

# Műhely

Tóbi István

## Vállalkozói siker és a társadalmi tőke (Entrepreneurial Success and the Social Capital)

*A dolgozat a szociológia által leírt társadalmi tőke, és a vállalkozások kapcsolatát, a társadalmi tőke vállalkozói sikerre gyakorolt hatását vizsgálja. A tanulmány a vállalkozói világ ezen aspektusának jobb megismerése céljából készült. A témakör mélyebb összefüggéseinek megértéséhez szükséges ismeretanyag lényegre törő leírása olvasható. Mindezt a környezeti helyzet bemutatása követi a következő fejezetben, ahol olyan kérdésekre kapunk választ, mint: „Milyen tényezők hatnak a vállalkozói szférára ma Magyarországon? Milyen irányba mutatnak a tendenciák?”. Végül a primer kutatás eredményei kerülnek bemutatásra. Itt már gyakorlati oldalról közelíti a szerző a vizsgált témakört, így olyan további kérdésekre kapunk választ, mint: „Mennyire szükséges a társadalmi tőke a vállalkozás sikerességéhez? Minden vállalkozás számára ugyanolyan fontosságú-e a társadalmi tőke?”.*

**Kulcsszavak:** kapcsolati tőke; társadalmi tőke; kapcsolati háló, vállalkozó, vállalkozói siker.

### Bevezetés

Milyen a jó vállalkozás és a jó vállalkozó? Miért lesz valaki kiváló vállalkozó, és a „papíron” képzettebb miért sikertelen?

Sokan állítják, hogy megfejtették a sikeres vállalkozás titkát, ezt a tudást szívesen meg is osztják, mégsem vállalkozik mindenki. Ahogy a vállalkozásokról szóló tanulmányokban egyre inkább elmélyedünk, úgy válik egyértelművé, sok tényező együttese szükséges a sikerhez. Például: a szakértelem, az elhivatottság, a szorgalom, továbbá a vállalkozások kapcsolatrendszer.

Kutatásomban arra kerestem választ, mennyire- és milyen területeken könnyíti meg a társadalmi tőke a vállalkozások működését, és felállítható-e fontossági sorrend társadalmi, gazdasági és kulturális tőke között?

A tanulmány némiképp túllép a társadalmi tőke és vállalkozás kapcsolatának vizsgálatán. A kutatások során akarva-akaratlanul is megismerkedtünk a vállalkozás más aspektusaival is. Így a vállalkozóval kapcsolatos attitűdökre is röviden kitér a dolgozat, valamint a magyar vállalkozói szférát is tárgyalja.

A kutatás megkezdésekor öt hipotézisen fogalmazódott meg, melyek igazolása, vagy éppen megcáfolása volt a kutatás célja:

- A vállalkozó szemszögéből a társadalmi tőke „homogén”, típusai nem számítanak, csak az, hogy a vállalkozó rendelkezzen vele.
- Minden vállalkozónak, vállalkozásnak szüksége van a társadalmi tőkére a sikeres működéshez.
- A társadalmi tőke önmagában nem elég a sikeres működéshez.
- Adott közösség társadalmi tőkije elősegítheti a vállalkozások kialakulását.
- A magyar fiatalok számára a vállalkozói lét nem vonzó, viszonylag kevesen számban vállalják önként (nem kényszerpályaként) a megélhetésnek ezt a formáját.

### Vállalkozó

Számos definíció olvasható a vállalkozóról és arról, miért vállalkoznak az emberek. A kutatásban a *vállalkozó közgazdaságtani definícióját* tekintjük irányadónak, így a vállalkozás jogi definíciójáról ebben a tanulmányban nem esik szó.

A vállalkozó nem csak a vállalkozás tulajdonosa, nem csak jogilag körülhatárolt, hanem olyan motivált személy, aki a maga ura, képes „az ötletét eladni”, az *átlagembertől eltérő szemléletmóddal rendelkezik*, mely sikeressé teszi.

A kutatáshoz a vállalkozói kört leszűkíteni kell annak érdekében, hogy érthető legyen, ki a tanulmány célcsoportja.

Statisztikai adatok szerint ma Magyarországon több mint egy millió működő vállalkozás van (2008). A statisztika arra nem tér ki, hogy ezek közül melyik tekinthető valóban vállalkozásnak (a jogi keret erre nem ad lehetőséget).

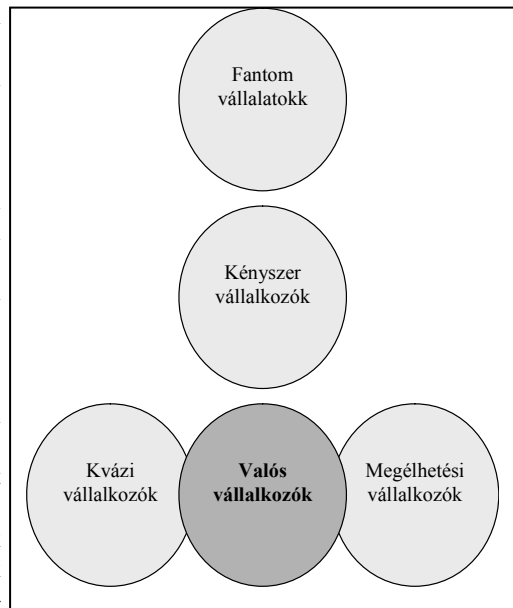
A halmazból ki kell emelni a *fantomvállalkozásokat*, melyek csak jogi értelemben vállalkozások, valójában adóelkerülés, pénzmosás céljából indították.

A következő csoport a *kényszervállalkozók*, akik csak formailag tartoznak a vállalkozói körbe, munkahelyi nyomásra váltak vállalkozóvá. Valójában alkalmazottak maradtak, csak a vállalkozókra vonatkozó törvények szerint adóznak, ezzel könnyítve a munkaadójuk adózási terheit (pl.: társadalombiztosítási járulékfizetés).

Nem tartozik a vizsgált halmazhoz a *kvázi vállalkozók* csoportjának nagy része. Ide a pénzügyi tanácsadással foglalkozók és MLM (Multi Level Marketing) rendszerek tagjait soroljuk, akiket nagy nyereség ígérletében csábítottak a rendszerbe (de csak kb. 10 %uk tesz komolyabb nyereségre szert, azok, akik rendelkeznek a vállalkozói szemléletmóddal – a fennmaradó 90% tengődik egy ideig, és jelentős részük egy éven belül feladja).

Végül a *megélhetési vállalkozók* jelentős részét sem soroljuk a vizsgálandó halmazba. Ide azok tartoznak, akik kiszorultak a munkaerőpiacról, képességeikre nem tartanak igényt, ezért kénytelenek vállalkozást indítani, hogy valami módon megéljenek, azonban nagyon keveseknek sikerül valójában sikeres vállalkozóvá válni. Sajnos a mai magyar statisztikai háttér nem ad lehetőséget a vizsgált réteg számszerűsítésére.

A vizsgálódás további terét az ekként megmaradt „*valós vállalkozók*” csoportja képezi.



### Schumpeter vállalkozóképe

*Joseph Schumpeter* a XX. század nagyhatású közgazdásza, a közgazdaságtani és a szociológiai ismeretkör integrálásával határozta meg mai napig is érvényes vállalkozó elméletet.

A tőkés vállalkozások kialakulását és működését a társadalmi tények két csoportjával köti össze:

1) “A termelési eszközök és eredmények fölötti szerződésen alapuló magánrendelkezés

lehetősége.” 2) “A gazdálkodásra beállított mentalitások” (Lengyel 1982) – a működéshez szükséges kiépített, modern adminisztrációs rendszer - számvitel, jog, és gazdaságpolitika.

Mai napig vita tárgyát képezi, hogy a vállalkozás a civilizáció nélkülözhetetlen velejárója, vagy a civilizáció által kitermelt egység. A gazdasági elemzés, bármennyire is a vállalkozáshoz a legközelebb, nem elégséges, mivel a mainstream közgazdaságtan e téren nem veszi a vizsgálati tényezők közé ezeket:

- „a társadalmi szerkezet nem tőkés jellegű alkotórészei (például prekapitalista földbirtokviszonyok);
- a társadalmi viszonyokon kívül eső mozzanatok (találmányok, felfedezések, a nemesfémtermelés esetlegességei);
- a nem vagy nem tisztán gazdasági körülmények, amelyek a korai tőkés monopolista merkantilista politikához vezettek;
- állam pénzügyi politikája;
- pénz- és hitelügyek, valamint munkaviszonyok állami szabályozása;
- a vállalkozásokat alapító és az azokban résztvevő emberek sajátosságai: személyiségük, etnikumuk, társadalmi helyzetük.” (Lengyel 1982)

„Ha eltekintünk a legfejletlenebb táplálékszerzés esetétől, akkor a vállalkozás az ismert történelmi viszonyok között mindig föllelhető és alapvetően csak szocialista módon szerveződő társadalomból hiányozhat.” (Lengyel 1982)

Egyes időszakok vállalkozásai közti különbséget nem a különböző gazdasági alapelvek adják, hanem a *gazdaságtól független tényezők*, ezek:

- technikai fejlettség
- politikai helyzet
- kulturális helyzet
- szociális helyzet

Schumpeter a gazdasági fejlődésnek három fajtáját különbözteti meg, ebből a harmadik típus nagyon fontos a dolgozat szempontjából: “A fejlődést kiválthatja az is, hogy egyes személyek, túllépve gazdasági tapasztalatokon és a kipróbált rutinszerű cselekvéseken, felismerik a gazdasági élet adott viszonyai között kínálkozó új lehetőségeket, és ki is aknázzák azokat” (Lengyel 1982). Így a vállalkozói szerepet öt fontos tényezőre bontja szét:

1. „Új vagy más minőségű termékek előállításának és elismertetése
2. Új termelési módszerek bevezetése
3. Az ipar új szervezeteinek kialakítása (például trösztösítés)
4. Új felvevőpiacok föltárása
5. Új beszerzési források föltárása” (Lengyel 1982)

Ezen öt tényező nagyon fontos közös tulajdonsága, hogy mindegyik a meglévő termelési tényezők egy új kombinációját jelenti.

Schumpeter a vezetés szerepét a forgalomgazdaságban a vállalkozónak tulajdonítja, ennek sajátosságai:

1. „az önérdéken alapul
2. sajátos a vezetők kiválasztási módja
3. sajátos a szükséges termelőeszközök előteremtésének módja, hiszen a vállalkozó (akinek nincs parancsnoki hatalma) a piacon jut hozzá a termeléshez szükséges eszközökhöz.” (Lengyel 1982)

A következőkben olvasható a Schumpeter által megfogalmazott négy vállalkozói típust, ezen belül is különböző alakokban tűnnek fel a vállalkozók, és a harmadik vezetési sajátosság minden típusra jellemző:

a) *A gyáros és kereskedő* – A szabadverseny korának emblematikus figurája. A típus vállalkozókra nem jellemző vonása, hogy tőkés volt, ami megkönnyítette a vállalkozói szerep ellátását, viszont annak sikerét egyáltalán nem tette biztossá. Jellemző rá a polgári értékrend, családcentrικusság, „saját üzemének egyeduralkodója” (Lengyel 1982).

b) *Modern ipar kapitánya* - Ez a típus a részvényes, az előző típusnál tisztább, nem kötődik a tulajdonában lévő gazdasági szervezethez, annak vezető funkcióit látja el. Nem családcentrικus típus, az ő esetében „az „üzlet” háttérbe szorul, a „probléma”, azaz a megoldásra váró föladat kerül a helyébe” (Lengyel 1982).

c) *Igazgató* – Vállalatvezetési funkciót lát el, a mai menedzser megfelelője. Ennél a típusnál figyelhető meg a menedzsmet (vezetés) és tőke (tulajdonos) funkciók elválása. Nem a profit növelése az elsődleges célja, hanem a kielégítő jövedelem elérése.

d) *Gründoló* – A folyamatos alkotásvágytól fűtött típus, aki felépít egy vállalkozást, sikeressé teszi azt, majd utána nekikezd egy újnak, a siker kiélvezése nem jellemző rá. Schumpeter szerint ez a típus az igazi vállalkozó.

