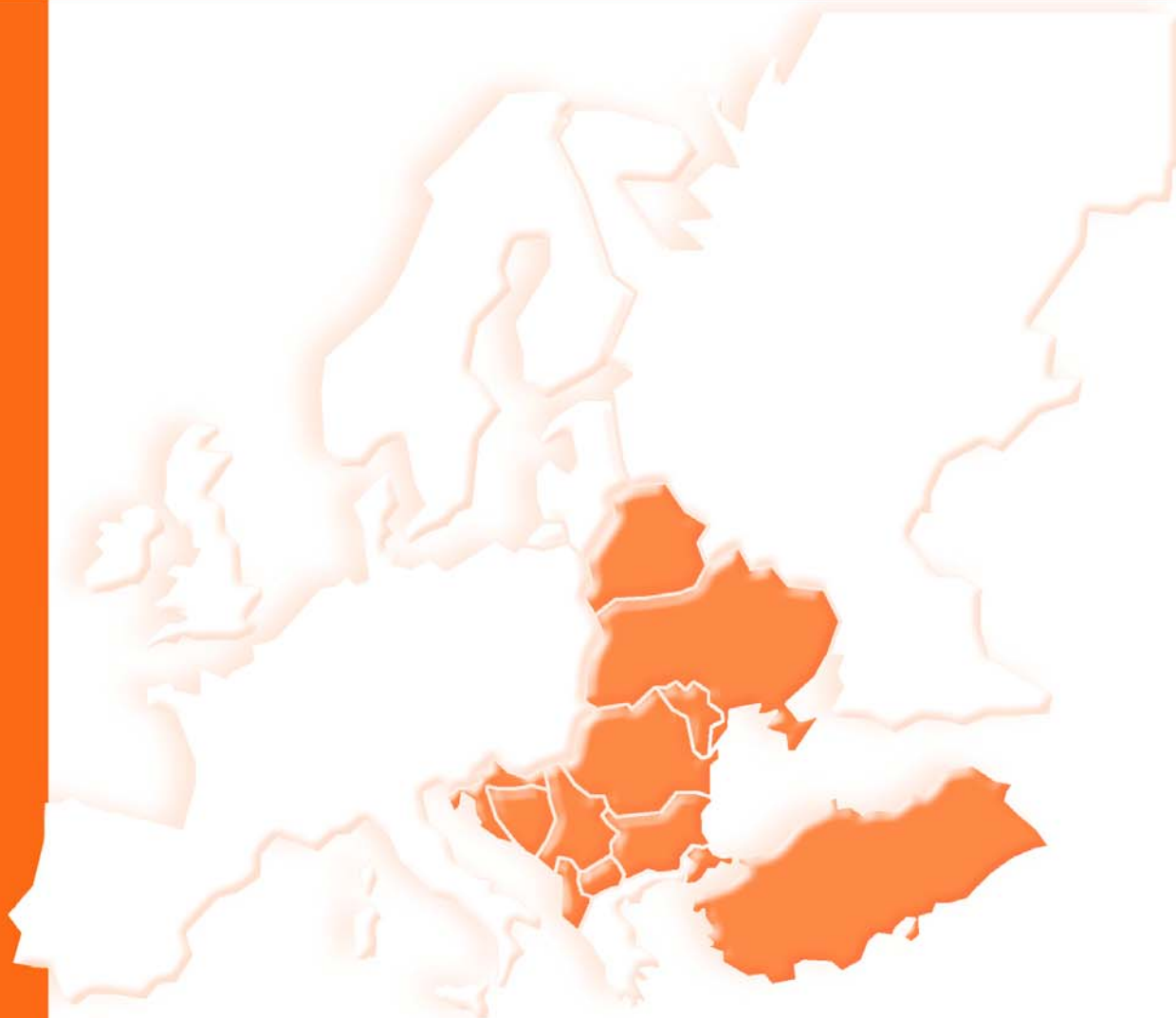


***K*elet-Európa *T*anulmányok**

II. szám



Magyar Tudományos Akadémia
Világ gazdasági Kutatóintézet

EU-bővítés: Csatlakozási hatások Társadalmi felelősségvállalás

2007





MAGYAR TUDOMÁNYOS AKADÉMIA
VILÁGGAZDASÁGI KUTATÓINTÉZET

KELET-EURÓPA TANULMÁNYOK

CSATLAKOZÁSI HATÁSOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS

Szerkesztette:

Novák Tamás és Szilágyi Judit

Tördelés: Paksai Béláné

Borító terv: Székely-Doby András, Túry Gábor ©

Budapest, 2007

ISBN 978-963-301-494-3

ISSN 1789-0829

H-1014 Budapest, Országház u. 30.

✉ 1535 Budapest, Pf. 936.

☎ (36-1) 224-6770

📠 (36-1) 224-6765

💻 vki@vki.hu

www.vki.hu

TARTALOMJEGYZÉK

AZ OLVASÓHOZ!.....	5
AZ EU-CSATLAKOZÁS HATÁSA A VISEGRÁDI ORSZÁGOK AGRÁRKERESKEDELMÉRE <i>Kiss Judit</i>	7
AZ EURÓPAI UNIÓ TOVÁBBI BŐVÍTÉSE ÉS A MAGYAR KÜLSTRATÉGIA LEHETŐSÉGEI <i>Szigetvári Tamás</i>	56
CSR – KÖZÉP-KELET-EURÓPAI ÖSSZEHASONLÍTÁSBAN <i>Ligeti György – Michal Kissa – Edőcs Kristóf – Doinita Ariton – Alina Nuta – Florian Nuta</i>	81

AZ OLVASÓHOZ!

Az MTA Világgazdasági Kutatóintézete 2007 januárjában útnak indított kiadványának második számát tartja kezében az Olvasó. A Kelet-Európa Tanulmányok olyan kiadványsorozat, amelyben az intézet munkatársai és külső szerzők rendszeresen foglalkoznak a térséget érintő aktuális politikai, gazdasági és társadalmi kérdésekkel. A mostani kiadványban három tanulmány jelent meg, amelyek a közép- és kelet-európai átalakulás, felzárkózás nagyon eltérő területeivel foglalkoznak.

Az első anyag az EU-csatlakozás agrárkereskedelmi hatásait vizsgálja a Visegrádi országokban. Ez a téma azt hiszem a térség összes országában nagyon fontos kérdéseket vet fel, s különösen lényeges Magyarország szempontjából, amely a Visegrádi országok közül hosszú évtizedeken keresztül a legsikeresebb agrártermelőnek számított. Kérdés, hogy vajon a kedvező adottságokat és hagyományokat mennyire sikerült fenntartani az EU-csatlakozás utáni időszakban?

A második tanulmány az Európai Unió további bővítésének és a magyar külügyi stratégia ehhez kapcsolódó lehetőségeinek és feladatainak összefüggéseit vizsgálja. Ez az elemzés a Világgazdasági Kutatóintézet és a Magyar Köztársaság Külügyminisztériuma közötti együttműködésben elvégzett kutatás eredményein alapul.

Harmadik elemzésünk a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) helyzetének közép-kelet-európai összehasonlítására tesz kísérletet. Ez a téma a piactudományi átalakulás és a fejlett országokhoz való felzárkózás meghatározott pontján egyre fontosabb kérdéssé válik. A jelenlegi helyzet összehasonlítását néhány térségbeli ország esetében ez indokolja, ami egyben jelezheti a további fejlődés főbb irányait is.

A Kelet-Európa Tanulmányok második kötetét 2007. november 5-én zártuk le. Következő kiadványunk megjelenési időpontja 2008 tavasza.

Novák Tamás

AZ EU-CSATLAKOZÁS HATÁSA A VISEGRÁDI ORSZÁGOK AGRÁRKERESKEDELMÉRE

Kiss Judit

A többi új tagországhoz hasonlóan a Visegrádi országok (Csehország, Lengyelország, Magyarország és Szlovákia)¹ is nagy várakozással tekintettek a 2004-es EU-csatlakozásra. Különösen felfokozott volt a várakozás a tekintetben, hogy miképp fog hatni az EU-tagság ezen országok agrárgazdaságára. Már csak azért is, mivel ebben a térségben a mezőgazdaság – a nagyarányú strukturális átalakulás ellenére – továbbra is jelentősebb szerepet játszott/játszik, mint az EU-15-ökben: míg az EU-15 esetében a mezőgazdaság ma már csak a GDP kevesebb mint 2 százalékát állítja elő, addig az új tagállamokban még 3,8 százalékát.² Ráadásul az agrárfoglalkoztatottak aránya az új tagokban még mindig igen magas: 2004-ben 12,5 százalék volt a régi tagokra jellemző 3,8 százalékkal szemben, ami az alacsonyabb munkatermelékenységre és hatékonyságra utal.

Másrészt a mezőgazdaság a csatlakozási tárgyalások egyik legneuralgikusabb területe volt, hiszen a tíz kelet- és közép-európai ország csatlakozásával az EU mezőgazdasági területe 25 százalékkal (38 millió hektárral³), a termelés mennyisége mintegy tíz százalékkal, a mezőgazdasági termelők száma pedig 50 százalékkal nőtt.⁴

Az agrárcsatlakozási várakozások egyik vetülete, hogy a (részben teljes jogú) tagság milyen hatással lesz ezen országok agrártermelésére, a mezőgazdasági termelők jövedelmére és a fogyasztói árak alakulására. A másik aspektus pedig – részben az előzőekben említett tényezők eredőjeként – arra vonatkozik, hogy milyen agrárkereskedelmi hatásokkal jár az e téren teljes jogú EU-tagság. Tekintettel a téma meglehetősen összetett voltára, tanulmányunk csak az agrárkereskedelmi hatások elemzésére szorítkozik.⁵ Annak ellenére, hogy immáron több mint három év telt el a csatlakozás óta, ez meglehetősen rövid idő a hosszú távú következtetések levonására, ráadásul az adatok még nem állnak rendelkezésre a teljes időszakra, és a statisztikai nyilvántartás módszerének változása

¹ A továbbiakban a Visegrádi országok és a V-4 kifejezéseket azonos értékűként kezeljük, és alatta a felsorolt országokat értjük.

² Az új tagok mezőgazdaságáról részletesen lásd: Kiss (2005b).

³ Ebből 28,5 millió hektár a Visegrádi országokban található termőföld. Lukás–Mládek (2006).

⁴ *Enlargement, two years after ...* (2006).

⁵ A kelet-közép-európai országok csatlakozás előtti agrárkereskedelmének részletes elemzését adja Fertő (2006).

nehezíti az elemzést és az összehasonlítást. Ugyanakkor a 3 év talán elégséges az első hatások feltárására és az esetleges szükségszerű korrekciók megtételére.

1) A V-4-ek külkereskedelmének alakulása a csatlakozás után

Az 1. táblázat tanúsága szerint⁶ a Visegrádi országok összes exportja 2003 és 2006 között 147,98 milliárd euróról 255,90 milliárd euróra, vagyis közel 73 százalékkal nőtt, míg összes importja 168,26 milliárd euróról 271,47 milliárd euróra, vagyis mintegy 61 százalékkal gyarapodott. Következésképpen a négy ország kereskedelmi egyenlege valamelyest javult a vizsgált időszak alatt: a deficit nagysága a 2003. évi 20,275 milliárd euróról 2006-ra 15,564 milliárd euróra csökkent.

Az egyes országok külkereskedelmi teljesítménye hasonlóságot, illetve eltérést egyaránt mutat. Az egyik hasonlóság, hogy 2004-ben valamennyi vizsgált ország teljesítménye jelentősen romlott, kereskedelmi mérlegdeficitjük drasztikusan nőtt, alapvetően az exportot meghaladó importnövekedés következtében. Hogy ez a csatlakozás számlájára írható-e az a következőkből fog kiderülni. A másik hasonlóság, hogy 2004 után valamennyi ország külkereskedelmi teljesítménye javult, csökkent a deficit mértéke, sőt Csehország mind 2005-ben, mind 2006-ban pozitív szaldót tudott elérni. Ugyanakkor mind Lengyelország, mind Szlovákia kereskedelmi teljesítménye romlott 2006-ban a megelőző évhez képest.

Ahhoz, hogy a fenti változásokon belül kimutathassuk az EU-csatlakozás hatását, meg kell vizsgálnunk a Visegrádi országok EU-val bonyolódó kereskedelmének alakulását.

⁶ Ezennel szeretném kifejezni köszönetemet Túry Gábornak, az MTA Világgazdasági Kutatóintézet tudományos munkatársának az adatok összegyűjtéséért és Paksai Bélánénak a táblák elkészítéséért és egyes számítások elvégzéséért.

1. táblázat
A Visegrádi országok külkereskedelmének alakulása
a 2003 és 2006 közötti időszakban
(millió euró)

Ország	2003			2004		
	Import	Export	Egyenleg	Import	Export	Egyenleg
Csehország	45728	43053	-2675	56248	55460	-789
Magyarország	42263	38096	-4167	48668	44671	-3997
Lengyelország	60354	47526	-12827	72109	60332	-11777
Szlovákia	19910	19305	-606	24006	22305	-1702
V-4-ek	168255	147980	-20275	201031	182768	-18263

Ország	2005			2006		
	Import	Export	Egyenleg	Import	Export	Egyenleg
Csehország	61500	62785	1285	74219	75779	1561
Magyarország	53494	50588	-2906	61316	59336	-1980
Lengyelország	81697	71889	-9807	99443	87551	-11892
Szlovákia	28459	25760	-2699	36489	33237	-3252
V-4-ek	225150	210022	-15128	271467	255903	-15564

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás és számítás

2) A V-4-ek EU-val bonyolódó kereskedelmének alakulása

A 2. táblázat adatai szerint a Visegrádi országok EU-15-ökbe irányuló exportja 2003 és 2006 között 102,58 milliárd euróról 160,79 milliárd euróra nőtt, 57 százalékkal emelkedett az időszak alatt, vagyis kevésbé dinamikusán gyarapodott, mint a régió összes exportja. Ez azt jelenti, hogy az EU-15-ök irányába nem következett be piacbővülés, piacszerzés. Ezzel ellentétben az EU-15-ökből származó import dinamikusabban nőtt, 65 százalékkal, mint a régió összes importja, vagyis az EU-15-ök jobban tudták kihasználni a piacnyitást, mint az új tagok.

2. táblázat
A Visegrádi országok EU-15-ökkel bonyolódó (kül)kereskedelmének
alakulása a 2003 és 2006 közötti időszakban
(millió euró)

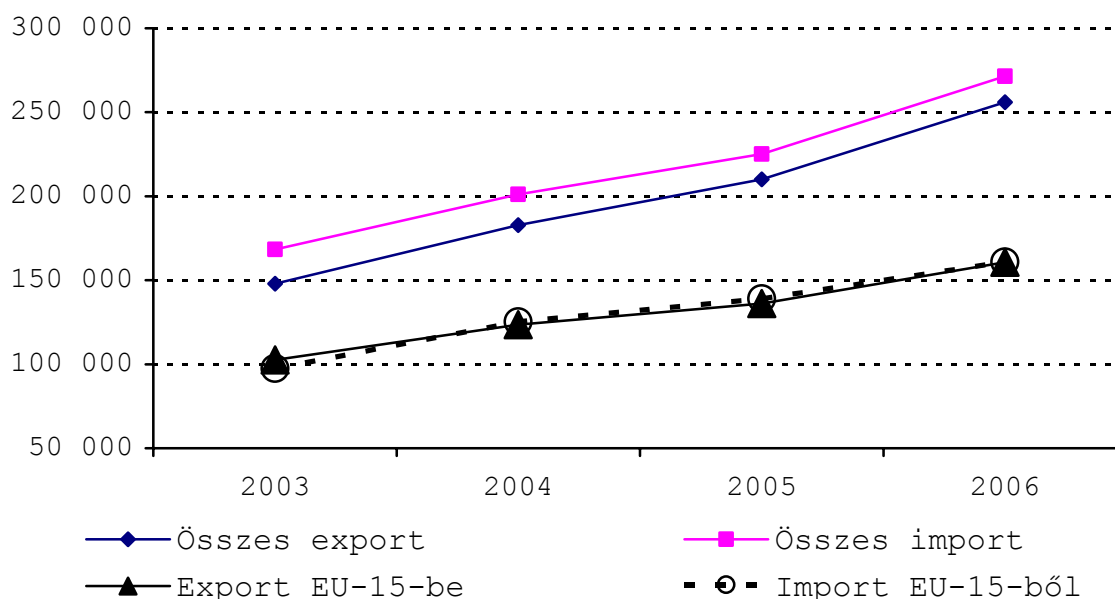
Ország/Év	Import	Export	Egyenleg
Csehország			
2003	26943	30071	3128
2004	37515	38112	596
2005	40878	41451	573
2006	47598	49697	2099
Magyarország			
2003	23255	28063	4808
2004	28132	31575	3443
2005	30882	33149	2267
2006	34363	36237	1874
Lengyelország			
2003	36893	32710	-4183
2004	47310	40602	-6708
2005	53446	46730	-6716
2006	62333	55704	-6629
Szlovákia			
2003	10266	11735	1468
2004	12219	13307	1088
2005	13778	14855	1077
2006	16554	19147	2593
V-4			
2003	97357	102579	5222
2004	125176	123596	-1581
2005	138984	136186	-2798
2006	160848	160784	-64

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és számítás

Az import exporténál dinamikusabb növekedése következtében a Visegrádi országok EU-15-ökkel bonyolódó kereskedelme a csatlakozás előtti pozitívumról negatívra váltott, bár a deficit mértéke a 2005-ös csúcs óta 2006-ban csökkent.

Természetesen az egyes országok külkereskedelmi pozíciója eltérő. Magyarországnak sikerült pozitív kereskedelmi mérlegét megőrizni, bár mértéke jelentősen elmarad a csatlakozás előtti értéktől. Lengyelország EU-15-ökkel bonyolódó kereskedelmi forgalma végig negatív szaldóval zárt, s a deficit mértéke a csatlakozás előttihez képest tovább növekedett. A csatlakozás előtti pozícióját egyedül Szlovákiának sikerült javítania a négy ország közül.

1. grafikon
A Visegrádi országok összes, illetve az EU-15-ökkel bonyolódó kereskedelmének összehasonlítása (millió euró)



Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás

3. táblázat
Az EU-15 arányának változása a V-4-ek külkereskedelmében (százalék)

Év	Export	Import
2003	69,3	57,8
2004	67,6	62,3
2005	64,5	61,7
2006	62,8	59,3

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

4. táblázat
Az új tagok arányának változása a V-4-ek külkereskedelmében (százalék)

Év	Export	Import
2003	13,7	10,8
2004	14,4	11,2
2005	15,5	13,5
2006	15,7	14,1

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített számítás

Természetesen az exportnál dinamikusabb importnövekedés következtében megváltozott az EU-15-ök súlya a Visegrádi országok külkereskedelmi forgalmán belül. (3. táblázat) Az exportban nem sikerült a részarányt növelni, vagyis a szabad piacra jutás előnyeit kihasználni. Az import oldalán pedig kismértékű importbehatolás-növekedés következett be.

Az EU-15-ökkel bonyolódó kereskedelemtől eltérő tendenciák figyelhetők meg az új tagállamok irányába való kereskedelem esetében. A Visegrádi országok exportjában az új

6. táblázat
Az agrártermékek részarányának változása a Visegrádi országok összes kereskedelmén belül (százalék)

Év	Import	Export
2003	4,9	5,9
2004	4,7	5,9
2005	5,7	6,5
2006	5,4	6,2

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

EU-15-ök esetében már a csatlakozást megelőzően is nagymértékben liberalizáltak voltak, így ezek lebontásától nem lehetett drasztikus piacbővülést várni. Ugyanakkor az új tagok egymás közötti kereskedelmét több akadály is nehezítette, különösen az agrárkereskedelem esetében. Így ezek teljes felszámolása erőteljesebb piacbővüléssel járt. Az EU-15-ök részéről megnyilvánuló importbehatolás alapvetően a szállítók versenyképességi előnyével magyarázható.

3) Az agrárkereskedelem alakulása

Ami a Visegrádi országok agrárkereskedelmét illeti, a 2003 és 2006 közötti időszakban a 4 ország összesített agrárexportja 81 százalékkal, 8,7 milliárd euróról 15,7 milliárd euróra nőtt (lásd az 5. táblázatot), vagyis dinamikusabban emelkedett, mint a régió összes exportja. Következésképpen az agrártermékek összes exporton belüli részaránya kismértékben, 0,3 százalékponttal nőtt.

Az agrárimport az agrárexportnál kevésbé dinamikusán, 77,7 százalékkal nőtt, s értéke 8,3 milliárd euróról 14,7 milliárd euróra emelkedett. Az összes importnál dinamikusabb agrárimport-növekedés következtében az agrártermékek összes importon belüli súlya a négy ország esetében 4,9 százalékról 5,4 százalékra emelkedett 2003 és 2006 között. (6. táblázat) Az ag-

tagok részesedése 2,0 százalékponttal, importjában pedig 3,3 százalékponttal nőtt. (4. táblázat)

A fentiekben igen vázlatosan bemutatott kereskedelmi tendenciák hatására a Visegrádi országok exportjának jelenleg 78,5 százaléka talál piacra a kibővült EU-ban (a csatlakozást megelőző 83 százalékkal szemben), míg importjuk 73,4 százaléka származik az egységes piacról (a csatlakozás előtti 68,6 százalékkal szemben). Vagyis az EU-15-ök esetében piacvesztés, az új tagok vonatkozásában piacnyerés következett be. Ez több okra vezethető vissza. Egyrészt a kereskedelmi akadályok az

5. táblázat
A Visegrádi országok agrár-külkereskedelmének alakulása
2003 és 2006 között
(millió euró)

Év	Import	Export	Egyenleg
2003	8301	8707	406
2004	10574	10786	212
2005	12897	13658	761
2006	14744	15765	1021

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás és számítás

ráimportnál dinamikusabb agrárexport-növekedés következtében a régió képes volt nettó agrárexportőri pozícióját megőrizni, sőt annak mértékét növelni.

Természetesen a fentiekben bemutatott helyzetkép jelentős különbségeket takar az egyes országok esetében. (7. táblázat) A legdinamikusabb exportnövekedést a régió legfőbb agrár-exportőre, Lengyelország produkálta,⁷ míg Magyarország esetében mindössze 23 százalékkal nőtt az agrárkivitel a vizsgált időszakban. Még a nem tipikusan agrárország, Csehország is 83 százalékkal növelte az agrártermékek kivitelét. Ha az agrárexport-növekedési rátákat összevetjük az agrárimport-növekedési rátákkal, akkor a legnagyobb eltérés Magyarország esetében mutatkozik: ez az egyetlen ország, ahol az agrárexport növekedése jelentősen elmaradt az agrárimport bővülése mögött!

Ami az agrárkereskedelmi mérlegek alakulását illeti, a négy ország közül kettő (Csehország és Szlovákia) továbbra is nettó agrárimportőr, míg kettő (Lengyelország és Magyarország) nettó agrárexportőr. De míg Lengyelországnak sikerült jelentősen növelnie agrárkereskedelmi egyenlegét (459 millió euróról 2,1 milliárd euróra), addig Magyarország agrárkereskedelmi mérlegének romlását volt kénytelen elkönyvelni, a mérlegtöbblet felére apadt. Kérdés, hogy a fenti folyamatokban milyen szerepet játszott az EU-csatlakozás.

A fenti fejlemények hatására megváltozott az agrártermékeknek az egyes országok külkereskedelmi forgalmában játszott szerepe. Lengyelország esetében egyértelműen nőtt az agrártermékek összes exporton belül részaránya,⁸ míg Magyarország esetében csökkent. Az import oldalon valamennyi országban nőtt az agrártermékek részesedése. (8. táblázat)

⁷ A lengyel agrárexport 2003 és 2006 között megduplázódott.

⁸ Ma már közel tíz százalékos.

7. táblázat
Az egyes országok
agrárkereskedelmének alakulása
(millió euró)

Ország/Év	Import	Export	Egyenleg
Csehország			
2003	2394	1495	-899
2004	2929	1884	-1045
2005	3430	2538	-892
2006	3906	2733	-1172
Magyarország			
2003	1461	2677	1216
2004	2007	2927	920
2005	2360	2965	605
2006	2624	3297	674
Lengyelország			
2003	3510	3968	459
2004	4404	5204	801
2005	5447	7095	1648
2006	6307	8441	2134
Szlovákia			
2003	933	567	-367
2004	1234	771	-463
2005	1660	1060	-601
2006	1907	1294	-613

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás

8. táblázat
Az agrártermékek részarányának változása az egyes országok összes külkereskedelmén belül
(%)

Ország/Év	Import	Export
Csehország		
2003	5,2	3,5
2004	5,2	3,4
2005	5,6	4,0
2006	5,3	3,6
Magyarország		
2003	3,5	7,0
2004	4,1	6,6
2005	4,4	5,9
2006	4,3	5,6
Lengyelország		
2003	5,8	8,3
2004	6,1	8,6
2005	6,7	9,9
2006	6,3	9,6
Szlovákia		
2003	4,7	2,9
2004	5,1	3,5
2005	5,8	4,1
2006	5,2	3,9

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

4) Az EU-val bonyolódó agrárkereskedelem alakulása

4.1. A régi tagokkal való agrárkereskedelem alakulása

A 9. táblázat tanúsága szerint a Visegrádi országok EU-15-ökbe irányuló agrárexportja 2003 és 2006 között közel megkétszereződött, vagyis dinamikusabban nőtt, mint az összes EU-15-ökbe irányuló export, s gyorsabban emelkedett, mint az összes agrárimport. Ugyanakkor az agrárimport is erőteljesen nőtt: az időszak alatt 2,1-szeresére emelkedett. (2. grafikon)

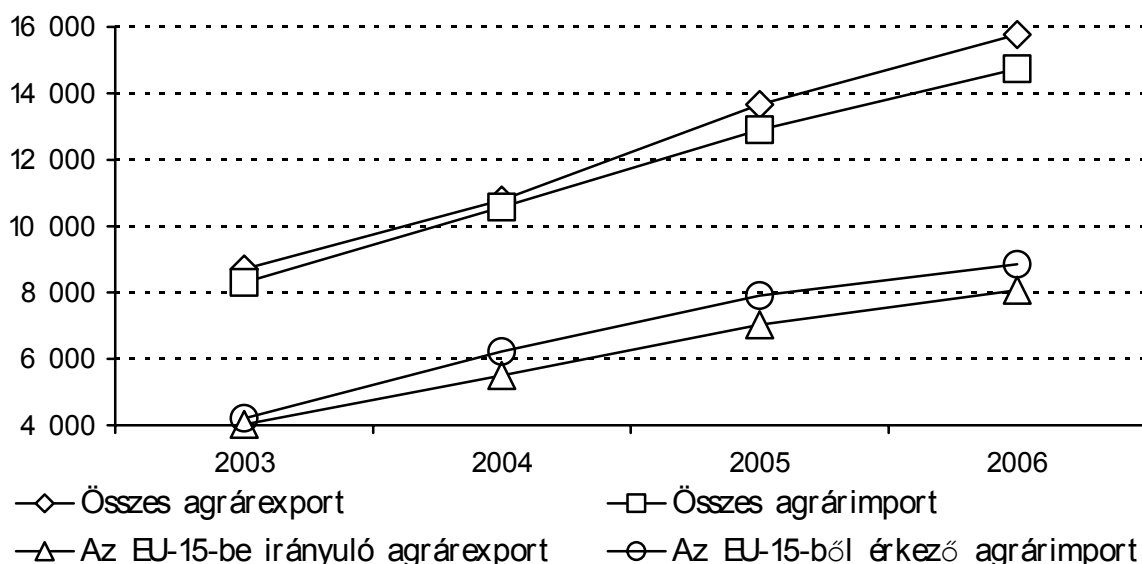
9. táblázat
A Visegrádi országok EU-15-ökkel bonyolódó agrárkereskedelmének alakulása
(millió euró)

Év	Import	Export	Egyenleg
2003	4207	4025	-181
2004	6224	5505	-719
2005	7903	7028	-875
2006	8854	8066	-788

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

2. grafikon

A Visegrádi országok összes és EU-15-ökbe irányuló agrárkereskedelmének alakulása 2003 és 2006 között



Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

Az exportnál dinamikusabb importnövekedés hatására a V-4-ek EU-15-ökkel való agrárkereskedelmének egyenlege tovább romlott: a deficit a csatlakozás előtti 182 millió euróról 2006-ra 788 millióra nőtt.

10. táblázat
Az egyes országok EU-15-ökkel bonyolódó
agrárkereskedelmének alakulása
(millió euró)

Ország/Év	Import	Export	Egyenleg
Csehország			
2003	1255	570	-685
2004	1784	790	-993
2005	2142	1059	-1083
2006	2440	1181	-1259
Magyarország			
2003	774	1307	533
2004	1218	1529	311
2005	1530	1538	8
2006	1634	1643	9
Lengyelország			
2003	1853	2036	184
2004	2778	2974	196
2005	3673	4115	442
2006	4161	4903	742
Szlovákia			
2003	325	112	-213
2004	444	212	-233
2005	558	316	-242
2006	619	339	-280

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás

illetve több mint kétszeresére nőtt. A bemutatott trendek hatására a vizsgált országok agrárkereskedelmi egyenlege – Lengyelország kivételével – romlott. Magyarország, amely nettó agrárexportörként csatlakozott az EU-hoz, éppen hogy csak nem vált deficitessé.¹⁰

Természetesen az egyes országok EU-15-ökkel folytatott agrárkereskedelme eltérő képet mutat. (10. táblázat). Az export legdinamikusabban Szlovákiában nőtt, míg abszolút értékben a legnagyobb növekedés Lengyelország esetében következett be. De még Csehország is erőteljesebben tudta növelni a régi tagokba irányuló agrárexportját, mint Magyarország. Vagyis a négy ország közül Magyarország tudta legkevésbé kihasználni a korlátlan piacra jutás előnyeit. Ennek egyik oka a magyar agrárexport lengyelénél gyengébb árversenyképessége, amely alapvetően a lengyelnél magasabb termelési költségekkel, mindenekelőtt munkaerőköltségekkel magyarázható. A más ok inkább átmeneti, mivel a nem megfelelő EU-s felkészülésből fakadó hátrányt⁹ rövid időn belül le lehet dolgozni.

Az exporttól eltérően a régi tagokból érkező import minden Visegrádi ország esetében közel,

⁹ Például a Kifizető Ügynökség időre történő felállítását.

¹⁰ A magyar agrárkereskedelem alakulásáról lásd: Kiss (2007).

4.2. A régi tagok súlya a V-4-ek agrárkereskedelmében

A fenti agrártermék-áramlások jelentősebb hatással voltak a V-4-ek relációs struktúrájának változására annál, mint amit a teljes kereskedelmi forgalom elemzésénél tapasztalunk. Míg a Visegrádi országok teljes exportján belül csökkent a régi tagok részaránya, addig az agrárexport oldalán öt százalékpontos növekedést sikerült elérniük (lásd a 11. táblázatot). Ez azt mutatja, hogy a csatlakozást megelőzően – az 1991-ben aláírt Társulási Megállapodás és a különböző agrárliberalizációs megállapodások ellenére – jelentősebb kereskedelmi korlátok álltak a mezőgazdasági kivitel útjában, mint a többi exporttermék esetében: az iparcikkkel ellentétben az agrártermékek esetében „csak” 92 százalékos volt a liberalizáltság.

11. táblázat
Az EU-15 részesedésének változása
a V-4-ek agrár-külkereskedelmén belül
(százalék)

Év	Export	Import
2003	46,3	50,7
2004	51,0	58,9
2005	51,5	61,3
2006	51,2	60,1

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

Ugyanakkor a csatlakozást követően a Visegrádi országok piaca is teljesen megnyílt a régi tagok előtt. A csatlakozást megelőzően a Visegrádi országok agrárpiaca csak 85 százalékos erejéig volt liberalizált. Részben ezzel magyarázható, hogy az agrárimport esetében közel 10 százalékponttal nőtt a régi tagok részaránya. A másik magyarázat az import nyilvántartási rendszerének változásából fakad: az importoldalón a származási ország helyébe a feladási ország lépett, vagyis

jelentős mennyiségű, fejlődő országokból vagy tengerentúli országokból származó mennyiségű, fejlődő land behozatalként jelenik meg.

Természetesen az egyes Visegrádi országok eltérő mértékben tudták a kismértékben javuló piacra jutási lehetőségeket kihasználni, illetve az importbehatolásnak ellenállni. A 12. táblázat adatai azt mutatják, hogy a csatlakozást megelőzően az EU-15-ök agrárpiaca Lengyelország, illetve Magyarország számára volt a legjelentősebb, hiszen agrárkivitelüknek mintegy 50 százalékát az akkori EU-ban értékesítették. Csehország, de különösen Szlovákia számára kevésbé volt fontos az EU-s agrárpiac, agrárkereskedelmük jelentős részét egymás között bonyolították. Ugyanakkor a csatlakozást követően – Magyarországot kivéve – valamennyi

12. táblázat
A régi tagországok részesedésének alakulása az egyes visegrádi országok agrárkereskedelmén belül (százalék)

Ország/Év	Export	Import
Csehország		
2003	38,0	52,4
2004	41,9	60,9
2005	41,7	62,4
2006	43,2	62,5
Magyarország		
2003	48,8	53,0
2004	52,2	60,7
2005	51,9	64,8
2006	49,8	62,3
Lengyelország		
2003	51,3	52,8
2004	57,1	63,1
2005	58,0	67,4
2006	58,1	66,0
Szlovákia		
2003	19,8	34,8
2004	27,5	36,0
2005	29,8	33,6
2006	26,2	32,4

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

A 13. táblázat tanúsága szerint a Visegrádi országok 2003 és 2006 között fontosabb piacok voltak az EU-15-ök számára, mint beszerzési források. Ugyanakkor a csatlakozást követően nőtt a V-4-ek fontossága az EU agrárkereskedelmében, bár továbbra is marginális szerepet játszanak. Noha mind az export, mind pedig az import oldalon nőtt a Visegrádi országok részesedése, az agrárkivitel esetében erőteljesebb volt a növekedés (1,49 százalékpont), mint az import oldalon (1,21 százalékpont).

