részéről - ide a mintában szereplő vállalatok 25 százaléka tartozik, amelyek jellemzően

közepes és nagyobb méretű, sok esetben állami többségi tulajdonú vállalatok. Meglepően sok a mező- és erdőgazdaságba tartozó vállalat a defenzív orientációt mutatók között.

Az esettanulmányok megerősítik, hogy az *innovatív* környezetvédelmi stratégiát folytató vállalatok a környezetvédelemben *versenytevényt* látnak, illetve számítanak arra, hogy a jövőben ez fokozott mértékben így lesz. Számukra a technológiai és a szervezeti modernizáció, a termékszála megújítása és a minőség javítása összekapcsolódik a környezetvédelmi szempontok fokozott érvényesítésével. Az innovatív stratégiát folytató magyar vállalatok között vannak olyanok is, amelyek „piacosítani” tudták környezetvédelmi teljesítményüket, más vállalatoknak kínálva a fejlesztéseik eredményeképpen létrehozott termékeiket, szolgáltatásaikat.

A mintában szereplő vállalatok 20 százaléka felismerte, illetve piaci érintettjei (fogyasztói, üzleti partnerei stb.) felismertették vele a *környezetvédelem piaci lehetőségeit*, és ezt élénk kommunikációs politikájával igyekszik is kihasználni. E vállalatcsoport válasza - működésük valószínűsíthetően kisebb környezeti kockázatai miatt - a környezetvédelem magas szintű vállalati intézményesítésében és *offenzív* marketing stratégiában ölt testet, és jóformán teljesen nélkülözi a technológiai orientációt. Az sem zárható azonban ki teljesen, hogy e vállalatcsoportban olyan cégek is találhatóak, amelyek - alaposabb vizsgálódás után - nehezen védenék meg magukat a „zöld porhintés” vádjával szemben. Az offenzív stratégiai orientációt mutató, az ipar-építőipar ágazatban felülreprezentált cégek, vagy inkább állami, vagy inkább külföldi többségi tulajdonban vannak, létszám szerint igen „vegyesek”, de értékesítési árbevétel alapján már túlnyomóan a nagyobbak közé sorolódnak.

A mintában szereplő vállalatok legnagyobb része, 36 százaléka szinte *semmilyen környezetvédelmi aktivitást* nem mutat: nincsenek vállalati környezetvédelmi intézményeik, nemigen valósítanak meg környezetvédelmi célú beruházásokat, ilyen szolgáltatásokat sem vásárolnak, marketing és fejlesztési politikájukban nem jelennek meg e szempontok - ezek a környezetvédelmi szempontból indifferens stratégiát folytató vállalatok. Nagy részük valószínűleg kicsi környezeti kockázatokat okoz működésével, és piaci lehetőségeket sem lát maga előtt a környezetvédelem terén. E vállalatok úgy vélik, érintettjeik sem lépnek föl komoly környezetvédelmi elvárásokkal. Ezeknek a viszonylag kisebb méretű cégeknek a többsége a kereskedelem-szállítás-vendéglátás-postai szolgáltatások szektorába tartozik. Az ilyen stratégiát űző cégek túlnyomórészt Budapesten, Pest megyében és Észak-Magyarországon telepedtek meg. S meglepő módon sok külföldi többségi tulajdonú vállalatra jellemző ez az orientáció.

A várakozásokkal ellentétben a *külföldi* tulajdonú vagy külföldi tulajdonossal is rendelkező vállalatok *nem járnak élen* sem az offenzív környezetvédelmi stratégia követésében, sem a környezetvédelmi teljesítményben általában. A magasabb szintű környezetvédelmi teljesítményű és az innovatív vagy offenzív környezetvédelmi stratégiát folytató vállalatok inkább a nagy, túlnyomórészt

állami tulajdonban lévő, exportorientált ipari-építőipari és áram-víz-gáz termelő-szolgáltató vállalatok közül kerülnek ki.

A hazai *környezetvédelmi termékek és szolgáltatások piaca* a rendszerváltoztatás óta töretlen és gyors növekedést mutatott. Ebben a folyamatos bővülésben nagy szerepe volt és van a környezetpolitikai szabályozás szigorodásának, az új környezetvédelmi törvény megalkotásának.