Schumpeter tanulmánya végén néhány igen fontos, napjainkban is gyakran felmerülő kérdésre ad választ. Az egyik, hogy miért jobb a magánvállalkozás a köztulajdonban lévővel szemben? A válasz nem ragad le a „saját tulajdonával mindenki jobban gazdálkodik” közhelyre, hanem a verseny kiválasztó tulajdonságát hozza fel – „... a magánszektor vezető körének személyi összetétele a verseny kiválasztó hatását tükrözi.” (Lengyel 1982). Schumpeter a szabadversenyre utal, és ez a megállapítás ma is megállja a helyét, főleg a jelenlegi nehéz körülmények között. A másik fontos kérdés, hogy nő-e a jövőben a vállalkozói szerep jelentősége. Erre úgy válaszol, hogy a jövőben a *vállalkozói szerep demokratikusabb lesz, és veszt a jelentőségéből* – ami akkor „jó szemet” és „személyiséget” kívánt” (Lengyel 1982) az a jövőben megtanulhatóvá, elsajátíthatóvá válik – Ezt a választ az eltelt idő némiképp megcáfolta. Annyiban igaz, hogy ami *egy korban kompetitív előny, újdonság, az rövid idő alatt kiaknázásra kerül, és az alapkompeticenciák közé sorolódik – megtanulhatóvá válik*. Viszont ezzel egyidejűleg, ahogy az újdonság kiaknázásra kerül, *új kompetitív előnyök jönnek létre*, melyek még nem tanulhatóak, és jó vállalkozói érzék kell azok létrehozásához.

*Összefoglalva: a vállalkozó a kapitalizmus megújító folyamatának egy fontos szereplője, ő az, aki új terméket visz a piacra, újító szándékot halmoz fel, és háttérbe szorítja a régi eljárásokat, felelős a megújulásért.*

### **Churchill és a vállalkozó**

Winston Churchill angol miniszterelnök a vállalkozó lehetséges megítélésének három típusát írja le egy beszédében. Számára az a kérdés, hogy bizonyos társadalmak, politikai rendszerek hogyan viszonyulnak a vállalkozóhoz. Churchill véleménye az volt, hogy el kell jutni a harmadik típusig.

- a) Rühes farkas: A negatív vállalkozói kép, a vállalkozókat nem türik meg, a nép ellenségei.
- b) Fejőstehén: Vég nélkül kell fejni, ki kell zsigeregni.
- c) Kocsit húzó ló: Neki köszönhető a fejlődés, az előrehaladás.

Nyilván voltak, illetve vannak olyan politikai rendszerek (pl.: szocializmus) melyek a likvidálást tartották a járható útnak. De tény, hogy *vállalkozó nélkül nincs haladás, fejlődés, innováció, hiszen ő hozza létre a termelési tényezők új típusú kombinációit*. Viszont ennek ellenére is úgy tűnik, hogy mind a mai napig a domináns hozzáállás megrekedt a „fejőstehén” koncepciónál.

### ***Vállalkozói életutak***

Kuczi (Kuczi, 1999) a rendszerváltás utáni Magyarországot vizsgálja, mikor szinte egyik pillanatról a másikra tömegével indultak új vállalkozások. Több interjú után arra a következtetésre jut, hogy a *későbbi vállalkozók életének van egy finalitása: az életmódjuk, életszemléletük vezet a vállalkozóvá váláshoz*. A megkérdezett emberekre nagy szaktudás, elhivatottság volt jellemző, ezek a tényezők elengedhetetlenek a sikeres vállalkozói létehez, viszont ugyanekkor önmagukban nem elégségesek hozzá. Mindnyájuknál megfigyelhető az autonómiára való törekvés, a folyamatos fejlesztés, újítás vágya.

Másik fontos konklúzió, hogy a rendszerváltás után hihetetlen számokban induló vállalkozások oka az volt, hogy a későbbi vállalkozók már a *rendszerváltás előtt is az önállóság irányába haladtak*, így mikor lehetővé vált a vállalkozói tevékenység folytatása, sokan már felkészülten tudtak saját üzletet indítani.

Több, a tanulmány szempontjából fontos példát mutat be Kuczi, ebből kettőt emelünk ki:

Az első egy pék életútja, akinek már az édesapja is a pék mesterséget gyakorolta. Ennek köszönhetően a fia (János) péknek tanult, kenyérgyárban dolgozott, majd a katonaságtól való leszerelés után beállt apja pékségébe. Idővel teljes önállóságra törekedett, ezért épített egy saját sütőkemencét egy másik településen. Ebben az időszakban apja kiterjedt kapcsolati rendszerének köszönhetően megkérték, hogy kapcsolódjon be a pékek akkortájt alakuló országos szervezetének munkájába. Ennek később nagy jelentősége lett. János a szervezetnek köszönhetően kijutott külföldi mesterkurzusokra – az itt szerzett tapasztalatokkal új termékeket hozott a hazai piacra, és az interjú készítésekor már az egész országban terítette bizonyos termékeit és vállalkozása 22 embert alkalmazott.

Látható, hogy János autonómiára való törekvése utat talált magának, de ehhez szükséges volt megfelelő családi háttérre, nemcsak abban az értelemben, hogy apja mesterségét vitte tovább. Valójában *a gyerekként megszerzett készségek, képességek és motivációk és tudás* vezették Jánost ebbe az irányba.

A tanulmányban leírt két példa mutatja be számunkra a következő alfejezetek egyikében olvasható hálózati bizalom és reciprok altruizmus jelenségét. Itt Géza, egy vasesztergályos esetét taglalja Kuczi, akinél a vállalkozói lét első lépése egy esztergagép vásárlása volt a '70-es évek végén. Ezt azért vásárolta, hogy az éppen lejárt gyes után a felesége úgy tudjon dolgozni, hogy a gyermekek felügyelete is megoldott legyen. A következő évtizedben Géza és a felesége lassan további gépekkel bővítette a műhelyt, a bedolgozást átmenetinek tartották, nem gondoltak az önállósodásra.

A műhely fejlesztése során Géza „ellátogatott kollégáihoz, rokonaihoz és a bedolgozás során szerzett ismerőseihez, *megnézte, hogyan dolgoznak, milyen műszaki megoldásokat alkalmaznak*” (Kuczi 1999). Saját maga is *tanácsokat adott nekik (hálózati bizalom és reciprok altruizmus megjelenése)*. Ennek következtében a '80-as évek végére kiterjedt kapcsolathálójával rendelkezett.

Gézának (vasesztergályos) sokat kellett tanulnia az otthoni famegmunkáláshoz, és a gépeket is alkalmassá kellett tennie. Az évek során (amíg feleségének segített a műhely kiépítésében, a megmunkálási folyamatok tökéletesítésében) kialakult egy életképes vállalkozói rendszer, amely volt nem tudatos, mégis a kilencvenes évek elejére magától értetődővé tette *vállalkozóvá válásukat*.

### **Társadalmi tőke**

A *társadalmi tőke* a megfelelő intenzitású társadalmi kapcsolatokat, információkat és tudás kölcsönös, reciprocitáson alapuló átadását jelenti. Ezt nem lehet kizárólag az egyén szintjére redukálni, mindig egy bizonyos zártsgú csoporthoz kötődik. A szociológia szerinti fontosabb tőketípusok a gazdasági, társadalmi, kulturális és szimbolikus tőke. A tanulmányban az utóbbi kettőre nem térünk ki, a vizsgált kérdéskör szempontjából fontosságuk elenyésző.

*Pierre Bourdieu* jelentős hatású francia szociológus a XX. században, először a “Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke” c. művében találkozhatunk a “társadalmi tőke” kifejezéssel. Definíciója szerint:

“A társadalmi tőke azon aktuális és potenciális erőforrások összessége, amelyek *kölcsönös ismeretségek vagy elismerés többé-kevésbé intézményesült viszonyai tartós hálózatának birtoklásához kapcsolódnak*, vagy másképp kifejezve, olyan erőforrásokról van szó, amelyek egy csoporthoz való tartozáson alapulnak.” (Lengyel, Szántó 2006)

Példa a társadalmi tőke és annak hasznosítására a jelen nagyvállalkozó köre, mely szinte kizárólag férfiakból áll, meghatározó a 40-60 éves korosztály. Az előző rendszerben szocializálódtak, ott halmozták fel a társadalmi tőkét, kapcsolatrendszert, ebből a rendszerváltás után jelentősen profitáltak, mai birodalmaik erre épülnek.

Természetesen a társadalmi tőke nem jelent gazdagságot, sikerességet, amennyiben viszont rendelkezik vele a vállalkozó, akkor segítségével *olyan információkhoz, helyzetelőnyökhöz juthat, melyhez versenytársai nem* – mások számára zárt ajtók megnyílnak előtte.

*James S. Coleman*, amerikai szociológus a *társadalmi tőkét többfajta “entitásként” írja le*. Ebben két vonás közös: “mindegyik valamilyen társadalmi struktúra aspektusa, és mindegyik megkönnyíti e struktúrán belül cselekvők – akár személyek, akár testületi aktorok – bizonyos cselekedeteit.” (Lengyel, Szántó 2006) Hasonlóan a tőke többi formájához, a *társadalmi tőke is termelő típusú*, így olyan célok elérhetését teszi lehetővé, amire a többi tőketípus nem képes. Coleman a társadalmi tőkét működése közben vizsgálja, bemutatja annak folyamatát.

Egyik tárgya a New York-i csiszolatlan gyémántkereskedés. A piac zsidó családok ellenőrzése alatt áll, akik nagyon erős zárt közösséget alkotnak (azonos zsinagógába járnak, egy utcában laknak, lakásuk alatt vannak az üzleteik, közösségen belül házasodnak), megbíznak egymásban. Akkor is, amikor több ezer, vagy akár tízezer dollár értékű árumintát adnak át egymásnak. Amennyiben a csoport egyik tagja a másikat meglopna, a *következmény a közösségből való kizárás* lenne.

Másik példa egy hatgyermekes anya esetét dolgozza fel. Az asszony férjével és gyerekeivel Detroitból átköltözött Jeruzsálembe, és ennek okai között megemlíti azt is, hogy „gyerekei nagyobb szabadságot élveznek Jeruzsálemben” (Lengyel, Szántó 2006). Itt gond nélkül megengedheti, hogy gyermekei felügyelet nélkül lemelessenek a játszótérre, vagy a 6 és 8 éves gyermekei átbuszozzanak a város túlsó végében található iskolába. Ennek magyarázata a társadalmi tőkében, vagyis annak létében keresendő. Jeruzsálemben a „*normatív struktúra*” *biztosítja*, hogy a közelben lévő felnőttek vigyáznak a felügyelet nélkül lévő gyerekekre. Ugyanez Detroitban nem fordult elő.

