

## ÖSSZEFOGLALÁS

Generáció váltás nehézségei Magyarországon

Baráth Zsolt  
Levelező/Vállalkozás fejlesztés/mesterképzés

Szakedolgozatom témájának választásakor fontosnak tartottam, hogy a hazai gazdaságban időszerű témát válasszak. Emiatt választottam a generáció váltás nehézségeit Magyarországon. Amiatt is fontosnak tartottam, hogy ezen keresztül megismerjem a generáció váltás folyamatát, hogy amikor a saját családi vállalkozásunk életében eljön ez a pont, legyen ezzel kapcsolatban tapasztalatunk és szerezzünk hozzá egy minimális know-howt. Nyugat-Európában és Ázsiában sok olyan cégről lehet hallani, amik már számos generáció óta egy család tulajdonába tartozik. Ezeknek a családoknak az eredményessége, állhatatossága, sikeressége mindig csodálattal töltött el. Véleményem szerint a leghíresebb ezek közül a Bacardi, ami 1800-as évek óta egy család tulajdona, illetve a Japán Kongo Gumi, ami 1400 éven át létezett, családi tulajdonban. Hazai viszonylatban a történelmi sajátosságok miatt nem sok hasonló sikert lehet bemutatni. Ilyen nagy múltú cégek a Zwack Unicum Nyrt., melynek anyacége 1840-ben jött létre. 1881-ben alapították a Kotányi Hungária Kft-t is. Stühmer Frigyes 1868-ban csokoládégyárat alapított, de Pick Márk is 1869-ben alapította cégét. De a mai nagyvállalatok között említhetjük a Béres Gyógyszergyár Zrt. vagy a Szamos Marcipán Kft. A dolgozatomban tisztáztam, hogy kik tartoznak a családi vállalkozások közé. Fontos, hogy a családi vállalkozásoknak nincs definíciója és nincs jogszabályba foglalva. Emiatt a kutatásom során a Budapestlab meghatározását vettem alapul, miszerint „Családi vállalkozásnak tekinti azokat a cégeket, amelyek önmagukat családi vállalkozásnak tartják, VAGY ahol a cég legalább 51%-a egy család tulajdonában van ÉS a család részt vesz a vállalkozás irányításában VAGY a családtagok alkalmazottként részt vesznek a vállalkozás működtetésében, VAGY a vezetést ÉS a tulajdont is részben vagy teljes mértékben a családon belül kívánják átadni.” A dolgozatom során készítettem egy felmérést az ismeretségi körömben érintett családi vállalkozások körében, melyben a szakirodalom megállapításait szerettem volna igazolni. Ennek elemzéséhez két kutatási módszert választottam. Első körben egy kérdőívet küldtem ki azoknak a vállalkozásoknak, akiknél releváns a generáció váltás. Az utód, illetve az átadó is egyaránt kitöltötte a kérdőívem. A kérdőíves felmérésem mellett egy hazai nagyvállalat korábbi tulajdonosával is készítettem interjút. A primer kutatásom mellett az általam áttekintett szakirodalom feldolgozását is elvégeztem. A kutatásom során a következő feltevéseim voltak:

- Az első feltevésém során vizsgálni kívánom a hazai családi vállalkozásokat érintő releváns próbatételeket, az utódlás lebonyolításának korlátait. Feltételezem a szakirodalom átolvasása, valamint a kormányzati támogatások alapján, hogy a generáció váltás nehézsége a vállalkozások számára, hogy a fiatalabb generáció nem abban a szakmában képzelel el jövőjét, amely a vállalkozás főprofilja, illetve az adózási, pénzügyi lehetőségek nehezítik meg ezt a folyamatot.
- A második feltevésém során vizsgálni kívánom családi vállalkozásoknál az utódlás lebonyolítására alkalmazott módszereket, startégiákat.
- Feltételezem, hogy családok jelentős részében mind az ügyvezetés, mind tulajdonosváltás családon belüli átadásával kívánják megvalósítani a generációváltást. harmadik felvetésemmel szeretném bizonyítani, hogy az új generáció más, innovatívabb megoldásokat keres a vállalkozás problémáira, és más módon alakítja ki kapcsolatait a közvetlen versenykörnyezetével.

Véleményem szerint a generáció váltáshoz szükség van egy olyan módszer kidolgozására, amely hosszútávú segítséget nyújt az érintetteknek. Mivel a szakirodalmakból és a felmérésekből is az derül ki, hogy egy sikeres generáció váltáshoz hosszútávú, több éves felkészülést igénylő stratégiára van szükség.