A hazai környezetvédelmi termékek és szolgáltatások piacán - más országokhoz hasonlóan - a kis- és középvállalkozások dominálnak. Ezek nagyrészt megtalálták kapcsolódásukat a vállalati szférához, és ezzel megfelelőképpen csökkentették függőségüket az állami megrendelésektől. A környezetvédelmi piac néhány szegmenséről (talajszennyezés, szennyvíz, tanácsadás) elmondható, hogy a környezeti szabályozás érintette gazdasági szektorok vállalatai számára részben már a megfelelés innovatív útjait kínálja, ezzel segítve a gazdálkodói szféra versenyképes alkalmazkodását.

A környezetvédelmi vállalkozások többsége átfogó szolgáltatások nyújtására törekszik, bár vannak olyan piaci szegmensek, amiket a technológia monopolizál (ún. „niche” technológiák). Ugyancsak jellemző a stratégiai szövetségek kötése, stabil alvállalkozói háttér vagy leányvállalatok rendszerének a kiépítése a versenyképesség növelése érdekében. Ezek mellett a vállalatok versenyképességét jelentős mértékben befolyásolják a referenciákkal szerzett jó hírnév, a személyes kapcsolatok, a korszerű technológia, a rugalmasság és sok esetben a tőkeerő.

3. Legfontosabb eredmények a versenyképesség vonatkozásában

A magyar *oktatási és képzési rendszert* a versenyképesség szempontjából különböző módon ítélni lehet. Ha a rövidtávú alkalmazkodás, a modern ipari társadalom felmerülő munkaerőigényének a kielégítése a kritérium, akkor a rendszer működése *megfelelő*, sőt kifejezetten jól működik. Az idejövő tőke a magyarországi átlagbérhez képest némi felárral megtalálja azt, amire szüksége van. Úgy fogalmazhatunk, hogy a klasszikus és a modern ipari vállalatok a nyugatihoz képest egyötöd vagy egyharmad bérért találnak a nyugati munkaerőhöz képest kétharmad termelékenységgű munkaerőt, így - az infrastruktúra hátrányait is bekalkulálva - jelentős profitot képesek realizálni, amíg a bérarányok nem változnak drasztikusan.

A kérdőív adatbázisából nyert azon információ, hogy a nagy volumenű exportot bonyolító vállalatok a magyar átlagnál jóval képzetlenebb összetételű munkaerőt foglalkoztatnak, figyelmeztető jel. Arra utal, hogy a nyugati tőke - amely az exportáló vállalatok nagy hányadában érdekelt - először az alacsonyabb minőségigényű termelését helyezte erre a piacra. Az újabb beruházások, a K+F részlegek szórványos Magyarországra telepítése azt sejtetik, hogy ez változóban van: a külföldi tőke a magyar munkaerőnek a képzetesebb részének foglalkoztatásában is komparatív előnyt remél. Az állítjuk, hogy a magyar iskolarendszer ezt a szférát - a modern ipari termelés nem csúcsmínőségű termékeit gyártó vállalatait és szolgáltatóit - is megfelelő - sőt látványosan javuló - képzettségi szerkezetű és (munka)kultúrájú munkaerővel képes ellátni.

A *piacgazdaság társadalmi megítélését* tekintve összességében megfigyelhető egy olyan tendencia, hogy a kezdeti inkább pozitív, várakozásteljes attitűdökhöz képest fokozatosan az ambivalens, sőt *averziókkal színezett* beállítódások kerültek előtérbe. Különösen érvényes ez a tulajdonnal kapcsolatos kérdésekre, ahol a közvéleményben kezdettől bizonyos fenntartások mutatkoztak mindenek előtt a nagy-magántulajdon térhódításával szemben.