### **A hálózati bizalom és a reciprok altruizmus**

A *hálózati bizalomról* Hámori Balázs könyvében találhatunk találó definíciót: „A hálózati bizalom – a piacgazdasági önzés rendszerébe szövéődve – nemcsak az egyéni kockázatvállalási hajlandóságot erősítheti, hanem érzékelhetően csökkenti a piaci tranzakciók költségeit is.” (Hámori 1998)

Ezt a *reciprok altruizmus*nak nevezi, amely a társadalmi tőke egyik alappontja, a kölcsönösség nélkül a társadalmi tőke nem létezne. Ez a jelenség a gazdaságba beágyazódva megtalálható, minden tevékenységben megjelenik a „lekötelezettségek és érdekszövetségek kötése” (Hámori 1998). „A reciprok altruizmus egyfajta cserekapcsolatként, pontosabban a jótétemények kliringrendszereként is leírható, de épp ezért egyúttal kockázatközösség is.” (Hámori 1998) Ez azért fontos, mert így egyértelművé válik, hogy a hálózatban szereplők érdeke, hogy a hálózat minél nagyobb és megbízhatóbb legyen.

Ez az üzleti életben formális hálózatként is materializálódhat, legjellemzőbb esete a megrendelő-beszállító kapcsolat, ahol a megrendelő mindig arra törekszik, hogy megbízható beszállítói rendszert építsen ki.

### ***A társadalmi „tőke” vizsgálata***

Robison, Schmid, Siles 2000 behatóbban is megvizsgálta (közel az összes) rendelkezésre álló társadalmi tőke definíciót (12-öt). Ezek mindegyike válaszol a társadalmi tőkével kapcsolatos fontos kérdésekre egy részére, viszont abban különböztek, hogy a *válaszok eltérnek a definíciók között*, és egyetlen olyan definíció se volt, amely választ tudott volna adni az összes kérdésre. Ezek a kérdések: *Mi a társadalmi tőke? Hol, miben található a társadalmi tőke? Mit termel/mire használják fel a társadalmi tőkét? Hogyan keletkezik a társadalmi tőke?*

Ezen kérdések közül az elsőt – *Mi a társadalmi tőke?* – vélték a tanulmány írói a jelenség gyenge pontjának, arra rámutatva, hogy nevezhető-e ez az „erőforrás” tőkének vagy sem?

Nagyon fontos azt megérteni, hogy a társadalmi tőke, ellentétben a többi tőketípussal, *nem egyéni tulajdonban áll, hanem egyének kapcsolatainak a következménye*. A mainstream közgazdaságtan haszonmaximalizáló egyénről beszél, és ha a társadalmi tőkét úgy vizsgáljuk, mint a többi tőketípust, akkor ez is konvertálható más tőkékre, így e feltételezés szerint a társadalmi tőkét az egyén csak saját vágyainak kielégítésére használja fel. A szerzők itt kifejtették annak szükségességét, hogy az elemzésbe a közgazdaságtannak be kell vezetnie más motivátorokat is a haszonmaximalizáláson kívül, mint például a szimpátia és a törődés. Az általuk leírt definíció az alábbi:

*„A társadalmi tőke egy egyén vagy egy csoport egy másik egyénnel vagy csoporttal kölcsönös szimpátián alapuló kapcsolata mely potenciális hasznokat, előnyöket hozhat létre a kapcsolat tagjai között annak jövőbeni viszonzása lehetőségével.” (Robison, Schmid, Siles 2000)*

A tőke kifejezés alátámasztására a szerzők megvizsgálták a társadalmi tőkét a gazdasági tőkére jellemző aspektusokból, mint a konvertálhatóság, tartósság, flexibilitás, felcserélhetőség és komplementaritás, stb. Ezeknél mind igazolják a társadalmi tőke tőketípusra jellemző mivoltát.

### ***Közösségi hálózatok – kézfogások elmélete***

A „közösségi hálózatok” kifejezés szervesen kapcsolódik a társadalmi tőke fogalmához. Társadalmi hálónak adott társadalmi csoport és/vagy réteg tekinthető, melynek szereplőit pontoknak tekintjük, és e pontokat összekötjük, ha köztük kapcsolat áll fenn. Nehézsége ennek, hogy a szereplők közti kapcsolatok intenzitása eltérő és folyamatosan változik. Így súlyozással is nehéz a kapcsolatok erősségét determinálni, főleg ha azt is figyelembe vesszük, hogy a kapcsolatok nehézkesen kvantifikálhatóak.

Milgram, amerikai szociológus '70-es években végzett kísérletsorozata arra irányult, hogy hány szereplőn keresztül jut el egy csomag a kiválasztott személytől egy, számára teljesen ismeretlen személyig, vagyis mennyire vannak közel egymáshoz a kapcsolati háló szereplői.<sup>1/</sup>

A hálózatokat meghatározza, hogy *egy hálózati pont hány szereplővel rendelkezik, és azon belül a kapcsolatok miként oszlanak meg* (ennek következménye a *hálózati központok*, vagyis „hubok” kialakulása). Megfigyelhető a csoportosulás jelensége is, amelyek olyan alcsoportok, ahol a kapcsolati sűrűség megnő. Több hálózattípus van, például a háromszög vagy a rácsháló. Ennek fontossága ott domborodik ki a társadalmi tőkével kapcsolatban, hogy a vállalkozó *milyen kapcsolati hálóval rendelkezik, milyen hálózati rendszernek a tagja, és mennyire intenzívek ezek a kapcsolatok, mennyire konvertálhatóak ezek gazdasági és/vagy tudástőkévé.*

### **Vállalkozó és az értékpreferenciák**

Mielőtt az alfejezet fő pontjára, az értékpreferencia kutatásra kitérnénk, érdemes röviden kitékinteni Werner Sombart leíró tanulmányára (*Lengyel* 1982), melyben bemutatja a régi típusú „burzsoá” jellemzőit. Erős normák voltak jellemzőek a prekapitalista korszak vállalkozóira: mindennek az ember volt a mértéke; a gazdagság nagy fontossággal bírt, de nem vált öncéllá – feladata, hogy örömet szerezzen, tekintélyessé és *függetlenné* tegye annak birtoklóját. Csak a tisztességes úton szerzett vagyon teszi a vállalkozót boldoggá; a régi típusú burzsoára jellemző volt még a kis forgalom-nagy haszon, ez egészen a XVIII. század végéig így volt.

Az üzleti etika nagy fontossággal bírt szintén, tilos egymás vásárlóinak átcsábítása, tilos az árharc, és az új munkamegtakarító technológiákat elítélték – több ember kereste szűnik meg általuk.

*Ezt a normarendszert elfelejtették.* A modern kapitalizmusban talán csak a függetlenség és a tekintély maradt meg a vagyon funkciói közül, de öncéllá vált (minél nagyobb gazdagságot „összeharcsolni”). Így jutunk el napjaink embertípusainak értékeihez. Füstös László és Szakolczai Árpád vizsgálta a magyar társadalom értékpreferenciáinak alakulását 1977-től 1998-ig. Hét felmérést végeztek, melyek célja, felderítsék hogyan változott a magyar társadalom értékpreferenciája a rendszerváltás utáni időszakban. A tanulmány szempontjából ennek fontossága a *vállalkozással kapcsolatos értékek kiemelése*, és azok létének vizsgálata.

Milton Rokeach amerikai szociálpszichológus nevéhez fűződik a Rokeach teszt kifejlesztése, mely *18 cél- és 18 eszközértékből álló értéklista*. E tesztnek a segítségével fel lehet mérni a *különböző társadalmak értékpreferenciáit, és azok alakulását*. A vizsgálat úgy folyik le, hogy a megkérdezett személyeknek sorrendbe kell állítania a 2-szer 18 értéket, és az így kapott eredményekből a kutatók átlagos rangértékeket alakítanak ki.

A célt vizsgálva fontos vállalkozói értékek közé sorolom a *bölcsességet, munka örömet, társadalmi megbecsülést, változatos életet és anyagi jólétet (1. táblázat)*. Az eszközértékek közül vizsgálandó a *felelősségteljes, alkotószellemű, bátor, önálló, hatékony, logikus,*

<sup>1/</sup> Karinthy Frigyes már 1929-ben megalkotta az un. „social network” elméletet a „Minden másképpen van” című kötetének egyik elbeszélésében (Láncszemek): „Annak bizonyításául, hogy a Földgolyó lakossága sokkal közelebb van egymáshoz mindenféle tekintetben, mint ahogy valaha is volt, próbát ajánlott fel a társaság egyik tagja. Tessék egy akármilyen meghatározható egyént kijelölni a Föld másfél milliárd lakója közül, bármelyik pontján a Földnek - ő fogadást ajánl, hogy legföljebb öt más egyénen keresztül, kik közül az egyik neki személyes ismerőse, kapcsolatot tud létesíteni az illetővel, csupa közvetlen ismeretség alapon” (<http://krono.inaplo.hu/index.php/inter/inter-halozati-jelensegek/66-koezessegi-halozatok>).

Karinthy nem tévedett sokat, az évtizedekkel később leírt kapcsolati háló elvét a szakemberek *hatlépésnyi távolságnak* írták le ("six degrees of separation"). Vagyis legföljebb hat kézfogásnyi távolságra van az összes ember egymástól.



*fegyelmezett, törekvő és az engedelmes értékeket, ez utóbbit azért tartom fontosnak, mert a vállalkozói lét látszólag nem fér meg az engedelmességgel, így ennek az értéknek a hiánya is mutathat a vállalkozói értékek kialakulásának irányába.*

Megfigyelhető az is, hogy a kor elfoglalt embere nyugodt, megfontolt, nem rohan sehova, ez a dologtalanok jellemzője.

1. táblázat: Rokeach teszt által vizsgált 36 érték

Célértékek	Eszközértékek
Boldogság	Felelősségteljes
Családi biztonság	Jó kedélyű
Belső harmónia	Értelmes
Szabadság	Szeretettel teljes
Bölcsesség	Előítéletektől mentes
Igazi szerelem	Szavahihető
Emberi önérték	Alkotószellemű
Igazi barátság	Segítőképz
Béke	Megbocsátó
Munka öröme	Bátor
Változatos élet	Önálló
Élvezetes élet	Hatékony
Anyagi jólét	Logikus
Szépség világa	Udvarias
Egyenlőség	Fegyelmezett
Haza biztonsága	Tiszta
Társadalmi megbecsülés	Engedelmes
Üdvözülés	Törekvő

*Forrás: Füstös-Szakolczai [1999]*

*Összegezve:* a kiemelt 5 célérték és 9 eszközérték átlagos jelentőséggel bír a magyar társadalomban. Biztató a felelősségteljes és önálló értékek alakulása, melyek az elmúlt években egyre fontosabbá váltak. Utóbbi azért számít jó eredménynek, mert a vállalkozói réteg a társadalomnak nem jelenti a nagy részét, így elég, ha van egy kisebb bázis, akik önállóságra törekednek. Szintén biztatónak lenne tekinthető az anyagi jólét fontossága, viszont ez egyáltalán nem reprezentatív, mert a társadalom nagy többsége anyagi jólétre törekszik, és ez nem mond semmit arról, hogy ki tervezi azt vállalkozáson belül elérni. Ezek mellett még az engedelmesség érték mutat ideális értéket a sikeres vállalkozói réteg kialakulásához.