Visegrádi ország 5-6 százalékponttal tudta agrárpiaci részesedését növelni, míg Magyarország csupán egy százalékponttal.

Az agrárimporton belül a négy visegrádi ország közül 3-ban (Lengyelországban, Csehországban és Magyarországon) jelentősen (rendre 13,1, 10,1, illetve 9,2 százalékponttal) nőtt a régi EU-tagok piaci részesedése. Érdekes módon Szlovákiában csökkent, ami valószínű, hogy az új tagországokból való fokozott beszerzésnek tudható be, illetve, hogy az EU-15-ökből Csehországon keresztül érkezik az áru.

4.3. A Visegrádi országok részesedése az EU-15-ök agrárkereskedelméből

A fenti vizsgálatból egyértelművé vált, hogy a régi tagok mind a Visegrádi országok agrárexportjában, mind pedig – s különösen – agrárimportjában növekvő szerepet játszanak a csatlakozást követően. Kérdés, hogy mennyiben nőtt ezen országok súlya az EU-15-ök agrárkereskedelmében.

13. táblázat
A Visegrádi országok súlyának változása az EU-15 agrárkereskedelmén belül (százalék)

Év	Export	Import
2003	1,84	1,75
2004	2,65	2,29
2005	3,18	2,76
2006	3,33	2,96

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

4.4. Az új tagokkal való agrárkereskedelem alakulása

Ezek után lássuk, hogy a kibővülés milyen kereskedelemgeneráló hatással járt immáron az új tagok egymás közötti agrárkereskedelmében. A 14. táblázat adatai szerint Lengyelország és Szlovákia tudta a legdinamikusabban agrárexportját növelni az új tagországokba: mindkét ország több mint megduplázta agrárkivitelét az új tagok vonatkozásában. De még Csehország is 80 százalékkal tudta növelni agrárkivitelét, míg Magyarország csak 60 százalékkal. Ami az új tagokból származó agrárimportot illeti, itt Magyarország esetében volt a legerőteljesebb az importbehatolás: 2003 és 2006 között több mint háromszorosára nőtt az új tagokból származó agrárimport, míg a többi ország esetében „csak” az agrárimport megduplázódásának lehetünk tanúi. Vagyis a kibővülés igen erőteljes agrárkereskedelem-teremtő hatással járt az új tagok egymás közötti kereskedelmének vonatkozásában, s a megnyíló lehetőségeket az alacsonyabb költséggel termelő országok jobban ki tudták használni.

Az ár-versenyképesség mellett a külföldi tőke élelmiszeripari és mezőgazdasági jelenléte és tevékenysége is hatással lehet az agrárkereskedelem alakulására. Erre hívja fel a figyelmet az Agrárgazdasági Kutató Intézet egyik tanulmánya,¹¹ amely többek között azzal magyarázza az új tagokkal bonyolódó magyar agrárkereskedelem kedvezőtlenebb alakulását, hogy a Visegrádi országok élelmiszeriparában eszközölt magyar tőkeberuházások korábbi magyar áruexportot váltanak ki,¹² s esetleg magyar agrárimportot eredményezhetnek.

14. táblázat
Az egyes országok EU 10-ekkel bonyolódó agrárkereskedelmének alakulása
(millió euró)

	Import	Export	Egyenleg
Csehország			
2003	550	636	87
2004	705	802	97
2005	910	1093	182
2006	1152	1197	45
Magyarország			
2003	221	356	136
2004	416	444	29
2005	524	470	-54
2006	689	567	-122
Lengyelország			
2003	324	593	268
2004	398	799	401
2005	525	1171	646
2006	624	1585	961
Szlovákia			
2003	448	365	-83
2004	654	469	-185
2005	977	627	-350
2006	1140	807	-333

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját összeállítás

¹¹ Kürti-Stauder-Wagner-Kürthy (2007).

¹² Például ha termelési helyezésről van szó.

Az új tagok egymás közötti agrárkereskedelem növekedésének a Visegrádi-4-ek közül alapvetően Lengyelország volt a nyertese, amely képes volt többletét három és félszeresére növelni. (14. táblázat) Míg Csehország „csak” a többlet megőrzésére volt képes, addig Szlovákia négyszeresére emelte hiányát. A legfőbb vesztesnek Magyarország bizonyult, amelynek csatlakozás előtti agrártöbblete egyre inkább deficitessé vált és a deficit nagysága jelentősen nőtt.¹³

Ezek után lássuk, hogyan változott a csatlakozás hatására a Visegrádi országok agrárrelációs struktúrája az új tagok vonatkozásában? A 15. táblázat adatai szerint az agrárexport esetében – Szlovákiát kivéve – minden országban nőtt az új tagok részesedése az agrárexporton belül: Magyarország és Lengyelország esetében 4-4 százalékponttal. Vagyis a kibővülés az új tagok piacait is megnyitotta egymás előtt. Az importnál eléggé diverzifikált a kép: Lengyelország esetében az új tagok részesedése alig változott, vagyis nem tudtak újabb lengyel piacokat meghódítani. Magyarország és Szlovákia esetében mintegy 11 százalékponttal nőtt az új tagok részesedése, míg Csehország agrárimportjánál 6,6 százalékponttal.

15. táblázat
Az új tagok részesedése a Visegrádi országok agrárkereskedelmében (százalék)

Ország/Év	Export	Import
Csehország		
2003	42,5	22,9
2004	42,6	24,1
2005	43,1	26,6
2006	43,7	29,5
Magyarország		
2003	13,3	15,1
2004	15,2	20,7
2005	15,9	22,2
2006	17,2	26,3
Lengyelország		
2003	14,9	9,2
2004	15,3	9,0
2005	16,5	9,6
2006	18,8	9,9
Szlovákia		
2003	64,4	48,0
2004	60,8	53,0
2005	59,2	58,9
2006	62,4	59,8

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

¹³ Lásd: Kiss (2007).

4.5. A kibővült EU jelentősége a Visegrádi országok agrárkereskedelmében

A 16. táblázatban közölt számítási eredmények több tanulság levonására nyújtanak lehetőséget:

- * valamennyi ország esetében nőtt az EU-27-ek részesedése a csatlakozást követően mind az agrárexport, mind az agrárimport vonatkozásában;
- * az agrárimport esetében sokkal jelentősebb EU-részarány növekedés következett be, mint az agrárexport esetében;
- * Lengyelország kivételével valamennyi ország nagyobb mértékben függ az EU-tagországok szállításaitól, mint az EU-tagországok piacától. A különbség Magyarországon esetében a legélesebb, ahol az export- és importrészesedés között több mint 20 százalékpont van, míg Lengyelország esetében szimmetrikusabb az EU-tól való agrárkereskedelmi függés;
- * jelentős eltérések vannak az országok között az EU-piac fontosságát tekintve: míg Csehország és Szlovákia esetében az agrárimport közel 90 százaléka a kibővült EU-ba irányul (s ennek jelentős része egymás, illetve az új tagok piacaira), addig Lengyelország esetében az agrárimport 3/4-e, Magyarország esetében pedig 2/3-a irányul a kibővült EU piacára. Vagyis Magyarország esetében a csatlakozás ellenére is „alulreprezentált” az agrárszektor és nagy jelentőségű a harmadik piacokon való értékesítés;
- * ami az EU-tagországok import-részarányát illeti, Lengyelországot kivéve valamennyi vizsgált ország agrárimportjának több, nagyjából 90 százaléka a kibővült EU-ból érkezik, aminek részben versenyképességi, részben elszámolás-technikai okai vannak. Lengyelország esetében a harmadik országokból való beszerzés aránya még mindig közel 25 százalék.

16. táblázat
A kibővült EU részesedése
a Visegrádi országok agrárkereskedelmében
(százalék)

Ország/Év	Export	Import
Csehország	EU-15+EU-10= EU-27	EU-15+EU-10= EU-27
2003	38,0+42,5=80,5	52,4+22,9=75,3
2004	41,9+42,6=84,5	60,9+24,1=85,0
2005	41,7+43,1=84,8	62,4+26,6=89,0
2006	43,2+43,7=86,9	62,5+29,5=92,0
Magyarország	EU-15+EU-10= EU-27	EU-15+EU-10= EU-27
2003	48,8+13,3=62,1	53,0+15,1=68,1
2004	52,2+15,2=67,4	60,7+20,7=81,4
2005	51,9+15,9=67,8	64,8+22,2=87,0
2006	49,8+17,2=67,0	62,3+26,3=88,6
Lengyelország	EU-15+EU-10= EU-27	EU-15+EU-10= EU-27
2003	51,3+14,9=66,2	52,8+9,2=62,0
2004	57,1+15,3=72,4	63,1+9,0=72,1
2005	58,0+16,5=74,5	67,4+9,6=77,0
2006	58,1+18,8=76,9	66,0+9,9=75,9
Szlovákia	EU-15+EU-10= EU-27	EU-15+EU-10= EU-27
2003	19,8+64,4=84,2	34,8+48,0=82,8
2004	27,5+60,8=88,3	36,0+53,0=89,0
2005	29,8+59,2=89,0	33,6+58,9=92,5
2006	26,2+62,4=88,6	32,4+59,8=92,2

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

A fenti táblából nem csak a múltbeli tendenciákra, de a jövőre vonatkozóan is megfogalmazhatók bizonyos kérdések és következtetések:

- * habár a Visegrádi országok agrárkivitelében már ma is meghatározó, illetve jelentős szerepet játszanak az EU-25-ök, a 2007-ben tovább bővült EU agrárpiaci részaránya tovább fog nőni, elsősorban Magyarország és Lengyelország esetében, hiszen e két ország számára a most csatlakozott Románia és Bulgária jelentős agrárpiac volt, és sok esetben kereskedelmi korlátok hátráltatták a piacbővülést;
- * ugyanakkor további „EU-piac hódításra” csak a többlettermelés növekedése és a versenyképesség emelkedése esetében lehet számítani;
- * nem lehet elhanyagolni a harmadik piacokon való értékesítés lehetőségét, hiszen az EU piaca meglehetősen telített és mind a régi, mind az új tagok ellenérdekeltek a többi tagból való import fokozásában;

- * a WTO Dohai Fordulójának a további agrárkereskedelmi liberalizáció irányába való elmozdulással való lezárulása nem fog különösebb piacbővüléssel járni az EU-27-ek piacán, hiszen itt már nem lehet növelni a piacra jutást;
- * az import oldalon kisebb változásra csak Lengyelország esetében lehet számítani, hiszen itt a legalacsonyabb az EU-tagországok részesedése.

5) A Visegrádi országok agrárkereskedelmi árustruktúrájának alakulása

Az alábbiakban azt vizsgáljuk, hogyan változott a 4 Visegrádi ország agrártermék-kereskedelmének árustruktúrája a 2003 és 2006 közötti időszakban mind az EU-15-ök, mind az új tagok vonatkozásában. A könnyebb áttekinthetőség kedvéért a vizsgálatot országonként és főbb árucsoportonként végezzük el, s aztán próbálunk általános következtetéseket levonni.

5.1. Csehország

A 17. táblázat adatai szerint az EU-15-ökbe irányuló cseh *agrárexport* legdinamikusabban növekvő árucsoportjai a tejtermékek és az italféleségek, valamint a gabonafélék. Ezeken túl még a cukoripari termékek jelentősek. Az új tagokba irányuló *agrárexportot* az alacsonyabb feldolgozottsági fok jellemzi, hiszen fő árucsoportjai a gabonafélék, valamint a zöldség- és gyümölcsfélék. (18. táblázat)

Ami a cseh *agrárimport* árustruktúráját illeti, az EU-15-ökből érkező *agrárimport* legfőbb tételeivé a zöldség- és gyümölcsfélék váltak, ami részben a régi tagokon keresztül érkező déligyümölcs-szállításoknak tudható be. Hasonló okokból nőtt meg a kávé, tea, fűszerek, illetve a takarmányok részaránya. Emellett jelentősen nőtt a hús és húskészítmények behozatala is. (19. táblázat)

Az új tagokból származó cseh *agrárimport* legfőbb tétele a zöldség- és gyümölcs árucsoport, bár részaránya csökkenő tendenciát mutat, vélhetően a régi tagok versenyé következtében. A legdinamikusabban növekvő árucsoport a hús és húskészítmények, míg a tej és termékek, gabonafélék és a kávé, tea, fűszerek árucsoport részaránya 15, illetve 10-10 százalék körül stagnál, de a behozatal mennyisége természetesen nőtt. (20. táblázat)

17. táblázat
Az EU-15-ökbe irányuló cseh agrárexport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	420	622	886	952	73,7	78,7	83,7	80,6
Élő állat	25	55	81	90	4,0	7,0	7,6	7,6
Hús, húskészítmény	21	47	39	40	3,7	5,9	3,7	3,4
Tejtermék, tojás	44	112	171	247	7,7	14,2	16,1	20,9
Halak	26	28	29	31	4,6	3,5	2,7	2,6
Gabonafélék	89	56	175	178	15,6	7,1	16,5	15,1
Zöldség, gyümölcs	43	53	71	67	7,5	6,7	6,7	5,7
Cukor, cukorárú	66	153	168	118	11,6	19,4	15,9	10,0
Kávé, tea, fűszer	39	43	61	74	6,8	5,4	5,8	6,3
Takarmány	26	27	40	41	4,6	3,4	3,8	3,5
<i>Ital és dohány</i>	100	115	108	145	17,5	14,6	10,2	12,3
Italok	86	95	97	114	15,1	12,0	9,2	9,7
Dohány és dohánytermék	13	19	12	31	2,3	2,4	1,1	2,6
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	11	12	30	43	1,9	1,5	2,8	3,6
<i>Összes agrárexport EU-15-ökbe</i>	570	790	1059	1181	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

18. táblázat
Az EU-10-ekbe irányuló cseh agrárexport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	492	640	852	972	77,4	79,8	78,0	81,2
Hús, húskészítmény	29	46	89	98	4,6	5,7	8,1	8,2
Élő állat	15	44	42	42	2,4	5,5	3,8	3,5
Tejtermék, tojás	50	59	88	127	7,9	7,4	8,1	10,6
Halak	10	15	20	24	1,6	1,9	1,8	2,0
Gabonafélék	113	111	127	147	17,8	13,8	11,6	12,3
Zöldség, gyümölcs	43	84	148	153	6,8	10,5	13,5	12,8
Cukor, cukorárúk	20	58	66	86	3,1	7,2	6,0	7,2
Kávé, tea, fűszer	101	86	103	94	15,9	10,7	9,4	7,9
Takarmány	28	37	52	63	4,4	4,6	4,8	5,3
<i>Ital és dohány</i>	117	130	200	185	18,4	16,2	18,3	15,5
Italok	55	77	107	126	8,6	9,6	9,8	10,5
Dohány és dohánytermék	62	53	93	59	9,7	6,6	8,5	4,9
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	15	18	25	23	2,4	2,2	2,3	1,9
<i>Összes agrárexport EU 10-ekbe</i>	636	802	1093	1197	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

19. táblázat
Az EU-15-ökből érkező cseh agrárimport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	945	1346	1644	1910	75,3	75,4	76,8	78,3
Hús, húskészítmény	61	170	264	303	4,9	9,5	12,3	12,4
Élő állat	7	10	17	19	0,6	0,6	0,8	0,8
Tejtermék, tojás	42	63	110	141	3,3	3,5	5,1	5,8
Halak	25	32	48	57	2,0	1,8	2,2	2,3
Gabonafélék	74	97	116	144	5,9	5,4	5,4	5,9
Zöldség, gyümölcs	299	429	490	616	23,8	24,0	22,9	25,2
Cukor, cukorárúk	41	54	67	67	3,3	3,0	3,1	2,7
Kávész, tea, fűszer	106	149	186	188	8,4	8,4	8,7	7,7
Takarmány	171	207	201	205	13,6	11,6	9,4	8,4
<i>Ital és dohány</i>	115	215	265	277	9,2	12,1	12,4	11,4
Italok	92	144	160	181	7,3	8,1	7,5	7,4
Dohány és dohánytermék	23	71	105	96	1,8	4,0	4,9	3,9
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	88	97	97	107	7,0	5,4	4,5	4,4
<i>Összes agrárimport EU-15-ökből</i>	1255	1784	2142	2440	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

20. táblázat
Az EU-10-ekből érkező cseh agrárimport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	451	602	801	985	82,0	85,4	88,0	85,5
Élő állat	6	9	16	16	1,1	1,3	1,8	1,4
Hús, húskészítmény	34	54	106	125	6,2	7,7	11,6	10,9
Tejtermék, tojás	86	115	147	177	15,6	16,3	16,2	15,4
Halak	16	19	28	29	2,9	2,7	3,1	2,5
Gabonafélék	70	85	98	136	12,7	12,1	10,8	11,8
Zöldség, gyümölcs	106	121	160	193	19,3	17,2	17,6	16,8
Cukor, cukorárúk	18	41	53	63	3,3	5,8	5,8	5,5
Kávé, tea, fűszer	48	71	86	116	8,7	10,1	9,5	10,1
Takarmány	16	24	24	32	2,9	3,4	2,6	2,8
<i>Ital és dohány</i>	68	62	75	124	12,4	8,8	8,2	10,8
Italok	41	43	58	74	7,5	6,1	6,4	6,4
Dohány és dohánytermék	27	19	16	50	4,9	2,7	1,8	4,3
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	21	27	20	28	3,8	3,8	2,2	2,4
<i>Összes agrárimport EU-10-ekből</i>	550	705	910	1152	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

5.2. Magyarország

Az EU-15-ökbe irányuló cseh agrárexporttal ellentétben – ahol kivétel nélkül minden árucsoport exportja abszolút értékben nőtt – az EU-15-ökbe irányuló magyar *agrárexportban* három olyan árucsoport is van, ahol a kivitel értéke abszolút értékben is csökkent. (21. táblázat) Ezek: a hús és húskészítmények, a zöldség- és gyümölcs, valamint az italok. A csökkenés alapvetően versenyképességi okokra vezethető vissza. A visszaesés ellenére az agrárexport negyedét még mindig a hú ágazat adja, bár kérdés, hogy folytatódik-e a piacvesztés. Ráadásul több olyan árucsoport van (például kávé, tea, fűszerek, takarmány, állati zsír és növényi olaj), ahol a kivitel értéke stagnált. Az egyetlen dinamikus növekvő

árucsoport a gabonafélék exportja 2003 és 2006 között közel megháromszorozódott, és jelenleg az EU-15-ökbe irányuló agrárexportunk több mint 20 százalékát teszi ki. A gabonafélék exportjának megugrása egyértelműen a növekvő hazai termelésnek az eredője volt. A 21. táblázat adatai azt mutatják, hogy a régi tagországokba irányuló magyar agrár-export struktúrája nem a legkedvezőbb irányba változott a csatlakozást követően.

21. táblázat
Az EU-15-ökbe irányuló magyar agrárexport árstruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	1161	1351	1411	1504	88,8	88,4	91,7	91,5
Élő állat	59	71	81	87	4,5	4,6	5,3	5,3
Hús, húskészítmény	419	425	401	384	32,1	27,8	26,1	23,4
Tejtermék, tojás	31	35	39	56	2,4	2,3	2,5	3,4
Halak	5	4	13	4	0,4	0,3	0,8	0,2
Gabonafélék	112	193	297	349	8,6	12,6	19,3	21,2
Zöldség, gyümölcs	292	278	251	288	22,3	18,2	16,3	17,5
Cukor, cukorárúk	65	82	101	101	5,0	5,4	6,6	6,1
Kávésző, tea, fűszer	33	28	26	34	2,5	1,8	1,7	2,1
Takarmány	126	138	139	118	9,6	9,0	9,0	7,2
<i>Ital és dohány</i>	60	58	52	55	4,6	3,8	3,4	3,3
Italok	58	50	44	41	4,4	3,3	2,9	2,5
Dohány és dohánytermék	2	6	7	12	0,2	0,4	0,5	0,7
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	9	13	9	9	0,7	0,9	0,6	0,5
<i>Összes agrárexport EU-15-ökbe</i>	1307	1529	1538	1643	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Ami az új tagokba irányuló magyar agráréxport árustruktúráját illeti (22. táblázat), itt is megfigyelhető a korábban domináns hús és húskészítmények, valamint zöldség és gyümölcs árucsoport értékének csökkenése, illetve stagnálása, valamint a jelentős súlyvesztés, ami az új tagok piacáról való kiszorulás következménye. A gabonakivitel a jó termés ellenére is csak stagnált. Egyedül a cukor, a kávé, tea, fűszerek és az italok árucsoport részaránya emelkedett.

22. táblázat
Az EU-10-ekbe irányuló magyar agráréxport árustruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	309	378	410	494	86,8	85,1	87,2	87,1
Élő állat	5	5	8	11	1,4	1,1	1,7	1,9
Hús, húskészítmény	56	54	52	48	15,7	12,2	11,1	8,5
Tejtermék, tojás	11	11	17	27	3,1	2,5	3,6	4,8
Halak	1	1	0	0	0,3	0,2	0,0	0,0
Gabonafélék	51	60	63	77	14,3	13,5	13,4	13,6
Zöldség, gyümölcs	82	85	86	81	23,0	19,1	18,3	14,3
Cukor, cukorárúk	9	13	32	67	2,5	2,9	6,8	11,8
Kávé, tea, fűszer	41	58	68	93	11,5	13,1	14,5	16,4
Takarmány	38	47	44	39	10,7	10,6	9,4	6,9
<i>Ital és dohány</i>	27	34	43	60	7,6	7,7	9,1	10,6
Italok	25	26	31	45	7,0	5,9	6,6	7,9
Dohány és dohánytermék	2	5	10	13	0,6	1,1	2,1	2,3
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	15	22	8	4	4,2	5,0	1,7	0,7
<i>Összes agráréxport EU-10-ekbe</i>	356	444	470	567	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányáru;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Az EU-15-ökből érkező magyar *agrárimport* legfőbb tétele a zöldség-gyümölcs árucsoport maradt, bár súlya csökkent. Ezzel szemben a hús és húskészítmény, valamint a tejtermék-import közel háromszorosára emelkedett, s részaránya is jelentősen nőtt, ami komoly veszélyt jelent a magyar hús- és tejipar számára. Továbbra is jelentős maradt a ta-

kormányok árucsoportja, aminek az értéknövekedését a tengerentúli szállítások ezen relációban történt elszámolása okozta. (23. táblázat)

23. táblázat
Az EU-15-ökből érkező magyar agrárimport árustruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	578	938	1220	1263	74,7	77,0	79,7	77,3
Élő állat	9	34	60	26	1,2	4,8	3,9	1,6
Hús, húskészítmény	60	134	198	185	7,8	11,0	12,9	11,3
Tejtermék, tojás	44	60	94	116	5,7	4,9	6,1	7,1
Halak	9	11	16	19	1,2	0,9	1,0	1,2
Gabonafélék	40	70	86	98	5,2	5,7	5,6	6,0
Zöldség, gyümölcs	145	187	230	246	18,7	15,4	15,0	15,1
Cukor, cukorárúk	14	16	26	35	1,8	1,3	1,7	2,1
Kávésző, tea, fűszer	65	101	125	151	8,4	8,3	8,2	9,2
Takarmány	92	144	187	186	11,9	11,8	12,2	11,4
<i>Ital és dohány</i>	68	114	103	145	8,8	9,4	6,7	8,9
Italok	55	84	93	106	7,1	6,9	6,1	6,5
Dohány és dohánytermék	14	25	4	28	1,8	2,1	0,3	1,7
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	50	50	59	49	6,5	4,1	3,9	3,0
<i>Összes agrárimport EU-15-ökből</i>	774	1218	1530	1634	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás.

Az új tagokból érkező magyar agrárimport legfőbb árucsoportjává a tej és tejtermékek, a dohány, valamint az élő állat, a hús és hústermékek váltak, illetve a takarmány maradtak. Ugyanakkor a gabonafélék, a zöldség és gyümölcs, a cukor és a kávé, tea, fűszerek árucsoport súlya csökkent, részben a hazai termelés növekedése (gabona), részben a többi EU-tagországból való beszerzés növekedése következtében.

24. táblázat
Az EU-10-ből érkező magyar agrárimport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	199	351	454	563	90,0	84,4	86,6	81,7
Élő állat	4	16	16	57	1,8	3,8	3,1	8,3
Hús, húskészítmény	2	13	42	32	0,9	3,1	8,0	4,6
Tejtermék, tojás	21	56	75	84	9,5	13,5	14,3	12,2
Halak	8	10	13	11	3,6	2,4	2,5	1,6
Gabonafélék	48	68	78	65	21,7	16,3	14,9	9,4
Zöldség, gyümölcs	27	43	57	55	12,2	10,3	10,9	8,0
Cukor, cukorárúk	19	28	23	26	8,6	6,7	4,4	3,8
Kávé, tea, fűszer	36	55	64	69	16,3	13,2	12,2	10,0
Takarmány	9	12	15	56	4,1	2,9	2,9	8,1
<i>Ital és dohány</i>	12	44	49	94	5,4	10,6	9,4	13,6
Italok	11	31	45	37	5,0	7,5	8,6	5,4
Dohány és dohánytermék	0	12	0	53	0,0	2,9	0,0	7,7
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	8	10	6	3	3,6	2,4	1,1	0,4
<i>Összes agrárimport EU-10-ekből</i>	221	416	524	689	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

5.3. Lengyelország

A régi EU-tagokba irányuló lengyel *agrárimport* esetében határozott tendencia mutatkozik a hús és húskészítmények, de különösen a tej és tejipari termékek értékének és részarányának növekedésére, ami ezen két szektor növekvő EU-beli versenyképességére vezethető vissza. Az utóbbi árucsoport kivitelének értéke például hatszorosára nőtt 2003 és 2006 között. Ugyanakkor a zöldség és gyümölcs árucsoport részaránya jelentősen csökkent, bár a kivitel értéke nőtt. Lengyelországban is az figyelhető meg, mint Csehország esetében, nevezetesen, hogy a régi tagokba irányuló agrárkivitel valamennyi árucsoportban abszolút értékben nőtt, nem úgy mint Magyarországon. (25. táblázat)

25. táblázat
Az EU-15-ökbe irányuló lengyel agrárexport árustruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	1850	2711	3744	4392	90,9	91,2	91,0	89,6
Élő állat	112	169	212	239	5,5	5,7	5,2	4,9
Hús, húskészítmény	339	493	745	984	16,7	16,6	18,1	20,1
Tejtermék, tojás	101	315	569	613	5,0	10,6	13,8	12,5
Halak	202	295	414	540	9,9	9,9	10,1	11,0
Gabonafélék	48	119	299	285	2,4	4,0	7,3	5,8
Zöldség, gyümölcs	801	855	966	1145	39,3	28,7	23,5	23,4
Cukor, cukorárúk	56	159	122	92	2,8	5,3	3,0	1,9
Kávész, tea, fűszer	76	142	155	197	3,7	4,8	3,8	4,0
Takarmány	58	80	110	112	2,8	2,7	2,7	2,3
<i>Ital és dohány</i>	31	90	130	205	1,5	3,0	3,2	4,2
Italok	28	60	84	100	1,4	2,0	2,0	2,0
Dohány és dohánytermék	3	30	47	105	0,1	1,0	1,1	2,1
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	3	23	67	123	0,1	0,8	1,6	2,5
<i>Összes agrárexport EU-15-ökbe</i>	2036	2974	4115	4903	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

A lengyel agrárexport nem csak a régi, de az új tagok vonatkozásában is minden árucsoport esetében nőtt. A legdinamikusabb növekedésre és részarány-emelkedésre itt is az élő állat, a hús és hústermékek, illetve tej és tejtermékek árucsoportban került sor, amelyek együttes részaránya közel 30 százalékot tesz ki. Az élő állat és a hús és hústermékek export-részarányának növekedésében jelentős szerepet játszott a lengyel hústermékek 2006-os orosz exporttilalma. Bár a zöldség és gyümölcs árucsoport kivitele is nőtt, de részaránya közel 10 százalékponttal, 18 százalékra csökkent. (26. táblázat)

26. táblázat
Az EU-10-ekbe irányuló lengyel agrárexport árústruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	563	730	1025	1344	94,9	91,4	87,5	84,8
Élő állat	4	7	16	58	0,7	0,9	1,4	3,2
Hús, húskészítmény	16	57	164	237	2,7	7,1	14,0	15,0
Tejtermék, tojás	52	97	158	213	8,8	12,1	13,5	13,4
Halak	27	27	29	33	4,6	3,4	2,5	2,1
Gabonafélék	83	111	132	152	14,0	13,9	11,3	9,6
Zöldség, gyümölcs	162	181	194	288	27,3	22,7	16,6	18,2
Cukor, cukorárak	37	41	52	61	6,2	5,1	4,4	3,8
Kávé, tea, fűszer	97	113	136	150	16,4	14,1	11,6	9,5
Takarmány	12	14	27	47	2,0	1,8	2,3	3,0
<i>Ital és dohány</i>	19	55	126	209	3,2	6,9	10,8	13,2
Italok	7	30	65	74	1,2	3,8	5,6	4,7
Dohány és dohánytermék	12	24	61	134	2,0	3,0	5,2	8,5
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	2	3	8	17	0,3	0,4	0,7	1,1
<i>Összes agrárexport EU-10-ekbe</i>	593	799	1171	1585	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárak;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

A régi EU-tagokból érkező lengyel *agrárimport* szintén valamennyi árucsoportban nőtt, ugyanakkor drasztikus árústruktúra-váltás nem ment végbe. A legfőbb árucsoport a zöldség és gyümölcs, közel egynegyedes részaránnyal, míg az import többi része meglehetősen egyenletesen terített. Jelentősebb részarány-növekedésre a hús és húskészítmények esetében került sor, de ezen árucsoport részaránya még így is csak 10 százalék körüli. (27. táblázat)

27. táblázat
Az EU-15-ökből érkező lengyel agrárimport árústruktúrájának alakulása
2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	1398	2099	2843	3252	75,4	75,6	77,4	78,2
Élő állat	32	56	81	91	1,7	2,0	2,2	1,5
Hús, húskészítmény	75	216	369	389	4,0	7,8	10,0	9,3
Tejtermék, tojás	32	52	96	127	1,7	1,9	2,6	3,1
Halak	67	171	319	355	3,6	6,2	8,7	8,5
Gabonafélék	87	188	187	249	4,7	6,8	5,1	6,0
Zöldség, gyümölcs	423	594	816	979	22,8	21,4	22,2	23,5
Cukor, cukorárúk	62	63	78	100	3,3	2,3	2,1	2,4
Kávésző, tea, fűszer	202	289	332	382	10,9	10,4	9,0	9,2
Takarmány	244	239	284	268	13,2	8,6	7,7	6,4
<i>Ital és dohány</i>	108	226	309	308	5,8	8,1	8,4	7,4
Italok	91	120	163	194	4,9	4,3	4,4	4,7
Dohány és dohánytermék	15	106	146	114	0,8	3,8	4,0	2,7
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	175	208	219	274	9,4	7,5	6,0	6,6
<i>Összes agrárimport EU-15-ökből</i>	1853	2778	3673	4161	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Az új tagokból érkező lengyel importot az alacsony feldolgozottságú termékek uralják, mindenekelőtt a zöldség-gyümölcs, illetve a gabonafélék. Ez a két árucsoport az új tagokból származó import mintegy 35 százalékát teszi ki. Emellett még a cukorimport vált jelentősebbé. (28. táblázat)

28. táblázat
Az EU-10-ekből érkező lengyel agrárimport árústruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	302	360	462	553	93,2	90,5	88,0	88,6
Élő állat	4	8	16	21	1,2	4,0	3,0	3,4
Hús, húskészítmény	6	11	25	18	1,9	2,8	4,8	2,9
Tejtermék, tojás	14	14	17	33	4,3	3,5	3,2	5,3
Halak	5	8	12	10	1,5	2,0	2,3	1,6
Gabonafélék	92	100	110	157	28,4	25,1	21,0	25,2
Zöldség, gyümölcs	53	55	67	68	16,4	13,8	12,8	10,9
Cukor, cukorárúk	11	28	41	68	3,4	7,0	7,8	10,9
Kávé, tea, fűszer	52	63	87	91	16,0	15,8	16,6	14,6
Takarmány	36	37	42	44	11,1	9,3	8,0	7,1
<i>Ital és dohány</i>	12	21	38	47	3,7	5,3	7,2	7,5
Italok	12	16	24	24	3,7	4,0	4,6	3,8
Dohány és dohánytermék	0	5	15	23	0,0	1,3	2,9	3,7
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	4	11	18	18	1,2	2,8	3,4	2,9
<i>Összes agrárimport EU-10-ekből</i>	324	398	525	624	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányáru;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

5.4. Szlovákia

Szlovákia régi tagországokba irányuló *agrárexportja* is szinte minden árucsoport esetében nőtt. Erőteljes specializáció jellemzi az agrárkivitelt, hiszen hús százalékát a tejtermékek és másik hús százalékát a gabonafélék teszik ki, s mindkét árucsoport részaránya a vizsgált időszakban emelkedett. Drasztikusabban még a cukorkivitel nőtt, részaránya megduplázódott. Ugyanakkor az élő állat kivitelének korábbi 16 százalékos aránya 11 százalékra csökkent. (29. táblázat)