Az elemzések feltárták azokat a mögöttes tényezőket, amelyek meghatározó szerepet játszanak a tulajdonnal, privatizációval kapcsolatban elfoglalt társadalmi álláspontokban. Különösen fontos szerepet játszik a privatizációs folyamatban való *személyes involváltság*. Mivel a kínált formák a társadalom nagyobb része számára csak korlátozottan nyújtottak bekapcsolódási esélyeket, ez kedvezőtlenül hatott a privatizációt övező közhangulatra. A további háttértényezők sorában a tanulmány kitér a véleményklíma olyan komponenseire, mint a külföldi tőkebeáramlás megítélése és a szociális biztonság iránti igények. A külföldi tőkével szembeni növekvő fenntartások csakúgy kedvezőtlenül befolyásolták a piacgazdaság fogadtatását, mint a szociális biztonság erodálódása nyomán kialakult egzisztenciális aggodalmak.

Az elemzés egy olyan empirikus tipológia kidolgozásával zárult, amely a piacgazdasággal és a tulajdonnal kapcsolatos kérdések szélesebb spektrumát öleli fel. A kirajzolódó öt típus alapirányultságát tekintve három nagyobb blokkba csoportosítható. A népesség mintegy egyhetede - két típus - ahhoz a liberális mezőnyhöz sorolható, amely egészében véve a piacgazdaság támogatói bázisának magvát képezi. Két másik típus - amelyek együttvéve az össznépesség kb. kétötödét teszik ki - közös vonása egyfajta antikapitalizmus, a magántulajdon térhódításával szembeni határozott ellenérzés. A népesség legnagyobb, közel 50 százaléknyi részét ambivalencia jellemzi: elfogadja és támogatja a magántulajdon meghonosodását, a piaci versenyt azonban már korlátozni kívánják, s különös fogékonyságot mutatnak a munkanélküliség és a szegénység problémái iránt is.

A magyarországi vállalatoknál az *etika intézményesítettségének alacsony szintjéről* beszélhetünk. Etikai kódexszel vállalataink alig több, mint tíz százaléka rendelkezik. Az etikai kódexek implementálását segítő intézmények (etikai bizottságok, etikai képzés) pedig csak elenyészően vannak jelen. Mindez azt mutatja, hogy a vállalati etika kiformalódása még a *kezdeti szakaszban* van Magyarországon.

Adataink alapján azt mondhatjuk, hogy a tipikus, etikai kódexszel rendelkező vállalat a *nagy árbevételű, 500 főnél többet foglalkoztató, budapesti vagy észak-dunántúli, külföldi tulajdonrészrel* rendelkező vállalat. Az etikai index *nem függ* szorosan össze a *vállalatok tulajdonosi szerkezetével*. A külföldi tulajdonlású vállalatok nem mutatnak jobb teljesítményt ebben a tekintetben, mint a állami vagy vegyes tulajdonlású cégek.

A magyar gazdaság jelenlegi fejlődési szakaszában a *versenyre kényszerítettség* és az *etikalitás* között szoros pozitív kapcsolat van. A vállalatok etikai törekvései egyfajta hozzáadott értéket jelentenek a piaci versenyben. Vállalataink etikalitása nagymértékben *kontextusfüggő*. Azok a vállalatok mutatnak fel magasabb etikai teljesítményt, amelyek a fejlett, nyugati piacokon érvényesülnek. A hazai piacon működő nyugati vállalatok etikalitása - a várakozásokkal ellentétben - nem kiemelkedő.

A magyar gazdaság *etikai intézményrendszere* még *gyerekcipőben* jár. A *kamarák* felállították etikai bizottságaikat területileg és országosan is, de etikai kódexeik és főként azok érvényre juttatása még sok kívánnivalót hagy maga után.

Hasonló problémákkal találkozhatunk a *magyarországi bankoknál* is. Az etikalizálódás folyamata megindult, de meglehetősen leszűkítetten, illetve sematikusan halad. A *szakmai szövetségek* némelyike viszont *komoly etikai intézményrendszerrel* rendelkezik, s ezek működtetése is kecsegtetőnek mondható. A hazai reklámpiac önszabályozási törekvései nemzetközi elismerést is kiváltottak.

A hazai gazdaság etikai intézményrendszerének kell mielőbb *elérnie a nyugat-európai szintet* ahhoz, hogy a külföldi és a hazai vállalatok itthon is produkálják az etikalitásnak azt a szintjét, mint a fejlett piacgazdaságokban produkálniuk szükséges.