A többi tényező nem mutat ideális értékeket, például a hatékony, logikus és alkotószellem jellemzők – az utóbbit kiemelve – átlagos, vagy átlagon aluli értékeket mutatnak, és a munka öröme is csak közepes fontossággal bír.

*Az értékek adottak a sikeres vállalkozás kialakulásához, de bizonyos kategóriákban további javulásra lenne szükség.*

### **Magyar vonatkozások**

Ebben Kuczi (1996) azt vizsgálta, hogy az induló vállalkozások milyen forrásokat használtak fel a kezdeti nehézségek leküzdésére. Egy felmérés szerint a rendszerváltás után alakuló vállalkozások jellemzően nem éltek a privatizációs lehetőségekkel, saját forrást használtak fel az induláshoz, és a bankhitelek adta lehetőséget sem használták ki a vállalkozók, a kölcsönök mindössze egynegyede volt banki kölcsön.

Itt kerül kiemelésre a társadalmi tőke: olyan erőforrásokat vettek ugyanis igénybe, mint például „a családi munkaerő, rokonok segítsége, a volt vállalatuk munkaszervezete, baráti, szomszédosági kötelékek, stb.” (Kuczi 1996).

A kelet-európai országok rendszerváltásával kapcsolatban nem értenek egyet a társadalomkutatók abban, hogy a társadalmi tőke milyen szerepet játszott ezen országok rendszerátalakulásakor. *Az egyik csoport szerint a múltban kialakult kapcsolatok jelentősen befolyásolják a mai kapcsolati rendszereket, míg a másik vélemény szerint nem számít a múltban elért hatalom és ismertség alkalmazkodni kell az új rendszerhez.*

Kuczi saját kutatások eredményeire támaszkodva kimondja, hogy a „magasabb iskolai végzettségű, preferált foglalkozásokat űző társadalmi csoportokból, végső soron a középrétegek tagjaiból lesznek nagyobb valószínűséggel vállalkozók” (Kuczi 1996). Ezek az emberek a fennálló normákra, viszonyokra támaszkodva válnak vállalkozóvá, ezeket konvertálják erőforrásokká. Kuczi olyan társadalmi egységeket vizsgál, mint a társadalmi tőke adta erőforrások, melyek jól körülhatárolhatóak, ezek ismertetése segít vállalkozások és társadalmi tőke kapcsolatának mélyebb megértésében.

### **A múltban kialakult értékek**

Szelényi (1988) úgy gondolta, hogy a vállalkozói érték a szocializmusban sem tűnt el teljesen, a társadalom mély rétegekben tovább élt 1945 után is. A két világháború „között piacra termelő parasztgazdaságok, kis- és közepes méretű vállalkozások által generált beállítódások és ismeretek, átvészelve néhány mostoha évtizedet a ma induló önállók egyik erőforrása lehet” (Kuczi 1996). A rendelkezésre álló adatok ezt a hipotézist nem erősítik, a szerzett társadalmi pozíció nagyobb befolyással van a vállalkozóvá válásra, mint az, hogy egy felmenő vállalkozó volt.

Kuczi azzal kapcsolatban is végzett kutatás, hogy a vállalkozói hajlandóság és az adott település története összefügg-e? Az első vizsgált falu lakosságának túlnyomórésze a két háború között cseléd volt, így a termelészövetkezet megalakulásakor a teljes vezetést kívülállóknak adták, ami a szövetkezet működéséig nem változott. Ez a szocializmus idejében egy jól prosperáló rendszerként működött, a falu fejlődött, többen visszavándoroltak erre a településre. Azonban a rendszerváltás után a falu minden jelentősebb vállalkozását, boltjait, stb. a szomszédos falvak vállalkozói vették át, és az újonnan megalakult vállalkozásokat sem helyiek vezetik. Tehát *nem alakult ki egy olyan csoport, réteg, akik képesek lettek volna a sorsukat kezükben tartani, vállalkozóvá válni, amikor a szükség úgy kívánja – ez a cselédmúltnak volt köszönhető.*

Egy másik falu esetében az első lakók egy falu külterületére költöztek, ami később önálló településsé vált. Ezen betelepült családok a két háború között földet szereztek maguknak – „kialakult egy erős birtokos paraszti réteg” (Kuczi 1996).

Összességében: *a múltban kialakult értékek erősen befolyásolhatják a vállalkozói hajlandóság mértékét, vállalkozói réteg kialakulását.*

### **A család és rokonság**

Gyakori a magyar vállalkozók világában, hogy egy vállalkozásnak a család minden tagja alárendeli magát. Kuczi a család, „mint a vállalkozás erőforrása” felfogást több kontextusban értelmezi.

- *Szolidaritás:* A vállalkozás kezdő időszakában jellemzően romlanak az addigi életkörülmények – növekedő terhek, csökkenő jövedelem. Ebben az időszakban jelentős segítségnek számít egy stabil, szolidáris család.

- *A család vagyonának felhasználása, kölcsönök:* A tanulmány írása idején jellemző volt a vállalkozásokra, hogy a források előteremtéséhez az addigi megtakarításokat, gépkocsit, stb. adták el vagy mint apport hasznosították azokat (pl. korábbiakban épített ingatlant átalakították bolttá, műhellyé). Emellett a kor vállalkozóinak harmada kapott rokonaitól vagy barátaitól kölcsönt.
- *A családtagok, rokonok jogosítványainak felhasználása:* A rendszerváltás után évekig jellemzőek voltak a rohamszerű vásárló utak – karavánban mentek ki a családok ausztriai bevásárló központokba. Vállalkozók árufeltöltő úton gyakran a szűk rokonság segítségét is igénybe vették – ezzel hatalmas profitra tettek szert. A különböző gépeket, épületeket is úgy próbálták a termelészövetkezettől megszerezni, hogy a rokonok jogosítványait felhasználták. Ugyanez történt a vagyonjegyek és kárpótlási jegyek megszerzésénél.
- *A család munkaerejének hasznosítása:* A tanulmányban leírt felmérés szerint a kis- és középvállalkozások 20-30 százalékában dolgoznak közvetlen családtagok, rokonok és még 10-15 százalékban segítenek be barátok, ill. ismerősök. „A család munkaerejének hasznosítása lehetővé teszi a flexibilitást és a specializációt” (Kuczi 1996). A flexibilitás itt a rugalmas munkamegosztást jelenti, a család bármely tagja elvégezhet bizonyos munkát, így sokkal hatékonyabb a működés, mint az alkalmazottakkal dolgozó vállalkozásnál. A másik pozitívum, hogy amennyiben sikeres a vállalkozás, akkor többen besegítenek a családból, ha viszont nem, akkor nem kell senkit elbocsájtani. Kuczi vizsgálja azt is, hogy milyen szerepek, nem és életkor szerinti munkamegosztás hogyan befolyásolja a vállalkozás működését, és arra a következtetésre jut, hogy ez vállalkozásfüggő. Van ahol a hagyományos nemi szerep alapján létrejött munkamegosztás a vállalkozás erőssége, másik esetben épp az ellenkezője. Viszont a család, mint erőforrás felhasználása problémákat is rejthet magában, ez lehet például a családi viszonyokra a munkamegosztási rendszer átültetése.

### Lokalitás

Ahhoz, hogy a vállalkozások „működéséről, fejlődési lehetőségeiről, alkalmazkodóképességükről képet kaphassunk” (Kuczi 1996) szüksége van az adott környezet (régió, város, falu) társadalmi feltételének vizsgálatára. Kuczi felhasználja Crevoisier (1990) okfejtését, mely megkülönbözteti a funkcionális és a területi logikát. A funkcionális logika a társadalmi tényezőt (munkaerőt) a termelés egyik elemének számítja, így, az hozzáalakítható a termelési feltételekhez. Míg Crevoisier által leírt területi logika szerint ott jönnek létre vállalkozások, ahol ehhez megfelelő társadalmi környezet van.

„A készen talált lokális struktúrák, viszonyelemek beemelése a cégekbe” (Kuczi 1996):

A vállalkozásokon belül nem lehet eltekinteni a vállalkozás környezeti viszonyaitól, annak ellenére, hogy a „dolgozókat mindennemű társadalmi vonatkozásaik nélkül veszik számításba” (Kuczi 1996), mégis a vállalatok jelentős részére nagy befolyással bírnak a helyi viszonyok. Erre példa, ha olyan vezetője van a vállalkozásnak, akit az adott településen elismernek, akkor „az alá-fölérendeltség könnyebben létrejön, illetve legitimálódik a cégen belül” (Kuczi 1996). Paternalisztikus jellegű munkamegosztások figyelhetők meg farmok némelyikében – Newby (1976), és ez a hazai tsz-ek felbomlásánál nagyon jól megfigyelhető. Ahol sikeres volt a szövetkezet, nem ritka, hogy a felbomlása után a volt vezetők az előző rendszerben szerzett tekintélyüket felhasználva új vállalkozásban közel azonos alkalmazotti körrel gazdálkodtak tovább. Ugyanerre a jelenségre mutatott rá Norris (1978), csak ipari üzemek esetében. Kuczi a paternalisztikus vezető jelenségére több példát is bemutat, melyek fő tanulsága, hogy a vezető és

*alkalmazottak „kötődése” során erős lojalitás jött létre, ami a vállalkozás egyik fő erősségét jelentette.*

*„A vállalkozók együttműködése” (Kuczi 1996)*

„Egy adott településen, régióban élő önállók alkalmi tranzakciói (hitelügyletek, szívességcserék, alkalmi kooperációk) megszilárdulhatnak, és állandó formát ölthetnek” (Kuczi 1996). Ez a Hámori által leírt hálózati bizalom jelensége, a vállalkozókkal foglalkozó szakirodalom ezt a specifikus jelenséget „industrial district” néven határozza meg. Erre egy falu asztalosainak közösségét hozza fel példaként Kuczi, akik egy nagyobb megbízást közösen teljesítettek. Ennek alapja az is, hogy a megbízó ismerte a helyi viszonyokat, és tudta, hogy *bár ezen kisvállalkozók nem alkotnak egy közös szervezetet, de a meglévő társadalmi „háló” hatékony csoporttá tette őket.*

### **A volt munkahely inkubációs szerepe**

A kisebb méretű cégek jobban kedveznek az önállósodásnak, a vállalkozási ismereteket ilyen munkahelyen lehet a legjobban elsajátítani, mert a dolgozó rákényszerül, hogy minden funkcióban dolgozzon (beszerzés, értékesítés...). Vizsgálva az önállók karrierútját, azt látta Kuczi, hogy nagyobb vállalatoktól kisebb cégekhez mentek dolgozni. E közvetett hatás mellett megfigyelhetőek közvetlen hatások is, mint a vállalkozás önállósodási kezdeményezései. *Magyar jelenség a Tb költség csökkentése végett a dolgozó alkalmazotti viszonyát megszüntetik, és vállalkozóként dolgozik tovább.*

Másik példa, hogy a leendő vállalkozó lépésekben tervezi meg az önállósodását, az *eredeti munkahelyük adta lehetőséget kihasználják, vagyis a rendelkezésre álló eszközök felhasználása, a jövőbeli vevőkör kialakítása.* Ez arra irányult, hogy a vállalkozói lét kezdeti nehézségeinek kiküszöbölje, az átmenetet megkönnyítse.