29. táblázat
Az EU-15-ökbe irányuló szlovák agrárexport árústruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	91	180	279	309	81,3	84,9	88,3	91,2
Élő állat	18	29	28	38	16,1	13,7	8,9	11,1
Hús, húskészítmény	6	15	27	20	5,4	7,1	8,5	5,9
Tejtermék, tojás	14	27	63	67	12,5	12,7	19,9	19,8
Halak	1	1	1	1	0,9	0,5	0,3	0,3
Gabonafélék	15	21	38	70	13,4	9,9	12,0	20,6
Zöldség, gyümölcs	14	30	30	24	12,5	14,2	9,5	7,1
Cukor, cukorárúk	7	28	41	46	6,3	13,2	13,0	13,6
Kávé, tea, fűszer	8	20	34	30	7,1	9,4	10,8	8,8
Takarmány	8	7	8	7	7,1	3,3	2,5	2,1
<i>Ital és dohány</i>	16	19	17	17	14,3	9,0	5,4	5,0
Italok	10	12	13	14	8,9	5,7	4,1	4,1
Dohány és dohánytermék	6	7	5	3	5,4	3,3	1,6	0,9
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	3	8	12	8	2,7	3,8	3,8	2,4
<i>Összes agrárexport EU-15-ökbe</i>	112	212	316	339	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Szlovákia új tagokba irányuló agrárkivitelét már a csatlakozás előtt is a gabonafélék uralták, s ez a helyzet 2004 májusa után sem változott meg, a gabonafélék megőrizték 20 százalék körüli részarányukat. Ugyancsak a korábbi 15-16 százalékos részarányt tartotta a tej és tejtermékek árucsoport, illetve a tíz százalék körüli részarányt a zöldség-gyümölcs árucsoport. Ugyanakkor látványosan nőtt a hús és húskészítmények, valamint a cukor és az élő állat részaránya, s jelentősen csökkent az italoké és dohányárúké. (30. táblázat)

30. táblázat
Az EU-10-ekbe irányuló szlovák agrárexport árústruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	288	384	570	739	78,9	81,9	90,9	91,6
Élő állat	7	25	23	29	1,9	5,3	3,7	3,6
Hús, húskészítmény	5	25	70	69	1,4	5,3	11,2	8,6
Tejtermék, tojás	59	74	100	121	16,2	15,8	15,9	15,0
Halak	2	3	3	5	0,5	0,6	0,5	0,6
Gabonafélék	75	76	101	160	20,5	16,2	16,1	19,8
Zöldség, gyümölcs	36	34	72	90	9,9	7,2	11,5	11,2
Cukor, cukorárúk	21	53	65	95	5,8	11,3	10,4	11,8
Kávé, tea, fűszer	38	57	60	88	10,4	12,2	9,6	10,9
Takarmány	10	10	14	18	2,7	2,1	2,2	2,2
<i>Ital és dohány</i>	54	43	24	39	14,8	9,2	3,8	4,8
Italok	32	32	23	38	8,8	6,8	3,7	4,7
Dohány és dohánytermék	21	12	1	1	5,8	2,6	0,2	0,1
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	17	35	12	22	4,7	7,5	1,9	2,7
<i>Összes agrárexport EU-10-ekbe</i>	365	469	627	807	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányárú;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Ami a régi tagokból származó szlovák *agrárimportot* illeti, a legjelentősebb növekedésre és részarány-emelkedésre a zöldség-gyümölcs árucsoportban került sor, amelynek részaránya megközelítette a harminc százalékot. A másik két jelentősebb, tíz százalék körüli részesedésű árucsoport a kávé, tea, fűszerek, valamint a hús és húskészítmények lettek. (31. táblázat)

31. táblázat
Az EU-15-ökből érkező szlovák agrárimport árústruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	263	347	430	501	80,9	78,2	77,1	80,9
Élő állat	3	3	7	10	0,9	0,7	1,3	1,6
Hús, húskészítmény	18	39	66	60	5,5	8,8	11,8	9,7
Tejtermék, tojás	9	15	23	23	2,8	3,4	4,1	3,7
Halak	7	8	10	12	2,2	1,8	1,8	1,9
Gabonafélék	18	21	26	31	5,5	4,7	4,7	5,0
Zöldség, gyümölcs	63	107	136	171	19,4	24,1	24,4	27,6
Cukor, cukorárúk	16	13	11	20	4,9	2,9	2,0	3,2
Kávé, tea, fűszer	28	44	57	74	8,6	9,9	10,2	12,0
Takarmány	59	64	53	60	18,2	14,4	9,5	9,7
<i>Ital és dohány</i>	28	35	61	44	8,6	7,9	10,9	7,1
Italok	18	20	28	32	5,5	4,5	5,0	5,2
Dohány és dohánytermék	10	15	33	13	3,1	3,4	5,9	2,1
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	15	25	22	32	4,6	5,6	3,9	5,2
<i>Összes agrárimport EU-15-ökből</i>	325	444	558	619	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányáru;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Az új tagokból érkező szlovák agrárimport kevésbé koncentrált, mint a régi tagokból érkező. Mind a hús és húskészítmények, mind pedig a tej és tejtermékek behozatala dinamikusán nőtt, részaránya közel 14, illetve 11 százalékra emelkedett. A gabonaféléké és az italoké 10-11 százalék körül stagnált. (32. táblázat)

32. táblázat
Az EU-10-ekből érkező szlovák agrárimport árustruktúrájának alakulása 2003 és 2006 között

Árucsoport*	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
<i>Élelmiszer, élő állat</i>	317	496	757	933	70,8	75,8	77,5	81,8
Élő állat	11	23	25	25	4,5	3,5	4,6	4,2
Hús, húskészítmény	37	59	135	155	8,3	9,0	13,8	13,6
Tejtermék, tojás	34	51	97	127	7,6	7,8	9,9	11,1
Halak	8	15	18	22	1,8	2,3	1,8	1,9
Gabonafélék	56	65	84	125	12,5	9,9	8,6	11,0
Zöldség, gyümölcs	44	83	136	176	9,8	12,7	13,9	15,4
Cukor, cukorárúk	19	33	49	52	4,2	5,0	5,0	4,6
Kávé, tea, fűszer	41	55	77	92	9,2	8,4	7,9	8,1
Takarmány	14	36	38	48	3,1	5,5	3,9	4,2
<i>Ital és dohány</i>	107	123	182	158	23,9	18,8	18,6	13,9
Italok	47	62	91	117	10,5	9,5	9,3	10,3
Dohány és dohánytermék	60	62	90	41	13,4	9,5	9,2	3,6
<i>Állati zsír és növényi olaj</i>	15	24	25	36	3,3	3,7	2,6	3,2
<i>Összes agrárimport EU-10-ekből</i>	448	654	977	1140	100,0	100,0	100,0	100,0

* Az árucsoportoknál az SITC nomenklatúrával dolgoztunk:

0 = Food and live animals = Élelmiszer és élő állat;

1 = Beverages and tobacco = Ital és dohányáru;

4 = Animal and vegetable oils = Állati zsír és növényi olaj.

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

6) A relációs struktúra alakulása

Végezetül megvizsgáljuk, hogyan alakult az egyes Visegrádi országok relációs struktúrája a 2003 és 2006 közötti időszakban mind a régi, mind pedig az új tagok vonatkozásában: milyen hasonlóságot, illetve különbséget mutat a partnerkapcsolatok alakulása.

6.1. A Visegrádi országok EU-15-ökbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

A 33. táblázat adatai szerint a cseh agrárexport meglehetősen koncentrált, hiszen az agrárkivitel több mint fele Németországba irányul,¹⁴ valamivel több mint tíz százaléka Ausztriába és közel tíz százaléka pedig Olaszországba. Jelentősebb súlycsökkenésre Belgium, Hollandia és Nagy-Britannia esetében került sor.

Bár Magyarország esetében is Németország, Ausztria és Olaszország a három legfőbb exportpiac a régi tagországok közül, de akkora német túlsúllyal, mint Csehország esetében, nem találkozhatunk. Érdekes módon a hagyományos német piacra való agrárszállítások abszolút értékben is csökkentek, míg Olaszország esetében több mint 80 százalékkal nőtt a kivitel értéke 2003 és 2006 között. 6-7 százalékos részarányt képviselnek Franciaország, Nagy-Britannia, Hollandia és Görögország, ahová egyértelműen a csatlakozást követően dinamizálódtak az agrárszállítások. (34. táblázat)

Habár Lengyelország esetében is Németország a legfőbb piac (40 százalékon felüli részesedéssel), 10 százalékon felüli részesedéssel rendelkezik még Nagy-Britannia, Olaszország és Hollandia (35. táblázat). Lengyelország esetében nem találunk olyan régi EU-tagországot, ahova ne nőttek volna a lengyel agrárszállítások.

¹⁴ 2006 első hat hónapjában Csehország Németország első számú búzaszállítójává vált, megelőzve Franciaországot.

33. táblázat
Csehország EU-15-ökbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	56,1	94,0	124,8	136,3	10,6	12,5	12,2	11,9
Belgium	47,0	69,8	42,8	41,3	8,9	9,3	4,2	3,6
Németország	266,1	324,7	560,5	602,5	50,2	43,3	54,7	52,8
Dánia	4,6	8,9	11,2	14,7	0,9	1,2	1,1	1,3
Spanyolország	11,5	15,6	17,4	22,4	2,2	2,1	1,7	2,0
Finnország	1,9	6,3	7,5	9,7	0,4	0,8	0,7	0,9
Franciaország	23,5	28,8	49,7	50,1	4,4	3,8	4,9	4,4
Egyesült Királyság	48,8	73,3	59,0	75,4	9,2	9,8	5,8	6,6
Görögország	2,9	9,3	11,9	16,6	0,5	1,2	1,2	1,5
Írország	2,7	3,0	2,8	4,3	0,5	0,4	0,3	0,4
Olaszország	23,0	53,2	67,9	92,4	4,3	7,1	6,6	8,1
Luxemburg	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Hollandia	35,2	51,8	52,3	52,4	6,6	6,9	5,1	4,6
Portugália	0,7	0,4	0,8	1,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Svédország	6,5	10,0	15,4	21,0	1,2	1,3	1,5	1,8
EU-15	530,5	749,4	1024,2	1140,6	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

34. táblázat
Magyarország EU-15-ökbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	187,8	215,1	197,5	236,3	15,3	15,1	13,4	15,1
Belgium	51,9	43,0	51,9	53,0	4,2	3,0	3,5	3,4
Németország	439,0	478,6	426,9	428,8	35,7	33,7	29,0	27,3
Dánia	11,7	12,2	12,6	17,7	1,0	0,9	0,9	1,1
Spanyolország	60,0	48,5	76,5	69,2	4,9	3,4	5,2	4,4
Finnország	11,0	13,1	11,1	10,8	0,9	0,9	0,8	0,7
Franciaország	94,2	118,2	114,2	93,7	7,7	8,3	7,8	6,0
Egyesült Királyság	86,3	95,0	92,5	116,8	7,0	6,7	6,3	7,4
Görögország	17,4	69,5	104,3	96,1	1,4	4,9	7,1	6,1
Írország	2,0	2,1	1,5	4,0	0,2	0,1	0,1	0,3
Olaszország	169,7	214,6	264,1	311,6	13,8	15,1	17,9	19,9
Luxemburg	0,0	0,1	0,4	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1
Hollandia	70,5	75,6	81,0	96,3	5,7	5,3	5,5	6,1
Portugália	3,3	5,3	4,2	2,9	0,3	0,4	0,3	0,2
Svédország	25,0	30,7	34,1	30,2	2,0	2,2	2,3	1,9
EU-15	1229,8	1421,5	1472,8	1568,4	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

35. táblázat
Lengyelország EU-15-ökbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	54,1	76,5	127,5	157,6	2,9	2,7	3,2	3,3
Belgium	53,5	118,9	125,6	128,6	2,8	4,2	3,2	2,7
Németország	900,0	1248,5	1690,9	1947,5	47,8	44,2	42,9	41,3
Dánia	84,1	121,2	231,2	258,4	4,5	4,3	5,9	5,5
Spanyolország	25,3	70,9	144,5	163,8	1,3	2,5	3,7	3,5
Finnország	14,1	23,3	36,7	39,9	0,7	0,8	0,9	0,8
Franciaország	106,8	167,5	215,0	280,7	5,7	5,9	5,5	5,9
Egyesült Királyság	178,3	298,7	397,8	529,1	9,5	10,6	10,1	11,2
Görögország	9,6	21,7	36,9	47,8	0,5	0,8	0,9	1,0
Írország	5,9	18,0	19,6	33,8	0,3	0,6	0,5	0,7
Olaszország	166,2	273,1	386,1	504,3	8,8	9,7	9,8	10,7
Luxemburg	0,4	1,4	2,8	3,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Hollandia	214,0	291,2	404,7	499,3	11,4	10,3	10,3	10,6
Portugália	1,6	9,5	17,5	12,9	0,1	0,3	0,4	0,3
Svédország	70,8	83,8	104,7	113,5	3,8	3,0	2,7	2,4
EU-15	1884,5	2824,3	3941,5	4720,4	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

36. táblázat
Szlovákia EU-15-ökbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	17,6	41,1	68,6	77,6	16,1	19,8	22,3	23,2
Belgium	12,6	13,6	13,4	17,1	11,6	6,6	4,3	5,1
Németország	32,0	54,1	81,7	66,1	29,4	26,1	26,5	19,8
Dánia	0,3	2,4	3,1	3,4	0,3	1,2	1,0	1,0
Spanyolország	1,6	4,2	6,8	21,8	1,5	2,0	2,2	6,5
Finnország	0,8	0,7	0,1	0,9	0,7	0,3	0,0	0,3
Franciaország	6,8	11,4	9,8	15,0	6,2	5,5	3,2	4,5
Egyesült Királyság	1,1	4,8	17,1	19,0	1,0	2,3	5,5	5,7
Görögország	0,7	1,9	5,6	7,9	0,6	0,9	1,8	2,4
Írország	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
Olaszország	12,0	45,5	62,6	74,4	11,0	22,0	20,3	22,3
Luxemburg	0,0	0,5	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
Hollandia	16,1	16,0	28,4	25,4	14,8	7,7	9,2	7,6
Portugália	0,0	0,7	0,9	1,5	0,0	0,3	0,3	0,4
Svédország	7,3	10,1	9,9	3,8	6,7	4,9	3,2	1,1
EU-15	109,0	207,1	308,3	334,1	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Szlovákia EU-15-ökbe irányuló agrárexportja szintén kiegyensúlyozott képet mutat, hiszen a három legnagyobb partner Németország, Ausztria és Olaszország. Amíg azonban Németország csökkenő részesedést tudott csak elérni, addig Ausztria részaránya hét százalékponttal nőtt 23 százalékra, míg Olaszország részesedése 2003 és 2006 között megduplázódott. Hollandia részaránya jelentősen csökkent, bár a szlovák agrárkivitel értéke nőtt. (36. táblázat)

Összességében tehát megállapítható, hogy a Visegrádi országok legfőbb agrárpiacai Németország, Ausztria és Olaszország. De míg Németország és Ausztria súlya csökkenő tendenciát mutat, addig Olaszországé növekvőt. Ezeken túl még Nagy-Britannia, illetve Hollandia jelentősebb piacok. (37. táblázat)

37. táblázat
A Visegrádi országok EU-15-be irányuló agrárexportjának
relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	315,6	426,7	390,9	607,8	8,4	8,2	13,9	7,8
Belgium	165,0	245,3	108,1	240,0	4,4	4,7	3,9	3,1
Németország	1637,1	2105,9	1069,1	3044,9	43,6	40,5	38,1	39,2
Dánia	100,7	144,7	26,9	294,2	2,7	2,8	1,0	3,8
Spanyolország	98,4	139,2	100,7	277,2	2,6	2,7	3,6	3,6
Finnország	27,8	43,4	18,7	61,3	0,7	0,8	0,7	0,8
Franciaország	231,3	325,9	173,7	439,5	6,2	6,3	6,2	5,7
Egyesült Királyság	314,5	471,8	168,6	740,3	8,4	9,1	6,0	9,5
Görögország	30,6	102,4	121,8	168,4	0,8	2,0	4,3	2,2
Írország	10,7	23,1	4,5	42,2	0,3	0,4	0,2	0,5
Olaszország	370,9	586,4	394,6	982,7	9,9	11,3	14,1	12,7
Luxemburg	0,5	2,1	0,6	4,2	0,0	0,0	0,0	0,1
Hollandia	335,8	434,6	161,7	673,4	8,9	8,4	5,8	8,7
Portugália	5,6	15,9	5,9	18,3	0,1	0,3	0,2	0,2
Svédország	109,6	134,6	59,4	168,5	2,9	2,6	2,1	2,2
EU-15	3753,8	5202,3	2805,3	7763,5	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

6.2. A Visegrádi országok EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

A cseh agrárimport – az agrárexportéhoz hasonlóan – erőteljes koncentrációt mutat. Legfőbb beszerzési forrás Németország, mintegy 40 százalékos részaránnyal. A második Hollandia lett, részben az új statisztikai nyilvántartási rendszer következtében. 8-9 százalékos súllyal szerepelnek még Ausztria, Olaszország és Spanyolország. (38. táblázat)

Magyarország esetében is Németország a legfőbb beszerzési forrás, mintegy 37 százalékos részaránnyal. (39. táblázat) A második Hollandia, 17 százalékkal. Őket Ausztria és Olaszország követi. A magas német és holland részarány ugyancsak az új elszámolási rendszerrel magyarázható.

A lengyel agrárimport legfőbb beszerzési országai Németország és Hollandia, ahonnan összesen az agrárimport közel fele érkezik. Fontos szállító még Dánia, Spanyolország és Olaszország. (40. táblázat)

38. táblázat
Csehország EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	87,5	117,8	160,9	198,0	7,6	7,1	8,0	8,6
Belgium	57,7	109,4	103,7	124,7	5,0	6,6	5,2	5,4
Németország	439,8	658,1	845,2	916,9	38,3	39,7	42,1	40,0
Dánia	34,5	50,2	49,5	54,8	3,0	3,0	2,5	2,4
Spanyolország	157,3	174,1	182,3	195,3	13,7	10,5	9,1	8,5
Finnország	4,3	4,3	8,0	14,5	0,4	0,3	0,4	0,6
Franciaország	81,1	104,3	123,0	147,1	7,1	6,3	6,1	6,4
Egyesült Királyság	27,3	35,7	39,8	48,8	2,4	2,2	2,0	2,1
Görögország	27,7	28,5	26,8	36,0	2,4	1,7	1,3	1,6
Írország	9,5	13,2	16,9	20,0	0,8	0,8	0,8	0,9
Olaszország	135,0	155,5	181,9	216,5	11,8	9,4	9,1	9,4
Luxemburg	0,2	0,6	1,4	1,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Hollandia	72,6	189,7	247,3	296,9	6,3	11,4	12,3	12,9
Portugália	1,8	1,8	2,7	4,2	0,2	0,1	0,1	0,2
Svédország	11,4	13,6	16,4	18,9	1,0	0,8	0,8	0,8
EU-15	1147,7	1658,8	2006,0	2293,6	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

39. táblázat
Magyarország EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	63,9	103,3	140,4	169,1	9,2	9,4	10,2	11,4
Belgium	33,7	40,7	42,8	68,4	4,8	3,7	3,1	4,6
Németország	187,0	341,7	501,2	557,1	26,9	31,0	36,3	37,7
Dánia	24,8	29,0	36,7	27,9	3,6	2,6	2,7	1,9
Spanyolország	62,0	83,0	84,0	77,5	8,9	7,5	6,1	5,2
Finnország	1,1	0,6	1,0	1,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Franciaország	55,8	85,5	89,9	95,3	8,0	7,8	6,5	6,5
Egyesült Királyság	26,1	32,6	35,2	50,6	3,7	3,0	2,5	3,4
Görögország	28,8	26,0	22,1	18,6	4,1	2,4	1,6	1,3
Írország	6,2	8,4	8,7	7,6	0,9	0,8	0,6	0,5
Olaszország	94,2	115,3	140,5	139,7	13,5	10,5	10,2	9,5
Luxemburg	0,1	0,9	1,5	0,9	0,0	0,1	0,1	0,1
Hollandia	104,7	226,4	267,8	252,5	15,0	20,5	19,4	17,1
Portugália	0,6	0,5	0,9	3,1	0,1	0,0	0,1	0,2
Svédország	7,3	8,1	8,9	7,7	1,0	0,7	0,6	0,5
EU-15	696,4	1102,1	1381,7	1477,3	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

40. táblázat
Lengyelország EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	35,9	49,2	72,7	88,6	2,1	1,9	2,2	2,3
Belgium	85,9	147,2	194,4	181,9	5,1	5,8	5,8	4,7
Németország	444,4	738,9	1025,6	1182,5	26,4	29,2	30,4	30,8
Dánia	98,2	178,8	294,0	323,9	5,8	7,1	8,7	8,4
Spanyolország	276,2	296,5	307,1	349,0	16,4	11,7	9,1	9,1
Finnország	6,6	10,2	19,8	32,9	0,4	0,4	0,6	0,9
Franciaország	135,0	204,0	215,6	249,4	8,0	8,1	6,4	6,5
Egyesült Királyság	59,9	73,8	100,3	127,9	3,6	2,9	3,0	3,3
Görögország	53,8	66,1	66,2	70,5	3,2	2,6	2,0	1,8
Írország	17,4	23,9	24,5	34,8	1,0	0,9	0,7	0,9
Olaszország	162,8	206,1	263,7	288,2	9,7	8,1	7,8	7,5
Luxemburg	0,2	0,4	1,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Hollandia	274,0	457,4	615,7	669,2	16,3	18,1	18,3	17,5
Portugália	1,3	3,3	9,2	8,0	0,1	0,1	0,3	0,2
Svédország	29,1	76,2	160,6	221,5	1,7	3,0	4,8	5,8
EU-15	1680,6	2532,0	3370,5	3834,3	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

41. táblázat
Szlovákia EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	33,7	47,2	78,9	75,6	11,4	11,6	15,4	13,1
Belgium	11,9	15,2	20,1	20,0	4,0	3,7	3,9	3,5
Németország	84,0	138,8	183,0	190,4	28,4	34,1	35,6	33,0
Dánia	8,8	11,9	17,6	16,4	3,0	2,9	3,4	2,8
Spanyolország	30,2	31,7	29,6	40,5	10,2	7,8	5,8	7,0
Finnország	0,5	0,9	1,3	1,6	0,2	0,2	0,3	0,3
Franciaország	18,9	26,2	32,8	31,5	6,4	6,4	6,4	5,5
Egyesült Királyság	5,1	4,8	6,9	13,4	1,7	1,2	1,3	2,3
Görögország	7,3	9,8	15,1	11,5	2,5	2,4	2,9	2,0
Írország	3,6	2,2	1,7	1,7	1,2	0,5	0,3	0,3
Olaszország	37,0	43,9	53,1	72,6	12,5	10,8	10,3	12,6
Luxemburg	0,0	0,4	0,4	0,5	0,0	0,1	0,1	0,1
Hollandia	52,1	66,5	67,7	95,1	17,6	16,4	13,2	16,5
Portugália	0,1	0,3	0,9	1,4	0,0	0,1	0,2	0,2
Svédország	2,7	4,7	4,4	4,9	0,9	1,2	0,9	0,8
EU-15	295,8	406,7	513,5	577,3	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

42. táblázat
A Visegrádi országok EU-15-ökből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ausztria	221,0	317,5	452,9	531,3	5,8	5,6	6,2	6,5
Belgium	189,2	312,5	361,0	395,0	5,0	5,5	5,0	4,8
Németország	1155,2	1877,5	2555,0	2846,9	30,2	32,9	35,1	34,8
Dánia	166,3	269,9	397,8	423,0	4,4	4,7	5,5	5,2
Spanyolország	525,7	585,3	603,0	662,3	13,8	10,3	8,3	8,1
Finnország	12,5	16,0	30,1	50,2	0,3	0,3	0,4	0,6
Franciaország	290,8	420,0	461,3	523,3	7,6	7,4	6,3	6,4
Egyesült Királyság	118,4	146,9	182,2	240,7	3,1	2,6	2,5	2,9
Görögország	117,6	130,4	130,2	136,6	3,1	2,3	1,8	1,7
Írország	36,7	47,7	51,8	64,1	1,0	0,8	0,7	0,8
Olaszország	429,0	520,8	639,2	717,0	11,2	9,1	8,8	8,8
Luxemburg	0,5	2,3	4,3	3,5	0,0	0,0	0,1	0,0
Hollandia	503,4	940,0	1198,5	1313,7	13,2	16,5	16,5	16,1
Portugália	3,8	5,9	13,7	16,7	0,1	0,1	0,2	0,2
Svédország	50,5	102,6	190,3	253,0	1,3	1,8	2,6	3,1
EU-15	3820,5	5699,6	7271,7	8182,5	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített saját számítás

A szlovák agrárimport esetében is az első két helyet Németország és Hollandia foglalja el, hiszen innen érkezik az EU-15-ökből jövő agrárimport közel fele. (41. táblázat) Hagyományosan jelentős partner még Ausztria és Olaszország.

Összességében tehát megállapítható, hogy a Visegrádi országok legfőbb agrárszállítói Németország és Hollandia, ahonnan az EU-15-ökből érkező agrárimport mintegy fele jön. Emellett még fontos szállítók Spanyolország, Olaszország, és Ausztria. Az agrárimport sokkal inkább koncentrált mint az agrárexport a régi tagok vonatkozásában. (42. táblázat)

6.3. A Visegrádi országok EU-10-ekbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

Csehország új tagországokba irányuló agrárexportja ténylegesen a Visegrádi országokba irányuló agrárkivitel, hiszen 60 százalékát Szlovákia, 24 százalékát Lengyelország és 11 százalékát Magyarország vásárolja. A csatlakozás nem sokat változtatott az arányokon. (43. táblázat)

43. táblázat
Csehország EU-10-ekbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,1	0,2	0,3	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1
Észtország	13,6	8,2	4,3	5,3	2,2	1,0	0,4	0,4
Magyarország	58,0	118,7	128,9	129,3	9,3	15,1	12,0	11,0
Lettország	6,1	5,1	6,0	12,2	1,0	0,6	0,6	1,0
Litvánia	10,5	10,2	9,4	12,0	1,7	1,3	0,9	1,0
Málta	0,2	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Lengyelország	165,4	175,8	231,4	281,6	26,5	22,3	21,5	23,9
Szlovákia	346,5	455,2	680,4	718,5	55,5	57,8	63,2	60,9
Szlovénia	23,5	14,0	16,5	20,2	3,8	1,8	1,5	1,7
EU-10	623,9	787,5	1077,3	1180,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Magyarország új tagállamokba irányuló agrárkivitele a csehnél kissé diverzifikáltabb képet mutat, de az agrárkivitel háromnegyede itt is a Visegrádi országokba irányul. A V-4-eken kívül még Szlovénia játszik jelentősebb szerepet, bár részaránya csökkent a csatlakozás óta. (44. táblázat)

44. táblázat
Magyarország EU-10-ekbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,7	2,2	7,1	7,5	0,2	0,5	1,5	1,3
Cseh Köztársaság	95,0	113,0	113,2	134,4	27,1	26,0	24,5	24,1
Észtország	12,7	16,8	8,3	9,7	3,6	3,9	1,8	1,7
Lettország	9,8	12,8	9,3	10,3	2,8	2,9	2,0	1,8
Litvánia	14,3	20,4	17,3	17,9	4,1	4,7	3,7	3,2
Málta	0,1	0,3	4,2	2,1	0,0	0,1	0,9	0,4
Lengyelország	95,5	123,0	114,3	136,4	27,2	28,3	24,8	24,4
Szlovákia	51,5	62,3	101,3	143,2	14,7	14,3	22,0	25,7
Szlovénia	71,4	83,9	86,4	96,8	20,3	19,3	18,7	17,3
EU-10	351,0	434,7	461,4	558,2	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

A lengyel agrárkivitel legfőbb piaca egyharmados aránnyal Csehország, amit Magyarország követ 23 százalékos részaránnyal. A magyar részarány egyértelműen a csatlakozást követően nőtt meg ilyen jelentősen. 13-14 százalékos részarányt képvisel Szlovákia és Litvánia, de míg az előbbi növekvő, addig az utóbbi csökkenő trendet mutat. (45. táblázat) Magyarországtól eltérően Lengyelország számára nem fontos piac Szlovénia.

45. táblázat
Lengyelország EU-10-ekbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,6	2,2	4,3	6,6	0,1	0,3	0,4	0,4
Cseh Köztársaság	198,9	277,2	387,6	549,0	34,1	35,2	33,4	35,0
Észtország	26,2	34,0	42,9	53,2	4,5	4,3	3,7	3,4
Magyarország	104,5	168,2	296,0	366,7	17,9	21,4	25,5	23,4
Lettország	39,9	59,4	82,3	107,2	6,8	7,5	7,1	6,8
Litvánia	140,9	129,5	154,4	232,0	24,2	16,5	13,3	14,8
Málta	0,7	2,4	1,6	3,7	0,1	0,3	0,1	0,2
Szlovákia	54,7	95,7	167,2	212,9	9,4	12,2	14,4	13,6
Szlovénia	16,9	18,3	22,7	38,5	2,9	2,3	2,0	2,5
EU-10	583,3	786,8	1159,1	1569,8	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Szlovákia új tagállamokba irányuló agrárexportját is a Visegrádi országok uralják. A cseh részarány csökkenő tendenciájú, de még így is 50 százalékon felüli. Magyarország részesedése majdhogynem kétszeresére nőtt (2006-ban 28 százalék volt), míg Lengyelországé 18 százalékra emelkedett. (46. táblázat)

46. táblázat
Szlovákia EU-10-ekbe irányuló agrárexportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,0	0,1	1,5	1,9	0,0	0,0	0,2	0,2
Cseh Köztársaság	232,3	272,4	332,5	408,1	64,7	58,9	53,6	51,0
Észtország	3,7	0,6	0,4	0,5	1,0	0,1	0,1	0,1
Magyarország	56,9	116,6	183,8	226,4	15,9	25,2	29,6	28,3
Lettország	0,8	0,6	0,6	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1
Litvánia	2,2	3,0	4,1	4,5	0,6	0,6	0,7	0,6
Málta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lengyelország	59,3	62,3	90,4	149,4	16,5	13,5	14,6	18,7
Szlovénia	3,5	6,8	7,4	8,6	1,0	1,5	1,2	1,1
EU-10	358,8	462,4	620,8	799,9	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Összességében megállapíthatjuk, hogy a Visegrádi országok új tagállamokba irányuló agrárexportját az egymás közötti kereskedelem uralja. Míg Csehország, de különösen Szlovákia esetében továbbra is jelentős a korábbi vámuniós partner piacára való szállítás, addig Lengyelország és Magyarország agrárkivitele valamivel diverzifikáltabb képet mutat. A nem Visegrádi országok közül egyedül Szlovénia (a magyar agrárexport esetében), illetve Litvánia (a lengyel agrárkivitel esetében) játszanak jelentősebb szerepet.

6.4. A Visegrádi országok EU-10-ekből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

Csehország új tagországokból érkező agrárimportjának relációs struktúraváltozása egyértelműen a csatlakozásnak tudható be: Lengyelország részaránya 35 százalékról közel 50 százalékra emelkedett a teljesen szabad piacra jutás következtében, míg Szlovákia részaránya a változatlan piacra jutási esélyek következtében 8 százalékponttal csökkent. (47. táblázat) A harmadik legjelentősebb partner Magyarország, amelynek részaránya azonban a csatlakozás ellenére közel öt százalékponttal csökkent. A cseh agrárimport relációs struktúrájához hasonlóan az agrárimport esetében is csak a Visegrádi országok játszanak számottevő szerepet az új tagok közül.