A környezetvédelmi alprojekt legfőbb tanulsága, hogy úgy tűnik, nem jogosulatlan a *környezetvédelmet összefüggésbe* hozni a *versenyképesség javításának* céljával. Amennyiben – mint az várható – a magyar és a nemzetközi környezetvédelmi előírások szigorodnak, a fogyasztói tudatosság növekszik és a vállalatok a környezetvédelmi teljesítményük terén is versenyeznek egymással, akkor ez a jövőben még inkább így lesz. Hazai vállalataink egy része azonban máris a piaci verseny kimenetelét befolyásoló tényezőt lát a környezetvédelemben.

„*Win-win*”, vagyis a környezetminőséget és a vállalati versenyképességet egyaránt javító megoldások tehát hazánkban is léteznek, sőt feltevésünk szerint itt még több lehetőség van e téren, mint a fejlett gazdaságokban. Az alacsonyabb technológiai színvonal miatt a technológia modernizálása már önmagában is eredményez többnyire valamilyen környezeti teljesítmény javulást. A környezetvédelmi szempontok érvényesítésének, a környezeti teljesítmény javításának vállalati költségei és hasznai természetesen számos (technológiai, pénzügyi, szervezeti stb.) körülménytől függenek, és valószínűleg vállalatról vállalatra különböznek. Ráadásul míg a költségek azonnal fellépnek, a hasznok gyakran csak hosszabb távon jelentkeznek, és mértékük is bizonytalan. Ezt a bizonytalanságot azonban kár volna túlbecsülni, hiszen minden innovációs folyamat természetes velejárója.

4. Gyakorlati javaslatok

Ha hosszabb távra előtekintve, a versenyképes *posztindusztriális gazdaság* munkaerő-szükségletének megtermelését szabjuk az iskolarendszer jó működésének kritériumául, akkor azt mondhatjuk, hogy az iskolarendszer egészében az ehhez szükséges új paradigmára való átállást még *nem tette meg*. Ugyanakkor a rendszer egy kis részhalmaza, valamint a rendszer működésének egyes elemei ebbe az irányba mutatnak. a rendszer jelenlegi állapota legalábbis nem zárja ki az ebben az értelemben versenyképes gazdaságot kiszolgálni képes munkaerő megtermeléséhez megfelelő működési módra való folyamatos átállás lehetőségét.

Ebben a tekintetben vélünk felfedezni jelentős különbséget a vizsgált *osztrák és holland* képzési rendszer között. Véleményünk szerint az osztrák iskolarendszer egészében erőteljesen leképezi az ipari társadalmi követelményeket. Ezt magas - a magyarországinál magasabb - fokon, nagy kulturális és infrastrukturális háttérrel teszi. Részújításaiban tett kisebb lépéseket egy dereguláltabb, rugalmasabb, innovatívabb rendszer felé, de az információs társadalom stratégiai igényeit célzó paradigmaváltásra rendszerszinten nem volt képes.

A holland iskolarendszer nyitottsága, rugalmassága, átjárhatósága, az egyének igényeihez, motiváció(változása)ihoz való gyors adaptálódó képessége, a gazdaság igényeinek - közvetett, de intézményesített - bekalkulálása alapján véleményünk szerint ez az iskolarendszer a posztindusztriális gazdaság majdani igényeit magasabb szinten képes kielégíteni. A gazdasági mutatók a jelenre vonatkoztatva még nem mutatják ki ezt a szerintünk hosszabb távon érvényesülő működési különbséget, de az oktatási rendszer gesztációs idejét figyelembe véve ezt a próbát nem áll módunkban megvárni.