Kitér még Kuczi a fentebb már említett munkaszervezet privatizálására. Ahol egy szervezetnek kialakult a stabil hálózati felépítése, ott láthatunk példát arra, hogy ezeket az értékeket átmentették egy vállalkozásba, ami továbbra is funkcionálisan működött, köszönhetően a korábban kialakult és a vállalkozásba átültetett kapcsolati rendszernek – társadalmi tőkének.

### **Néhány tanulmány a magyar vállalkozókról**

Szalai Erzsébet “Gazdasági Elit és Társadalom a magyarországi újkapitalizmusban” c. könyvének (2001) egyik fejezete a nagyvállalkozói kört mutatja be. A szerző a magyar vállalkozói elit rekrutálásának módját követi nyomon. A kiadás idejében a *nagyvállalkozók jelentős része a rendszerváltozással létrejövő új helyzetnek köszönheti a vagyonát*, és a 2001 óta elmúlt 7-8 év ellenére ez még mai napig is jellemző a nagyvállalkozói körre.

20 nagyvállalkozót interjúvol meg, életpályájukról, vállalkozói birodalmuk kiépítéséről. Mindannyian megegyeznek abban a tényben, hogy a *nagyvállalkozóvá váláshoz, és a “korona megtartásához” szükségesek a politikai kapcsolatok*, anélkül nem válhat senki sem nagyvállalkozóvá.

Szalai Erzsébet foglalkozik az un. *szuperstruktúrákkal* is. Jelentésük: „a pénzügyi szervezetek nemzetközi összefonódása, a világ legnagyobb gazdasági-pénzügyi centrumai és a nemzetközi pénzügyi szervezetek, valamint a nagy multinacionális cégek vezető erői alkotják, amelyek felügyeletet gyakorolnak a jegybankok és a kormányok felett is” (<http://www.freeweb.hu/eszmelet/54/szalai54.html>). A rendszerváltás után, az addig „vezető”

elit meggyengült. Ez gazdasági hatalmi vákuumot eredményezett, amelynek bázisán a későkádári technokrácia, sajátos habitusától és ideológiájától vezéreltetve és a szuperstruktúra elvárásainak megfelelően, a vezető állami gazdasági bürokrácia és az állami nagyvállalati vezetők gazdasági tőkének nagy részét átszivattyúzta, döntően a külföldi befektetők, kisebb részt a hazai nagyvállalkozók számára” (<http://www.freeweb.hu/eszmelet/54/szalai54.html>). Ennek az volt az oka, hogy az *akkori hazai elit csak így kerülhetett be a szuperstruktúrába* (pl.: az interjú idejében Bokros Lajos volt a Világbank elnöke).

Laki Mihály magyar szociológus könyvében (*Laki 1998*) említést tesz a rendszerváltás után az *újonnan alakuló vállalkozások informális önszerveződő csoportjairól*, melyek arra hivatottak, hogy *tagjaikat új információkkal lássák el*. Ezek nagyrészt a korábban kiépült kapcsolati hálókból, regionális közelségből alakultak ki - több ilyen csoportot mutat be -. Például egy kisváros vállalkozói csoportját, akik hetente, vagy kéthetente összeülnek, és megosztják egymással az információikat. Másik típusú csoport az, amikor egymás között egyeztetik a szolgálatásért kért ellenértéket (a könyvben egy vállalkozó fogorvos, és egy műszerész kisiparos példája szerepel).

Bár Laki nem nevesíti így könyvében, de valójában ez is a társadalmi tőke megjelenése: *saját hasznukra szervezett csoporton belül a tagok megosztják információikat, erőforrásaikat, kölcsönös alapon*. Ezen csoportok fegyverténye abban rejlik, hogy közvetlen retorzió nem éri a kimaradó vállalkozókat, viszont közvetett hatása erős befolyással jár – olyan információkról értesülhet későn a kimaradó, melyek vállalkozására komoly befolyással hatnak. Természetesen a csoport fontossága a benne lévők tagok tőkeerejétől függ.

### ***Néhány eredmény***

Az elméleti alapvetés után a feltett hipotézisek igazolásához szükséges kutatásokat, és annak eredményei kerülnek bemutatásra. Írott források közül “a 100 leggazdagabb” listáját elemezzük, és a listán szereplő vállalkozók közül 3 kiválasztott vállalkozó életútjából arra vonatkozó motívumokról olvashatunk, melyek a társadalmi tőke meglétére utaltak.

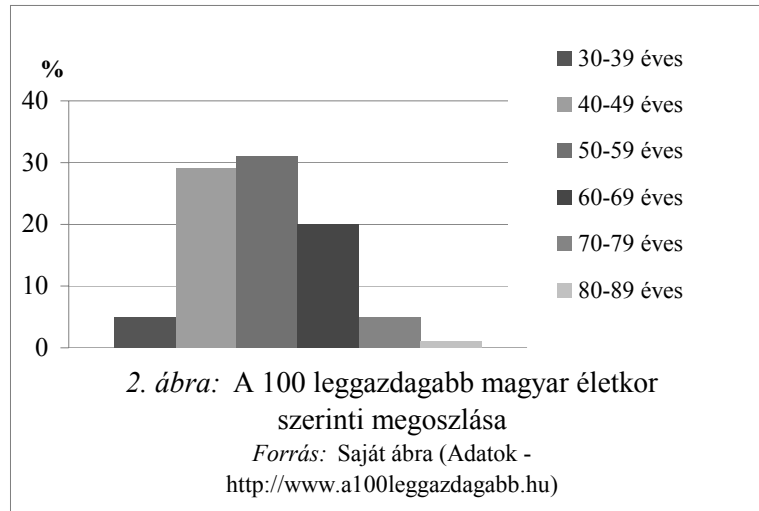
Emellett az egyetemisták vállalkozói hajlandóságát vizsgáltuk: kilenc egyetemistával készült villáminterjú arról, hogy mi a véleményük a vállalkozóról, mi szükséges a sikeres vállalkozói léthez, és lennének-e vállalkozók egyetemi tanulmányaik után. E fejezetben felhasználtunk más kutatási adatot is, a PTE Közgazdaságtudományi Karon a 2008-as év őszi szemeszterében készült egy felmérés az egyetem hallgatóival -, „A pécsi közgazdász hallgatók jövőképe 2008” címen – és ebből a „Karrier, munka” fejezet vállalkozóval és vállalkozással kapcsolatos eredményeit ismertetjük.

A 100 leggazdagabb magyar évenkénti listáját már 2002 óta publikálják. 2002-től 2006-ig a Magyar Hírlap gondozásában jelent meg a kiadvány, 2007 óta a Napi gazdaság publikálja, közel azonos szerkesztőcsapattal. Nem veszik figyelembe a feketegazdaságból vagyokra szert tevéket.

A listán publikált számok becslésen alapulnak. E vagyonebecslések egy részénél könnyebb helyzetben voltak a kutatást készítők, például egy tőzsdén bejegyzett cég tulajdoni viszonyainak megállapításánál. Emellett az ingatlanvagyon értéke könnyen megbecsülhető, viszont a műkincsek és egyéb ingóságok értékének felmérése már nehezebbnek megy. Ilyen okok miatt a listán szereplő adatok nem teljesen valóságűek.

A 2008-as lista alátámasztja azt a hipotézist, mely szerint a nagyvállalkozók jellemzően az *előző rendszerben szocializálódtak*, az ott keletkezett kapcsolati tőkét alkalmazva lettek sikeresek. A 100 leggazdagabb közül 91 embernek közölték életkorát, az *ebből számolt átlag 53,3 évet mutat*, és a grafikon is jól mutatja, hogy a 40-es és 50-es korosztály dominál, és a 60-70 közötti korosztály is jelentős számban képviselik magát. *Az a hipotézis is alátámasztást nyer*,

mely szerint a nagyvállalkozók jelentős része férfi, a 100-as listán összesen három nő szerepel. Iskolai végzettségüket tekintve a 86 ember közül, akiknek végzettsége publikus, 4 középiskolai végzettségű, 2 személynek van szakmunkás végzettsége, 2 végzett technikumot, 8-nak van főiskolai és a maradék 70 embernek van egyetemi végzettsége – látható, hogy átlagon felüli a képzettségük, birtokában vannak a tudástőkének.



Bár ezt a 2004-es kiadásban említették, de a mai viszonyokra is jellemző lehet, hogy azon személyek között, akik nem vállalkozóként, hanem más úton (pl.: örökség) váltak vagyonossá, vannak olyanok, akik nem vállalták a nyilvánosságot, annak ellenére, hogy előkelő helyen lehetnének a listán.

Megemlítendő (a korábban már hivatkozott) Szalai Erzsébet egy régebbi listához kapcsolódó nyilatkozata, mely szerint a becslések alapján készülő lista nem a valós adatokat mutatja – a listán szereplő adatokat 20-50%-al alábecsülték, és több személy –sikerrel– kérte, hogy helyezték hátrébb a listán, vagy akár ne is szerepeltesék.

A kritikák ellenére a lista, ha nem is 100 százalékos szignifikancia szinttel, de reprezentatívnek tekinthető, így további elemzésre alkalmas.

A listából a három kiválasztott szereplő a mai magyar gazdasági élet emblematikus alakja, sikeres cégvezetők és vállalkozók, életútjukat röviden bemutatása arra fókuszál, hogy hol építhették fel a társadalmi tőke bázisukat, hogyan kamatoztatták a kapcsolatépítő képességeiket.

Demján Sándor esetében megfigyelhető, hogy már fiatal korában önállóságra törekedett, „alig tízévesen üzleti alapon – „beszállítókat” alkalmazva – nyújtartásba fog” (<http://www.minosegiujsagiras.hu/main.php?name=aarticles&id=28>). 1968-ban – 25 évesen – kerül egy csődben lévő Áfész élére, amit újszerű, olykor a törvényesség határán mozgó módszereivel az ország egyik legjövödelmezőbb szövetkezetévé tesz. Ezután a Skála igazgatója, majd a Magyar Hitelbank igazgatója 1985-től.

A rendszerváltás után vezetőként szerzett kapcsolatai révén elnöke lesz a Közép-Európai Fejlesztési Társaságnak, de innen egy év után, nézeteltérések miatt, távozik, és a magyar származású Andrew Sarlos észak-amerikai üzletemberrel Kanadában megalapítják a Közép-Európai Befektetési Társaságot, mely elsősorban a FÁK országokban és távol-keleten tevékenykedik. 1995-ben hazatér, és az új építésű ingatlanok piacán vág bele az üzletbe – ennek eredménye a Bank Center, Pólus Center és a Westend City Center.

Fontos megemlíteni *esetében a politikai kapcsolatokat*. Demján mindig is jó viszonyt tartott fenn az éppen aktuális vezetőkkel, ő ezt úgy fogalmazza „nem szabad politikailag odakozmálni” (<http://www.minosegiujsagiras.hu/main.php?name=aarticles&id=28>).

Csányi Sándor életútja kezdetén, a családi háttér bemutatásánál fontos utalás található - „... édesanyjának a humorérzékét és - barátai és ellenfelei szerint is egyedülálló - *kapcsolatépítő képességét köszönheti*”. Gyerekkorában rá is jellemző a „vállalkozó szellem” „... a ház körüli fizikai munkák elvégzésére tucatnyi barátjából szervezett brigádost, melyben maga inkább irányítási feladatokat látott el, mint hogy a munka (általa kevésbé kedvelt) fizikai részével kelljen foglalkoznia” (<http://www.minosegiujsagiras.hu/main.php?name=aarticles&id=28>).