47. táblázat
Csehország EU-10-ből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	5,9	7,9	4,4	2,7	1,1	1,1	0,5	0,2
Észtország	2,4	2,2	3,1	3,5	0,4	0,3	0,3	0,3
Magyarország	95,6	115,8	132,7	146,9	17,7	16,8	14,8	12,9
Lettország	2,3	2,5	2,8	3,8	0,4	0,4	0,3	0,3
Litvánia	1,3	4,8	6,6	9,0	0,2	0,7	0,7	0,8
Málta	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Lengyelország	188,8	278,4	414,2	554,0	35,0	40,3	46,2	48,8
Szlovákia	240,0	276,2	329,0	413,5	44,4	40,0	36,7	36,4
Szlovénia	3,8	3,1	3,0	2,6	0,7	0,4	0,3	0,2
EU-10	540,0	690,8	896,0	1136,1	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

A csatlakozást megelőzően is Lengyelország volt *Magyarország* legfőbb beszerzési forrása, s a csatlakozást követően tovább nőtt a lengyel forrás részesedése (2006-ban 53 százalék volt.) A szlovák részarány szinten maradt (kb. 23 százalék), míg a cseh csökkent. Érdekes módon a szlovén részarány is nőtt a csatlakozást követően. (48. táblázat)

48. táblázat
Magyarország EU-10-ből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,3	0,3	1,1	2,6	0,1	0,1	0,2	0,4
Cseh Köztársaság	55,9	120,9	119,0	109,3	25,6	29,8	23,4	16,5
Észtország	1,4	1,8	2,0	0,5	0,6	0,4	0,4	0,1
Lettország	0,0	0,9	1,2	0,8	0,0	0,2	0,2	0,1
Litvánia	1,9	2,4	3,6	3,8	0,9	0,6	0,7	0,6
Málta	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Lengyelország	101,4	169,6	235,9	351,0	46,4	41,8	46,4	53,1
Szlovákia	54,2	101,6	136,5	153,9	24,8	25,1	26,8	23,3
Szlovénia	3,4	8,0	9,3	38,6	1,6	2,0	1,8	5,8
EU-10	218,4	405,5	508,8	660,6	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Lengyelország esetében is a legfőbb beszerzési forrást a Visegrádi országok jelentik. De míg az új tagokból érkező import növekvő része (43 százaléka) Csehországból érkezik, *Magyarország* esetében a részarány csökkent a csatlakozás óta (2006-ra 25 százalékra). A harmadik legfontosabb partner Szlovákia 19 százalékos, változatlan súllyal. A

Visegrádi országokon kívül még Litvánia játszik jelentősebb szerepet a lengyel agrárimportban. (49. táblázat)

49. táblázat
Lengyelország EU-10-ből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	0,3	2,1	3,1	3,2	0,1	0,5	0,6	0,5
Cseh Köztársaság	132,5	158,8	223,5	269,6	41,6	40,6	43,1	43,6
Észtország	2,1	4,4	18,4	4,7	0,7	1,1	3,5	0,8
Magyarország	102,9	132,1	134,6	154,9	32,3	33,8	26,0	25,1
Lettország	1,5	5,0	7,1	6,2	0,5	1,3	1,4	1,0
Litvánia	13,7	23,8	47,4	57,2	4,3	6,1	9,1	9,3
Málta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Szlovákia	63,4	62,4	82,1	118,0	19,9	16,0	15,8	19,1
Szlovénia	2,1	2,3	2,4	3,9	0,7	0,6	0,5	0,6
EU-10	318,5	390,9	518,6	617,8	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

Szlovákia agrárimportját agrárexportjához hasonlóan a Visegrádi országok, s ezen belül is Csehország dominálja, mintegy 70 százalékos, bár csökkenő részaránnyal. Ráadásul Szlovákia nagyobb mértékben függ a cseh szállításoktól, mint fordítva. A második legjelentősebb partner Magyarország, s a harmadik Lengyelország. Ugyanakkor látni kell, hogy Lengyelország sokkal nagyobb mértékben volt képes piaci részesedését növelni, mint Magyarország. (50. táblázat)

Összességében megállapítható, hogy a Visegrádi országok új tagokból származó agrárimportját az egymás közötti szállítások dominálják. Az egymás közötti forgalom továbbra is jelentős Szlovákia és Csehország esetében, bár csökkenő tendenciát mutat. A csatlakozás megélénkítette a kapcsolatot a másik két Visegrádi országgal is. A Visegrádi országokon kívül az új tagok közül egyedül Szlovénia (Magyarország esetében), illetve Litvánia (Lengyelország esetében) játszott még számottevő szerepet.

50. táblázat
Szlovákia EU-10-ekből érkező agrárimportjának relációs struktúrája

	Millió euró				Százalék			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Ciprus	3,4	3,4	1,6	1,4	0,8	0,5	0,2	0,1
Cseh Köztársaság	322,6	472,9	684,0	744,0	73,5	73,5	71,0	66,0
Észtország	1,0	1,0	0,7	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0
Magyarország	49,3	66,9	110,9	149,0	11,2	10,4	11,5	13,2
Lettország	0,9	0,3	0,7	1,5	0,2	0,0	0,1	0,1
Litvánia	0,4	0,2	0,3	0,8	0,1	0,0	0,0	0,1
Málta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lengyelország	60,1	97,4	164,5	228,0	13,7	15,1	17,1	20,2
Szlovénia	1,1	1,2	1,1	1,7	0,3	0,2	0,1	0,2
EU-10	438,7	643,4	963,8	1126,6	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: az Eurostat adatai alapján készített összeállítás és saját számítás

7. Összegzés

Az EU-csatlakozás agrár-külkereskedelmi hatásait értékelve megállapítható, hogy:

- * A Visegrádi országok eltérő mértékben tudták kihasználni a 450 milliósra duzzadt piacon a szabad, korlátlan piacra jutási lehetőségekből fakadó előnyöket.
- * A kölcsönös piacnyitás a Társulási Megállapodáshoz hasonlóan a csatlakozás esetében is a kevésbé versenyképes partner kárára „működött”, következésképpen az új tagok agrárimportja az exportot meghaladó mértékben növekedett, s az agrár-külkereskedelmi egyenleg romlott.
- * A többiektől lemaradó országok (például Magyarország) alacsonyabb exportteljesítményét és erőteljesebb importját egyrészt a hazai termelés mennyiségi, minőségi problémái; a tőkehiányra és a technológia elavultságára visszavezethető alacsony hatékonyság; a relatíve magas termelési költségekből fakadó ár-versenyképességi hátrány; az infrastruktúra és a logisztika nem kellő fejlettsége/kiépítettsége, másrészt a termelők nem megfelelő felkészítése és az intézményrendszer felkészületlensége,¹⁵ valamint a marketing tevékenység elégtelensége magyarázza.
- * Akárcsak a Társulási Megállapodásnál, a csatlakozás esetében is a régi tagok sokkal jobban tudták kihasználni a megnyíló – például az immáron 100 százalékban korlátlan piacra jutási – lehetőségeket. Ezzel – valamint az új tagok élelmiszeriparának külföldi tőke általi privatizációjával, a monopol vagy oligopol piaci helyzettel, és a külföldi kereskedelmi láncok beszerzési politikájával¹⁶ – magyarázható, hogy az EU-15-ök új ta-

¹⁵ Somai (2004).

¹⁶ Erről lásd: Kürti-Stauder-Wagner-Kürthy (2007).

gokba irányuló exportjukat jelentősebb mértékben tudták növelni, mint onnan származó beszerzéseiket.

- * Igen sok új tag esetében az árstruktúra nem a modernizáció irányába mozdult: sok esetben (például Magyarország) az exportnövekedés legfőbb motorja a feldolgozatlan agrártermékek (például a gabonafélék) voltak, míg a magasan feldolgozott termékek (például a hús és hústermékek, tejtermékek) aránya csökkent.
- * Nehezen tárható fel, hogy bizonyos exportnövekedések (például lengyel vagy szlovák hús és hústermék-export növekedés) milyen minőségi kritériumok mellett valósultak meg, különösen az új tagok egymás közötti agrárkereskedelme esetében; nem tudni, hogy az árverseny milyen kompromisszumok árán (élelmiszerbiztonság) érvényesül.
- * Természetes, hogy bizonyos múltbeli tendenciák három évvel a csatlakozás után tovább élnek: ilyenek a német piac dominanciája az új tagok exportja s kisebb mértékben importja esetében, a Visegrádi országok dominanciája az új tagok egymás közötti agrárkereskedelmében, vagy a szlovák-cseh dominancia a két ország egymás közötti agrárkereskedelmében. Új „játékosok” csak lassan, illetve alig „kúsznak” be a képbe.
- * Egyértelműen érvényesült az unió azon burkolt vagy nyílt taktikája, hogy növekedjék az új tagok agrárkereskedelme, de ne veszélyeztesse a régi tagok amúgy is telített, illetve harmadik országok által egyre jobban veszélyeztetett agrárpiacát, ugyanakkor a régi tagok találjanak kellő mértékben bővülő piacot az új tagokban a Közös Agrárpolitika reformja ellenére is növekvő mennyiségű és értékesítési gondokkal küzdő agrártermékek számára.
- * Ami a jövőbeni perspektívákat illeti,¹⁷ a 2007-es kibővülést követően tovább fog nőni az unió szerepe a Visegrádi országok agrárkereskedelmében, s ez sok ország és az import esetében akár közel százszázalékos függést is jelenthet. Ugyanakkor az export esetében a Visegrádi országoknak nemcsak a kibővült unión belül kell növekvő versennyel számolni, de – és egyes termékek esetében (például baromfitermékek) különösen – a harmadik országok piacán is. Ráadásul a belső piacon is meg kell küzdeni az import növekvő kiszorító hatásával.
- * Sem a Közös Agrárpolitika további várható reformja, sem a WTO jelenleg folyó Dohai Fordulójának lezárulása nem fogja javítani az új tagok piaci pozícióját. Az egyes termékpályák (cukor, zöldség és gyümölcs, bor) reformja egyértelműen a termelés csökkentésére és a piaci problémák megelőzésére irányul, vagyis sem a termelés- sem a piaci részesedés növelésében nem lehet gondolkodni.¹⁸ S amennyiben a Dohai Forduló lezárulása következtében javulnának a piacra jutási lehetőségek, ezek az Európai Unió belső piacán már semmiféle pótlólagos piacbővülést nem jelentenének. Ez sok ország esetében akár az agrárexport 80, vagy a fölötti százalékára is vonatkozhat. Ráadásul az szinte biztosra vehető, hogy a fennmaradó, mondjuk 20 százalék esetében exporttámogatásokkal már nem lehet exportot generálni. A kettős csapdahelyzetből egyetlen esetben van kedvező menekülési útvonal: amennyiben a világpiaci agrárárak

¹⁷ Lásd: *Prospects...* (2006).

¹⁸ Ráadásul az új tagok termeléseszkökenését az is fokozni fogja, hogy 2009-től az esetükben is kötelező lesz a területpihentetés.

a keresleti piac kialakulása és tartós fennmaradása következtében emelkednek és magas szinten stabilizálódnak, akkor szükség van a termelés mennyiségének növelésére, s lehetőség van exporttámogatás nélküli értékesítésre.¹⁹

- * 2013-ig elvben számíthatunk(?) az agrártámogatások növekedésére, de amennyiben ezek egy részét a „*cross compliance*” értelmében olyan beruházásokra kell elkölteni, amelyek szükségszerűek, de sem a hatékonyságot, sem a versenyképességet nem növelik, akkor a támogatásnövekedésnek nagyobb hatása lesz a földárak és a földbérleti díjak, következésképpen a termelési költségek növekedésére, mint a versenyképesség emelkedésére.
- * Arra is számítani kell, hogy az új tagok ma még meglevő árversenyképessége erodálódni fog. Egyrészt az input-árak, s különösen a munkaerőköltségek emelkedése következtében nőni fognak a termelési költségek. Ugyancsak a termelési költségek növekedéséhez fog vezetni a földárak, illetve a bérleti díjak emelkedése, amit egyrészt az átmeneti időszak után megnyíló földpiac, másrészt a területalapú támogatásoknak a föld árába való beépülése fog okozni.²⁰ Az input-árak emelkedésével párhuzamosan számolni kell azzal is, hogy a Közös Agrárpolitika reformja következtében az intézményes árak csökkennek.

¹⁹ A világ mezőgazdaságának várható alakulásáról lásd: Kiss (2007b).

²⁰ Ebből a szempontból némileg kedvezőbb helyzetben lesz Lengyelország, egyrészt mert 12 éves átmeneti időszakot sikerült „kitárgyalnia”, másrészt sokkal nagyobb a saját földön gazdálkodók aránya.

Felhasznált irodalom

- Enlargement, two years after: an economic evaluation* (2006): European Economy, Occasional Papers No. 24, European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, 111 p.
- Eurostat*, European Community különböző számai
- Fertő Imre (2006): *Az agrárkereskedelem átalakulása Magyarországon és a kelet-közép-európai országokban*. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, 2006, Budapest, 160 p.
- Kiss Judit (2005a): *Ki mint vet ..., avagy az új EU-tagok mezőgazdasága*. Falu, XX. évf., 2. szám, 2005. nyár, pp. 73-89.
- Kiss Judit (2005b): *Az új tagállamok mezőgazdasága az Európai Unióban*. Integrációs és Fejlesztéspolitikai Munkacsoport, Agrár- és Vidékfejlesztési Témacsoport, Budapest, 62 p.
- Kiss Judit (2007a): *Remények és realitások. EU-csatlakozásunk agrár-külkereskedelmi hatása*. in: *Agrárgazdaság, Vidékfejlesztés, Agrárinformatika*. Nemzetközi Konferencia, Debreceni Egyetem, Debrecen, pp. 418-427.
- Kiss Judit (2007b): *A világ mezőgazdasága a XXI. század első évtizedeiben*. Budapest, 2007, MTA Világgazdasági Kutatóintézet, kézirat, 15 p.
- Kürti Andrea – Stauder Márta – Wagner Hartmut – Kürthy Gyöngyi (2007): *A magyar élelmiszergazdasági import dinamikus növekedésének okai*. Agrárgazdasági Kutató Intézet, kézirat, 100 p.
- Lukas, Zdenek – Mládek, Jan (2006): *Central and Eastern European Agriculture in Integrating Europe*. WIIW Research Reports No. 329, Vienna Institute for International Economic Studies, 40 p.
- Mérlegen. Kelet-Közép-Európa 15 éve*. KSH, 2006, Budapest, 134 p.
- Monitoring jelentés 2005, A nyolc új közép- és kelet-európai tagország első uniós évről*. 2004. május 1. – 2005. május 1., (szerk.: Vida Krisztina), MTA Világgazdasági Kutató Intézet), Budapest, 112 p.
- Monitoring jelentés 2006, A nyolc közép- és kelet-európai tagország második uniós évről*. 2005. május 1. – 2006. május 1., (szerk.: Vida Krisztina), MTA Világgazdasági Kutató Intézet), Budapest, 153 p.
- Prospects for agricultural markets and income in the European Union, 2006-2013*. European Commission, Directorate-General for Agriculture, July 2006, 36 p.
- Somai Miklós (2004): *A magyar mezőgazdaság átalakulása II. Az EU-csatlakozás hatása, külkereskedelmi lehetőségek*. Műhelytanulmányok 65. szám, MTA Világgazdasági Kutatóintézet, 32 p.

AZ EURÓPAI UNIÓ TOVÁBBI BŐVÍTÉSE ÉS A MAGYAR KÜLSTRATÉGIA LEHETŐSÉGEI

*Szigetvári Tamás**

Az európai integráció öt évtizedes története a kibővítések jegyében telt el, a megalakítása óta szinte minden évtizedben kicsit tovább bővült. Tagországainak száma 6-ról 27-re emelkedett, népessége több mint a kétszeresére, területe pedig a háromszorosára növekedett.

A folyamatos bővülés azonban számtalan kérdést vet fel. A 2004-es bővítés során egyszerre tíz új tagállam lépett be az unióba, és 2007-ben két még újabb, és még szegényebb kelet-európai állam vált az integráció tagjává. Ezen országok csatlakozásának „megemésztése” – nem annyira gazdasági értelemben, mint inkább mentálisan – még a régi tagországok jó részében problémát okoz. És a kibővülés folyamata láthatólag korántsem ért végét: további – általában még szegényebb és még problémásabb – országok¹ várakoznak a bejutásra a Kánaánba, az ígéretek földjére.

Az unió azonban erősen megosztott a további bővítés kérdésében. A támogató vélemények szerint az EU jövője szempontjából a bővítés pozitív folyamat, amely növeli az EU összpontenciáját, és ellene hat Európa világgazdasági térvésztesének. A bővítés a demokratikus jogállamiság és más európai értékek terjesztésének leghatékonyabb eszköze, és így hozzájárul az EU biztonságának szavatolásához is.

Az ellenzők szerint ugyanakkor már most kezd működésképtelenné válni az unió, ideje lenne meghúzni a végleges határokat. Az egyre szegényebb új tagoknak növekvő nagyságú támogatást kell adni a felzárkózáshoz, és még így is egyre nehezebben képesek teljesíteni a feltételeket. Azt a félelmet, hogy a bővítés eredményeképpen a munkahelyek az olcsóbb új tagállamokba települnek, a mégis megmaradt munkahelyeket pedig az onnan beáramló olcsó munkaerő foglalja el, az utóbbi évek tapasztalatai ugyan megcáfolják, de a növekvő globális verseny hatásait sokszor nehéz elválasztani a bővítés következményeitől.

* E tanulmány a Külügyminisztérium „Beszéljessünk Európáról” című projektje keretében végzett kutatás összefoglalója alapján készült.

¹ Jelenleg kettő, már a csatlakozási tárgyalást megkezdett tagjelölttről (Horvátország, Törökország), öt európai uniós perspektívával rendelkező országról (Macedónia, Bosznia-Hercegovina, Szerbia, Montenegró, Albánia), és néhány, hosszabb távon akár lehetséges tagjelöltként is szóba jöhető poszt-szovjet országról (Ukrajna, Moldávia, Belorusszia) lehet szó.

Ahhoz, hogy az Európai Unió érdemben foglalkozni tudjon a további bővítések kérdésével, először önmagát kellene „definiálni”, meg kellene határozni, milyen új céljai és milyen új tervei vannak. A közös alkotmány az első kísérlet volt erre, ám az e körül kialakult bonyodalmak is azt mutatják, hogy Európa egyelőre még nincs kész a válasszal. A bővítést hátráltatja az is, hogy az unió 2014-ig nem különített el forrásokat a további bővítésre, és a jelenleg még érvényben lévő nizzai szerződés is huszonhétben maximálja a tagok számát – igaz, ha a politikai akarat megvan, ezek az akadályok azért elháríthatók.

A további bővítések kapcsán három országot/országcsoportot különíthetünk el, amelyek esetében mind a felvétel esélye, időbeli horizontja, mind pedig a várható következményei, hatásai jelentősen eltérnek, ezek: a Nyugat-Balkán országai (a volt Jugoszlávia valamint Albánia), Törökország, és a volt szovjet tagköztársaságok (Ukrajna, Belorusszia, Moldávia).

1) A kibővítés lehetséges jelöltjei

1.1. Nyugat-Balkán

A Nyugat-Balkán térség nagyon különböző fejlettségű és adottságú országokat foglal magában, de Horvátország kivételével általában nagyfokú szegénység, kedvezőtlen gazdasági szerkezet, sok esetben éles etnikai konfliktusok, a politikai intézmények instabilitása a jellemző.

A térségben lezajlott dezintegráció, a volt Jugoszlávia széttöredezése súlyos hatással járt: jelenleg sem gazdasági, sem pedig nemzetközi integráltság (pl. az Európai Unióval fenntartott kapcsolatok szintje) szempontjából nem lehet a térséget egységes régióként kezelni. Az intraregionális kapcsolatok szintje az elsősorban kívülről ösztönzött régióképzési kezdeményezések (stabilizációs és társulási folyamat, ezen belül a regionális szabad kereskedelem kiépítésére tett kísérletek, például a 2006 decemberében aláírt CEFTA-megállapodás) ellenére is korlátozott.

A jövőbeli fejlődés kulcsát a belső stabilizálódás és a növekedés jelenlegi szintjének fenntartása, dinamizálása jelentené. Ebben a megfelelő hazai gazdaságpolitika mellett külső tényezők is szerepet játszanak (mindenekelőtt az EU-tagság megvalósulása vagy konkrét ígérete), de a társadalom és az intézményrendszer felkészültsége, változási képessége és hajlandósága is.

Kijelenthetjük ugyanakkor, hogy méretbeli, népességi és fejlettségi szempontból nem jelentene nagyságrendekkel nagyobb problémát a román-bolgár csatlakozáshoz képest a státuszkérdéseket illetően rendezett Nyugat-Balkán sem.

1.2. Törökország

Talán a legnagyobb falat az unió számára Törökország, amely több szempontból is kakktojásnak számít, és új dimenziót jelent a bővítések történetében. Politikai téren súlyos problémák várnak továbbra is megoldásra. Számos emberi jogi, kisebbségi kérdés merül fel, ezek megoldására történtek ugyan török részről határozott, de korántsem kielégítő lépések. A ciprusi helyzet rendezetlensége, illetve ezzel összefüggésben Ciprus el nem ismerése a törökök részéről és az ellene fenntartott embargó is megoldást igénylő kérdés.

Komoly probléma lehet a gazdasági fejlettség szintje, amely a legalacsonyabb az eddigi csatlakozók között, a 2004-ben taggá vált országok átlagának alig több mint a fele. Az is igaz ugyanakkor, hogy Románia és Bulgária fejlettsége nem sokkal haladja meg Törökországot, míg a nyugat-balkáni és poszt-szovjet jelöltek többnyire el is maradnak tőle.

A fő gondot azonban a méret jelenti: a török népesség közel két és félszer akkora, mint Románia és Bulgária együttesen. Ez lenne az első alkalom, hogy az unió egy nagy országot vesz fel tagjai közé – mind Spanyolország, mind Lengyelország messze elmaradt a 4 nagy tagállamtól. Törökország ugyanakkor – jelenleg – 75 millió lakosával Németország után a legnépesebb tagállam lenne, sőt, felvétele idejére valószínűleg már Németországot is megelőzve a legnépesebb.

Az, hogy az Európai Unió legnépesebb tagállama egyben a legszegényebb, javarészt Ázsiában elterülő, többségében muszlim lakosú ország legyen, sokak számára elképzelhetetlennek tűnik. Ugyanakkor a csatlakozásra várók közül a legrégebb óta és a legszorosabban kapcsolódik az unióhoz: 1963 óta társult ország, 1996 óta vámunióban van, és 2005-ben a csatlakozási tárgyalások is megkezdődtek vele.

A török csatlakozás felveti az Európai Unió határainak kérdését: kit lehet még felvenni és kit lehet elutasítani, alacsonyabb szintű kapcsolatot felajánlva. Az észak-afrikai országok esetében földrajzi okokkal könnyű elhárítani a csatlakozási szándékot (bár Málta, Ciprus felvétele és Törökország csatlakozása itt is „kijebb tolta” a határokat), az egyértelműen Európában fekvő szovjet utódállamokat (Ukrajna, Belorusszia, Moldávia, sőt, a három kaukázusi ország) azonban ezzel az indokkal nem lehet elutasítani.

1.3. Ukrajna és más poszt-szovjet államok

Egy esetleges távoli jövőbeli újabb bővülés szempontjából a legizgalmasabb posztszovjet ország Ukrajna. Oroszország hivatalosan nem tart igényt uniós tagságra, Belorusszia esetleges tagsága a jelenlegi kurzus továbbélése esetén szintén nem releváns kérdés, Moldávia pedig csekély súlya miatt nem jelent olyan nagy kihívást az Európai Unió számára, mint Ukrajna.

Az ukrán kérdés jelentőségét elsősorban a már évekkel ezelőtt hivatalosan is megfogalmazott, a „narancsos fordulat” követően azonban újabb erőre kapott ukrán tagsági ambíciók élezték ki. Ukrajna évek óta határozott uniós válaszra vár, miközben az unió fel-

készületlen a helyzet megoldására. Nyíltan és határozottan nem utasíthatja el a felvetést, ugyanakkor egy ilyen horderejű újabb bővülésre nincs felkészülve sem gazdasági, sem politikai oldalról. (És nem akar újabb törököt fogni...)

A mintegy 47 milliós Ukrajna gazdasági szempontból leginkább azért lenne súlyos teher az unió számára, mert gazdaságilag jóval fejletlenebb még az újonnan csatlakozottak csoportjához képest is. Még súlyosabbak azonban a társadalmi-politikai síkon jelentkező problémák és sajátosságok. Kardinális mentális, tudatbeli váltásokra lenne szükség ahhoz, hogy Ukrajna az Európai Unió országainak sorába illeszkedhessen.

Az unió számára optimális esetben Ukrajna a tagság belátható időtávon belül való erőltetése nélkül válik az EU-val együttműködő partnerré, vállalva az ún. „közös európai értékekkel” való azonosulást és azok védelmét (egy olyan Ukrajna, amely Oroszországgal szemben következetes az európai értékek, normák elsajátításában és követésében, felértékelődik az unió számára). Jelenleg az Európai Szomszédságpolitika hivatott biztosítani a tagsági ambíciókkal nem kecsegtetett országok számára a szorosabb együttműködést az Európai Unióval, de egyelőre kérdéses, hogy vajon kellő perspektívát tud-e nyújtani ez az eszköz, képes-e kompenzálni a tényleges tagsággal járó (talán olykor csak vélt) előnyöket?

2) A bővítés hatásai az unióra

Az EU hetvenes, nyolcvanas, kilencvenes évekbeli, valamint 2004-2007-es bővítését összevetve a további tagállamok felvételével néhány érdekes megállapítás tehető.

- * Az eddigi bővítések közül egyedül az 1995-ös eredményezte az egy főre eső GDP² növekedését.
- * Az unió 6 tagról 37 tagra³ bővítésével az egy főre eső GDP 30 százalékkal, azaz közel a kétharmadára csökken. A 6 tagról 27 tagra bővítés hatása nagyjából megegyezik a 27 tagról 37 tagra bővítés hatásával.
- * Ha Törökország csatlakozott volna az Európai Unióhoz a tíz kelet-európai ország (Románia és Bulgária is ideszámít) helyett, akkor az egy főre eső GDP ugyanúgy 11,5 százalék körüli mértékben csökkent volna.⁴
- * Az EU-27 esetében a török csatlakozás hatása nagyjából megegyezik a 2004-es csatlakozás hatásával az EU-15-re – a fő különbség, hogy nem néhány közepes és sok kis ország, hanem egy nagy ország válik taggá.

² Az anyagban az Eurostat PPS-ben (Purchasing Power Standard) számított GDP adatai szerepelnek.

³ Itt az EU-27 mellett az 1. lábjegyzetben felsorolt 10 országot értjük.

⁴ Törökország GDP-je ugyan alacsonyabb, mint a kelet-európai országoké, de Kelet-Európa 105 millió lakosával szemben csak a 75 millió török lakos „rontaná” az EU-átlagot.

1. táblázat
Az Európai Unió kibővítésének hatásai

Bővítések	Népesség (millió fő)	Terület (ezer km ²)	GDP ⁵ (milliárd USD)	GDP/fő (milliárd USD)
EU-6 (1958)	232	1407	6915	29869
EU-9 (1973)	301 (+30%)	1766 (+25,4%)	8976 (+29,8%)	29831 (-0,13%)
EU-12 (1981/86)	367 (+21,8%)	2495 (+41,2%)	10428 (+16,1%)	28424 (-4,95%)
EU-15 (1995)	389 (+6,1%)	3367 (+34,9%)	11087 (+6,3%)	28473 (+0,17%)
EU-25 (2004)	464 (+19,2%)	4104 (+21,9%)	12187 (+9,9%)	26255 (-7,8%)
EU-27 (2007)	494 (+6,5%)	4454 (+8,5%)	12437 (+2,1%)	25161 (-4,2%)
<i>Horvátország</i>	4,5	56	55	12364
EU-27+HR	499 (+0,91%)	4511 (+1,27%)	12492 (+0,45%)	25045 (-0,46%)
<i>Törökország</i>	74,7	780	661	8400
EU-28+TR	574 (+15%)	5291 (+17,3%)	13154 (+5,3%)	22936 (-8,42%)
<i>Nyugat-Balkán*(WB)</i>	20,5	207	122	5951
EU-29+WB	594 (+3,6%)	5499 (+3,9%)	13276 (+0,93%)	22352 (-2,55%)
<i>Ukrajna, Moldávia, Belorusszia</i>	62,2	844	399	6415
EU-37	656 (+10,4%)	6343 (+15,3%)	13675 (+3%)	20846 (-6,74%)

* Macedónia, Szerbia, Montenegró, Bosznia és Hercegovina, Albánia

Forrás: Világbank (<http://www.worldbank.org>) és saját számítások

2.1. Intézményi következmények

Az Európai Unió intézményi reformja a bővítés kérdésétől függetlenül elkerülhetetlen: 27 biztos van az egy ország egy biztos elv miatt, ami másfélszer annyi, mint ahány funkcionális szakkbizottság tevékenykedik az Európai Parlamentben, a Miniszteri Tanácsnak pedig kilenc formációja van, harmadannyi szakterület, mint ahány biztos. A döntő dilemma az, hogy a tagállamok még mennyit hajlandóak leadni a szuverenitásukból, hogy az egész rendszer működőképes maradjon.

Mindettől függetlenül az unió kibővítése alapvetően befolyásolja a döntési mechanizmusokat, hiszen az új tagállamok csatlakozásával megváltozik a korábbi tagállamok súlya a politikai döntések meghozatalában. A jelenlegi (nizzai) döntéshozatali struktúra 27 tagországra maximált, tehát ezt már a legközelebbi újabb tagfelvétel előtt mindenképpen át kell alakítani.⁶

⁵ A GDP és a GDP/fő esetében is a 2004-es, PPS-értéken számított adatokat használunk.

⁶ A 2007 júniusában Berlinben megszületett elvi megállapodás az alkotmányban is lefektetett elvek mentén alakítaná át a döntéshozatali struktúrát.

Az uniós alkotmány a későbbi bővítésekre tekintettel rugalmasan igyekezett meghatározni a döntéshozatali struktúrát, ugyanakkor megerősítene a népességarányos döntési pozíciókat. A jelenleg 732 fős Parlament létszámát 750 főben limitálná, ezeket a helyeket kell elosztani a meglévő tagok között. A legnagyobb népességű tagállamok (jelenleg Németország) maximum 96 helyre lennének jogosultak – Törökország népessége alapján szintén megkapná a 96 helyet, amivel viszont a jelenlegi tagországok – elsősorban a nagyok és közepesek – helyeinek száma jelentősen csökkenne.

Az Európai Tanácsban bevezetendő minősített többségű döntésre vonatkozó szabályokat (a tagállamok 55 százaléka, de minimum 15 tagország, amely a népesség minimum 65 százalékát képviseli) illetően ugyanakkor a Nyugat-Balkán csatlakozásával a kis államok részesedése nőne meg számottevően, a nagy államok viszont Törökországgal jóval könnyebben alkothatnak blokkoló kisebbséget. (2. táblázat)

Az EU bővítésével egyre jelentősebb erőt képviselnek az unióban a kohéziós országok (ahol a nominális GDP/fő nem éri el az EU-átlag 90 százalékát). Az EU-15-ben Spanyolország, Portugália, Görögország és Írország súlya viszonylag csekély volt, a keleti bővítéssel azonban relatíve szegény országok csatlakoztak, így jelenleg már az unió lakosságának közel 30 százaléka kohéziós országban él. Ezt az arányt tovább növeli Románia és Bulgária csatlakozása, nem beszélve a Nyugat-Balkán és Törökország csatlakozásáról, bár ekkor az EU-átlag-jövedelem már olyan mértékben csökken, hogy az eredeti kohéziós tagok szinte mind kikerülnek a kedvezményezettek közül. (3. táblázat)

A bővítés nyilvánvalóan ellene hat az Európai Unió mélyítésének, a növekvő heterogenitás miatt egyre nehezebb létrehozni egy föderatív jellegű, politikai integrációt jelentő Európai Uniót. Mindezek mellett – megfelelő intézményi és döntéshozatali struktúrát kialakítva – a további működőképesség egy 30 fölötti taglétszám esetében sem kérdőjeleződik meg.

2. táblázat
Az EU-27 tagállamai és a csatlakozásra esélyes országok
népességi kategóriánként

Népesség – kategória (millió)	Ország (tagország + lehetséges csatlakozó + [esetleges későbbi tagjelölt])*
Nagy (50 millió fölött)	4 +1
75-83	Németország, Törökország
55-60	Nagy-Britannia, Franciaország, Olaszország
Nagy-Közép (30-50 millió)	2 +1
38-46	(Ukrajna), Spanyolország, Lengyelország
Közép (7-22 millió)	9 +2
15-22	Románia, Hollandia
10	Görögország, Szerbia, Belgium, Csehország, Magyarország, (Belorusszia), Portugália
7-9	Svédország, Ausztria, Bulgária
Kis-Közép (3-5 millió)	5 +4
4-5	Szlovákia, Dánia, Finnország, Horvátország, Bosznia-Hercegovina
3-4	(Moldávia), Írország, Litvánia, Albánia
Kis (3 millió alatt)	6 +2
1-3	Lettország, Macedónia, Szlovénia, Észtország
-1	Ciprus, Montenegró, Luxemburg, Málta

* Az országok sorrendjét a táblázatban a népességük (2006-os) nagysága határozza meg.

3. táblázat
A kohéziós országok súlya az Európai Unióban

	Népesség	Parlamenti hely	Tanácsi szavazat	GDP
EU-15 (2001)	16,2	17,9	21,5	10,2
EU-25 (2004)	29,9	42,1	42,1	14,3
EU-28* (2013)	36,0	43,0	43,0	9,8
ebből Törökország	14,2	11,2	7,8	3,0

*EU-27+Törökország legkorábban

Forrás: Quaisser–Reppegather (2004): p. 80.

2.2. Költségvetési hatások

A költségvetésre kifejtett hatást tekintve elsősorban a török csatlakozásra készültek számítások, hiszen a Nyugat-Balkán jóval kisebb nagyságrendű, és időben valószínűleg szétváló csatlakozása kisebb hatással jár, Ukrajna és más volt szovjet tagállamok belépése pedig még távol áll a realitástól.

Törökország tagságának költségvetési következményeit is nehéz megbecsülni, hiszen amennyiben sor kerül a csatlakozásra, az 2014 után (vagy még inkább 2021 után), tehát mindenképpen a jelenlegi költségvetési időszakon túl várható. Addigra azonban a költségvetés keretei, elosztási elvei valószínűleg jelentősen megváltoznak. Mérete és gazdasági fejlettségi szintje alapján Törökország jelentős nettó kedvezményezett lenne, egy főre jutó GDP-je vásárlóerő-paritáson az EU-27 30 százalékát teszi ki. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a nyugat-balkáni országok többsége még ezt a GDP szintet sem éri el, az ő átlaguk az EU-27 értékének 20-25 százalék körül mozog.

Több költségelemzés is készült, s a becsült költségek az agrártámogatások esetében a *phasing-in* periódus hossza, a strukturális támogatásoknál a GDP-arányosan meghatározott abszorpciós képesség függvényében változnak.