A társadalmi közvéleménnyel kapcsolatos vizsgálati eredményekből levonható gyakorlati következtetések közt első helyen említendő, hogy a magántulajdon és a piacgazdaság iránt *piackonformabb attitűdök* kialakítása *szélesebb körű részvételt* tételezne fel a tulajdonváltás folyamataiban. Megfelelő eszközök (hitel, stb.) hiányában a stabil kis- és középvállalkozói egzisztenciák megteremtése - a tulajdon iránti pozitív motívumok kialakulásának alapja - kevésbé valósulhat meg. Mindez olyan sokrétűbb eszközrendszer létrehozását, az állami tulajdon lebontásának változatosabb formáit igényli, amelyek nagyobb társadalmi csoportok számára teszik lehetővé a vállalkozást, illetve a vállalkozók számára megnövelik a tulajdonhoz jutás esélyeit. A széles középvállalkozói réteg hiánya hosszabb távon nemcsak gazdasági monopolhelyzetek stabilizálódását eredményezheti, de a felemelkedés perspektíváit is erősen elhomályosíthatja a piaci versenybe belépők számára.

Az eredmények számos esetben utaltak arra az összefüggésre, amely az általános gazdasági klíma, a népesség egzisztenciális viszonyainak alakulása és a gazdaság intézményrendszer átalakulása iránti attitűdök közt fennáll. A gazdasági növekedés elmaradása, széles rétegek frusztrációja, középrétegek megroppanása mind olyan körülmény, amely gyengíti az új viszonyok teljesítőképességébe vetett hitet. A permanens stagnálás viszonyai közt kevésbé jöhet létre a *társadalmi bizalomnak* az a szintje, amely az egyelőre még lemaradókkal is elhithető, hogy belátható időn belül rájuk is sor kerül.

A kedvezőtlen megítélések, ambivalens attitűdök háttérben jelentős a szerepe azoknak a *szocializációs előzményeknek*, amelyek az elmúlt évtizedekben az egyenlőségértéket a szabadság és a teljesítmény értékei fölé emelték a köztudatban. Ennek az értéknek mint a nivelláló törekvések fő legitimációs bázisának különösen stagnáló körülmények és növekvő társadalmi polarizáció közt nagy a visszafogó ereje. Ezzel együtt, olyan mentális örökséget képez, amellyel a versenyre épülő társadalom létrehozásakor mint sajátos adottsággal kell számolni.

Az előzőekkel összefüggésben, az új viszonyokkal való identifikáció erősen függ az olyan *pozitív azonosulási minták* meglététől (vagy hiányától), amelyek széles társadalmi csoportok számára jelenítenék meg - általánosan elismert teljesítményre épülő, legitim sikerként - egyes személyek, csoportok anyagi felemelkedését. A vagyonszerzés pozitív példái különösen mozgósítóak lehetnek, ha letről indult "self-made-man"-ek megfelelő számban tényleg előfordulnak. Sokak számára sugallhatják, hogy az ő kezükben is "ott van a marsallbot".

Az attitűdtípusok globális elemzésének egyik legkomolyabb tanulsága, hogy a leggyakrabban előforduló, a népesség csaknem felét kitevő típus *inkonzisztensen viszonyul* a piacgazdasághoz, akiknél az elvi elfogadást a hátrányos következményekkel kapcsolatos fenntartások kísérik. E jelentős csoport - ilyen vagy olyan irányban is módosulható - állásfoglalásait minden bizonnyal nagyban befolyásolják mindennapi tapasztalataik. Támogatásuk *megnyerése és érdekeltté tétele* döntő lehet az átalakulást kísérő véleményklíma szempontjából.

A vállalatok etikalitásának kontextusfüggő voltából, valamint a versenyre kényszerítettség és az etikalitás szoros összefüggéséből több *gyakorlati javaslat* is adódik. Most csak a legkézenfekvőbbeket tárgyaljuk.

Mindenképpen szorgalmazandó a *vállalatok etikai intézményeinek fejlesztése*. Ez a folyamat segíthető számos módon, de leginkább *valódi visszacsatolások* alkalmazásával. Megfontolandónak tartjuk a *Fortune 500* mintájára a nagy magyarországi *vállalatok etikai teljesítményének* folyamatos *nyomon követését és rangsorolását*. A *Figyelő 200*-as listájának vállalatai jöhetnek szóba elsőként.