14 évesen Budapesten közgazdasági szakközépiskola tanulója lesz, majd a Pénzügyi és Számviteli Főiskola hallgatója. Tanulmányai után a PM bevételi főigazgatóságán, majd a titkárságon dolgozott, itt munka mellett elvégezte a Közgazdaságtudományi Egyetemet, és ledoktorált. A titkársági munkakörében (pénzügyi felügyeleti osztály) hétfő reggelente találkozott Szirmai Jenővel, az OTP akkori vezetőjével, így 1992-es kinevezésének időpontjában már ismerte a Bank termékeinek és munkatársainak jelentős részét.

A PM-ből 1983 őszén igazolt át a Mezőgazdasági és Élelmiszerügyi Minisztériumba, a rendszerváltásig dolgozik még a Demján vezette Magyar Hitelbankban, majd az Országos Kereskedelmi és Hitelbankban.

1992-ben nevezik ki az OTP vezérigazgatójává. Működése első lépéseire a radikális átalakítás a jellemző: teljes profilváltást kellett a bankban alkalmazni. Csányi nem félt e lépések megtételétől, de ehhez egy megbízható, sikeres nevekkel álló csapata volt szükség. Politikai kapcsolataiban Csányi kínosan ügyelt arra, hogy az aktuális kormányhoz ne kerüljön soha túl közel, se túl távol.

Zwack Péter már fiatal korában bejáratos volt a felső tízezer körébe. Legszebb éveit Derekegyháza Weis Manfréd birtokon eltöltött nyarak jelentették, ahol a kor fontos emberei közül sokan megfordultak.

Zwack életútja kalandos, az 1940-es évek végén emigrál Magyarországról először Olaszországba, majd az Egyesült Államokba. Közgazdasági tanulmányait e két országban folytatja, Amerikában, New Yorkban fejezi be. Családi örökségéből átmenteni semmit sem tud. Amerikában újból talpra áll, szeszipari vállalkozásokban dolgozik, mint menedzser, 1954-ben már egy Chicago-i borimportőr vállalkozás társtulajdonosa. 1972-ben visszatér Olaszországba, innen irányítja vállalkozását.

1989-ben belső indíttatásra, és befolyásos magyar üzletemberek ösztökélésére visszatér Magyarországra. Emil Underberg német likörgyárossal alapított közös cégéből és a Budapesti Likőripari Vállalatból létrehozta a Zwack Unicum Budapest Kft-t, majd 1991-ben privatizálta a vállalkozás a Budapesti Likőripari Vállalatot, és ezzel megalakult a Zwack Unicum Rt., melynek társtulajdonosa és igazgatósági elnöke lett. Zwack Pétert közben '90/'91 között Magyarország washingtoni nagykövetségévé nevezik ki. Viszont az akkori magyar vezetés rövid idő után visszahívja, mert Zwack nem az ő „szájízük” szerint végezte a munkáját. Egy interjúban jegyezte meg, hogy „... Diplomatainknak magyar világpolgárnak kell lenniük, és nem világidegen magyaroknak” (<http://hetilap.hetek.hu/index.php?cikk=4982>). Érdekességként a mellékletben megtalálható két levél, egyik Ronald Reagantól, ami a másik id. George Bushtól – ezek a levelek bizonyítják, milyen kitűnő kapcsolatépítési képességekkel rendelkezett Zwack.

Zwack egész élete során képes volt a kapcsolatok megfelelő kiépítésére, bár a sikerességhez emellett nagymértékben szükség volt a precizitására, munkaszeretetére, és alkotóvágyára – belső kontrollós személyiség, aki hibáiból, kudarcaiból mindig tanul, azokat saját javára fordítja. Már a rövid életút ismertetőjéből is kitűnik, hogy többször is „padlóról” kellett felállnia, és mindannyiszor sikeres volt.

## Összegzés

Mindháromuk esetében jellemző a gyermekkori önállósodási törekvés, komoly szülői hatás, kurdarcok megfelelő feldolgozása, munkamánia – megszállottan dolgozók, akár napi 18 órát is – és a *kapcsolatok könnyed kiépítése*. Életük során több vállalat vezetői pozícióját is betöltötték, megszerezve a piaci tudást, és csak ezután alapították vállalkozásukat.

*A társadalmi tőke az ő esetükben jelentős, tudatosan felépített kapcsolati hálót jelent; a vezető politikai hatalommal mindig jó viszonyt ápoltak, de figyeltek arra, hogy a viszony ne legyen „túl jó”, ne váljanak kiszolgáltatottá és függővé. Kiemelkedő vállalkozói sikereiket e tulajdonságuk nélkül nem érhetnék volna el.*

### *A jövő „vállalkozói”*

Kutatásunk során 9 egyetemistát kérdeztünk meg villáminterjú keretén belül (személyes/interneten keresztüli megkérdezéssel) a vállalkozóról, saját vállalkozói ambícióikról. Többnyire a vállalkozót egy *önálló, saját üzletét vezető, vagy ötletét kivitelező emberként írták le* – „vállalkozónak bárki tekintheti magát, aki valamibe belekezd, nem feltétlenül gazdasági tevékenység”. A gazdasági funkcióját már kevesebben, összesen ketten említették meg („a sikeres vállalkozás jót tesz a gazdaságnak”).

A kilenc egyetemista magyar vállalkozói kép leírása meglepően pozitív eredményt hozott. Természetesen voltak negatív, pejoratív válaszok is – „ott lop, ahol tud” vagy „nem eléggé bátrak – nem mernek újba belevágni, azt ismétlik, ami már másnak bejött” –, de inkább olyan vélemények hangzottak el, melyek a magyar vállalkozót *nagy teherbírású, precíz, rátermett, találékony, ügyeskedő – a szó pozitív értelmében* – embernek írták le, aki „próbál úszni az árral és fennmaradni”.

Az interjúalanyok jelentős része „kiskapukat keresőnek” nevezte a magyar vállalkozókat, melynek magyarázatát a jelenlegi kilátástalan helyzetben látták, *véleményük szerint a jelenlegi környezeti hatások mellett nagyon nehéz vállalkozóként sikeresnek lenni.*

A vállalkozói sikeresség és a kapcsolatok összefüggésénél legtöbbször kiemelkedő fontosságúnak tartották a kapcsolatok meglétét – *“Ma Magyarországon meghalnak az emberek jó kapcsolatok nélkül”* – ezt a sikeresség alapjaként írták le. Egy másik interjúalany válasza a „Kapcsolatok szükségesek-e?” kérdésre: *„Természetesen igen, lehetőleg minél szerteágazóbb kapcsolatokra”*. Ez a válasz arra mutat rá, hogy a kapcsolati hálót mély és értékes kapcsolatoknak kell jellemeznie. Az alanyok közül többen említették, hogy a vállalkozás indításakor létfontosságúak a kapcsolatok, a nélkül igen nehéz boldogulni.

Bizakodásra ad okot, hogy a megkérdezettek jelentős része el tudná képzelni a jövőjét úgy, hogy főállású vállalkozó legyen, néhányuknak már most van egy ötlete, idővel talán kiderül, hogy ebből kinő-e sikeres vállalkozás.

Azonban, bár a közgazdász hallgatók jellemzően biztosabban beszéltek a vállalkozásról, de rajtuk is érezhető volt, akárcsak a többi hallgatón, hogy a vállalkozásról csak elméleti síkon vannak ismereteik, valós képük nincs róla – nincsenek tisztában a vállalkozói léttel.

Bár a kutatás célja nem az egyetemista hallgatók vállalkozói ismereteinek felmérése, de meg kell jegyeznünk, hogy a vállalkozói réteg „utánpótlását” ez az állapot nem segíti elő.

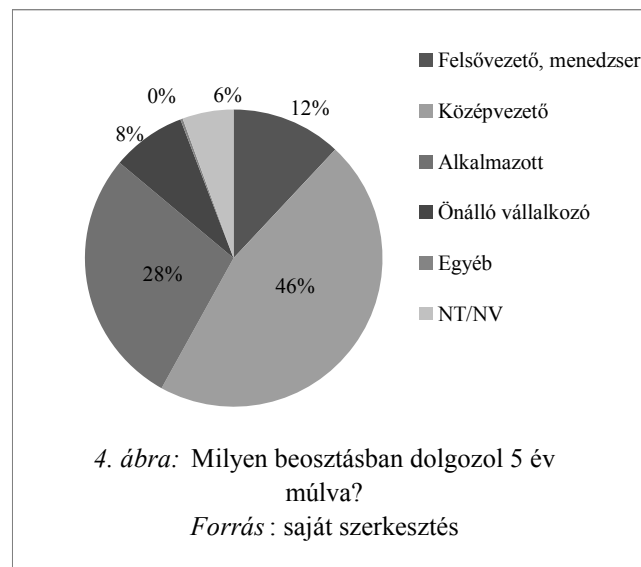
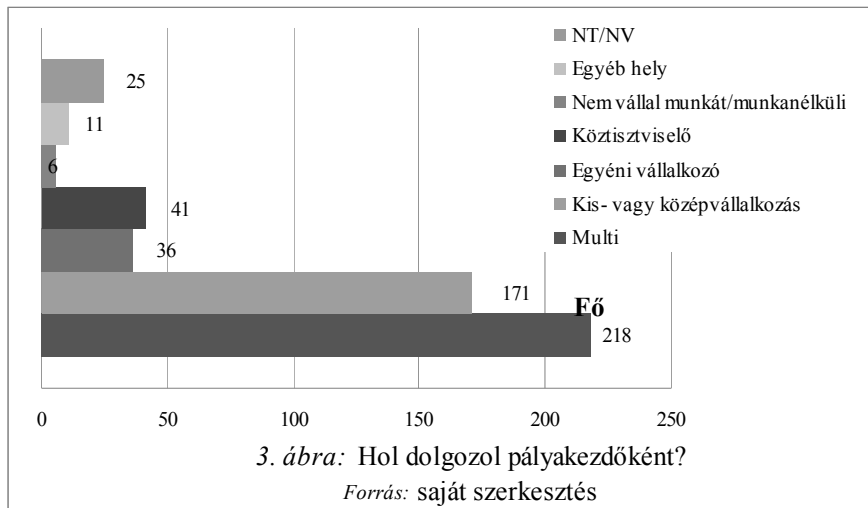
### *Közgazdász hallgatók jövőképe*

2008 őszi szemeszterében a Marketingkutatók kurzus keretén belül a „A pécsi közgazdász hallgatók jövőképe 2008” (Marketingkutatók kurzus – GSMN03 - „A pécsi közgazdász hallgatók jövőképe 2008”) címmel felmérés készült 510 fővel a pécsi közgazdászhallgatók



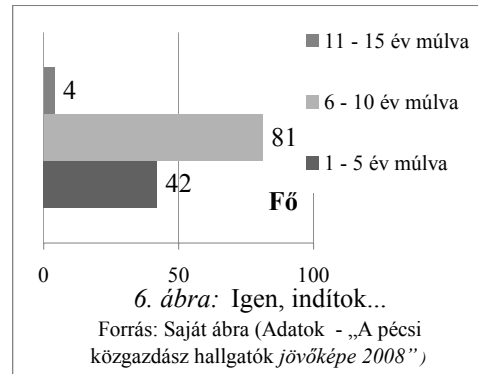
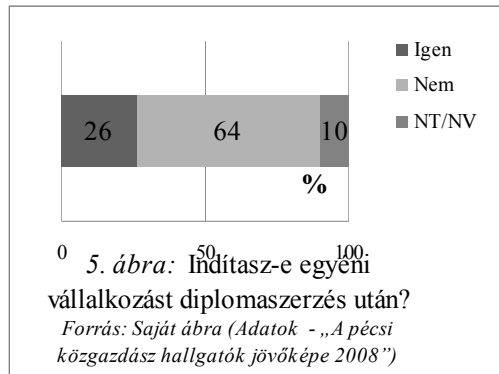
jövőbeli elképzeléseivel kapcsolatban és ebből a felmérésből a „III. Karrier, munka” fejezet eredményeit ismerhetjük meg.