Az Európai Bizottság 2004-es háttér tanulmánya 2015-ös csatlakozással 2025-re (a teljes kifizetésre jogosultság időpontjára) vonatkozóan a következő kiadásokkal számol:⁷

- * A mezőgazdaság esetében 2015-ös csatlakozással és az új csatlakozóknál alkalmazott 10 éves átmenetet figyelembe véve a jelenlegi KAP (Közös Agrárpolitika) és a vidékfejlesztési támogatási rendszer kiterjesztése Törökországra 2025-ben 8,2 milliárd eurót⁸ jelentene.
- * Az EU-átlag 30 százalékát kitevő egy főre jutó GDP-jével Törökország jelentős összegekre lenne jogosult a strukturális és kohéziós alapokból is. Nyilvánvaló, hogy Törökország mérete, gazdasági fejlettségi szintje és a meglévő regionális egyenlőtlenségek miatt is a jelenleg érvényes szabályok módosulhatnak a csatlakozás időpontjára. Most a GDP legfeljebb négy százaléka az egy országnak e jogcímen juttatható transzferek összege, ami a 2004-es GDP alapján kilencmilliárd eurót tenne ki. Az elkövetkezendő évek várható konvergenciája azonban a csatlakozás idejére nagy valószínűséggel ennél kisebb összeget eredményezne.
- * Az EU belső politikáinak nem országspecifikusan meghatározott kiadásait a becslések szerint évi 2,6 milliárd euróval kellene megnövelni a török csatlakozás esetén.

A várhatóan mintegy 2,5 milliárd euró körüli befizetést levonva tehát 2025-ben nettó évi 17-18 milliárd euróra lenne jogosult Törökország. Ha ezt a jelenleg tervezett, *hét évre szóló* 11,5 milliárd eurós elő-csatlakozási alappal vetjük össze, amiből egyelőre Törökország

⁷ Id. Szigetvári (2007): p. 66.

⁸ Minden összeg 2004-es áron értendő.

mellett Horvátország is részesedik, az összeg igen jelentős. Az EU 100 milliárd eurót alig meghaladó éves költségvetéséhez viszonyítva is magasnak tűnik, mintegy 15 százalékat jelenti, pontosan megfelelne a török népesség uniós arányának.

2.3. A bővítés egyéb lehetséges hatásai

A teljes jogú tagság széles körű kiterjesztése komoly következményekkel járhat az Európai Unió számos politikájára. Az új tagállamok csatlakozásával megnő az unió heterogenitása, hiszen ezek a régi tagoknál szegényebb és elmaradottabb országok. Ezzel összefüggésben beindulnak bizonyos védekező mechanizmusok az unióban. Az agrárpolitika és egyes struktúrapolitikák esetében is már megjelentek azok a törekvések, amelyek mind szélesebb feladatkört és finanszírozást igyekeznek visszautalni nemzeti szintre, az óriási jövedelemkülönbségek miatt a munkaerő-áramlás hosszú távú (tehát a jelenlegi maximum hét évnél is hosszabb) korlátozása is lehetőségként jelentkezik. A monetáris unión kívüli tagok számának emelkedése és tartós megléte alternatív gazdasági és monetáris kritériumok előírását tenné szükségessé, és általánosságban is, az eltérő integrációs szinten álló országok eltérő érdekeinek kezelése a döntéshozatali rendszer radikális átalakításának igényét is felveti.

Az integráció kibővülése tehát e szerint jó eséllyel eredményezheti annak többsebeségűvé válását, és ez már nem sokban különbözik a kibővített társult tagság koncepciójától.

2.4. Az EU lehetőségei

Az Európai Unió a jelenlegi állapotában és működési rendszerében megközelítette vagy elérte a bővítés határát. A Közösségnek már az eddigi története is megcáfolt minden ismert integrációs elméletet és tapasztalatot.⁹ A kormányközi együttműködés szintjét meghaladó, integrációs természetű szervezetek általában hat-nyolc tagállammal bizonyultak működőképesnek. A tízen felüli létszámú képződmények rendszerint szétestek, vagy pedig a huszonvalahánytagú, laza, konzultatív jellegű klubok sorsára jutottak. A Közösséget, illetve az uniót azonban még az 1980-1990-es évtizedben is összetartotta a kohéziós erő, amely egyrészt a földrész kettéosztottságával összefüggő egymásra utaltságból, másrészt a nyugat-európai államigazgatás, jogrend és állampolgári fegyelem belső forrásaiból táplálkozott. Ekkor ment végbe, illetve 2007 januárjában teljesedett ki a keleti kibővülés, amely alapvetően növelte, növeli az unió már korábban is tapasztalható, több tekintetben is értelmezhető heterogenitását. Nem csak a sokszor bizonyos populista felhangot is hordozó érvelések szerint, hanem a tények alapján is megállapítható, hogy a kibővülés nem folytatható vég nélkül, további tagok felvétele egy ponton túl már csak gyöngíténé a szer-

⁹ Meisel (2006).

vezetet, különösen akkor, ha a földrész kettéosztottságából fakadó külső kohéziós erő az elmúlt jó másfél évtizedben elapadt.

2.5. A bővítés jó, de kockázatos

Mindezek alapján nem csodálkozhatunk azon, hogy az unió erősen megosztott a további bővítés kérdésében. A támogató vélemények szerint az EU jövője szempontjából a bővítés pozitív folyamat, amely növeli az integráció összpontenciáját, és ellene hat Európa világgazdasági tévesztésének. A bővítés a demokratikus jogállamiság és más európai értékek terjesztésének leghatékonyabb eszköze, és így hozzájárul az EU biztonságának szavatolásához is. Mások úgy érvelnek, hogy nem szabadna ezeket a stratégiai előnyöket előtérbe helyezni, hanem egyensúlyba kell hozni a további bővítés jelentette kockázatokkal: az EU-n belüli instabilitással, és a kirekesztő politikai erők esetleges megerősödésével.

Az uniós gondolkodásban gyakran tetten érhető, hogy olyan országok számára, amelyek a belátható jövőben nem válhatnak taggá, speciális partnerségi politikát célszerű ajánlani. Ez bizonyos mértékben kombinálná a tagság néhány elemét, de – megkülönböztetett – külkapcsolati partnerséget ígérne. Felvetődik, hogy az uniós külpolitikának végre fel kéne hagynia azzal a stratégiával, amely csak az uniós tagság ígérgetésével próbál hatni a környező államokra, mert egy újabb bővítési kör már az EU működőképességét veszélyeztetné.

3) A teljes jogú tagság alternatívái¹⁰

Az Európai Közösség, illetve Európai Unió számára nem új az a jelenség, hogy valamilyen módon kezelnie kell az újonnan belépni szándékozók kérelmét, és az integráció mélyülésének és/vagy bővülésének hatására a megváltozott helyzetben újra kell gondolnia és szerveznie a közvetlen közelében elhelyezkedő, az érdekszférájába tartozó országokkal való viszonyát. A Közösség korábban is élt a teljes jogú tagság alternatívájaként vagy ahhoz közeli státuszként megfogalmazott felajánlással.

A korábbi bővítések esetében a politikai döntés mindig megelőzte a gazdasági számításokat, vagyis a kibővítés iránti készség az előre is sejthető gazdasági terhek ellenére fogalmazódott meg. Sőt, adott esetben szinte „kerül, amibe kerül” alapon történt meg a bővítés (pl. Görögország és a keleti német tartományok integrálása). A keleti bővítés esetében is alapvetően politikai megfontolások szerint zajlott le a folyamat, hiszen a korábbi differenciált megközelítés helyett végül az egy tömbben való felvétel mellett döntött az unió. A következmény azonban a jól ismert finanszírozási kapacitáshiány, különösen a tagság első időszakában.

Mára változott a helyzet: nem érvényes a „kerül, amibe kerül” elv, az unió igyekszik a politikai, gazdasági, biztonságpolitikai stabilitást nem annyira tagsági ígérek, inkább az „olcsóbban” is létrehozható speciális külső kapcsolatrendszer keretében megvalósítani. Az új megközelítés előtérbe kerülését indokolja az is, hogy bizonyos országok esetében az esetleges tagság nem feltétlen erősítené a biztonságot és a stabilitást, sőt, a konfliktusok importálásával járhat, következésképpen a befogadás ellen hat. Ez nem jelenti azt, hogy az unió periferiáján lévő országokkal folytatott rendészeti, határvédelmi együttműködést – ami persze finanszírozást igényel – ne lehetne fejleszteni, de ez a külső kapcsolatrendszer keretében is megvalósítható.

Az Európai Unió bővítéshez fűződő egyéb – elsősorban gazdasági – motivációi szintén gyengültek azáltal, hogy az érdekszférájába tartozó szinte minden országgal olyan intézményes kapcsolatokat létesített (szabadkereskedelem, társulás), ami a befogadás nélkül is megadja az unió számára a remélt hozadékot. Az egységes belső piac normáinak fokozatos kiterjesztése révén az unió egy széles, többé-kevésbé homogén gazdasági mozgásteret hozna létre maga körül.

A másik oldalról, a belépni szándékozó vagy szorosabb kapcsolatokra törekvő országok szempontjából az egyik legfontosabb motiváció szintén a stabilitás garantálása, esetenként a politikai és gazdasági reformok visszafordíthatatlanságának biztosítása. Mindennek legbiztosabb eszköze a tagság lenne, ugyanakkor a külső kapcsolatrendszer keretében maradó megoldások is elfogadható alternatívának, „második legjobb” eszköznek bizonyulhatnak.

¹⁰ Meisel (2006) alapján.

A tényleges tagság nélkül azonban a harmonizálásból adódó költségek kompenzálásának csak egy részére nyílik lehetőség. Még nagyobb a különbség a tagság és a különleges kapcsolat között a döntéshozatal kérdésében. A döntéshozó asztalnál szék csak a tagállamoknak jár, a kívülálló ország legfeljebb konzultációs partnernek tekinthető, még ha oly tagság közeli állapotban is van (lásd EGT). Így ezek a társulási típusú keretek nem kellően hatékonyak és inspirálóak, vonzóvá válásukhoz új tartalommal való megtöltésükre lenne szükség.

A társulási megállapodások a korábbi években egy széles körben alkalmazott, változatos gyakorlat elemei voltak.¹¹ Ezek „tagság-közeli”, rugalmasabbá, következképpen vonzóbbá tétele, mint megoldás, nem lenne teljesen idegen az EU eddig követett gyakorlatától, hiszen az elmúlt évtizedekben is a Római Szerződés társulási formuláját igyekezett a Közösség konkrét tartalommal megtölteni és a partnerek „testére szabni”. Hangsúlyozni kell ugyanakkor, hogy e kapcsolatrendszer kereteinek mechanikus tágítása, kiterjesztése újabb és újabb partnerekre az eddigi tapasztalatok alapján nem tűnik elegendőnek. Annak érdekében, hogy a társulási viszonyt a partnerek ne ideig-óráig kényszerűen elfogadott pótmegoldásként, korlátozott és gyakran erodálódó előnyöket jelentő helyzetként érzékeljék, az EU-nak a korábbiaktól eltérő, új megközelítést és végrehajtási mechanizmust kellene kialakítani, de a tartalmi elemek tekintetében is célszerű volna szakítania az eddigi sémákkal és tabukkal.

Amennyiben az arra alkalmas külső országok bizonyos mértékben részeseivé kívánnak válni az egységes piacnak, szükségesnek látszik differenciálni a jogrend elemei között, meghatározni azokat, amelyek átvétele szükséges a kívánt mértékű piaci integrációhoz. El lehetne gondolkodni például azon, ami szintén némileg tabutéma az EU-ban, hogy célszerű-e erőltetni a teljes körű versenyjogi harmonizációt, vagy lehessen az érintett joganyagra nézve ideiglenes vagy konkrét feltételekhez kötött kétoldalú intézkedéseket alkalmazni, az átmeneti mentességek analógiájára. Hasonló problémát vetnek fel a gazdag nyugat-európai országok testére szabott belpiaci környezetvédelmi és a foglalkoztatáshoz kapcsolódó előírások. Ezek komplett teljesítését nem reális elvárni a belépés perspektívájával nem rendelkező országoktól, arra nem is lennének képesek. Akkor viszont kezelni szükséges a környezeti és szociális dömping ismert problémáját, az erre alapuló ellenérvelést. Az országok igényéhez igazítva lehetne megállapítani a célszerű harmonizáció menetrendjét és ennek megteremtési támogatási csatornáit.

3.1. Szomszédságpolitika

A kérdés kezelésére létrehozott Európai Szomszédságpolitika (*European Neighbourhood Policy*, ENP) kidolgozására 2004-ben, az Európai Unió ötödik bővítése kapcsán került sor. Az ENP a mediterrán szomszédok (Algéria, Egyiptom, Izrael, Jordánia, Libanon, Marokkó,

¹¹ Ezek közé illeszkedtek az ACP-országokkal kötött, később rendszerbe szervezett megállapodások, a mediterrán és a közép- és kelet-európai megállapodások, és egyes latin-amerikai országokkal aláírt egyezmények is.

a Palesztin Hatóság, Szíria, Tunézia) mellett az európainak tekintett volt szovjet tagköztársaságokat (Ukrajna, Belorusszia, Moldávia, illetve Azerbajdzsán, Grúzia és Örményország) is magába foglalja.

Az együttműködés keretében az EU és az egyes érintett országok megegyeznek a szükséges politikai, gazdasági reformok területéről, ezt egy 3-5 évre szóló bilaterális Akciótervben rögzítik, és az EU ezek megvalósításához nyújt pénzügyi és technikai támogatást.¹² Ennek előnye, hogy kimondottan az adott ország szükségletei, igényei szerint legfontosabbnak ítélt reformokat lehet előnyben részesíteni. A reformok alapvetően az *acquis* alapján történő harmonizációt szorgalmazzák, természetesen nem minden területen és nem minden ország esetében egyforma mélységben. Az akár jövőbeni tagsági reményeket is dédelgető európai ENP országok megítélése valószínűleg eltér a tagság lehetőségével nem rendelkező mediterrán államokétól.

A korábban a MEDA és a TACIS keretéből külön finanszírozott programokat 2007-től egy közös forrásból, az ENPI-ből (Európai Szomszédsági és Partnerségi Eszköz) fedezik. Az ENPI-ben 2007 és 2013 között 12 milliárd euró áll rendelkezésre, az egyes országok igényei, abszorpció kapacitásuk és a reform iránti elkötelezettségük alapján részesülnek a forrásokból.

4) Az uniós kapcsolatok keretei az egyes régiókban

4.1. Nyugat-Balkán¹³

A térség hosszabb távú gazdasági és politikai fenntarthatóságának alapfeltétele a gazdaság egészét érintő jelentős beruházások megvalósítása, ezen belül is egyrészt az olyan külföldi beruházásoké, amelyek jelentős számú új munkahely teremtésével elősegítik a gazdaság struktúrájának átalakítását és versenyképességének növelését, másrészt fejlesztési célokra meghatározott eljárási rend szerint felhasználható más (pl. EU) források. Megkockáztatható, hogy az ilyen típusú források jelentős mértékű beáramlása nélkül a kereskedelmi és folyó fizetési mérleghiányok középtávon nem fenntarthatók.

A régió egyes országaival összefüggésben komoly kockázatként merül fel, hogy a nemzetközi erők jelenléte nélkül mind politikailag, mind gazdaságilag rendkívül gyorsan összeomlanának, „failed state”-ek (államkudarcok) sora jönne létre. Ebben a helyzetben az Európai Uniónak továbbra is eltökélt politikát kell folytatnia, s e folyamatban az eddig viszonylag sikeresen alkalmazott kondicionalitást új típusú gazdasági/felzárkóztató eszkö-

¹² Míg Izrael, Jordánia, Marokkó, Tunézia, Libanon, Egyiptom és a Palesztin Önkormányzat, valamint Ukrajna, Moldávia és a 3 kaukázusi állam állapodott meg az Akciótervről az EU-val, míg Algériával jelenleg is folynak a tárgyalások. Szíria, Líbia és Belorusszia létező megállapodás hiányában gyakorlatilag nem részese még az ENP-nek.

¹³ Novák (2006) alapján.

zökkel célszerű összekapcsolnia. Az úgynevezett *stabilizációs és társulási folyamat* az EU nyugat-balkáni országokkal fenntartott kapcsolatainak az alapvető kerete. Az EU gazdasági és jogi struktúráival való összhangba hozás három fő eszköze a Stabilizációs és Társulási Megállapodás, a kereskedelmi preferenciák, valamint a technikai és pénzügyi támogatás. A stabilizációs és társulási folyamatnak a leginkább fejletlen, legrosszabb gazdasági helyzetben lévő régióbeli országokban döntő szerepe van a gazdasági környezet javításában, a kedvező befektetési környezet kialakításában.

A stabilizációs és társulási folyamat működése a régió legfejletlenebb országaiban szinte a kizárólagos (kényszer) eszköze a gazdaság stabilizálásának és a szükséges reformok előmozdításának. Eszközei viszonylag egyszerűek: támogatást nyújt, illetve összegyűjti a forrásokat, illetve más nemzetközi pénzügyi intézményeket is arra ösztönöz, hogy juttasson forrásokat meghatározott célok elérésére, amennyiben az adott ország megteszi azokat a szükséges jogi, intézményi átalakítási lépéseket, amelyek garantálják a támogatások megfelelő hatékonyságú felhasználását. A feltételekhez kötöttség a régióban elkerülhetetlen, de csak az európai integráció viszonylag magasabb szintjének kézzelfoghatóvá tételével párhuzamosan hozhat hosszú távú eredményeket.

A térség integrálása azt jelentené, hogy ott a gazdasági folyamatok kockázata – mind a külső finanszírozhatóság, mind a belpolitikai feszültségek kezelhetősége szempontjából – jelentősen csökkenne, ami további dinamikus gazdasági növekedést tenne lehetővé, vagyis az egész „keleti” tag-blokk az EU átlagos fejlődését gyorsítaná. Önmagában persze a térség kicsi ahhoz, hogy világgazdasági szinten jelentősen módosítsa az EU súlyát, vagyis inkább európai szinten jelentkezne a politikai haszon.

A térséggel szomszédos országok nemzeti és összeurópai gazdasági érdekeket megfogalmazni képes stratégiája is jelenthet bizonyos nyomásgyakorló tényezőt. Alapvetően azt kell bebizonyítani, hogy a térség tartós „pacifikálásának” útja a gazdasági felzárkózás elősegítése a tagság révén, eszköze pedig az erőteljes tőkebeáramlás az Európai Unióból, illetve más szomszédos országokból (Magyarország, Szlovénia, majd Horvátország, Ausztria, Olaszország, Görögország). Ezek az országok már csak a földrajzi tényezők miatt is érdekeltnek lehetnek e régió sikerességében, a kereskedelmi kapcsolatok bővítésében, a határmenti együttműködés fejlesztésében. Mindez elvezethet a térség felzárkóztatását, a csatlakozási feltételek teljesítését elősegítő hatékonyabb rendszerek kialakításához is. A fejlettebb közép-európai országok többségében a termelés költségei az elmúlt egy-két évben jelentősen megnövekedtek és várható, hogy felgyorsul az az – egyik-másik országban tapasztalható – folyamat, hogy a munkaigényes ágazatokban működő külföldi beruházók tevékenységüket alacsonyabb munkaerő-költségű országokba helyezik át. Ennek nyilvánvaló célterülete lehet a Balkán, ahol az elmúlt néhány évben jelentősen növekedett az FDI nagysága.

A gazdasági jellegű integrálás előnyeit emelheti ki az is, hogy eddig a térség legproblematisabb országaiban alkalmazott politikai jellegű megoldások, a gazdaság fejlesztésének látszata, a működőképes gazdasági szerkezet kialakításának illúziója a viszonylagos politikai egyensúlyon kívül valójában nem tudta kialakítani a működő gazdasági szerkezetet. A tartós biztonságpolitikai stabilitás a gazdaság felzárkóztatása nélkül nem képzelhető el, ez pedig összességében új típusú gazdaságfejlesztési eszközöket igényel. A

térség hatékonyabb gazdaságfejlesztésének eszközrendszere lehet egy olyan konstrukció, amelyben európai uniós pénzügyi intézmények felügyelete alatt, nagyon jelentős közvetlen, visszaforgatható EU-s források felhasználására kerülne sor. Ilyen lehetne pl. a JEREMIE-típusú eszközökhöz hasonló újszerű konstrukcióknak a csatlakozás előtt álló térségre való kiterjesztése, vagy akár az EU versenyszabályok bizonyos változtatása, a régióra vonatkozó, akár a közép-európai térségből kiinduló fejlesztési programok révén. Az ilyen üzleti típusú eszközök javíthatnák a térség felzárkóztatására fordított források hatékonyságát, gyorsíthatnák a piackonform intézményrendszer kialakítását és a régió fejlődését. Eredményes eszköz lehet az állami gazdaságfejlesztés normatív intézményeinek a kialakítása a régióban, amely akár nemzetközi részvétellel, az EU-források becsatornázásával valósulhat meg. Ezek piaci, üzleti szempontok alapján kedvező feltételekkel helyeznek ki hiteleket, tőkét. Ugyanakkor mivel viszonylag kevés hitelképes vállalat van, ezért valószínűbb, hogy egy nemzetközi tőkebefektetési alapot érdemes létrehozni, amely a régióra specializálódik.

4.2. Törökország¹⁴

A Törökországgal megkezdett csatlakozási tárgyalások, bár hasonló elvek alapján folynak és hasonló rendszerben (jelenleg 35 fejezetre bontva) zajlanak, sok ponton különböznek a korábbi csatlakozási tárgyalásoktól. Az unió a 2004-ben csatlakozott tíz országgal, valamint a 2007-től EU-tag Romániával és Bulgáriával folytatott tárgyalások tapasztalatait leszűrve nem elégszik meg az *acquis* szabályainak átvételével és törvénybe iktatásával, hanem azok tényleges alkalmazását is megköveteli.

Ennek érdekében az unió értékelési kritériumokat határoz meg az egyes csatlakozási tárgyalási témák kapcsán, amelyek teljesítését az adott területen elvárja. Ezen kritériumok segítségével a Bizottság folyamatosan képes nyomon követni és értékelni a valódi harmonizációt. Ha már a kezdeti feltételeknek sem felel meg a tagjelölt, akkor azok teljesítéséig felfüggesztik az adott fejezet tárgyalását. Ha egy fejezet (ideiglenes) lezárása után nem felel meg a lezáró kritériumoknak, akkor újra megnyitják annak tárgyalását.

Központi kérdésként kezeli az unió, hogy az országnak teljes mértékben meg kell felelnie a demokratikus jogállamiság feltételeinek (kisebbségek kezelése, szólásszabadság), de más területeken is tényleges előrelépést vár el, így a népesség jelentős részét foglalkoztató, többnyire elmaradott mezőgazdasági termelést modernizálni kell, a széles körben elterjedt korrupciót vissza kell szorítani. Törökországnak bizonyítania kell tehát, hogy az elmúlt időszakban megindult ígéretes reformfolyamat tartósan is fenn tud maradni.

A Bizottság a török csatlakozás kapcsán jelentkező aggodalmak leszerelésére igyekezett minél több biztonsági záradékot beépíteni a tárgyalási folyamatba. A csatlakozási tárgyalások részben vagy teljes egészében felfüggeszthetőek, amennyiben Törökországban olyan visszalépések történnek a végrehajtott politikai reformok területén,

¹⁴ Szigetvári (2006) alapján.

mely által a tagjelölt súlyosan megsérti az unió alapelveit (a szabadság, a demokrácia, az emberi jogok és az alapvető jogok tiszteletben tartása). A csatlakozási folyamat nyitott, tehát gyakorlatilag igen hosszán elhúzható. Néhány ország (pl. Franciaország, Ausztria) a törökök majdani csatlakozásáról mindenképpen népszavazás keretében kíván dönteni.¹⁵

A tárgyalási folyamat más okok miatt sem ígérkezik egyszerűnek. A ciprusi kérdés rendezetlensége már a tárgyalások elején komoly konfliktusforrássá nőtte ki magát. Törökország egyelőre nem ismeri el az EU-tag Ciprust, és életben tartja a ciprusi hajókat és repülőket érintő embargóját is, mindaddig, amíg az unió nem oldja fel az Észak-Ciprust sújtó embargóját. Bár az EU bizonyos engedményeket már tett Észak-Ciprus kapcsán, erre a fajta árukapcsolásra nem mutatkozik hajlandónak. Jelenleg Törökország térfelén pattog a labda: az EU 2006 decemberében befagyasztott nyolc tárgyalási területet, illetve mindaddig nem zárható le más fejezet sem, amíg Törökország nem oldja fel a Ciprus elleni korlátozásokat.

A tagországoknak és általában az uniós polgároknak erősen megoszlik a véleményük a török tagság kérdésében, és a török csatlakozásról szóló társadalmi vita valószínűleg még jó ideig napirenden lesz. Alapvető fontosságú ugyanakkor magának a csatlakozási tárgyalásnak a ténye. A csatlakozási tárgyalás nagyszerű eszköz és lehetőség Európa számára ahhoz, hogy a török átalakulás és reformok folyamatát befolyásolja, és a jól működő demokráciával rendelkező, gazdaságilag prosperáló Törökország pozitív példaként szolgálhat és stabilizáló tényezőként hathat a szomszédos (kaukázusi, közelkeleti) államokra is.

Törökország számára ugyanakkor az Európához tartozás identitási kérdés. Míg a norvégok számára az EU-tagság visszautasítása semennyiben sem befolyásolja önértékelésüket, a közép- és kelet-európai országok esetében pedig, bár már fokozottabban jelentkezik az Európához tartozás problematikája, európaiságukhoz akkor sem fér kétség, Törökországnak azonban mind földrajzi fekvése, mind iszlám gyökerei miatt meg kell küzdenie európai identitásáért. Kemal Atatürknek és követőinek a törökök európaiságáról és a nyugathoz tartozásról vallott eszméjüket felülről, olykor a radikális eszközöktől sem visszariadva kellett elterjeszteni a török társadalomban.

Éppen ezért Törökországban bármilyen, az EU-val kapcsolatos fejlemény általában valódi jelentőségénél jóval élesebb színben tűnik fel. Ez történt a társulási szerződés (1963), majd a csatlakozási kérelem (1987) és annak elutasítása kapcsán is. A vámuniós megállapodás (1996) esetében a török hivatalos közvélemény óriási eufóriával fogadta a döntést, a török kormányzat és a sajtó is úgy értékelte, hogy a következő lépés a csatlakozás, a teljes jogú tagság megszerzése lesz. A túlzott optimizmus háttérben az állt, hogy a hosszú évekig tartó huzavona során a vámunió szerepe is túldimenzionálva jelent meg a török politikai közéletben, mint a kulturális identitás alapja, az európai és az iszlám út közötti sorsdöntő választás. A vámunió terheinek elfogadását is a jövőbeli tagságért elviselendő áldozatként tüntették fel. A luxemburgi csúcstalálkozó

¹⁵ Nyitott kérdés egyelőre, mi történik akkor, ha a sikeresen lezárt csatlakozási tárgyalásokat követően egy népszavazás elveti a tagállami ratifikációt. Az eset hasonló az Alkotmányéhoz, de itt még a kérdés „átdolgozása” sem igen jöhet szóba.

Törökországnak felajánlott megoldás, vagyis az, hogy a csatlakozás ígérete helyett mindössze az újonnan létrehozandó Európai Konferenciában vállaljon aktív részvételt, természetesen nem elégítette ki, sőt felháborította a törököket.

A muszlim lakosság körében az unió részéről azóta is jellemző halo-gatást egyre inkább egyértelmű elutasításnak veszik: az EU keresztény klub, ahova nem lehet bekerülni, kár is tovább próbálkozni¹⁶ – inkább az iszlám értékek felé kellene fordulni. Az iszlám orientációjú pártok népszerűsége és kormányra kerülése is jórészt ennek volt betudható. Az Erdogan vezetésével hatalomra került mérsékelt iszlamista erők, amelyek korábban többnyire csatlakozás-ellenes elveket vallottak, a belső politikai kényszerek hatására retorikát és politikát váltottak, és jelenleg már az uniós tagság mellett foglalnak állást. Az elmúlt időszakban végrehajtott reformokkal sikerült teljesíteniük a koppenhágai kritériumokat, amelyek a csatlakozási tárgyalások megkezdésének feltételét jelentették, és a gyors gazdasági növekedés is erősítette pozícióikat.

A csatlakozással járó reform-igények azonban komoly áldozatokkal és megszorításokkal járnak, és vannak köztük olyanok is, amelyek a nemzeti identitás szempontjából központi jelentőségűek: ilyen például a kurd-probléma, Ciprus, vagy az örmény népirtás. Ezekben a kérdések-ben csak a bekerülés ígérete az, ami elfogadhatóvá teszi a kompromisszumokat (vagy még az sem). Az unió részéről a csatlakozási tárgyalások folytatása tehát kívánatos, hiszen egy esetleges tartós felfüggesztés vagy elutasítás következményeként megszakadna a megindult reformfolyamat, egy destabilizálódó Törökország pedig komoly politikai problémát és gazdasági kárt jelentene az uniónak.

¹⁶ A csatlakozást pártolók aránya Törökországban a korábbi 60 százalék fölértékről 40 százalék alá esett vissza.

4.3. Ukrajna¹⁷

A bővítési tervekben közvetlenül egyelőre nem szereplő, az EU szomszédságpolitikájában érintett országok közül *Magyarország számára Ukrajna tekinthető kiemelt partnernek*, a szomszédság, a magyar kisebbség, az ország gazdasági súlya és a fenntartott kapcsolatok szempontjából is

Az ukrán belpolitikai erőviszonyok bármilyen irányú alakulása sem valószínűsíti az ukrán európai uniós tagsági célkitűzés megváltoztatását. Bár a tagsági perspektíva megszerzésére irányuló ukrán erőfeszítések a reformerők közötti ellentétek miatt némiképpen puhulhatnak, például az Oroszországgal való viszony rendezésére irányuló magatartás következtében is, Ukrajna vélhetően az elkövetkező években sem fogja feladni uniós tagsági ambícióit, legalábbis a retorika szintjén nem. A jelenlegi tendenciák alapján azonban az „uniós vektor” 2006-os választások előtti időig kimutatható egyértelmű dominanciája megtörik, Ukrajna újra intenzíven fogja ápolni a keleti, az országot Oroszországhoz fűző kapcsolatrendszerét is. Ez egyben politikai és gazdasági szükségszerűség is, a belpolitikai erőviszonyoktól függetlenül. Az Európai Unió ugyanakkor az elmúlt mintegy másfél-két év ukrán belpolitikai fejleményeinek fényében, de még inkább saját belső problémái következtében várhatóan nem fog az eddigieknél határozottabban állást foglalni: sem a határozott elutasítás útját, sem pedig a felelőtlen ígéretést nem választja, választhatja. Minden bizonnyal maradni fog az „Ukrajna sorsa a saját kezében van” hozzáállás, amelyet csak kisebb jelentőséggel fog árnyalni az ukrán reformfolyamathoz nyújtott uniós anyagi és technikai segítség. Várhatóan továbbél majd az unió belső megosztottsága is az ukrán kérdésben, ezen belül Lengyelország vezetésével megmarad a támogatók köre.

Az ukrán integrációs stratégia elméletileg – szélsőséges esetben – két lényegesen eltérő irányt is vehet. Az ukrán belpolitikai helyzet alakulásának függvényében teljesen nem lehet kizárni sem egy Oroszországot a középpontba helyező határozott irányvonal kialakulásának lehetőségét, sem pedig egy Oroszországgal dacoló, az orosz kötelékek radikális elszakítását célzó ukrán kurzus létrejöttét. Magyarország számára azonban, az elmúlt évek tapasztalatai alapján, Ukrajna mindkét esetben fontos partner maradhat. Az első scenárió mentén elsősorban a gazdasági kapcsolatokra koncentrálva, míg a másik esetben az együttműködés sokkal szélesebb skáláján. Ami a gazdasági szálakat illeti, leginkább Ukrajna stabilitása, gazdasági növekedése azok a tényezők, amelyek előrelendíthetik a kétoldalú üzleti kapcsolatokat. Magyarország a politika oldaláról mindegyik meghatározó politikai erő számára elfogadható, sőt baráti partner lehet.

¹⁷ Ludvig (2006) alapján.

5) A magyar stratégia lehetséges keretei

5.1. Nyugat-Balkán¹⁸

Úgy tűnik, hogy *Magyarország továbbra is „tart” a Balkántól*, és egyelőre csak óvatosan fogalmazódott meg a Balkánra történő gazdasági behatolás stratégiai célként. Nincs a göröghöz hasonló átfogó, jelentős állami pénzeket mozgató délkelet-európai program; nincs olyan kutatási alap – mint pl Ausztriában – amely próbálja a régiós információkat átfogóan, folyamatosan – nem csak egy-egy konkrét projekthez kapcsolódóan – a vállalkozók számára naprakészen biztosítani; a hazai KKV-k régióba irányuló tevékenységét elősegítő intézmények sokkal sikeresebbek pl. Olaszországban, de Hollandiában, vagy Belgiumban stb. is. Emellett szükség lenne a Balkánt ismerő, a vállalati szokásokkal tisztában lévő, nyelvet beszélő menedzsereket kinevelni képes felsőfokú gazdasági képzésre is.

Éppen ezért, bízva a stabilabb gazdasági környezet kialakulásában és a hosszabb távú gazdasági pozíciók kialakítása érdekében aktívabb gazdaságdiplomáciát folytatva (egy erőteljesebb Délkelet-Európa-politikát megvalósítva), valamint a régióba irányuló beruházások fokozottabb ösztönzésével alakíthatnánk ki kedvezőbb feltételeket a régióban való megjelenésre. Ekkor a Magyarországról kiinduló beruházásokra (kis- és közepes méretű vállalkozások, de ugyanúgy külföldi leányvállalatok is) hárul a döntő szerep a gazdasági előnyök kihasználásában, amihez a régió iránt elkötelezett diplomácia párosul.

Magyarországnak információs és üzleti-gazdasági szolgáltatást nyújtó központtá érdemes alakulnia, amely képes a multinacionális vállalatok terjeszkedése során információkkal, adatbázisokkal és üzleti szolgáltatások hatékonyabb nyújtásával tudatosítani a nemzetközi szereplőkben, hogy érdemes hazánkon keresztül lebonyolítaniuk a régióba irányuló beruházásaikat. A regionális szolgáltatásnyújtó, információ bázis kialakítása még talán nem teljesen elkésett lehetőség.