Gazdaságunk etikai intézményrendszere teljes kiépítésre szorul. Mindenekelőtt tanulmányozni szükséges a fejlett piacgazdaságok "etikai infrastruktúráját", s meg kell honosítani az

intézmények teljes rendszerét. Másrészt a meglévő etikai intézmények jóval *színvonalasabb* és *hatékonyabb működtetésére* lenne szükség.

A vállalatok végül is azt teszik, amit nekik a *stakeholderek tenni engednek.* Egy *civilizált gazdaságetikai kontextus* kialakítása Magyarországon jórészt azon múlik, hogy a különböző stakeholder-mozgalmak (fogyasztóvédő, környezetvédő, stb. szervezetek) milyen erőt tudnak kifejteni. Ezeknek a *mozgalmaknak az erősítése* a magyar gazdaság versenyképességének is záloga.

A magyar gazdaság *demonopolizálása* és *politikátlanítása* nem csak a versenyképességet növelné, de a vállalati etika szintjét is.

A *környezetvédelem* területén gyakorlati javaslatunk az alábbiak.

A nagysikerű holland PRISMA projekt mintájára érdemes volna felállítani egy olyan szervezetet, amely – non-profit vagy „third party financing” alapon – demonstrációs projektek keretében szakemberekkel segítene a vállalatok *környezetvédelmi átvilágításában* kifejezetten azzal a céllal, hogy javaslatokat fogalmazzon meg a versenyképességet és a környezetvédelmi teljesítményt egyaránt javító megoldásokat illetően.

Fontos lenne, hogy az efféle kezdeményezések megfelelő nyilvánosságot kapjanak. Általános tanulásgként adódott ugyanis az a megállapítás, hogy alapvető gondok vannak a *környezetvédelmi kommunikáció* terén. A vállalatok gyakran nem rendelkeznek megfelelő információkkal saját lehetőségeiket illetően; a környezetvédelmi hatóságok keveset tudnak a vállalatoknál folyó kezdeményezésekről; a vállalatok képtelenek hatékonyan eljuttatni a környezetvédelmi információkat és üzeneteket a fogyasztókhoz és partnereikhez.

Miként a *Fortune* magazin elkészítette az 500-as top-listáján szereplő vállalatok *környezetvédelmi teljesítmény szerinti rangsorát*, érdemes lenne ezzel nálunk is megpróbálkozni a *Figyelő* Top 200 vállalatánál. Feltétlenül szükségesnek látjuk, hogy a vállalatok egyre inkább jóhíruket befolyásoló tényezőnek érezzék a környezetvédelmi magatartásukat, erről környezetükből folyamatos pozitív és negatív visszajelzéseket kapjanak. Az információk eme meghatározó szerepével eddig még a környezetvédelmi hatóságok sem igen vetettek számot.

5. További kutatási kérdések

További kutatásokat elsősorban a *vállalti etika* és *vállalati környezetvédelem* vonatkozásában szeretnénk folytatni.

Részletesebb és árnyaltabb képet szeretnénk kapni a vállalati etika kontextus-meghatározottságáról.

Melyek a *vállalati környezetnek* azok az *elemei*, amelyek a vállalatokat arra *kezdik kényszeríteni*, hogy kifejlesszék etikai intézményeiket és szisztematikusan kezdjenek el törődni stakeholdereikkel? Hogyan valósul meg mindez az időben, mi ennek az *evolúciós dinamikája*?

Érdekel bennünket az is, hogy milyen összefüggés van a vállalat *etikai intézményeinek* felállítása és *stakeholder-orientációja* között? Melyik alakul ki előbb? Elválhat-e a kettő egymástól?

Végül, de nem utolsó sorban szeretnénk kutatni a *versenyképesség* és az *etika konfliktusát*. A magyar gazdaságban ez a konfliktus egyelőre még nem nagyon látszik, de a fejlett piacgazdaságokban ez vitathatatlanul létezik. Hol van az a *töréspont*, amelyen túl a *hatékonysági* és az *etikai értékek* már csak *egymás rovására* növelhetők?