Az első vizsgált kérdés a 10. számú, melynek eredményeit a 3. ábra mutatja, itt látható, hogy a közgazdász hallgatók jelentős százaléka a vállalkozói szférában képzei el a jövőjét, viszont kevesebb, mint 10% (36 fő) fog terveit szerint egyéni vállalkozóként elhelyezkedni pályakezdőként. A felmérés arra nem tér ki, hogy eddig milyen piaci tapasztalatokat halmoztak fel a megkérdezettek, van-e munkatapasztalatuk, de ha a megfelelő tudás birtokában is vannak, akkor is csak a 36 fő töredéke fog valóban vállalkozóvá válni. Ez a szám nem túl biztató, viszont az, hogy a vizsgált hallgatók több, mint 30%-a tervezi elhelyezkedését KKV-nál, az már jó irányba mutat.



A következő kérdés a 11. számú, ezt az 4. ábrán követhetjük nyomon. A hallgatók nagy része felsővezetői-, középvezetői- vagy alkalmazotti létet látja valószínűnek az 5 éves jövője távlatában. Az önálló vállalkozói ambíciókkal rendelkezők aránya hasonló az előző kérdéshez, a megkérdezett 510 főnek 8%-a fog önálló vállalkozóként dolgozni 5 év múlva.

Az utolsó vizsgált kérdés a 12. számú (5. és 6. ábra), itt látható, hogy a távolabbi jövőben már többen gondolkoznak vállalkozás indításában, az elkövetkező 5 évben vállalkozást indítani szándékozóok szám kétszeresére nő 5-10 év távlatában, 11-15 évnyi időtávba kevesen gondolnak bele.



### Vállalkozók a vállalkozókról

Négy mélyinterjú megkérdezésről olvashatunk ebben a fejezetben, három teljesen különböző területen tevékenykedő vállalkozóval, és a Baranya Megyei Vállalkozói központ igazgatónőjével. Az itt elhangzottak adták a legrealitásosabb rátekintést a mai magyar vállalkozói realitásra, a dolgozat fő megállapításai e beszélgetéseken nyugszanak.

#### Első interjú

Már az első mélyinterjú alany rávilágított arra a tényre, hogy semmit sem lehet “fekete-fehér” módon megfigyelni, főleg nem a gazdasági élet szereplőit. Amennyiben a vállalkozások társadalmi töke függését vizsgáljuk, nem írhatjuk le explicit módon, hogy ebben az esetben *egyértelmű a társadalmi töke megjelenése*, és vannak olyan típusú vállalkozások, melyek profiljából fakadóan a sikeres működéshez látszólag *nincs szükségük* a társadalmi tőkére.

Az első vállalkozó építőanyagok gyártásával foglalkozó vállalkozás igazgatóhelyettese, és üzlettulajdonosa. Pályája során végig ennél a cégnél dolgozott, majd a rendszerváltás után üzlettársával a vállalat tulajdonosaivá váltak. A megkérdezett vállalkozásának jellemzőiből tudható, hogy ezen a területen a terjeszkedéshez a cégek közti kooperáció nem létezik, a kiélezett verseny miatt a versenytársak óvják egymástól kifejlesztett módszereiket, technikáikat. A megkérdezett karrierjét vizsgálva azon a ponton, amikor igazgatóhelyettesé kinevezték és társtulajdonossá vált, érzékelhető a társadalmi töke megléte. A munkahelyénél eltöltött évek alatt a vállalkozássá váláskor már a mai üzlettársa ismerte őt – *bizalom jelenléte* -, tudta, hogy kvalitásai megfelelnek az elvárásoknak, így került ebbe a pozícióba, és vált ez által üzlettulajdonossá - vállalkozóvá. Ezen ismeretség nélkül nem lehetne ma sikeres vállalkozó. Emellett ez az interjú mutatott rá arra, hogy azon vállalkozásnál, melyek működési területén magas belépési korlátok érvényesülnek, a verseny kiélezett, a piac felosztott, és magasak a technikai követelmények, ott a *társadalmi töke a vállalkozáson belül* jelenik meg intenzíven, a

vállalkozó(k) – tulajdonos(ok) – és az alkalmazottak közti viszonyban. E két szereplő kapcsolata kölcsönös bizalomra épül, a vállalkozó biztosítja a munkalehetőséget, megélhetést, az alkalmazott pedig magas minőséggel végzi el a rá bízott munkát.

Vállalkozásokkal kapcsolatosan ő is megemlíti a *stabil erős kis- és középvállalkozói réteg hiányát*, mert ők lennének hivatottak a klasszikus polgári réteg „kitermelésére”.

Komoly szülői hatás volt jellemző gyerekkorára, és ennek köszönhető, hogy a szorgalom, precizitás számára létfontosságú lett.

Véleménye – melyet a tanulmány keretében lefolytatott kutatás is alátámaszt – szerint senki nem születik vállalkozónak, minden vállalkozó az életútja során „beletanul” a gazdasági életbe, tapasztalatot halmoz fel, kapcsolatokat épít ki, és csak ezután válhat sikeres vállalkozóvá. Sikeres működéshez a vállalkozónak szüksége van *kitartásra*, és magas szintű szaktudásra.

### Következtetések

A vállalkozásokkal kapcsolatban a társadalmi tőke jelenségét két részre kell bontanunk. Az első típus a vállalkozás belső társadalmi tőkéje, a kölcsönös bizalom, mely a vállalkozáson belül jön létre, a vállalkozó és alkalmazottai között. Ez a belső integritás támasz a vállalkozó számára, mert olyan funkciókat bízhat az alkalmazottaira, melyek ellátása jelentős időt emészt fel.

A másik típus a vállalkozás külső társadalmi tőkéje, mely a vállalkozás külső kapcsolataiban (beszállítók, vevők, versenytársak), és a vállalkozásban dolgozók kapcsolati tőkéjében (ismerősök, barátok, rokonok...) jelenhet meg.

Bizonyos területeken és bizonyos időszakban a működő vállalkozások nem igénylik oly mértékben a társadalmi tőkét, mint mások. Főleg azokon a területeken, ahol magas belépési korlátok érvényesülnek, a verseny kielezett, a piac felosztott, és magasak a technikai követelmények.

Dr. Sánta Imre a PTE-TTK-n egyetemi docens, emellett a Dél-Dunántúli Kooperációs Kutatási Központ Innovációs Nonprofit Zrt. igazgatótanácsának elnöke. A DDKKK fő profilja a kutatás és fejlesztés, lézerek ipari alkalmazásával kapcsolatban végeznek kutatásokat, bizonyos technológiákat egészen a prototípusig fejlesztenek, és ezután vevőt keresnek rá. Mivel ennek sikere kétséges, gyakori, hogy a DDKKK indít egy saját spinoff céget, mely az új technológia piacra-vitelére hivatott.

A DDKKK egy nonprofit vállalkozás, 20 részvényese van, ebből 19 kisvállalkozások, és egyéni vállalkozók és a huszadik a Pécsi Tudományegyetem.

Az interjú során a fejlesztő-, termelő vállalkozásokról sikerült információkat gyűjtenem. Ezek hiánya a magyar vállalkozói réteg egyik komoly problémája, sokkal több működik a szolgáltatást nyújtó vállalkozásokból.

Az interjúalany a magyar vállalkozó három jellemzőjét emelte ki: köszönhetően a nagy adóterheknek a magyar vállalkozó annyi költség alól próbál mentesülni, amennyi alól lehet, *találékony*, ez szükséges az „életben maradáshoz”. Másrészt a magyar vállalkozóknak *nincs*, vagy *elenyésző mértékű a kockázati tőkéje* – így kockázatos fejlesztéseket nem tud elvégezni. Emellett a magyar vállalkozó nem tervez, nem szervezi meg a működési folyamatot, *a szervezetség és dokumentálás alacsony színvonalú*.

Kutatómunkával foglalkozó vállalkozások számára elengedhetetlen a szakterület és a vállalkozói ismeretek mély, sokrétű elsajátítása.

Ha egy vállalkozó sikeres akar lenni, akkor képesnek kell lennie a *„piac igényeinek felismerésére és annak kielégítésére”*. *„A jó vállalkozó érzi, hogy mi a megfelelő.”* – Vagyis tudja a piac igényeit, érti annak mechanizmusát. Folyamatos fejlesztés szükséges a vállalkozói sikerhez – *„Ha egy vállalkozó nem menekül előre, el fog bukni.”*

Az üzleti sikernek – nemcsak a K+F területén - olyan információ az alapja, melyek a vállalkozó szerzett meg a leggyorsabban – ehhez szükséges egy jól felépített kapcsolati háló. Ismernie kell a piaci szereplők véleményét és működésüket. Kapcsolatrendszerre van szükség a megvalósításhoz – „mindenhez bizalom kell”.

A társadalmi tőke jelensége ezen felül megjelenik az e területen jellemző körbetartozás jelenségével – ez némileg különbözik az építőipari körbetartozás fogalmától. A fejlesztő-kutató vállalkozások profiljuknál fogva nem rendelkeznek állandó likviditással, viszont az eszközigényük magas, így vannak olyan helyzetek, amikor csak hitelre tudnak rendelni. Ehhez viszont szükséges a partnerek kölcsönös bizalma egymással szemben, amely nélkül nem tudna megfelelően működni ez a rendszer. Mivel a rendszer tagjai bizonyos kutatások, megbízások esetén együtt dolgoznak ezért ezt a rendszert lehet a Kuczi tanulmányban ismertetett „industrial district” fogalommal illetni.

Sigora Irma a Baranya Megyei Vállalkozói Központ ügyvezető igazgatója, 1994 óta foglalkozik ennél az alapítványnál vállalkozásfejlesztéssel, elsősorban a vállalkozás indításában, és a közben felmerülő problémák megoldásában segít.

Véleménye szerint a vállalkozó *nem csak a jogi formához köthető*, hanem az *életmódhoz és beállítottsághoz is*. Több vállalkozói típus van, a kutatás szempontjából a szervező típusú fontos, az az ember, aki folyamatosan ötletel, és ezen ötleteket sikeresen megvalósítja. A mai magyar vállalkozó a történelmi múltnak köszönheti nem túl kedvező képét, a szocializmus rendszerében közel 40 év telt el „vállalkozásmentesen”, és a rendszerváltás után egyik pillanatról a másikra vállalkozások tömkelege indult el. Nagyrészt ez az oka a hiányzó érték- és normarendszernek.

Vállalkozói siker alapja a *megfelelő mentalitás* – „Civil kommunikáció, civil mentalitás a vállalkozónál nem megy...” „Bizonyos személyiségű emberek sikeresebb vállalkozók.”

Jellemző magyar vállalkozói hiba, hogy a vállalkozó nem elemzi, hogy miért sikeres, milyen tényezők biztosítják sikerességét – *nincs önrevízió*.