Amennyiben Délkelet-Európát a magyar külgazdasági, külpolitikai prioritások sorában előbbre lehetne helyezni, a magyar költségvetés nagyobb összeget biztosíthatna a régióban zajló projektek finanszírozására. A forrásokat úgy érdemes nyújtani, olyan projekteket érdemes előnyben részesíteni, amelyek elősegítik a délkelet-európai régió hálózatos összekapcsolását Magyarországhoz, illeszkednek az EU segélypolitikájához és javítják a kis- és középvállalatok nemzetköziesedési lehetőségeit.

Célszerű lenne aktívabb partneri kapcsolatot kiépíteni a régió iránt érdeklődő országokkal (Olaszország, Görögország, Szlovénia) és velük „társulva” közös lépéseket kidolgozni. Annak ellenére, hogy a délkelet-európai régió közelében fekszünk, adottságaink a régióba való behatolásra kedvezőtlenebbek, mint Szlovéniáé (helyismeret), vagy mint Olaszországé (tőkeerő, kockázatvállalás). Meg kellene kísérelni speciális jogcímet találni

¹⁸ Novák (2006) alapján.

pótlólagos források szerzésére¹⁹, amelyek célja a Délkelet-Európával közvetlenül szomszédos államok és a Balkán közötti gazdasági szálak szorosabbra fűzése.

Ki lehetne alakítani a régióra vonatkozó ismereteket folyamatosan nyújtani képes tudásbázist (pl. olyan kutató közösséget támogatni, amely képes gazdasági információkat relevánsan értékelni), vagy létrehozható lenne egy „Balkán scheme”, ami EU-konform módon jelentős költségvetési (ez valószínűleg ma kevésbé lehetséges Magyarországon), és/vagy üzleti jellegű finanszírozási forrást képes megmozgatni a régióba. Elősegítené Magyarország térségbeli szerepvállalásának erősödését, ha deklaráljuk a Balkánt, mint a magyar külpolitika egyik prioritását, és ehhez az előbb említett, vagy ahhoz hasonló eszközöket rendelünk. Szükség lenne annak feltárására is, hogy a térségben milyen konkrét beruházási igények jelentkeznek a következő években az EU-követelmények teljesítése érdekében, s hogyan lehetne az ezekhez kapcsolódó európai uniós projekteken részt venni.

¹⁹ A régió finanszírozási igénye az EU irányában valószínűleg amúgy is nőni fog, hiszen az európai uniós jogharmonizáció folyamata egyre költségesebbé válik, illetve a korábbi nemzetközi támogatásokat is jelentős részben az uniónak kell kiváltania, mint a régió legfontosabb szerepvállalójának. Ez természetesen Brüsszel részéről is jóval magasabb pénzügyi hozzájárulást tesz szükségessé. A változás első jeleit már láthatjuk a 2007 és 2013 közötti időszak elfogadott pénzügyi kereteiben, ahol 11,5 milliárd eurót különítettek el az Európai Unióhoz nem tartozó nyugat-balkáni országok (és Törökország) számára.

5.2. Törökország²⁰

Magyarország szempontjából a Nyugat-Balkán csatlakozása, vagy az uniós kapcsolatok szorosabbra fűzése Ukrajnával elemi érdek. *Törökország csatlakozása viszont sem a szomszédság, sem gazdasági kapcsolataink szorossága, sem a kisebbségek, de még talán a stratégiai okok (pl. energetikai hálózat) alapján sem kell, hogy prioritását képezze a magyar külpolitikának.*

Ennek ellenére – bár számos problémát vet fel a csatlakozás – Törökország visszautasítása, egyértelmű kirekesztése az unióból még nagyobb hiba lenne. Magyarország érdekelt abban, hogy Törökországban a gazdasági és politikai reformok végbemenjenek, hiszen a sikeres átalakulás pozitív hatást fejt ki az egész Balkán-térség stabilitására és prosperitására. Minthogy az Európai Unióval fenntartott rendezett és kölcsönösen elfogadható viszonyrendszer képezi ennek egyik alapfeltételét, Magyarországnak nem célszerű támogatnia a csatlakozási tárgyalások befagyasztására irányuló kezdeményezéseket. Érdekünk egybeesik ugyanakkor az uniós érdekekkel abban, hogy Törökország csak a csatlakozási feltételeknek maradéktalanul megfelelően (a kisebbségi és emberi jogokat tiszteletben tartva, a demokratikus kritériumok teljesítése esetén) válhasson az unió teljes jogú tagjává.

Törökország csatlakozása megköveteli az unió felkészítését a befogadásra, hiszen a jelenlegi feltételek mellett a török tagság aligha finanszírozható. Ez olyan intézményi, politikai változtatásokat jelent, amelyek alapvetően befolyásolják a magyar érdekeket is. Itt Magyarország a közös agrárfinanszírozás és a szolidaritási elv alapján a strukturális alapokból és kohéziós alapból történő finanszírozás fennmaradásában érdekelt. A követendőnek vélt magyar megközelítéshez hasonló állásponttal elsősorban a mediterrán országok és a kelet-európai tagállamok között találkozhatunk.

Tudatában kell lennünk annak, hogy Magyarország elsődleges nemzeti érdeke az unió hosszú távú érdekeinek figyelembe vétele, hiszen ez határozza meg hazánk számára is a jövőbeli fejlődés lehetőségeit és kereteit. Ez viszont szükségessé teszi a közös politikák „áthangolását”, a közös forrásoknak a versenyképesség szolgálatába állítását. Törökország ilyen értelemben pozitívan járulhat hozzá az unió versenyképességéhez, részben mivel a felvétele kikényszeríti a reformok mielőbbi végrehajtását, de dinamikus gazdasági teljesítménye és a kiaknázható lehetőségek révén is hozzájárulhat a versenyképesebb Európa létrejöttéhez. (Kérdés persze, hogy ennek a teljes jogú tagság nélkülözhetetlen feltétele-e?).

Törökország speciális pozícióban van a többi csatlakozni vágyó országhoz képest, hiszen az EU és Törökország között nem csak szabadkereskedelmi viszony, de vámunió is fennáll az ipari termékek viszonylatában. Magyarország érdekelt lenne az agrártermékek

²⁰ Szigetvári (2006) alapján.

kereskedelmének mielőbbi liberalizálásában is, hiszen a jelenleg védett török piac jelentős felvevője lehet a magyar termékeknek.

5.3. *Ukrajna*²¹

A Magyarország számára kínálkozó legcélszerűbb út az Ukrajnát támogató szövetségekhez csatlakozás, akár az eddigieknek megfelelően regionális alapon (pl. a visegrádi együttműködés keretei között), akár különböző speciális, több országot összeterező érdekek mentén. (pl. energetikai kérdések). Ugyanakkor ennek a támogatásnak nem feltétlenül kell a tagsági perspektíva erőltetésére irányulnia, hanem sokkal inkább magának az ukrán eurointegrációs folyamatnak a fenntartására és tartalommal való feltöltésére. Az EU-val való kapcsolattartás erősítése Ukrajna számára ugyanis stabilizáló tényező. Az Európai Unió a jelenlegi csekély reformkészsége mellett is egyfajta „stabilitási import” Ukrajna számára, olyan partner, amely az ország fejlődésének és integritásának ügye mellett áll. Nem annyira maga az integrációs végcél, azaz a tagság kell tehát, hogy a magyar megközelítés középpontjában álljon, mint maga az integrációs folyamat, amelynek következetes továbbélése ugyanakkor magát Ukrajnát is közelebb viszi saját stratégiai céljához, a tagsághoz. (Ez utóbbi viszont szintén magyar érdek is, hiszen ezáltal csökkenthetjük például „peremállam” szerepünket.)

Az integrációs folyamat fenntartásához, erősítéséhez ugyanakkor Ukrajnának szüksége van uniós támogatásra, anyagiakra és szellemiekre egyaránt. Ezen uniós támogatások növelése és hathatóssá tétele nyilvánvaló magyar érdek. Ebben a folyamatban Magyarország is kivetheti a részét, korlátozott anyagi erőforrásai következtében leginkább saját integrációs folyamata tapasztalatainak átadásában. Erre ukrán oldalról is igen erőteljes igény mutatkozik. Célszerű lenne, ha Magyarország e téren az eddiginél jelentékenyebb szerepet vállalna.

Mivel azonban belátható időn belül az ukrán integrációs folyamat fenntartása önmagában nem elegendő a tagsági perspektíva megszerzéséhez, mindenképpen fontos olyan „nem tagság-alternatívák” kidolgozása, amelyek az érintett kívül maradó országok, így Ukrajna számára is kellően vonzóak. A „többsebességű Európa”- gondolat elfogadtatásában fontos részt képeznek a gazdasági kérdések. Ezen belül Ukrajna számára különösen lényeges, s ezt célszerű a magyar stratégia kialakítása során is figyelembe venni, hogy érdekei a közös uniós energetikai gondolkodásban megjelenjenek, azaz ne rendeződjenek az EU-orosz kapcsolatok fontossága alá.

Az Ukrajna energetikai elszigetelését, ellehetetlenítését célzó orosz törekvések ellen Magyarországnak is érdemes fellépnie az unióban, hiszen egy erős gazdaságú – stabil és kiszámítható energia-szállításokkal jellemezhető – Ukrajna léte szomszédságunkban nyilvánvaló magyar érdekelttség. (Várható azonban, hogy az energiakonfliktusban valamiféle

²¹ Ludvig (2006) alapján

kiegyezés jön létre Oroszország és Ukrajna között, ezt, bár eszközei korlátozottak, az uniónak is támogatni kellene.)

Az ún. világgpiaci energiaárak azonban Ukrajna számára is elkerülhetetlenül elérkeznek, a kérdés az, hogy erre a váltásra az ország hogyan tud felkészülni. A szükséges szerkezetváltáshoz, az energiapazarlás felszámolásához, az energiatakarékossági szemlélet és programok elterjesztéséhez azonban az unió érdemi segítséget tud nyújtani. Magyarországnak az unión belül támogatnia, kezdeményeznie érdemes ilyen programok indítását, illetve idehaza elősegíteni a korszerű magyar technológiák átadását, versenyképes termékek gyártását célzó magyar tőke kivitelét.

Az Ukrajnát támogató növekvő magyar szerepnek realitást ad az ukrán kérdésben fennálló uniós orosz-, illetve ukránpárti megosztottságon való magyar felülemelkedés lehetősége is. Magyarország kétoldalúan jó viszonyt ápol a német-orosz partnerség tagjaival, miközben a másik oldalon Ukrajna és Lengyelország irányában is rendezettek, illetve perspektivikusak a kapcsolatai. Ez egyfajta közvetítői szerep lehetőségét veti fel. Valamennyi érintett fél számára elfogadható megoldások elősegítésével egyúttal az ország integritásának erősítéséhez is hozzájárulhatunk, míg ellenkező módon az ukrán-orosz ellentéteket kielező megoldások, elképzelések hozzájárulhatnak az országon belüli regionális feszültségek erősödéséhez.

Tekintettel arra, hogy Magyarországnak kiemelten szoros, elszakíthatatlan kötődései vannak mind Ukrajna, mind pedig Oroszország irányában, a magyar álláspontnak arra kellene törekednie, hogy az EU-ukrán és EU-orosz kapcsolatrendszer ne egymással ellentétes, hanem inkább kompatibilis, egymással összeegyeztethető módon formálódjon. Ilyen magatartást vélhetően még akkor is lehetséges követni, ha a nagy orosz-ukrán „kiengesztelődés” nem következik be, feltéve, hogy Oroszország nem mutat kifejezetten ellenséges és elutasító magatartást az EU-val szemben. Ennek a törekvésnek mind a két kapcsolatrendszer integrációs célkitűzéseiben, mind pedig az energetika vonatkozásában célszerű megjelennie.

6) Záró gondolatok

Jóllehet az unió története a bővítések története, egyre élesebben merül fel a kérdés: meddig folytatódhat ez a folyamat, hol vannak az unió határai. Sokan az Európai Unió működőképességét féltik, és megállítanák a folyamatot (sőt, már korábban megtették volna), hiszen ennyi szuverén tagállammal nem képes az unió normális döntéshozatali rendszert kialakítani. Az új tagállamok mind szegényebbek, egyre költségesebb a felzárkózásuk finanszírozása, és így egyre kevesebb támogatás jut a régi tagállamokra, illetve az általuk fontosnak tartott problémákra. Az új tagok egyre kevésbé képesek átvenni az uniós politikákat, így vagy enyhíteni kell azokat, lemondva az unió további mélyítéséről, vagy többsésségűvé válik az integráció – ekkor azonban mi szükség lenne ezen országok felvételére.

A bővítéseknek azonban van egy másik olvasata is. Az unió és tagállamai, mint a világpolitika és világgazdaság jelentős résztvevői, a világban elfoglalt helyzetük alapján is kell, hogy értékeljék a folyamatokat. Európa egyre erősebb konkurenciának van kitéve a világban, nem csak az Egyesült Államok és Japán, de egyre több fejlődő ország részéről is. A keleti bővítés, az eddigi tapasztalatok alapján, javította az unió versenyképességét, tehát ezen a téren pozitívnak tűnik a hozadéka. Egyre inkább felmerül az Európai Unió politikai befolyásának kérdése is, vagyis hogy a tagállamok parciális érdekeit összehangolva az Európai Unió mint világpolitikai szereplő lépjen fel, legalábbis azokban a régiókban, amelyekhez közvetlen érdekei fűzik (pl. Közép-Ázsia, vagy a Közel-Kelet). Szintén alapvető cél a környező országok stabilitásának és prosperitásának biztosítása. E perspektívából a bővítés kérdése is másként merül fel.

Az Európai Uniónak tehát először a saját jövőjével kapcsolatos elképzeléseire kell megtalálnia a választ: kompromisszumot a belső kihívások és a globális kihívások között, hogyan tud működőképes maradni és ugyanakkor versenyképesé válni. A további bővítés lehetőségére és módzataira is ennek függvényében lesz képes megadni a megfelelő választ.

Magyarország szempontjából szintén kettős a kihívás. Egyrésztől minél inkább szem előtt kell tartani a nemzeti érdekek érvényre juttatását: harcolni a magasabb támogatásokért, a számunkra elérhető mezőgazdasági, strukturális, kohéziós források maximalizálásáért. Másrésztől viszont Magyarország akkor lehet sikeres az unió tagjaként, ha az unió is sikeres a világban, s ennek érdekében a versenyképesség javítása szempontjából lényeges szempontokat kell érvényre juttatni, még akkor is, ha ezek olykor nem felelnek meg a közvetlen magyar érdekeknek. Egy sikeres magyar stratégia alapját tehát csakis ezeknek az egymásnak ellentmondani látszó céloknak az összehangolása, egyensúlyba hozása révén lehet megteremteni.

Az unió további bővítése, minthogy javarészt hazánk közvetlen környezetét érinti, az általános, uniós pro és kontra érveken túlmenően, alapvető magyar érdekeket is érint, hiszen a felvételre váró országok többsége a magyar külgazdasági relációban ténylegesen vagy potenciálisan kitüntetett szerepet játszó ország, a közvetlen szomszédoknál a nemzeti kisebbségek helyzete okán is érdekelték vagyunk. A régió politikai stabilitása és gazdasági prosperitása jelentős részben az unió által felkínált perspektívák függvénye. Mindezek a magyar külstratégia oldaláról egy alapvetően pozitív és aktív hozzáállást feltételeznek a bővítés kérdéskörében.

Felhasznált irodalom

- Ludvig Zsuzsa (2006): *Az unió keleti határai – Ukrajna és más poszt-szovjet tagköztársaságok felvétele és hatása az unió és Magyarország helyzetére*. MTA VKI (kézirat)
- Meisel Sándor (2006): *A teljes jogú tagság alternatívái*. MTA VKI (kézirat)
- Novák Tamás (2006): *A nyugat-balkán országainak felvétele, és hatása az unió és Magyarország helyzetére (gazdaság, biztonság, működőképesség: intézmények és kohézió)*. MTA VKI (kézirat)
- Quaisser, Wolfgang –Reppegather, Alexandra (2004): *EU-Beitrittsreife der Türkei und Konsequenzen einer Mitgliedschaft*. Working Paper Nr. 252, Osteuropa Institut, München
- Szigetvári Tamás (2006): *Az Európai Unió dilemmái a török csatlakozás kapcsán*. MTA VKI (kézirat)
- Szigetvári Tamás (2007): *Törökország – félhold a csillagok között*. in: Novák Tamás – Szemlér Tamás (szerk.): *Európa peremén: új tagok és szomszédok*. MTA Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest

CSR – KÖZÉP-KELET-EURÓPAI ÖSSZEHAISONLÍTÁSBAN*

Ligeti György – Michal Kissa – Edőcs Kristóf – Doinita Arion – Alina Nuta – Florian Nuta

A vállalati társadalmi felelősség vagy szerepvállalás (CSR) fogalom jelentése, hogy a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat érvényesítenek üzleti tevékenységükben és a partnereikkel fenntartott kapcsolatokban.¹ Lényege, hogy a vállalatok a társadalmi igények kezelése érdekében olyan feladatokat, tevékenységeket is elvégeznek, amelyek túlmutatnak a jogi előírások teljesítésén, együttműködnek az érdekelt partnerekkel (stakeholderek), s így elősegítik a gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi szükségletek kielégítését. Napjainkra ez a tevékenység különösen a fejlettebb országok körében – s így fokozatosan az Európai Unió kelet-európai tagállamaiban is – egyre fontosabb szerepre tesz szert. Mind több ország és vállalkozás ismeri fel, hogy a globalizáció korában az erőforrásokkal és különösen a humán tőkével kapcsolatos gazdálkodás meghatározó elemévé vált a fenntartható gazdasági tevékenységnek, s egyre inkább a versenyképességnek is. Emellett az EU-ban a CSR-tevékenység ösztönzése közös érték is, illetve az európai integráció lényegét jelentő szolidaritás és kohézió erősítésének is fontos eszköze. A közép-európai térség piaccgazdasági átalakulása a kilencvenes években utat nyitott a vállalati társadalmi felelősségvállalás elterjedése előtt is, behatolása alapvetően a külföldi vállalatok megjelenésével függött össze, de érthető módon igazi elmélyülése csak lassan halad előre. Napjainkra a vállalatok egyre szélesebb körére terjed ki a CSR-tevékenység, s ma már belföldi tulajdonú vállalkozások is egyre aktívabban foglalkoznak ezzel a kérdéskörrel. A gazdasági fejlődés előrehaladása elvben tovább erősíti a vállalatok etikus magatartását, s bővíti a CSR-tevékenységet folytató vállalkozások körét. A jelenlegi helyzet összehasonlítása Magyarország, Románia, Szlovákia és a jóval fejlettebb Ausztria esetében hozzájárulhat a legfontosabb folyamatok feltárásához, s jelezheti a további fejlődés főbb irányait is.

* Szerkesztette: Ligeti György és Novák Tamás

¹ COM(2001) 366 végleges

1. Magyarország²

Mindenekelőtt vizsgáljuk meg azt, hogy *mivel indokolják* a vállalatvezetők azt, hogy egyáltalán elkezdtek CSR-ral (Corporate Social Responsibility – Vállalati társadalmi szerepvállalás) foglalkozni. Ezek után pedig bemutatjuk, hogy mit jelent a mi értelmezésünkben a vállalati felelősségvállalás. Végül konkrét példákon keresztül mutatjuk be a vállalati társadalmi szerepvállalás helyzetét 2007 Magyarországon névvel vagy anélkül.

1.1. Érdék és érték

Magyarországon szinte akárkit kérdezőnk arról, hogy miért fontos szerinte a CSR, olyan indokokat fog hozni, hogy az jó az emberi erőforrással való gazdálkodás (például motiváció) miatt, pr-értéke van, jó pontot lehet szerezni a hatóságoknál, újabb piacokat lehet általa nyitni és a kutatási-fejlesztési tevékenységre is jótékony hatással van. Ez mind igaz. Azonban talán mi sem jellemzi jobban a magyar társadalmi állapotok jelen állását, mint az, hogy csak elvétve jelenik meg a narratívában az *érték-elem*. Tehát alig lelhető fel az érvelés, mely szerint

- * mégsem lehet olyan társadalomban élni, ahol emberek százezrei kirekesztettek;
- * a vállalatok a demokrácia haszonélvezői, így kötelességük is annak megerősödéséhez hozzájárulni;
- * a profittermelés, az üzleti tevékenység értelme – a tulajdonosok és a munkavállalók számára egyaránt – végső soron egy jobb világban élni. A jótékonyági, önkéntes, környezetvédő programok, a munkavállalók emberszámba vétele is ehhez járulnak hozzá;
- * a hosszú távú üzleti siker fenntartása szempontjából elengedhetetlen tekintetbe venni a cég tevékenysége által okozott társadalmi és környezeti hatásokat.

Még komoly, a téma iránt elkötelezett szakemberek is úgy fogalmazzak, hogy „hiszen minden társadalmi hasznosság ellenére mégiscsak az üzleti szféráról beszélünk”.³ De vajon mennyi a létjogosultsága annak az üzleti tevékenységnek, amely nem rendelkezik társadalmi hasznossággal?

De nézzük, milyen *közvetlen érdeke* fűződik a vállalatoknak ahhoz, hogy felelős üzleti magatartásmódot folytassanak. Mindenekelőtt nem elég tisztességesnek lenni, annak is kell látszani. Vagyis a vállalat megítélése, a brand szempontjában korántsem érdektelen, hogy a *stake-holderek* (fogyasztók, befektetők, munkavállalók, a helyi és országos szintű kormányzat, a különböző hatóságok, nem utolsósorban a civilek, a felsőfokú és más oktatási intézmények, a helyi lakosság – röviden: érintettek) hogyan vélekednek az adott cégről. Sokan tartják – igen kritikusan – „pr-szagúnak” Magyarországon a vállalatok filantrop tetteit: hiszen a *public relation* (pr) korántsem a sötétben tenyerüket dörzsölgető go-

² Ligeti György

³ Matkó (2006).

noszok sajátja, akik mindent megtesznek azért, hogy a valójában halálos mérget gyártó cég indokolatlanul jobb színben tűnjön fel. Ezzel szemben a pr általában a szervezet (így a vállalat) belső és külső stakeholdereivel való interaktív érintkezést jelenti. Ilyen alapon nem baj, ha egy adomány-akciónak vagy egy, a vállalat munkatársai által vállalt önkéntes programnak híre megy.

Magyarországon ugyanakkor a legtöbb esetben a nagy- és középvállalatok kommunikációs vagy pr-osztályainak feladata a cég CSR-tevékenységének kitalálása (a nyugati anyavállalat direktíváinak adaptálása) és végrehajtása. Ennek két következménye van:

1. a hangsúly valóban a tevékenység kommunikációs értékén és jól kommunikálhatóságán van.⁴
2. az egyes departmentek munkájának összehangolatlansága miatt – ez általában elvezet bennünket a cégek kultúra és a szervezeti működés egyébként rendkívül izgalmas világába – a vállalati filantrópia hatásfokának csökkenése.

A CSR jelentős hozadéka lehet a cégek számára a munkaerő toborzása, motiválása, megtartása. Sokmillió raftingolás helyett néhány százezerért falusi óvoda meszelése, szemétszedés a telephely melletti parkban, kuglipálya építése a nyugdíjasotthon lakói számára, akik süteményt sütnek a tréningen résztvevőknek. Mindez összeköthető a projektben való együttműködés, a vezetés, a kommunikáció kultúrájának tréning-alapú fejlesztésével.

Az önkéntesség megerősíti a résztvevőket abban, hogy a vállalat teret biztosít altruista vágyaiknak, összehoz embereket különböző részlegekről, fejlesztőleg hat olyan készségekre, képességekre, melyek a munkavégzés során kiemelten fontosak. Ugyanakkor a magyar vállalatokra erősen jellemző az *esetlegesség*, nem példa nélküli az, hogy egyik vagy másik középvezető személyes ötletei kerülnek megvalósításra anélkül, hogy azt bármiféle külső vagy belső igényfelmérés is megelőzné. Visszaüt például, ha az önkéntes akció keretében akkor is vak gyerekekkel kell együtt futnia a cég munkatársainak, ha azok viszolyognak tőle.

Azonban a legáltalánosabbnak Magyarországon az a gyakorlat mondható, hogy a vállalat fő tevékenysége és a vállalt környezetvédelmi vagy szociális program közönviszonyban sincsenek egymással. Miért gondolják azt a döntéshozók egy pénzügyi cégnél, hogy kutyaotthont kell almozniuk önkéntességre rábírt beosztottjaiknak, amikor kiváló lehetőség például olyan gyerekeket gazdálkodni, vagy a piac működésének legalapvetőbb mechanizmusaira megtanítani, akiknek erre nincsen lehetőségük. Van olyan magyar pénzügyi elemző vállalat, amelyik roma diákoknak tanít gazdálkodási, pénzügyi ismereteket.

⁴ A témával kapcsolatban lásd az M&H Communications Intelligence Unit (Matkó, 2006) kiváló tanulmányát.

1.2. Stratégia

A fent leírtak azonban csak a felületet karcolják. A lényeg az, hogy a CSR nem (csak) valamiféle plusz, hanem – a betűszót alkotó elemeket komolyan véve – a *felelős vállalatirányítás*. Egy autógyár dolgozói ne óvodát menjenek meszelni, felvállalva ezzel a mozgás-sérült gyerekek ügyét, hanem tegyenek meg mindent azért, hogy az ő termékük legyen a legbiztonságosabb jármű a világon.

Milyen üzleti stratégiája van a magyar vállalatoknak? Van nekik egyáltalán? Mintha a cégek többsége nem igazán rendelkezne hosszabb távra vonatkozó stratégiával, mondván a világ változik, ez a változás pedig kiszámíthatatlan. Ez persze igaz, a későbbiekben szólnunk is arról, hogy a vállalat környezete, így például a társadalmi felelősségvállalás hátterét szolgáló *állam* milyen módon járul hozzá vagy éppen akadályozza azt, hogy Magyarországon általánossá váljon a CSR. Azonban a világ akkor is változik, ha a vállalatok felkészülnek rá és akkor is, ha nem. Ez utóbbi esetben viszont a cégnek esélye sem lesz arra, hogy a változásokat a maga előnyére fordítsa, s felkészüljön a kihívásokra.

A CSR helyett talán kifejezőbb *fenntarthatóságról* beszélni. A felelős üzleti magatartás nem egyenlő a jótékonykodással, s nem merül ki a természeti környezet védelmének éppen hogy kipipálásában. Magyarországon még csak nyomokban fedezhető fel az a gondolkodásmód, mely a vállalati világról mint *közlegelőről* gondolkodik. A cég tulajdonosai, vezetői, munkavállalói éppen ugyanazt a levegőt szívják, mint mások, éppen ugyanannak az intézményrendszernek az áldásait élvezik és gyengeségeit nyögik, mint más földi halandók. Kérdés, hogy elképzelhető-e az ő hosszú távú üzleti sikerük a közlegelő lerabolásával? Ha én korrupt vagyok, vajon a versenytársam nem próbálkozik-e meg ezzel? Ha én nem fizetek adót és más sem, miből fogják fenntartani a rendőrséget, az utakat? Ha a mi vállalatunk mit sem törődik a munkahelyi diszkrimináció problémájával, vajon ki fogja eltartani a kapun kívül rekedteket? Nyilván a másik vállalat. Vigyázat, a konkurensünk szempontjából mi vagyunk a másik vállalat. (Az itt leírtak a Kurt Lewin Alapítvány és az ELTE Társadalomtudományi Kara által 2006-ban szervezett CSR-mikrokutatás tapasztalatain alapulnak.⁵)

1.3. Háttér

A vállalatok társadalmi szerepvállalásának leírása során persze nélkülözhetetlen a kontextus ismerete. Milyen a CSR háttere Magyarországon? Milyen környezetben kell a cégeknek a felelős üzleti magatartás mellett dönteniük? A jelenség meghatározója az *állam*, beleértve a törvényhozói, a végrehajtói és a bírói hatalmat. Nem csak a vállalati társadalmi felelősségvállalás, hanem más ügyek kapcsán is általánosan mondható az a vélekedés, hogy

⁵ A kutatás az Európai Unió által finanszírozott Regionális Operatív Program (ROP) támogatásával készült. Azonosító szám: ROP-3.3.1-2005-01-0011/35; a pályázati kiírás sorszáma: 1/2004 ROP 3.3

- * a magyar szabályok gyakran és kiszámíthatatlanul változnak;
- * a törvények szinte betarthatatlanok;
- * a saját igaznak nagyon nehéz és hosszadalmas procedúra érvényt szerezni jogi úton;
- * a törvényszegő versenytárs jó eséllyel kerül versenyelőnybe.

A *média* szerepe meghatározó, illetve sajnos nem tud meghatározó lenni a CSR divattá válásában Magyarországon. „A nyilvánosság fontos feltétele annak, hogy a köztudatos vállalatok tevékenysége például szolgálhasson a kevésbé felelősen viselkedő cégek számára. A CSR gyakorlatának minél szélesebb körű elterjedéséhez viszont a fogyasztó figyelmére is szükség van, ami csak akkor alakulhat ki, ha a közvélemény egyáltalán értesül az ilyen típusú tevékenységekről. Ezzel magyarázható, hogy az általunk megkérdezett cégek körében 95 százalék volt azoknak az aránya, akik bevallották, hogy a nyilvánosság előtti megjelenés mai, korlátozott lehetősége komoly hátráltató tényező tevékenységük hosszú távú fenntartása szempontjából”.⁶ A média – tartva attól, hogy a hatóságok burkolt reklámnak minősítik a vállalatok feltűntetését a közleményekben – tartózkodnak attól, hogy különböző híradásaikban konkrét CSR-programokról számoljanak be, ehelyett inkább valamiféle kedvezményrendszer alapján – társadalmi célú reklámként hajlandóak csak hírt adni a cégek különböző programjairól. Ez egyébként megfelel a médiumok üzleti érdekeinek is. Emellett azonban – a Kurt Lewin Alapítvány interjúi alapján – úgy tűnik, hogy például a kereskedelmi műsorok főszerkesztői a legnagyobb jószándék mellett is kizárólag a nézettségi értékek megtartása mellett maradhatnak másnap is az adott műsor főszerkesztői.

Végül a *fogyasztók* és más stakeholderek magatartása is jellegzetesen kelet-európai hatásokat visel magán. Ameddig Nyugat-Európában, illetve az angolszász világban a fogyasztói nyomás jelentős szerepet játszott és játszik a vállalatok felelős üzleti szervezettké való átalakulásában, vagy abban, hogy a cégalapítás elve a fenntarthatóság, így a természeti és társadalmi környezet iránti elkötelezettség alapján történjék, addig Magyarországon a fogyasztás igen érzékeny, azaz az emberek választása döntően a termékek vagy szolgáltatások ára alapján történik. Ennek némiképp ellentmondani látszik a Braun & Partners Kft. és a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet által 2006 áprilisában végzett közvélemény-kutatás, mely szerint a „válaszadók fele azt mondta, hogy ha drágább is az adott termék, amellett döntene a környezetszennyező és az alkalmazottakkal rosszul bántó gyártóval szemben”.⁷

⁶ Matkó (2006): p. 20.

⁷ Lukács (2006): p. 14.

1. táblázat
A társadalmi felelősségvállalás hatása a termékválasztásra

	Százalék
Olcsóbb, de rosszabb körülményeket biztosít a munkavállalóknak	18
Drágább, de támogat fontos társadalmi ügyeket	53
Mindegy	26
Nem tudja	3
Összesen	100

Forrás: Lukács (2006).

Csak az elmúlt években jelent meg Magyarországon annak figyelembe vétele, hogy egy vállalat alkalmaz-e gyermekmunkát vagy egy autó mekkora széndioxid-kibocsátással tesz meg száz kilométert. Bár az elmúlt évtizedben Magyarországon is megjelent a fogyasztók önazonosítása egy-egy életforma-csoport vagy termék és brand szerint, ennek jelenleg még csak szűk eleme a felelősség. A trendek azonban növekedést mutatnak. Ilyen módon például a kommunikációs cégek mind inkább beépítik a portfóliójukba a felelős vállalat imázsának kialakítását, ügyelnek arra, hogy az általuk képviselt cég ne hirdessen szélsőségesnek mondott orgánumokban, a vállalatok még véletlenül se állíthassanak termékeikről valótlanul.

1.4. Néhány konkrétum

Magyarországon mind több vállalat kezd önkéntes programok megvalósításába, adományoz különböző célokra, illetve vállal fel környezeti ügyeket. A társadalmi és környezeti felelősségvállalásra törekvő vállalatok között megtalálhatók magyar és külföldi tulajdonban lévő, állami és magánvállalatok, nagy-, valamint kis- és középvállalkozások (KKV-k).

A társadalmi szerepvállalás programmá, illetve stratégiává válása terén jelentős különbségek mutatkoznak. A külföldi tulajdonú cégek esetében a leggyakrabban az anyavállalat által elkészített terv vagy stratégia magyarországi adaptálása és gyakorlati megvalósítása a feladata a pr-, ritkább esetben a hr-osztálynak. Nem mindegy, hogy melyiknek, ugyanis ameddig a tapasztalatok szerint a hr az önkéntességben látja a CSR honosítását, addig a pr a programok vagy az adományozás *látványossá tételében* látja feladatát. Ahogy arra a korábbiakban már utaltunk, beleszól a megvalósításba a cégek szervezeti kultúrája is, amennyiben

- hiába törekszik például az egyik részleg a vállalat felelős imázsának kialakítására, ha a másik – például a pénzügyi osztály – jelentős késésekkel fizeti ki beszállítóit. Vagy a vállalat jogi csoportja elfogadhatatlan szerződéseket próbál a beszállítókra rákényszeríteni. Példaként hozható fel annak a civil szervezetnek az esete, mely egy nagyvállalat adományozó akcióját szervezte sikerrel, s mellyel a vállalat folytatni kívánta az együttműködést, ám olyan szerződéstervezettel állt elő, mely rendkívül egyenlőtlen feltételeket diktált volna a beszállító szervezet számára, annak minden elemében a *bizalmatlanságot* üzenve a másik félnek.