Kísérletet tettünk arra, hogy a *vállalatok környezetvédelmi stratégiáit* magyarázó változókkal hozzuk összefüggésbe, azonban jó esetben is csak gyenge kapcsolatokat találtunk. További kérdés tehát, hogy *mivel függ össze* az, hogy a vállalatok miként viszonyulnak a környezetvédelemhez. A kutatás következő fázisában érdemes volna a környezetvédelmi stratégiákat összevetni az általános vállalati stratégiákkal, de esetleg a jellemző vezetői stílusokkal, döntési modellekkel is. A környezetvédelmi innováció és az általános vállalati innováció összefüggéseire ugyancsak érdemes volna kitérni. Ugyancsak fontos lenne a kidolgozott *etikai indexekkel* való összevetés is. Ez rávilágíthatna arra, hogy milyen kapcsolat áll fenn a *környezetvédelmi* és az *etikai teljesítmény* között. Valószínűleg csak további kutatás tudná azonban azt megválaszolni, hogy a környezetvédelem milyen helyet foglal el a vállalati vezetők értékrendjében vagy a vállalatok stakeholder–menedzsmentjében.

A *hazai környezetvédelmi piac* részletesebb vizsgálata ugyancsak fontos lenne. Nyilván szükség van a piac nagyságának, határainak pontos felmérésére is, de talán az általunk itt elkezdett stratégiai szempontú vizsgálódás folytatása sem haszontalan. A vállalatok stratégiája, magatartásuk előrejelzése hozzásegíthet e formálódó piac dinamikájának, trendjeinek jobb megismeréséhez. Ez döntő fontosságú információ az állami környezetvédelmi szabályozás hatásainak előre jelzéséhez.

Csak jelezzük azt a hatalmas kutatási területet, amellyel kutatásunkban nem tudtunk foglalkozni (bár az említés szintjén újra és újra felbukkant): ez a *központi környezetvédelmi szabályozást* és e szabályozás végrehajtásának hatékonyságát foglalja magában. Teljesen világos, hogy a vállalatok környezetvédelmi stratégiájának jellege és a *környezetvédelmi piac dinamikája* is nagyban függ az állami környezetpolitikától. Minden bizonnyal érdemes lenne a környezetpolitikát a vállalati stratégia szempontjából is átvilágítani, értékelni: mi az, ami elősegíti, és mi az, ami korlátozza vagy egyenesen gátolja az offenzív környezetvédelmi stratégiák folytatását.

6. A projekt keretében készült tanulmányok

"Az oktatási rendszer problémái" alprojekt:

Bessenyei István: A gazdaság versenyképessége és az oktatás (esettanulmány)

Bessenyei István: Az osztrák gazdaság versenyképessége és az oktatási rendszer (esettanulmány)

Mártonfi György: A holland gazdaság versenyképessége és az oktatási rendszer (esettanulmány)

Mártonfi György: Versenyképesség, munkaerő, képzés. A „Versenyben a világgal” c. kérdőívből nyert adatbázis elemzése (statisztikai elemzés)

"A piacgazdaság társadalmi megítélése" alprojekt:

Angelusz Róbert és Tardos Róbert: A piacgazdaság társadalmi megítélése. 1996. Október.

A "Versenyképesség etikája" alprojekt:

Matolay Réka: A magyar gazdaság etikai intézményei 1. rész (Kamarák, szövetségek, bankok) 1996. Március

Matolay Réka: A magyar gazdaság etikai intézményei 2. rész (A húsz legnagyobb magyarországi vállalat) 1996. December

Radácsi László: Szabályozás és önszabályozás a reklámpiacon. 1996. December

Misovicz Tibor és Radácsi László: A vállalati etikalitás mérése. 1997. Január

Havelka Erika: Jótékonyági kiadások: stratégiai vagy ad hoc döntések? 1997. Március

Frisch Anita és Gether Dénes: Etikai képzés a magyar vállalatoknál. 1997. Március

A "Versenyképesség és természeti környezet" alprojekt:

Boda Zsolt: A „Környezetbarát termék” védjegyről. (1996. július)

Boda Zsolt-Pataki György-Pató Zsuzsanna: A magyar vállalatok környezetvédelmi teljesítménye és stratégiái. (1997. március)

Frisch Anita: A környezetvédelmi szolgáltatások piacáról. (1996. december)