Az igazgatónő szerint a kapcsolatok a legmagasabb szinten fontosak, olyan „*definiált érdekek*”, melyeket a jó vállalkozó tudatosan tervez.

„*Vállalkozónak azért van szüksége szakmai kapcsolatokra, hogy a lehető leghatékonyabban működtessen egy rendszert, egy technológiát, és azt naprakészen tudja tartani.*”

Arányaiban, súlyában a kapcsolatok fontossága csekélyebb a kisebb volumenű vállalkozásoknál, azonban ezeknél is elengedhetetlen.

Az interjúalany három vállalkozás tulajdonosa. Egyik a közelmúltban alakult, még nem „indította be”. Emellett tulajdonosa egy másik kft.-nek, mely papír írószert gyárt külföldön (legnagyobb részt Kínában) és ezután beszállítja azt Magyarországra, és eladja. Ebben a vállalkozásban két társa van, HL évekkkel ezelőtt papír írószer értékesítőként dolgozott, társait innen ismeri. Az ötletet ők adták, L biztosította hozzá az anyagi háttérrel. Jelenleg ez a vállalkozás korai, fejlődő szakaszában van, ami nyereséget termel, azt visszaforgatják a vállalkozásba.

Harmadik, és egyben fő vállalkozása a H-I Kft., mely több területtel foglalkozik:

- fő profilja házépítés és eladás, ehhez tartozik egy ingatlaniroda,
- munkaerő-kölcsönzés (hegesztők, fémöntők),
- összeszerelő üzem Várpalotán, ahol kazán égéstereket, és mozgatható pódiumokat, lépcsőket hegesztenek össze,
- hostess koordinátorokat alkalmaz egy kereskedelmi lánc budapesti áruházaiában.
- Tavalyi 10 hónapos forgalma 327 millió forint volt ennek a cégnek, a tanulmány írása idejében 80-90 főt foglalkoztat.

HL nem végzett egyetemet, kalandos úton a katonaság után került egy papírírószereket gyártó és értékesítő céghez, először, mint áruházi képviselő egy megyeszékhelyi Metro-ban, majd később észak-magyarországi területi képviselő lett, itt alapozta meg kapcsolati hálózatát.

Karrierje során mindig kereste az önállósodás lehetőségét, a területi képviselői állás már félig vállalkozói munkának tekinthető, magának kellett beosztania munkamódszereit, munkavégzését.

Látható, hogy vállalkozásának működési területei sokrétűek. Beszélgetésünk közben úgy fejezte ki, hogy a „*vállalkozónak meg kell látnia a lehetőséget*”. A munkaerő-kölcsönzés és összeszerelés ötletével jelenlegi két osztályvezetője kereste meg, ő biztosította hozzá a pénzügyi háttérrel, és ő építette fel a vállalkozást. Osztályvezetői irányítják az alkalmazottakat, ők szervezik a munkát. Ugyanez a helyzet az építő profillal, ahol egy művezető felelős mindenért. HL a vállalkozás pénzügyi vonatkozású teendőit maga végzi – „Szoros elszámolás mindennek az alapja, ezért tartom a pénzügyeket a saját kezemben.” Emellett fontosnak, alapvető sikertényezőnek tartja, hogy megfelelő emberek dolgozzanak körülötte, bizalom nélkül nincs siker.

A kapcsolati tőke fontosságára azt a választ kaptam tőle, hogy a „*kiterjedt kapcsolatok, kapcsolatrendszer alapvető követelménye a vállalkozói létnek, nem ettől lesz sikeres, de ez a tényező elkerülhetetlen a sikeressé váláshoz.*”

Következtetés: A mai viszonyok között csak az igazán sikeres, racionálisan működő vállalkozások tudnak „fennmaradni”. Az interjúkon elhangzottakból arra következtethetünk, hogy a magyar vállalkozói szféra kezd átalakulni – „... kezdenek eltűnni ezek a nagyon vadnyugati dolgok”.

A kutatás eredménye az egyik fő kérdés megválaszolására, hogy a társadalmi tőke megléte létfontosságú egy vállalkozó számára, de nem minden. Sok egyéb tulajdonságot említettek meg az interjúalanyok, sok fontos jellemzővel találkozhattunk a témával kapcsolatos irodalomban, de a kutatás szempontjából a legfontosabb állítás, hogy a vállalkozó kudarcra van ítélve társadalmi kapcsolatok nélkül.

Ha birtokában van a társadalmi tőkének, akkor csak és kizárólag a vállalkozás alapötletén és a vállalkozó kvalitásain, erőforrásain múlik a sikeresség.

- A vállalkozó szemszögéből a társadalmi tőke semmiképpen sem homogén. Kutatásom alapján két részre – vállalkozáson belüli és vállalkozáson kívüli részekre osztottam fel a társadalmi tőkét. Ezeket nem lehet egységesen kezelni, a vállalkozáson belüli társadalmi tőke felépítése időigényes folyamat vagy korábbi ismeretség alapján jöhet létre.
- Minden vállalkozónak, vállalkozásnak szüksége van a társadalmi tőkére a sikeres működéshez. A vállalkozás társadalmi tőke nélkül nem lehet sikeres, a siker egyik alaptényezője.
- A társadalmi tőke megléte önmagában nem elég a sikeres működéshez. Az előző hipotézist kiegészítve, a társadalmi tőke nem kizárólagosan garantálja a sikerességet, ezen felül a vállalkozónak szüksége van a tudástőkére és gazdasági tőkére is.
- Adott közösség meglévő társadalmi tőkéje elősegítheti a vállalkozások kialakulását. A szakirodalom vizsgálatánál láthattunk arra példákat, hogy a társadalmi tőkével „felvértezett” közösség sokkal sikeresebb lehet. Hámorit idézve „érzékeltetően csökkenti a piaci tranzakciók költségeit”, emellett a közösség tagjai által vezetett vállalkozások életét megkönnyíti.
- A nehéz környezeti feltételek ellenére javuló tendencia is mutatkozik Magyarország vállalkozói szférájában. Az elmúlt években megindult egy vállalkozói értékrend kialakulása, megfigyelhető a vállalkozói szféra lassú letisztulása.
- A mai magyar fiatalok számára a vállalkozói lét nem vonzó, viszonylag kevés számban vállalják önként - nem kényszerpályaként – a megélhetésnek ezt a formáját. A lefolytatott vizsgálatok arra mutatnak rá, hogy a fiatalok számára a vállalkozói lét érdekesnek tűnik, de mondhatni egzotikumként tekintenek rá. Bár hozzáállásuk pozitív,

és néhányuknak ötletei is vannak, a tendenciák mégse mutatják azt, hogy sok fiatal válik vállalkozóvá. Ennek oka abban rejtőzhet, hogy nagyobb biztonságot nyújt az alkalmazotti lét, nem áll rendelkezésre megfelelő tőke a vállalkozás megkezdéséhez, és hiányzik a kapcsolati tőke, mert a szülői háttér ezt nem szolgáltatja. „Saját” kapcsolatrendszer, kapcsolati háló kiépítése pedig hosszú éveket igényel.

### Konklúzió

A tanulmányban igyekeztünk a lehető legárnyaltabb rálátást nyújtani a vállalkozó és a társadalmi tőke kapcsolatának fontosságára. Röviden összegezve a dolgot, és az egyik első gondolatot megválaszolva a társadalmi tőke alapkövetelmény, önmagában *nem hoz sikert*, mellé mindenképpen szükséges a kulturális tőke. E kettő fontossága mondhatni közel azonos, és az adott helyzettől függ, melyik a fontosabb. A gazdasági tőke fontosságától sem tekinthetünk el, de a gazdasági tőke bizonyos szinten mindig biztosítható (hitel, befektetők keresése, másodállás). Így, ha fontossági sorrend felállítására törekszünk, akkor a gazdasági tőke is nélkülözhetetlen, de a társadalmi- és kulturális tőke nagyobb fontossággal bír. Ezt támasztja alá a rendszerváltáskor nagy gazdasági tőkével rendelkező vállalkozók esete, akik neve nagyrészt feledésbe merült, mert hiába volt meg a pénzügyi háttér, az évek során lemorzsolódtak a versenyben.

A társadalmi tőke több formában jelenhet meg egy vállalkozó, vállalkozás életében. Szerepe kulcsfontosságú, és a vállalkozó tisztában kell, hogy legyen a társadalmi tőke fontosságával, még akkor is, ha a fogalmat magát soha nem hallotta, vagy használta.

### Felhasznált irodalom

- Bourdieu, Pierre (2006): *Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke*, In: Lengyel György – Szántó Zoltán (szerk) *Gazdaságsszociológia szöveggyűjtemény*, Aula kiadó, Budapest, pp. 132-146.
- Coleman, James S. (2006): *A társadalmi tőke az emberi tőke termelésében*, In: Lengyel György – Szántó Zoltán (szerk), *Gazdaságsszociológia szöveggyűjtemény*, Aula kiadó, Budapest, pp. 107-131.
- Füstös László - Szokolczai Árpád (1999): *Kontinuitás és diszkontinuitás az értékpreferenciákban (1977-1998)* <http://www.mtapti.hu/mszt/19993/fustos.htm>.
- Hámori Balázs (1998): *Érzelemgazdaságtan*, Kossuth Kiadó, Budapest.
- Kuczi Tibor (1996): *A vállalkozók társadalmi tőkéi az átalakulásban*, In Századvég (nyár), Századvég Kiadó, Budapest, pp. 29–51.
- Kuczi Tibor (1999): *Vállalkozói kultúra, az életutak finalitása* <http://www.c3.hu/scripta/scripta0/replika/29/final.htm>.
- Laki Mihály (1998): *Kisvállalkozás a szocializmus után*, Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest.
- Robinson, Lindon J. – Schmid, Allan – Siles, Marcelo E. (2000): *Is social capital really capital?* [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=280892](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=280892).
- Schumpeter, Joseph: *A vállalkozó* In: Lengyel György (szerk.) (1982): *A Vállalkozó*, Kiadó: Művelődési Minisztérium Marxizmus-Leninizmus Oktatási Főosztály, Budapest.
- Sombart, Werner: *A régi típusú burzsoá* (In Lengyel György (szerk.) (1982): *A vállalkozó*).
- Szakonyi Péter (szerk.) (2008): *A 100 leggazdagabb*, Napi Gazdaság Kiadó Kft, Budapest.

Szalai Erzsébet (2001): *Gazdasági elit és társadalom a magyarországi újkapitalizmusban*, Aula Kiadó, Budapest.

Szalai Erzsébet: *Manipulált a 100 leggazdagabb magyar listája*, Origo.hu cikk  
<http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20021118szalai.html>.

*A 100 leggazdagabb* – Napi Online <http://www.a100leggazdagabb.hu/> Letöltve: 2008. október 23.

*A haszon nem csúnya szó - Zwack Péter a családról a sikerről, a pénzről*  
<http://hetilap.hetek.hu/index.php?cikk=4982> Letöltve: 2008. november 8.

*A városalakító - Demján Sándor portréja*  
<http://www.minosegiujsagiras.hu/main.php?name=aarticles&id=28>. Letöltve: 2008. november 8.

*Csányi Sándor portréja I-II.- I. rész: A kívülálló; II. rész: Az aranypolgár*  
<http://www.minosegiujsagiras.hu/main.php?name=aarticles&id=17> Letöltve: 2008. november 8.

(<http://hetilap.hetek.hu/index.php?cikk=4982>).