2. a pr és a hr osztály közötti kommunikáció akadozó, hiányos, a különböző osztályok munkatársai és vezetői közötti személyes ellentétek lehetetlenné teszik a CSR-program minőségre törekvő, annak lényegét szem előtt tartó, a vállalat működésének egészét átható megvalósítását.

Számos esetben az anyavállalat egészen tág kereteket szab a megvalósításnak, sőt a CSR-ért felelős középvezetőknek háttértámogatást és jelentős legitimitást, függetlenséget biztosít az – egyszerűség kedvéért konzervatívnak nevezhető – felsővezetőkkel szemben. Rendkívül sikeresnek mondható az egyik telekommunikációs vállalat által több éven át működtetett program, melynek lényege az volt, hogy a munkavállalók önkéntes munka keretében ismertették meg hátrányos helyzetű régiókban található aprófalvak lakóit az internettel és annak használatával, hozzájárulva a digitális szakadék áthidalásához. Ugyanakkor tapasztalat, hogy a külső és a belső társadalmi szerepvállalás *nem mindig harmonizál* egymással. Egy másik külföldi tulajdonú telekommunikációs vállalat például egészen más társadalmi problémák megoldásában vállal szerepet (hátrányos helyzetű emberek integrációja) és egy speciális környezeti probléma (elhasználódott mobiltelefonkészülékek újrahasznosítása) orvoslása érdekében szervez programot dolgozói körében.

Jellemzően a döntéshozók nem készítetnek megvalósítási tanulmányt, nem látják szükségesnek az igény- és helyzetfelmérést sem a munkavállalók, sem más stakeholderek körében. Akad azonban kivétel, van olyan magyarországi közép vállalat, mely látványos önkéntes-programok és jól kommunikálható adományok helyett egy olyan CSR-stratégia kialakítását tartja fontosnak, mely az érintettek széleskörű párbeszédén alapul.

Végül vannak olyan magyar vállalatok, melyek régóta rendelkeznek társadalmi szerepvállalási programmal, vezetőik tudatosan vállalva, megelőző tervezést követően vezettek be CSR-tevékenységet, például több száz megváltozott munkaképességű dolgozó munkaerőpiaci integrációját segítő programot. Ugyanakkor ennek a ténye szinte semmiféle közleményben, jelentésben nem jelenik meg, amely első ránézésre elegánsnak tűnik, hiszen az adott cég nem promóciós célokkal alkalmaz fogyatékkal élőket, viszont nem lévén látható minta, nem járul hozzá ahhoz, hogy más vállalatok is hasonló programokat indítsanak, s kialakulhasson az a kritikus tömeg, mely átlendíti a CSR-t a divatos innováció területéről az „elvárt” mezőbe.

2. Szlovákia⁸

A társadalmi felelősségvállalás kérdése 1992-ben jelent meg a szlovák üzleti szférában. Az akkor még Csehszlovákiában ez évben jött létre a Business Leaders Forum (BLF). Csehszlovákia 1993-as felbomlása után ennek irodája Prágában maradt, s ettől kezdve csak Csehországban volt aktív. Célja a társadalmi felelősségvállalás és a felelős vállalatirányítás (good governance) mintáinak elterjesztése, valamint a vállalatok, a kormányzat, az oktatási intézmények és a helyi közösségek közötti partnerség elősegítése a társadalmi és a természeti környezet feltételeinek javítása érdekében.

1995 óta a CSR előmozdítását alapvetően NGO-k (nem kormányzati szervek) végzik. Ezek közül a legjelentősebbek a PANET, a Pontis Alapítvány, a Centre for Philanthropy, az Integra Alapítvány és az INEKO. 2004-ben a Pontis Alapítvány kezdeményezte a BLF létrehozását Szlovákiában és azóta látja el annak igazgatási feladatait is. A BLF-nek jelenleg 16 tagja van, több közülük KKV, néhány pedig nagyvállalat. A BLF célja, hogy a Szlovákiában tevékenykedő vállalatokat ösztönözze a társadalmi szerepvállalásra. Tagjai elkötelezettek amellet, hogy megosszák a tapasztalatokat és átadják ismereteiket az új tagoknak, vagy a CSR iránt érdeklődő vállalatoknak, szervezeteknek.

2004-ben a Világbank⁹ kutatást végzett Szlovákiában, amelynek célja az volt, hogy felmérjék, miként gondolkodnak a vállalatok a társadalmi felelősségvállalás kérdéseiről. Az eredmények szerint a cégek számára a felelősségvállalásnak a belső, a vállalaton belüli része a legfontosabb kérdés. A vállalatok a CSR-t a szabályozás oldaláról tekintik, s a jelenlegi CSR-tevékenység a szlovák munkajogi szabályok előírásainak a teljesítésére irányul. Néhány nagyvállalat, főleg multinacionális cégek, jól működő munkavállalói programokkal rendelkeznek. A vállalatok képviselői szerint a kormányzatnak meghatározó feladata van a CSR jogi kereteinek kialakításában.

Milyen előnyökkel jár a felelős vállalati magatartás? Mi motiválja azt? A Világbank felmérése szerint a legfontosabb belső hajtóerő a CSR tevékenységre:

- * a vállalati fenntarthatóság (31%);
- * a növekvő termelékenység, a minőség és az értékesítés bővítése (17%).

A legfontosabb külső nyereség a cégek számára

- * a vállalat közmegítélésének javulása (37%);
- * a fenntarthatóság elősegítése (22%) és a környezet védelme.

A CSR-tevékenységet

- * az adóintézkedések (79%);
- * a helyi kormányzat által adott kivételek (28%);

⁸ Michal Kissa

⁹ Piotr Mazurkiewicz – Robert Crown – Vanessa Bartelli: *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility?* (http://www.partnerstva.sk/buxus/generate_page.php?page_id=653)

- * a közvélemény elfogadó magatartása (23%) és
- * a támogatott kamatlábak (21%) segíthetik leginkább elő.

Eközben a Pontis Alapítvány három közvélemény kutatást végzett a CSR-ről.¹⁰ Az eredmények e téren érdekesnek bizonyultak. A szlovákok nem mindig tudják, hogyan definiálják a vállalati társadalmi felelősségvállalást. Ennek ellenére a megkérdezettek 90 százaléka képes volt az ahhoz kapcsolódó tevékenységeket megnevezni, a tudás hiányát kompenzálta az emberek széleskörű érdeklődése. A válaszolók közel kétharmada tartotta fontosnak tudni, hogy milyen társadalmi felelősségvállalási program támogatására kerül sor, és több mint nyolcvan százalékuk gondolta úgy, hogy a médiának részletesebben kellene tájékoztatást adnia ezekről.

A megkérdezettek több mint 50 százaléka vélte úgy, hogy a társadalmi felelősségvállalási programot gyakorló cég termékeit vagy szolgáltatásait vásárolná, még ha drágábbak is lennének azok. További fontos tényező, hogy a CSR-politika a harmadik legfontosabb információ egy vállalatról való vélemény kialakítása során, szorosan követve a termékminőséget és az ügyfelekhez való viszonyt. A képzettség és az életkor szintén fontos a CSR-ral kapcsolatos vélemények alakulásában. A társadalmi felelősségvállalásnak nem minden eleme egyöntetűen vonzó a különböző lakossági csoportok számára. A fiatalok és az egyetemi végzettségűek inkább a környezeti kérdések iránt érdeklődnek, az idősebbek és a középiskolai végzettségűek inkább a foglalkoztatási kérdéseket tekintik fontosnak. A következő kérdést az összes kutatás során feltettük.

¹⁰ The Perceiving of CSR by Slovak People (2004–2006)
(http://www.nadaciapontis.sk/en/prieskumy_a_publicacie)

2. táblázat
Mennyire fontos Önnek tudnia azt,
milyen CSR-tevékenységek működnek Szlovákiában
(százalék)

	Egyáltalán nem fontos	Nem fontos	Fontos	Nagyon fontos	Nem tudja
2004	9	27	42	13	5
2005	15	36	33	9	6
2006	11	30	47	14	4

2.1. A KKV-k kezdeményezései Szlovákiában

2.1.1. Artforum¹¹

Szlovákiában csak néhány cég van, amely komolyan veszi saját társadalmi szerepvállalását. A cégek többsége végez ugyan valamilyen filantróp tevékenységet, jótékonykodik, természetbeni juttatást nyújt magánszemélyeknek és NGO-knak, de – hasonlóan Magyarországhoz (*a szerk.*) – nem rendelkezik például CSR-stratégiával, amely a folyamat fenntarthatóságát és stabilitását eredményezné. Ugyanakkor vannak kiemelkedően szép példái is a CSR-tevékenységnek. Ilyen cégek a könyvesbolt-hálózatot üzemeltető Artforum, és az Oil Partners. Az Artforum 1990-ben a bársonyos forradalom után jött létre a független kultúra támogatása céljából. 1990 februárjában egy rock-koncert helyszínén független vagy illegalitásba vonult kiadók könyveit árusították. Bár a könyvek drágák voltak, majdnem a teljes készlet elfogyott. Így jött létre a leghíresebb független könyvesbolt Szlovákiában. Az Artforum azóta számos és sokszor fájdalmas változáson ment keresztül, az underground non-profit kezdeményezés professzionális vállalattá alakult át. Művészek, sokszor anarchista nézetekkel megtanultak mérleget készíteni, számlát kiállítani, venni és eladni. Az Artforumnak ma már négy boltja és internetes áruháza is van, s több mint 16 000 könyvet kínál. A vállalat igazgatója, Vlado Michal és néhány további menedzser részt vett az Etikai és Társadalmi Audit Kódex kidolgozásában, mely elsősorban a kis- és középvállalatoknak szól.¹²

Az Artforumban eldöntötték, hogy meghatározzák stakeholdereiket és azokat az értékeket, amelyeket közvetíteni akarnak feléjük, kialakítják a gyakorlatot meghatározó kereteket és stratégiákat – mint például az Etikai Kódex elkészítése, az Etikai Kódex megvalósításának ellenőrzésére szolgáló mutatószámok és módszertan, és végezetül a folyamatos monitoring és értékelési rendszer, a társadalmi ellenőrzés.

¹¹ A hálózatot egyébként az OTP is támogatja (<http://www.artforum.sk/>)

¹² http://iintegra.infotech.sk/downloads/16_CodeAndEthics.pdf.

2.1.2. Oil Partners¹³

Az Oil Partners vállalat teljesen új koncepcióval lépett piacra Szlovákiában. A koncepciót húsz éve dolgozták ki az Egyesült Államokban, s akkor ez forradalmi újításnak számított. A vállalat érdeklődésének középpontjában az ügyfél áll. Az Oil Partners az ügyfelek számára releváns szolgáltatásokat fenntartás nélkül és húsz percen belül teljesíti.

A vállalat működésének első három évében a tulajdonosok az üzlet beindítására helyezték a hangsúlyt. Eközben a vállalat stratégiai terve és a cég küldetése kialakításra került. Az első lépés a legfontosabb kapcsolati hálók feltárása volt. A vállalat úgy döntött, hogy négy stakeholder-csoportra fog koncentrálni:

- * ügyfelek;
- * alkalmazottak;
- * közösség;
- * befektetők.

A következő lépés minden egyes stakeholder-csoport vonatkozásában a vállalat alapértékeinek és céljainak a megfogalmazása volt, majd ezen célok megvalósításához szükséges eszközök és stratégiák kialakítása, s végül, de nem utolsó sorban azon mutatók meghatározása, amelyek szerint az eredményeket mérni lehet. A vállalatnak sok nehézséggel kellett megbirkóznia tevékenységének első éveiben. Mindenesetre sikeresek voltak a gyakorlati megoldások kidolgozásában a társadalmi felelősségvállalás minden általuk meghatározott területén.

1. Ügyfelek

Az ügyfél-elégedettség értékelés a vállalat három éves fennállása után a következő eredményeket hozta:

- * Kritikák és elégedetlenség: az ügyfelek 3%-a;
- * bizalmatlanság: 3%;
- * semleges vélemény: 1%;
- * kérdések és javaslatok: 10%;
- * elégedettség: 26%;
- * nagyon kedvező reakció: 65%.

A vállalat ügyfél-elégedettség központú megközelítése a *Hospodarsky Dennik* című belföldi lapban is megjelent, amikor egy újságíró ügyfélként látogatta meg a vállalatot, s a következőket írta: „[...] az ügyfelekkel való kommunikáció valóban magas szintű. A legérdekesebb dolog, hogy az alkalmazottak valódi érdeklődést mutatnak az iránt, amit csinálnak. Mind az üzletben, mind a körül nagy a tisztaság.”

2. A munkavállalói készségek továbbfejlesztése

Az Oil Partnersnél történő munkavégzés nem igényel semmilyen különleges előképzettséget. A legfontosabb tényező a munkához, a felelősséghez stb. való személyes

¹³ A vállalat a járműiparban tevékenykedik.

viszonyulás. A munkarendszer pontosan meghatározott és szervezett, ezért az Oil Partners tökéletes hely a fiatal, de alacsonyan képzett munkavállalók számára, akiknek az alapvető munkaképességek és a munkafegyelem megszerzésére van szükségük. Az új munkavállalók alacsonyabb pozícióban kezdenek „bányásként”, majd magasabb „főnöki” pozícióba lépnek, akik már az ügyfelekkel is kommunikálnak.

3. Közösségfejlesztés

Az Oil Partners együttműködést kezdett a Tomky nevű reszocializációs szervezettel, s három fiatalot alkalmazott, akiknek ez volt az első munkaalkalmuk drogfüggőségük kezelése után. A környezetvédelmet illetően a vállalat szigorú hulladékkezelési szabályokat vezetett be.

4. Befektetők

E kísérleti projekt tapasztalatai azt mutatják, hogy Szlovákiában az ügyfeleknek van igényük a szolgáltatásokhoz kapcsolódó hozzáadott értékre. Ezen eredmények alapján a befektetők további szolgáltatási pontok kiépítését határozták el tevékenységük minden országában.

2.1.3. Összegzés

A vállalati felelősségvállalás a KKV-k esetében bizonyos feltételek teljesülésével fejlődhet:

1. A vállalati célok és értékek összhangba hozása a tulajdonosok személyes véleményével, és a KKV menedzsereiével. Ezért a jövőben a vállalati és személyes értékek átalakítására van szükség.
2. A kisvállalatoknak sem kapacitásuk, sem pedig forrásuk nincs az olyan támogató tevékenységekre, amelyek nem kapcsolódnak üzleti tevékenységükhöz és prioritásaikhoz. Alapkövetelmény a hatékony hozzáállás támogatása, mint pl. az innovatív üzleti kapcsolatok fejlesztése.
3. Növelni kell annak tudatosságát, hogy a KKV-k milyen szerepet játszanak a civil társadalom építésében és a közösség fejlesztésében. Ez a kísérleti CSR-projektek legjobb gyakorlatainak és példáinak az elősegítésével érhető el.

2.2. A nagyvállalatok kezdeményezései Szlovákiában

Szlovákiában majdnem minden nagyvállalat külföldi befektetők tulajdonában van. Az eltérő vállalati kultúra a külföldi tőke beáramlásával fokozatosan kezdett behatolni a szlovák üzleti életbe. Ma úgy tűnik, hogy a markáns társadalmi felelősségvállalási koncepcióval rendelkező anyavállalatok képesek CSR politikájukat bevezetni szlovák leányvállalataiknál is.

Az Orange Slovensko (mobilszolgáltató) például úttörő szerepet játszott a társadalmi felelősségvállalás fogalmának megismertetésében Szlovákiában. A vállalat CSR-stratégiája négy pilléren nyugszik:

1. *Üzleti alapelvek.* Ezek összegzik, hogy az Orange Slovensko mit tekint felelőségének és azokat hogyan kívánja megvalósítani. Ezek az elvek meghatározzák a vállalat viselkedését az alkalmazottai és fontosabb üzleti partnerei irányában.¹⁴
2. *Szabályok,* amelyek azt határozzák meg, hogy az elveket miképpen lehet átültetni a gyakorlatba. Manapság az Orange Slovensko rendelkezik olyan irányelvekkel, melyek útmutatóul szolgálnak arra, hogy miképpen kell együttműködni a helyi közösségekkel, hogyan kell a munkavállalók egészségének védelméről gondoskodni stb.
3. *Filantropia és mecenatúra.* Ezen a területen gazdag tapasztalatai vannak az Orange Slovensko-nak. A vállalat egyes tevékenységei mára tradícióvá váltak. Az Orange az oktatásra, a nemzetközi szervezetekkel (pl. UNICEF, Orvosok határok nélkül) és NGO-kkal való együttműködésre koncentrál.
4. *Jelentés és független audit.* A területért felelős alkalmazottak tényeket gyűjtenek a CSR-tevékenység átláthatóságának növelésére. A vállalat minden évben CSR-jelentést publikál, ezzel azon három szlovákiai nagyvállalat között van, mely nem csak pénzügyi, de társadalmi jelentést is közzétesz.

A megfogalmazott alapelvek és szabályok szerint a cég kiválasztotta legfontosabb stakeholdereit és meghatározta a hozzájuk fűződő kapcsolatát:

1. *Alkalmazottak* – ismétlődő felmérés a vállalat alkalmazottai körében, társadalmi program, párbeszéd a vezetéssel, nyitott ajtó rendszer a hr-osztállyal és visszacsatolás.
2. *Ügyfelek* – elégedettségi felmérés az ügyfelek körében, e-mail visszacsatolás, az értékesítők tapasztalatai a vevőkkel.
3. *Közösségek, környezet és média* – visszacsatolás a filantróp tevékenységekről, együttműködés a CPF-fel,¹⁵ párbeszéd a helyi önkormányzatokkal és a helyi egészségügyi hatóságokkal, sajtókonferenciák, média, monitoring.
4. *Beszállítói lánc* – közvetlen párbeszéd a beszállítókkal (beszerzés és a beszállítók értékelése).
5. *Központi kormányzat, állami szabályozó hatóságok* – párbeszéd a hivatalos csatornákon, személyes találkozók és workshopok a visszacsatoláshoz.
6. *Helyi önkormányzat* – kapcsolat a helyi hatóságokkal.

A CSR végrehajtásáért és menedzsmentjéért egy 12 fős team felel, melynek az egyes részlegek képviselői és a CSR-projektmenedzser a tagja. A stratégiai dokumentumokról az igazgatókból és a vállalat vezérigazgatójából álló bizottság dönt. Az Orange Slovensko számára kulcsfontosságú CSR területeket a következőképpen fedik le:

- * a jótékonyági és szponzori tevékenységért öt kommunikációs menedzser a felelős;

¹⁴ <http://www.orange.sk/sk/private/orangeslovensko.html>

¹⁵ Centrum pre filantropiu (www.cpf.sk)

- * a környezetmenedzselési rendszerért az összes divízió képviselőiből és az Orange Csoportkapcsolati menedzseréből álló team a felelős;
- * más CSR-projektek végrehajtása a divíziótervek részét képezi.

2.2.1. Tower Automotive Malacky

A vállalat központi tevékenysége az autóalkatrész gyártás, a Volkswagen Skoda egyik legnagyobb beszállítója. A cég a szlovák vállalatok között a 80. helyet foglalja el több, mint 700 munkavállalót foglalkoztatva. A vállalat társadalmi felelősségvállalási programja nem mondható ismertnek a hétköznapi ember számára, s alapvetően helyi problémák megoldására törekszik, a meghatározó tevékenységgel összefüggésben megvalósított értékei az ügyfélközpontúság, kreativitás és versenyképesség, illetve az aktív együttműködés a stakeholderekkel és a közösségi szerepvállalás. Mely területeken aktív a vállalat?

1. *Üzleti etika* – a vállalat a Sarbanes-Oxley törvény¹⁶ elfogadása után kezdett az üzleti etika területére fókuszálni. Ez a jogszabály a jelentéstételt, a mérlegkészítést, az állami versenyszabályok és a munkavállalói jogok védelmét írja elő.
2. *Filantropia* – két területre irányul. Az első a gyermekekkel, megváltozott munkaképességű emberekkel foglalkozó helyi NGO-knak, illetve a fiatal anyáknak nyújtott pénzügyi és nem pénzügyi támogatás. A második terület az oktatási tevékenység.
3. *A legjobbak megtartása* – a cél a lehető legjobb munkakörülmények kialakítása. 2004-ben a fluktuáció mindössze 2 százalékos volt.
4. *Biztonságos munkakörülmények* – ez a vállalat prioritásainak egyike, s lényegében minden területet magában foglal: biztonsági felszerelés biztosítása a munkavállalók részére, képzés és jelentéstételi rendszer minden balesetről a vállalat amerikai központjába 24 órán belül.
5. *Környezet* – Az ISO 14001 szerint tevékenykedik, a levegőtisztaságra, víztisztaságra és a hulladékkezelésre koncentrál.

2.3. Kormányzati tevékenység és média

Néhány programtól, konferenciától és egyéb eseménytől eltekintve, amelyeket az Európai Szociális Alap finanszíroz, Szlovákiában nem jelenik meg az állam a CSR területén. Érdemes megemlíteni a Családbarát Munkahely díjat, amelyet minden évben azok a vállalatok kaphatnak meg, amelyek a munka – magánélet egyensúlyát javító intézkedéseket vezetnek be.

¹⁶ A 2002-ben elfogadott Sarbanes-Oxley törvény célja – a világszerte ismertté vált Enron-botrány nyomán – megvédeni a stakeholdereket és a széles értelemben vett közösséget a könyvelési trükköktől és a tisztességtelen üzleti eljárásoktól. (Sarbanes-Oxley Act of 2002 (Pub. L. No. 107-204, 116 Stat. 745), mely ismertebb neve: Public Company Accounting Reform and Investor Protection Act of 2002.) lásd még: http://en.wikipedia.org/wiki/Sarbanes-Oxley_Act

Csupán néhány olyan magazin és újság van, amely figyelmet szentel a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának. A Strategie Monthly 2006 augusztusa óta a Pontis Alapítvánnyal közösen publikál egy-egy oldalt a CSR-ról. Mivel a magazin marketing-orientált, az írásokban a hangsúly a CSR üzleti előnyeiben van. További lapok, amelyek időről időre bemutatják a témát a Trend Weekly gazdasági magazin, és a Hospodarske Noviny Daily gazdasági napilap. A Pontis Alapítvány minden évben Via Bona díjat ad át egy médiavállalkozásnak vagy újságíróknak, amely a legjobb média-hozzájárulást nyújtotta a vállalatok filantróp tevékenységének bemutatása terén.

3. Ausztria¹⁷

Ausztriában a CSR megjelenése viszonylag újkeletű, ennek ellenére számos cég nagyon tudatosan végzi ezirányú tevékenységét és kommunikációját. A megkérdezett vállalatok¹⁸ felelőseinek nyilatkozataiban a CSR és a fenntarthatóság fogalmi között erős konvergencia mutatkozik. A fenntarthatóság, illetve a fenntartható fejlődés fogalma már régebben jelen van számos osztrák cég narratívájában. Általában elmondható, hogy azon cégek számára hoz többértékű sikert a társadalmi szerepvállalás iránti elkötelezettség, amelyek nem csak egy-két éve, a CSR-rangsorok és különböző díjak okán fordulnak tudatosan a felelősségvállalás felé, hanem már régebben, és cégük működésének a legkülönbözőbb szintjein integrálták azt. Főleg a munkavállalók szociális körülményeinek javítása, illetve a környezet védelme területén rendelkezik jelentős rutinnal néhány osztrák cég vagy multinacionális vállalat helyi leányvállalata. Ezekkel az ügyekkel Ausztriában már a hetvenes-nyolcvanas évek óta foglalkozik a vállalatok menedzsmentje, ebben nem kevés szerepe van a civil szervezeteknek és az általuk képviselt ügy igen hatékony média-megjelenésének. Elegendő csak néhány antinukleáris és más környezetvédelmi akcióra, valamint az osztrák szakszervezetek erős aktivitására (például sztrájkok) gondolnunk.

3.1. Kis- és középvállalatok

Az Európai Unió nem véletlenül tartja egyik legfontosabb célkitűzésének a kis- és középvállalatok CSR tevékenységének serkentését a témában megjelent ajánlásában.¹⁹ Mint

¹⁷ Edőcs Kristóf

¹⁸ A Bécsi Egyetem Médiainstízetében a Ligeti György által vezetett Kommunikations-forschung szeminárium keretében interjúkkal megkeresett vállalatok többek között: AGRANA, APA, Baumax, Bp Austria, Henkel, Mobilkom Austria, Erste Bank, Wien Energie, Wiener Stadtische.

¹⁹ „Noha eddig a társadalmi felelősségvállalás ügyét leginkább számos nagy vagy multinacionális cég mozgította elő, annak relevanciája megkérdőjelezhetetlen mindenféle vállalati méretben, valamint minden szektorban a KKV-ktől a multinacionális vállalkozásokig (MNE). Szélesebb alkalmazása a kis- és középvállalkozásokban – beleértve a mikrovállalkozásokat is – központi kérdés, tudva azt, hogy e cégeknek jelentős szerepük van a gazdaságban és a foglalkoztatás területén. (Green Paper, 23. pont)

mindenhol az Unióban, Ausztriában is inkább számítanak a kis- és közepes cégek a CSR területén sereghajtónak, annak ellenére, hogy e szektorban is található jó példát a sikeres CSR-tevékenységekre.

Ilyen a *Zotter* csokoládégyár, mely már évekkorábban átállt a biotermelésre és része lett a *fairtrade* láncolatnak. A fairtrade láncolat egy széles, pártpolitikai mezőn kívüli kezdeményezés, amely által a földgolyó déli élelmiszer-előállítói tisztességes áron adhatják el termékeiket a többnyire az északi féltekén bejegyzett és működő kereskedelmi cégeknek. A fairtrade kereskedelem lényege továbbá, hogy a megszokottal ellentétben a fogyasztókhöz nem sok lépcsős disztribúciós láncokon keresztül jut el a termék, hanem számos fokozat kiiktatásával, szinte közvetlenül a termelőktől. Ez a rendszer nagyrészt független a piaci ármeghatározásoktól, így garantálja a termelőknek a megélhetést. Nemcsak a fairtrade alapanyag-beszerezés, illetve a biotermelés, hanem „*Zeichen setzen*” (jelzést adni) akciója által is kitűnik a *Zotter*: egy speciális termékük minden egyes eladott táblájából 30 euró-cent jut a Caritas árvaprogramjába. Ezzel Afrikában, Dél-Amerikában és Ázsiában segítenek a rászoruló gyermekeken. A program marketingszempontról hasonlatos a Danone 1 forintos gyermekrák programjához, melyet Magyarországon sokat bíráltak.

A *Vöslauer*, az osztrák piacvezető ásványvízmárka CSR tevékenysége a sportszponzorálástól (ami inkább a reklámhoz áll közelebb, semmint a klasszikus felelősségvállalási programhoz) a különböző egészségügyi programokon keresztül egészen afrikai fejlesztési tevékenységeig terjed. Ez utóbbihoz tartozik a *Zimbabwe Projekt*, amelynek keretében 2002 óta hoz létre a vállalat ivóvíz-kutakat Zimbabwében az osztrák Vörös Kereszttel együttműködve. A *Vöslauer* által szponzorált kútúrások által kutanként száz ember ivóvízellátása oldódik meg ebben a régióban. Ezen kívül főképpen egészségügyi projekteket támogat a cég, a *Red Ribbon* és a *Pink Ribbon* akciókat, melyek az AIDS, illetve a rák megelőzésére, terápiájára és kutatására irányul. A *Vöslauer* főleg a mellrák megelőzésére helyezi a hangsúlyt, például a termékeik csomagolásán feltüntetett információkkal hívják fel a fogyasztóik figyelmét a vizsgálatok fontosságára.

Megemlítendő a stájerországi *Arcus GmbH*, mely például a gyártás során használt oldószerektől nem mint hulladéktól szabadul meg, hanem azokat különböző eljárásokkal újrahasznosítja. Leginkább a nem fővárosi, illetve helyi kezdeményezések okán fontos a szintén stájerországi *Clever Move* vállalat, mely internetes platformján keresztül segíti a helyi gazdákat, akik biotermékeiket kínálhatják internetes eladásra. Érdekes kezdeményezés még a Farm-Fill cég új játéksorozata: a kizárólag kukoricából készülő Playmais játékoknak nemcsak az előállítása energiatakarékos, de azok teljes mértékben komposztálhatók is – ha már ráunt a jövő generációja.

3.2. Nagyvállalatok

A nagy osztrák cégek nemcsak a tőzsdei szereplésük miatt, de bizonyosan ez által is inspirálva, sokszor példaszerű, többretegű CSR-programokkal rendelkeznek. A *Voestalpine*

vezető európai acélipari vállalat, melynek központja Ausztriában található. Saját elmondásuk szerint a fenntarthatóság az egyik alapelvük a stakeholderekkel való érintkezésben is. A munkavállalókkal szembeni elkötelezettségükre példa a *LIFE*-program, melynek célja, hogy a munkaerőpiacon és a munkavállalók felől érzékelhető értékrend- és demográfiai változásokra megoldásokat találjon a vállalat. A *LIFE* egyrészt vonzóvá kívánja tenni a céget a tehetséges fiatal munkavállalók számára, másrészt megtartani a régebbi munkatársakat. A Voestalpine nemcsak rendszeresen informálja a dolgozókat a legkülönbözőbb belső médiumokon keresztül, de bizonyos döntési területeken aktív részvételi lehetőséget is biztosít számukra. A *LIFE* tartalmaz továbbképzést, egészségprogramokat, a korosabb és a női munkavállalók számára esélyegyenlőségi programokat.

Az *Erste Bank* nemcsak a régió egyik legnagyobb bankja, de a CSR tevékenységeiben is vezeti a bankok közötti versenyt. Számos program létezik a cégen belül a munkatársakkal való szolidaritás, illetve a szociális és környezetvédelmi felelősségvállalás területein. A vállalati felelősségvállalásra az Erste Bank mint az üzletmenet szerves részére tekint, ami mélyen beleépült a szervezeti kultúrába. A munkavállalók esetében a cég elsősorban a nők esélyegyenlőségének megteremtését és méltóságuk megőrzését, a munka és a magánélet közti egyensúly (work-life balance) elérését, illetve az egészségmenedzsmentet tűzte ki céljaként. Társadalmi szerepvállalási projektje a *Zweite Sparkasse* (Második Takarékpénztár), amelyben az önhibájukon kívül vészhelyzetbe került személyek jutnak folyószámlához a banktól. A környezetvédelem terén az Erste Bank a központjában és a fiókjaiban is folyamatosan ellenőrzi az erőforrásait (energia, papír és más források), és egy speciális benchmark-rendszer segítségével rögtön feltérképezi például a kiemelkedőbb energiaveszteségeket.

A bank 2006-ban az osztrák CSR-díj nyertese volt, anélkül hogy a cég különösebben felvette volna szótárába a CSR fogalmát.²⁰ A vállalat saját megítélése szerint a bank szlogenjéből²¹ következően social brand-nek számít, ebből fakad például a munkavállalók iránti elkötelezettség. Mint állítják, nagyrészt olyan befektetők keresik az Erste Bank részvényeit, akik kizárólag fenntartható befektetések után érdeklődnek.

Az *EVN* vezető energia- és infrastruktúra-szolgáltató, amely felhasználóinak áramot, gázt, hőt, vizet, valamint termikus hulladékfeldolgozást kínál. A vállalat energiaforrásai között mind markánsabban jelenik meg a szél- és vízi energia. A fenntarthatóság kiemelt helyet foglal el a vállalat üzletpolitikájában, saját CSR-tanácsadócsoport működik, mely folyamatosan egyeztet a cég elnökségével. A munkavállalók számára továbbképzési lehetőségeket, flexibilis munkaidőt nyújt, valamint egy speciális *Diversity* programot (fogytékkal élő munkavállalók beilleszkedésének segítése). A cég szociális projekteket és szervezeteket (látáskárosultak segédprogramja, Vöröskereszt Ausztria stb.), valamint művészeti projekteket támogat, ezen kívül keresi az aktív párbeszéd lehetőségét a helyi lakossággal – különös figyelmet fordítva építkezéseikre. Az *EVN Schulservice* nevű energiaoktatási programjukkal a diákok környezettudatosságra neveléséért tesznek. Kitűnő

²⁰ A vállalat CSR-szakértőjével, Klaus Rosenkranz-cal készült interjú alapján.

²¹ „Erste Bank – in jeder Beziehung zählen die Menschen” (Erste Bank- Minden kapcsolatban az emberek a fontosak”)

környezetmenedzsmenttel rendelkeznek, és egyre erősebben bevonják az alternatív energiaforrásokat a termelésbe.

Példa osztrák nagyvállalat felelős magatartására a tiroli *Hangdyl* cég, amely családbarátt vállalkozásként, a kisgyermekükkel otthon lévő anyáknak részmunkaidős foglalkoztatást biztosít, később finanszírozza a bölcsődei ellátást, illetve az óvodát. A stájerországi *Team Styria* vállalkozásnál fogyatékkal élő fiatalokat tanítanak különböző szakmákra a fa- és a fémiparban. A *Hartlauer* cég környezettudatos működésére lehet bizonyíték a korábbi elemcsere akció, az Ausztriában mind meghatározóbb szélenergia és napenergia felhasználása és reklámozása, valamint a 2007-ben üzembe helyezett nap- és szélenergia által működtetett bécsi szemüvegyár.