Frisch Anita: Esettanulmány a Biokör Kft.-ről (1996. december)

Korponai Péter: Környezetbarát olajtársaság? Avagy javíthatja-e a vállalati versenyképességet a környezetvédelem és innováció? Esettanulmány a MOL Rt.-ről. (1996. július)

Korponai Péter: Környezetbarát Hajdú termékek. Esettanulmány a Hajdúsági Iparművek Rt.-ről.
(1997. március)

Mike Gábor: Hűtőgépek a környezet szolgálatában? Esettanulmány a Whirlpool Magyarország Kft.-
ről és az Elektrolux-Lehel Hűtőgépgyár Kft.-ről a „Környezetbarát termék” védjegy kapcsán.
(1996. november)

Murányi Szilvia: A Dorogi Hulladékégető Kft. bemutatása. (1996. november)

Skwarek Kristóf: Környezetvédelmi vállalkozások Magyarországon: a Biogeist Kft. (1996. november)

Varga Péter: Beruházás a jövőbe, avagy kifizetődik-e környezetvédelmi szempontokat figyelembe
venni a vállalati innovációnál? (1996. augusztus)

Varga Péter: Esettanulmány a JCP a.s. Sturovó szlovák vállalatról. (1996. november)

7. A projektben közreműködő kutatók

"Az oktatási rendszer problémái" alprojekt

Bessenyei István, tudományos főmunkatárs, Országos Közoktatási Intézet;

Mártonfi György, tudományos munkatárs, Országos Közoktatási Intézet;

"A piacgazdaság társadalmi megítélése" alprojekt

Angelusz Róbert, egyetemi tanár, ELTE Szociológia tanszék;

Tardos Róbert, egyetemi docens, ELTE Szociológia Tanszék;

"A versenyképesség etikája" alprojekt

Zsolnai László, egyetemi docens, BKE, Vállalatgazdaságtan Tanszék, Gazdaságetikai Központ;

Radácsi László, egyetemi tanársegéd, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Gazdaságetikai Központ;

Misovicz Tibor, egyetemi adjunktus, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Sportgazdaságtani Kutató Központ;

Matolay Réka, újságíró, FIGYELŐ

Kisebb kutatási munkát végeztek még a BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék demonstrátorai, *Havelka Erika*, valamint *Frisch Anita és Gether Dénes*.

A "Versenyképesség és természeti környezet" alprojekt:

Boda Zsolt, tudományos munkatárs, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Gazdaságetikai Központ;

Pataki György, egyetemi tanársegéd, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Gazdaságetikai Központ.

Esettanulmányokat készítettek *Frisch Anita, Korponai Péter, Mike Gábor, Murányi Szilvia, Skwarek Kristóf és Varga Péter* a BKE hallgatói, valamint *Pató Zsuzsanna* a CEU hallgatója.

8. Irodalomjegyzék

Bessenyei István: „A töredékesség egysége avagy a nevelésügy posztmodern paradigmaváltása”, Új Pedagógiai Szemle, 1996/11

Donaldson, Thomas - Preston, Lee: „The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications”, Academy of Management Review, 1995. No. 1.

Evan, William M. - Freeman, R. Edward: „A Stakeholder Theory of Modern Corporation: Kantian Capitalism” in Tom L. Beauchamp - Norman E. Bowie (eds.): Ethical Theory and Business, 1988. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall, Inc.

Porter, Michael: „America’s Green Strategy”, Scientific American, 1991. April

Porter, Michael - Van Der Linde, C.: „Green and Competitive”, Harvard Business Review, 1995. September-October

Welford, R. (Ed.): Corporate Environmental Management, 1996. London, Earthscan

A program kiemelt támogatói:

Center for International Private Enterprise,
Washington, US
Állami Privatizációs és Vagyonkezelő Rt.
Országos Műszaki Fejlesztési Bizottság
Országos Tudományos Kutatási Alap

További támogatók:

Magyar Menedzsment Intézet és tagvállalatai:
MOL Rt., Dunaferr Rt., Antenna Hungária Rt.
Ipari és Kereskedelmi Minisztérium
Földművelésügyi Minisztérium