3.3. Nemzetközi cégek

Magyarországhoz hasonlóan Ausztriában is a nagy nemzetközi cégek a vállalati társadalmi felelősségvállalás importőrei. Az első példa a *Baxter AG*. gyógyszerészeti cég, mely a hemofiliás betegek (vérzékenységben szenvedők) rehabilitációjára fókuszál, ez a tevékenység nem csupán a gyógyszeres kezelésekre és a kórházi terápiára korlátozódik.

A Baxter évente rendez *nyári táborokat* hemofiliában szenvedő gyerekek és felnőttek számára, ahol a fiatal és idős páciensek kitűnő orvosi és gyógyszerészeti ellátást kapnak, és sok más tevékenység mellett a közös gyógyulás lehetősége jut nekik. Hasonló fontosságúak a cég által szervezett *futóversenyek* is, amelyek nevezési díjának teljes összege a Bécs melletti Sos Kinderdorf (gyermekfalu) számlájára kerül. A Baxter *környezetvédelmi projektben* is érintett, a fenntartható fejlődésre irányuló tevékenysége a cég napi gyakorlatának szerves része: a hulladékszelektálás nyomán a vállalat egyrészt csökkentette a kibocsátott szemét mennyiségét 30 százalékkal, másrészt a veszélyes hulladék arányát 40 százalékkal, ezáltal többszáz ezer eurót önmagának, több száz tonnányi szemetet pedig a környezetnek spórolt meg. A bécsi gyógyszerészetekben minden hűtőberendezés folyékony nitrogénnel működik, ezáltal lehetővé vált a freonkibocsátás minimalizálása. A takarítás utolsó fázisában használt vizet, amely már szinte teljesen tiszta, újra használják a munkatársak a következő takarítási ciklus első lépésében, így mód nyílt a vízhasználat csökkentésére. Mindezzel évente körülbelül 6000 köbméter vizet spórol meg a vállalat. Megváltották a belső szállításra használt tárolók anyagát újrafelhasználható műanyagdobozokra, s ez évente több mint 160 köbméter hulladékkal jelent kevesebbet.

A *Philips Austria* új megközelítést alkalmaz társadalmi szerepvállalása során: már 2003-ban útnak indította a „*Hilfe für Helfer*” (segítség a segítőknek) projektjét, amelynek keretében a munkavállalóit próbálja 5000 euró díjazással különböző önkéntes szociális munkákra inspirálni. 2006-ban hat munkatárs nyerte el különböző projektekben való részvételével a díjat. A cég a munkavállalóival szemben is felelősségteljes magatartásra törekszik: a piaci változások miatt fellépő leépítések miatt elbocsátott munkatársak számára különböző védőháló-programokat biztosítanak, míg a meglévő dolgozókat

folyamatosan tájékoztatják a várható változásokról. Talán emiatt is ért el a Philips Austria a "great place to work" felmérésen már másodsorra is igen rangos helyet.

A dolgozóin túl a külvilágban élő rászoruló gyerekekkel is igyekeznek szolidárisnak mutatkozni a vállalat. Ezért hozta létre 2003-ban az osztrák Caritas-szal a *Philips Diákalapot*, mely az Ausztriában élő körülbelül 87.000, a szegénység által erősen veszélyeztetett gyerekek diákéveit igyekeznek nyugodtabbá tenni.

Olyan nemzetközi cégek is megemlíthetők Ausztriában, melyek más országokban is ismertek társadalmi felelősségvállalási programjukról. Így a *McDonalds*, amely Ausztriában is üzemelteti a jól ismert Ronald McDonald alapítványt, amivel Rákbeteg gyerekek szülei számára létesít szálláshelyeket a kórházak közelében, hogy a gyermekeik közelében lehessenek. A Siemens Ausztriában főleg a fiatalok és a művészetek támogatásával foglalkozik, de megemlíthető az SOS Kinderdorf támogatása is, valamint különböző iskolai projektek technikai eszközökkel való ellátása. A *Canon* Ausztriában legfőképpen a környezetvédelemmel foglalkozik, partnere a WWF Austria, melyet 1998 óta nemcsak pénzzel, de különböző tárgyi eszközökkel is támogat.

3.4. Az állam szerepe

Ausztriában az állam egyértelműen támogató szerepet játszik a vállalati társadalmi felelősségvállalás elterjedésében. Az osztrák állam számára a korábbiakban már említett uniós ajánlások (Green Paper, European Commission, 2006.03.22) a mérvadóak. A CSR Ausztriában önkéntes és az állam részéről mint ajánlás jelenik meg. Ugyanakkor az osztrák állam különféle támogatást biztosít a cégeknek, hogy megerősítsék és megismertessék a CSR tevékenységüket. Megemlíthető a respACT szervezet, amely egy a tagjainak befizetéseiből fenntartott egyesület, célja a CSR ausztriai megismertetése és a vállalatok ösztönzése a felelős magatartásra. Kiemelt módon támogatja a respACT-ot az osztrák gazdasági kamara, az iparegyesület, a Gazdasági és Munkaügyi Minisztérium és a Szociális biztonság, a Generációk és a Fogyasztóvédelem Minisztériuma. Emiatt a respACT joggal említhető az osztrák állami szerepvállalás elősegítőjeként.

Bár hasonló kötelezettség, mint például a brit „Companies Act”, amely előírja a tőzsdén levő brit cégeknek, hogy éves *társadalmi szerepvállalási* beszámolókat készítsenek, Ausztriában még nincsen, a nagyobb cégek már most nagy hangsúlyt fektetnek az éves beszámolóikban a CSR, illetve a fenntarthatósági információk megjelenítésére. Sőt némelyik cég, mint például a Verbund AG²² külön fenntarthatósági jelentést produkál év végén, pontosabban az éves üzleti jelentését fenntarthatósági jelentésként publikálja, ebben részletesen beszámol minden szociális és ökológiai tevékenységéről.

²² Osztrák áramszolgáltató vállalat.

3.5. Megjelenés a médiában

A médiában való megjelenés Ausztriában több szinten és számos médiumon keresztül történik, legfontosabb az internet. A saját weblapok kitűnő platformot kínálnak a cégeknek, hogy tájékoztassák az érdeklődő publikumot, számos példa található egészen részletes, fotókkal és képekkel illusztrált CSR-leírásokra, illetve akár különböző on-line részvételre. Ugyanakkor természetesen fenntartásokkal kezelendők a vállalatok önmagukról szóló híradásai. De nemcsak a cégek használják a CSR kommunikációjára a világhálót, hanem különböző társadalmi szervezetek és platformok is, melyek mintegy csokorba gyűjtve a különböző CSR-tevékenységeket, hatásos módon prezentálják azokat.

Az írott sajtóban is látni CSR-alapú híradást, mind több brand-hirdetést. Itt két csoportot különböztetünk meg, egyrészt a fizetett hirdetéseket, melyekben a cégek maguk számolnak be a különböző tevékenységeikről. Ezek nagyon magas számban és változatos formában jelennek meg az osztrák napi-, de főleg hetilapokban. Másrészt a sajtóorgánium által írt cikkeket, amelyek számszerűleg még felül is múlják a fizetett hirdetéseket, nem úgy, mint Magyarországon. Sőt teljes CSR-különkiadások is jelennek meg időről-időre különböző folyóiratokban.

A televízióban ritkábban jelenik meg egy-egy riport CSR-tevékenységről, de a legnépszerűbb és legnagyobb CSR-akciók lassan megtalálják útjukat a képernyőre. Így például a *fairtrade* akciókról már hallani s látni az osztrák állami televízió (ORF 1) híradójában.

3.6. A köztudat

A CSR-ról alkotott képről releváns felmerések még nem készültek. Ha a sajtómegjelenések felől próbálunk hipotéziseket megfogalmazni, akkor valószínűleg az osztrák köztudatban már jelen van az a tény, hogy a vállalatoknak nem csak a profitszerzésre vonatkozó kötelezettségeik vannak. A Bécsi Egyetem hallgatói által végzett desk-research (előkutatás) alapján elmondható, hogy a Google kereső több, mint 177.000 osztrák találatot ad a „társadalmi felelősségvállalás” kifejezésre, ez hozzávetőlegesen 50 százalékos internethasználat mellett Ausztriában arra is utalhat, hogy a CSR fogalma jelen van a köztudatban.

Igaz, hogy a találatok legnagyobb hányada nagy (tőzsdén jegyzett) cégek honlapjára mutat, de ez egyben multiplikátor hatással lehet más szereplőkre is. Az ISO 26000 bevezetése után, amely a CSR-tevékenységeket nem csak láthatóvá, de átláthatóvá is teszi majd, minden bizonnyal mélyebb gyökerekkel is bekerül a köztudatba, ugyanakkor az osztrák fogyasztók rendkívül kritikusak, sejtve, hogy a CSR nem egy esetben előbb szolgálja a vállalat PR-érdekeit, és csak azután az érintettekét.

4. Románia²³

A társadalmi felelősségvállalás eltér más, társadalmi hatású tevékenységtől, mint pl. a filantrópia vagy a pártfogás, s néhány jellegzetes eleme van:

- * minden stakeholder érdekét figyelembe veszi;
- * társadalmi bevonási stratégiát igényel (közép vagy hosszú távú tervet), amely szerves része a vállalat kommunikációs és globális fejlesztési stratégiájának; a CSR-program nem dolgozható ki az általános menedzsment és marketing stratégiától függetlenül.

Romániában a multinacionális vállalatok, NGO-k (közösségi-magán partnerségben), valamint egyes új iparágak (mint pl. szoftverfejlesztés) közepes- és nagyvállalatai mellett csak néhány cég alakít ki CSR-projek-teket. Egy 19 kérdésből álló, interneten elérhető kérdőív segítségével vizsgáltuk a kérdéskört 2006. február 19. és március 2. között. A tanulmány 250 üzleti szférához tartozó, a CSR-területen tevékenykedő személy választát használta fel. Ez alapján megállapítható, hogy a vállalatok 61 százaléka nem alkalmazza a társadalmi auditot és semmilyen társadalmi jelentést nem publikál. Csak 24 százalék használ társadalmi auditot, sok közülük multinacionális vállalat. Azok a vállalatok, amelyek nem publikálnak társadalmi jelentést, az alkoholos italok előállítás, a bankszektor, a gyógyszergyártás, a szoftverfejlesztés, a távközlés és az energetika területén aktívak, közel felük multinacionális vállalat. A CSR-tevékenységet folytató vállalatok 14,8 százalékában az üzletemberek nem tudják, hogy cégük alkalmaz-e társadalmi auditot. A vállalatok 37 százaléka publikál CSR-jelentést, de döntő többségük nem teszi azt közzé interneten. Az üzletemberek 16,7 százaléka nem ismer olyan román vállalatot, amely rendelkezik társadalmi audit jelentéssel, 11 százalékuk nem hiszi, hogy a jelentések valódiak, 53 százalékuk valósnak tekinti azokat. Az üzletemberek elképzelései szerint a legfontosabb társadalmi audit témák a következők:

- * 77,8% szerint: a helyi közösségekkel való kapcsolat;
- * 74% szerint: munkavállalói jogok és munkakörülmények;
- * 66,7% szerint: az ügyfelek;
- * 66,7% szerint: a környezet (újrahasznosítás, energiafogyasztás, a víz és a talaj; szennyezésének megelőzése).

A vállalatok 76%-a rendelkezik etikai kódexszel.

Ezen etikai kódexek megismertetésének módjai a következők:

- * 74%: belső kommunikációs csatornák;
- * 46%: képzés;
- * 43%: honlapok.

Az etikai kódexek általában a következő szereplőket célozzák meg:

- * 81%: alkalmazottak és szakszervezetek;

²³ Doinita Arion: Koordinátor: Dunarea de Jos University, Galati, Romania, Interinstitutional Centre for Consulting and Professional Guidance, dariton@ugal.ro or dariton@yahoo.com; Alina Nuta: PhD-hallgató: Al.I. Cuza University, Iassy, Romania - Florian Nuta: PhD-hallgató: Al.I. Cuza University, Iassy, Romania.

- * 46%: ügyfelek;
- * 41%: részvényesek;

A fő társadalmi beruházás-értékelési módok a következők:

- * 70%: a költségvetés nagysága;
- * 55,6%: tömegmédiában megjelenő cikkek;
- * 48%: a partner NGO-k jelentései.

A CSR-projektek legfontosabb célterületei:

- * 94%: munkavállalói képzés és professzionális fejlesztés;
- * 70%: oktatás;
- * 69%: munkakörülmények.

4.1. Vállalati kezdeményezések Romániában

A CSR-koncepciót és gyakorlatot támogató első kezdeményezést a romániai Amerikai Kereskedelmi Kamara indította el 2002 októberében az első bukaresti CSR-konferencia megrendezésével. Az országban eddig a következő konkrét CSR-tevékenységek valósultak meg.

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
Egészség és Remény	Társadalmi	A&D Pharma	Az Egészség és Remény program révén a vállalat megkísérelte a 2005-2006-os természeti katasztrófa által sújtott helyi közösségek támogatását. A fő cél az érintett területeken a közegészségügyi biztonság fenntartása volt.
Élj józanul	Oktatás	Ursus Breweries	A programon keresztül a vállalat a felelősségteljes alkoholfogyasztást, mint az egészséges életmód részét igyekszik tudatosítani. A kampány azokra irányul, akiket nem fenyeget az alkoholizmus veszélye, de alkoholos italokat kívánnak fogyasztani.
Együtt közelebb az emberekhez	Társadalmi	Tuborg Románia	A program célja, hogy jókedvet csempésszen a szegényebb emberek mindennapjaiba a legjelesebb ünnepeken. A program 2003-ban indult, és Húsvétkor illetve Karácsonykor aktív.
Az elméletből a gyakorlatba	Oktatás	Integrator Soft	A vállalat kezdeményező szerepet igyekszik betölteni Brassóban. A program révén a vállalat a gazdasági vég-

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
			zettségűek számára szeretne első gyakorlati munkalehetőséget biztosítani.
Dedeman a közösségért	Társadalmi	Dedeman	A Dedeman Co. és a Közösségtámogatási Alapítvány 2006-ban indította ezt a programot. Fő tevékenységei közé tartozik az otthoni ellátás támogatása, gyermektábor finanszírozása és a Pistruiatul központ felújításának támogatása. ²⁴
CIEL Díj	Oktatás	CIEL	A vállalat a román üzleti élet bővítésén és fejlesztésén fáradozik. A díj a fiatalokat támogatja saját üzleti vállalkozásuk létrehozásában.
Kulturális örökség – fedezd fel értékét!	Kultúra	BRD-Group Societe General	A program a román kulturális értékek megőrzésére irányul. Alapvető célja a történelmi emlékek láthatóbbá tétele.
Út másokhoz	Társadalmi	BGS	Az út másokhoz projekt a természeti csapások által érintett román közösségek támogatására irányul. Mentőcsapatok, BGS-alkalmazottak és orvosok támogatták a hatóságokat az érintett területeken.
Segíthetek? (A MOL támogatása fiatal tehetségeknek)	Sport	MOL Románia	A kísérleti program célja fiatal tehetséges sportolók támogatása, akik nem tudják megvásárolni a szükséges felszereléseket, vagy nincs elegendő pénzük a nemzetközi versenyeken való elindulásra. Eddig 140 fiatalembernek nyújtottak támogatást.
Szórakozási és aktív élet klubok	Oktatás	Nestle Románia	A program célja a román gyerekek egészséges felnövekedésének támogatása. A program Bukarestben került megvalósításra (Sector 3, 4. évfolyamos gyerekek)
Horizont a kórházért	Társadalmi	TERAPLAST S.A,	A PVC gyártó TERAPLAST a Bistria-Nasaud-i kórház betegek komfortérzékének javítására lecserélte a kórházi burkolatokat új PVC burkolatra.
Partnerség az életért	Társadalmi	Vodafone Romania	2005-2006 során a Vodafone távorvosi szolgáltatások ellátását támogatta (SMURD nevű szolgáltatásnyújtó cégen keresztül)
Gyerek és szülőnap a botanikus kertben	Társadalmi	BRD-Group Societe	A BRD önkéntesei által létrehozott program a Creativ Alapítvánnyal és a

²⁴ www.responsabilitatesociala.ro/companii/dedeman.html

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
		General	Team Work Association-nal közösen. A vállalati alkalmazottak a csonka családok gyerekeit támogatják június 1-én.
4Siker Team nyári iskola	Oktatás	Ozone Laboratories	A program célja, hogy a fiatalok sikeres karrierépítéséhez hozzájáruljon. A Junior Achievement Romania-val közösen kialakított projekt az elméletben szerzett tudás gyakorlati alkalmazásának elősegítésére törekszik.
Adj az életért	Társadalmi	BRD-Group Societe General	A projektet önkéntesek végzik Bukarestben a Vér-transzfúziós Központtal közösen. A 2006 októberében kezdődött program a véradást bátorította nem csak a fővárosban, hanem országsszerte.
Marin Pazon Központ	Társadalmi	Zentiva	A projektet a Marin Pazon Központban bonyolították le, amely súlyos idegpszichikai-motorikus sérült gyermekek felépülését elősegítő kezelést biztosít. A központot felújították és speciális új felszerelést vásároltak.
2 százalék az UPC Alapítványnak	Társadalmi	UPC Románia	Az UPC Romania arra bátorította munkavállalóit, hogy jövedelmük 2 százalékát ajánlják fel az UPC Alapítvány javára, amely gyermekeket segítő projekteket finanszíroz.
Tanuljuk meg tanulni	Oktatás	SIVECO Románia	A World Vision és a SIVECO Romania közösen lehetőséget biztosított Bresta lakóinak a modern technológiák és oktatási módszerek megismerésére.
Tisztítsd meg a szeméttől	Környezet	Vodafone Romania	2005-ben a Vodafone Romania és a Mare Nostrum egyesület közösen kezdeményezte a programot, amely a román fekete-tengeri partszakaszon kerül megvalósításra. A program fel kívánja hívni az emberek figyelmét a tiszta környezet fontosságára és az újrahasznosítás gondolatát népszerűsíti.
Te választasz, a Transilvania Bank cselekszik	Társadalmi	Banca Transilvania	2006 márciusában jött létre a program. A bank 3 támogatásra érdemes projektet választott ki Gyulafehérvárról, Bistricából, valamint Déváról és Nagyszebenből. Ezen városok lakossága döntötte el, hogy mire fordítsák a 280 ezer eurós támogatást.
Adomány	Társadalmi	Western	2005 júliusában számos vidéki kö-

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
az árvíz sújtotta közösségeknek		Union Romania	zösséget sújtott súlyos árvíz Vran-cea, Bákó és Galac megyében. A First Data Western Union alapítvány 16700 dollárt juttatott a World Vison Romániának e területek jobb orvosi ellátása érdekében.
Remény a társainkban	Társadalmi	Impact	A 2005-ös árvíz kárainak enyhítésére az Impact vállalat a Vrancea megyében veszélyeztetettnek ítélt közösségek megsegítésére vásárolt építőanyagokat és bútorokat.
Kommunikációs hozzáférés	Társadalmi	Orange Romania	Az Orange Romania 2005-ben a Nemzeti kommunikációs Szabályozó Hatósággal és az Informatikai Minisztériummal közösen a vidéki területek információs hozzáféréseinek javítására irányuló projektet valósított meg.
Te a közösségért	Társadalmi	Orange Romania	A programot önkéntes alapon indította az Orange Romania. Az alkalmazottak szabadidejük egy részét érzékszervi fogyatékosokban szenvedő gyerekek megsegítésére fordítják.
Együtt a tiszta Deltáért!	Környezet	Henkel Romania	2004-ben a Henkel Romania és a Dunadelta Bioszféra Nemzeti Park közösen kezdeményezte a programot. A program célja a helyi hatóságok és közösségek szennyezés mentesítési munkáinak elősegítése volt.
A Coca-Cola veled együtt a Karácsonyért	Társadalmi	Coca-Cola	A Coca-Cola 2005-ben dolgozta ki a programot. A program keretében összegyűjtött forrásokat a Marin Pazon gyermekkórház számára adták át.
Bukarest lélegzik	Környezet	Carpatcement Holding	A Carpatcement Holding 2005-ben alakította ki ezt a társadalmi felelősségvállalási programot. A vállalat erdősítést hajtott végre Conetau faluban a Bukarestet körülvevő zöldövezet megóvása érdekében egy volt ipari szeméttelap helyén.
Együtt a természetért	Környezet	Carpatcement Holding	A projekt célja a lakosság tájékoztatása a környezetvédelmi felelősségvállalásról és a környezetvédelmi szabályozásról. A projekt a Környezetvédelmi Minisztérium által 2003-ban indított nemzeti felelősségvállalási kampány része.

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
Az év diákja	Oktatás	Carpatcement Holding	2005-ben a vállalat a VIP Romania-val közösen a legjobb építészhallgatónak járó díjat hozott létre.
Carpatcement szakmai díj	Oktatás	Carpatcement Holding	2005-ben a vállalat meghirdette a Carpatcement szakmai díjat. A projekt célja a legjobb építőmérnöki és vegyipari hallgatók érdemeinek az elismerése volt.
JTI találkozók	Kultúra	JT International Romania	A JTI találkozók egy 2000-ben kezdődött program, melynek célja a nemzetközi kulturális értékek támogatása.
Kék ház	Társadalmi	A&D Pharma	2002-ben a Sensiblu Alapítvány elindította a Casa Blu programot a családon belüli erőszak áldozatainak megsegítésére. Oltalomközpont nyílt a nők és a gyermekek számára, valamint információs kampány indult a családon belüli erőszak okainak feltárására és korlátozására, valamint az áldozatokat hatékonyabban védő jogszabály kidolgozására.
Orange iskola	Oktatás	Orange Romania	A projekt lehetőséget biztosít a hallgatóknak, hogy elméleti ismereteiket valós üzleti környezetben alkalmazzák.
Érzékelési problémákkal küzdő fiatalok integrációja	Emberi jogok	Orange Romania	A Light into Europe Alapítvány és az Orange 2005-ben dolgozta ki a programot látás- és hallássérült fiatalok integrációjának elősegítésére. A projekt célja, hogy az érintettek társadalmi ki-rekesztettségét mérsékelje, s egyben képességeik és tehetségük kibontakoztatását elősegítse.
Etika – a legjobb üzleti gyakorlat	Oktatás	Coca-Cola	A projekt célja az üzleti etika oktatása a diákoknak és annak gyakorlati alkalmazására való bátorítás. A Coca-Cola ezzel is emelni kívánja az üzleti környezet színvonalát, s erősíti a fiatal generáció piaccgazdasági értékekben való bizalmát.
Ifjúsági parlament	Oktatás	Orange Romania	Az Orange fontosnak tekinti a fiatalság aktív bevonását a társadalmi életbe. Az Orange által támogatott projektet a román Vita, Retorika és Ékesszólás társasága koordinálja.
Hajléktalanok segítése	Társadalmi	Orange Romania	2004-től az Orange és a Samusocial Alapítvány a hajléktalanokat segítő

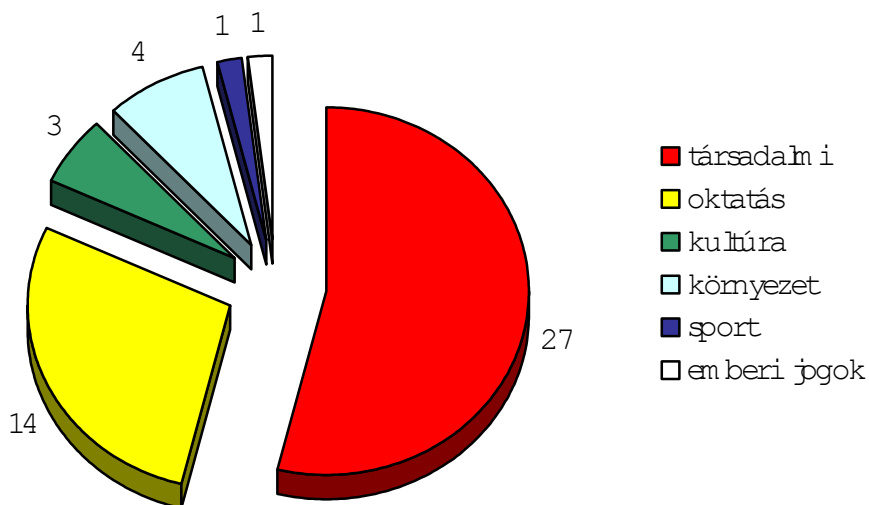
A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
			programot alakított ki (szociális és egészségügyi támogatás).
Fogadj örökbe egy házat	Társadalmi	JT International Romania	Az árvizek következtében kialakult krízishelyzetre tekintettel a JTI Romania elhatározta a Temes megye közösségeinek forrásokat gyűjtő hatóságok megsegítését.
Samusocial Ozone éjszakai mobil egység	Társadalmi	Ozone Laboratories	2006 februárjában az Ozone Laboratories csatlakozott a Samusocial Romániához egy projekt közös végrehajtására, a hajléktalanok megsegítése céljával. Az Ozone Laboratories felállított egy mobil egységet és finanszírozott egy 2006 őszén megnyitott menedékhelyet.
Alakítsd saját környezetedet!	Oktatás	Holcim Romania	A cég 2004-ben civil képzési programot indított. A fő cél a 4. és 5. éves gyerekek tájékoztatása a környezetvédelemmel kapcsolatos kérdésekről. A projekt sikeres volt, s az Oktatási Minisztérium annak lehetőségét vizsgálja, hogy a programot az iskolában választható kurzussá tegyék.
Samusocial	Társadalmi	BRD-Groupe Societe Générale	A 2004-ben közösen kialakított projekt célja a hajléktalan emberek megsegítése (szociális és egészségügyi ellátás).
Autisták szövetsége	Társadalmi	BRD-Groupe Societe Générale	A vállalat az Autisták Szövetségének támogatásával autista gyermekek és fiatalok életfeltételeinek javítására törekszik. Felújították az autizmusra specializálódott Totan Kórházat.
Híd az emberek között	Társadalmi	BRD-Groupe Societe Générale	2005-től a vállalat az EquiLibre Humanitárius Szervezettel közösen támogatja az idős és speciális igényű embereket. A vállalat minden hónapban 100 idősnek biztosít élelmiszert Bukarest 6. kerületében.
SIVECO virtuális kiválóság központ	Oktatás	SIVECO Romania	A SIVECO virtuális kiválóságközpont a SIVECO oktatási kezdeményezéseit fogja össze. Ezek: Esély bajnokká válni, SIVECO kupa és SIVECO nyári iskola. Ezen kezdeményezések célja a fiatal IT-specialisták fejlődésének az elősegítése az e-learning területén.
Rokonszenv	Társadalmi	UniCredit Romania	A program célja a fiatalok, elsősorban a nők szakmai integrációjának elősegítése. Temesvárott és Bukarestben zaj-

A projekt elnevezése	Terület	Megvalósító	Leírás
			lik a Parada Alapítvánnyal és más kormányzati intézményekkel közösen.
Kulturális örökség	Kultúra	SIVECO Romania SA	A cég ösztönzi kulturális tevékenységek megvalósítását a program segítségével. A vállalat támogatja a fiatal művészeket és a kiemelkedő művészi teljesítményeket díjazza.
HandRom	Társadalmi	DotCommerce	A vállalat támogató programot alakított ki a HandRom NGO-val, amely a hátrányos helyzetű fiatalok szükségleteinek kielégítését és jogainak érvényesítését támogatja. A vállalati kezdeményezés célja az volt, hogy a Handrom számára adományokat gyűjtsön és elősegítse a speciális gyermekszükségletek ellátását a közösségben.
A társadalmi katasztrófa elleni szolidaritás	Társadalmi	SIVECO Romania SA	A SIVECO Romania SA a Roman-cerammal együttműködésben indított programot a Moldovai árvízkárosultak megsegítésére. A segítséget pénzben és az árvízben érintett lakóépületek helyreállításához szükséges anyagok rendelkezésre bocsátása útján nyújtotta.
Európai értékek	Oktatás	ABN AMRO Romania	A bank az elmúlt három évben alakította ki az európai értékek programját, amelynek célja a jövő román bankspecialistáinak a képzése. A fő partner a bukaresti Gazdasági Tanulmányok Akadémiája.
Marvelous grove	Társadalmi	Dacia Group Renault	A vállalat által támogatott 47 árvaházi gyermek nevelési- és életfeltételei jelentősen javultak. A vállalat 2 nevelési központ építését kezdte meg 24 gyermek számára, míg a többiek társadalmi reintegrációja lezajlott.

Ezen programok értékelése alapján megállapítható, hogy a romániai CSR-projektek több mint fele társadalmi jellegű, aminek oka valószínűleg az, hogy ennek a társadalmi felelősségvállalási elemnek van a legnagyobb láthatósága az összes stakeholder körében. A román befektetők általában azonnali eredményt szeretnének látni befektetéseik után, s ez jellemzi a CSR-projektek is.²⁵

²⁵ A KKV-k CSR-projektekben való részvételre irányuló kezdeményezéseit a következő honlap támogatja: <http://www.responsabilitatesociala.ro/responsabilitatea-corporativa-in-romania> a „hónap díja” (a CSR győztese) projekttel (lásd a 4. pontot.)

1. ábra
CSR programok (db)



4.2. Kormányzat, KKV-k és CSR

Számos tényező motiválja a cégeket a CSR-ben való részvételre. Ezen tényezők közül a kulcsfontosságúak a profit, az image, a reputáció, az altruizmus, a fogyasztói kereslet, a kormányzati politika és a gazdasági környezet. Az állam szerepe leginkább a következő tényezőkben jelentkezik: a KKV-k finanszírozáshoz való hozzáféréseinek javítása; felszerelések, új technológiák és termékek vásárlására irányuló pénzügyi támogatás; a K+F tevékenység eredményeihez való hozzáférés elősegítése, a határon átnyúló tevékenységek támogatása; a román termékek exportképességének javítása; megfelelő üzleti infrastruktúra kialakítása.

Külön ki kell emelni az Üzleti Etikai Kódexet, amelyet a NASMSEC (Nemzeti Ügynökség a KKV-k és szervezetek számára – a Pénzügyi és Kereskedelmi Minisztérium része) támogat. Az üzleti Etikai Kódex általános elveket is megfogalmaz, mint pl.: „teremts bizalmot, fegyelmen és integritáson alapuló kapcsolatokat az üzleti tevékenység során, és növeld az emberek tudatosságát a közösség különböző problémáival és a környezettel kapcsolatban”.

4.3. A tömegmédiákommunikáció jellegzetességei

A CSR-koncepciók és a vállalatok speciális szerepe a non-profit tevékenységek és a társadalmi kezdeményezések fenntartására különböző honlapokról elérhető.²⁶

A honlapot a Selenis (Online Kommunikációs és PR Ügynökség) és a JTI (Japán Tobacco International) hozta létre, s a fő cél a koherens CSR-stratégiájával rendelkező vállalatok és ezek projektjeinek összegyűjtése. 51 esettanulmány található a honlapon különböző területekről: az oktatás, kultúra, művészetek, sport, környezet, emberi jogok stb. témakörében, valamint a témával foglalkozó cikkek átfogó gyűjteménye is elérhető.

A www.win-win.ro egy másik honlap, amely elsősorban a vállalati önkéntes programok kialakításában érdekelt munkaadókat szólítja meg információk, források, esettanulmányok, román és külföldi vállalati önkéntes tevékenységről szóló sajtóanyagok széles körét bemutatva. Ez egyrészt oktatási, másrészt információs célokat szolgál. A honlap emellett a Win-Win vállalati önkéntes programmal kapcsolatos szolgáltatásokat is ismerteti. A program részeként kialakított források másik köre gyakorlati útmutatásokat és az önkéntes programok kialakításáról szóló publikációkat takar, a sikeres programok felállításához szükséges lépéseket, valamint az összes résztvevő számára az elérhető előnyöket bemutatva. A publikációk a Points of Light Alapítvány publikációinak a hivatalos fordításai. A hagyományos média, mint magazinok, napilapok nem érdeklődnek különösebben a CSR-kezdeményezések és a vállalatok ilyen irányú tevékenységének támogatása iránt.

Felhasznált irodalom

- Lukács Rita (2006): *Közvélemény-kutatás a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról*. Braun & Partners Kft. – Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet, Budapest.
- Matkó István (2006) [kut.vez.]: *CSR, a magyar beteg*. M&H Communications Intelligence Unit, London – Budapest.
- GREEN PAPER *Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Commission of the European Communities. Brussels, 18.7.2001. COM(2001) 366 final (http://ec.europa.eu/employment_social/socdialcsr/greenpaper.htm)
- WORLD BANK 2005. *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility? Part II*. [http://ec.europa.eu/employment_social/socdial/csr/]
- Mazurkiewicz, Piotr – Crown, Robert – Bartelli, Vanessa: *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility?* (http://www.partnerstva.sk/buxus/generate_page.php?page_id=653)
- http://www.policy.hu/cniculescu/2%20About%20CSR/CSR_in_Romania.html
- http://www.iqads.ro/relevant/corporate_social_responsibility.html
- <http://www.responsabilitatesociala.ro/responsabilitatea-corporativa-in-romania>
- <http://www.responsabilitatesociala.ro/csr-in-romania>
- <http://evado.ro/?cat=14>
- <http://www.euractiv.com/cgi-bin/cgint.exe/?targ=1&204&OIDN=1504085>
- <http://www.cargomagazin.com/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=999>
- http://www.opendrum.utt.ro/rse_ue/proiect.php
- http://www bbw.ro/doc/134numar___pag1web.pdf
- <http://www.donorsforum.ro/?lang=Romanian>
- <http://www.acpr.ro/index-en.htm>
- <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/csrbooklet31705.pdf>
- <http://www.smeprojects.ro/index.php?page=noutati&lang=en>