

Palkó Emília–Sólyom Zsuzsa

A vállalkozások elterjedésének szociokulturális háttere. Vállalkozói típusok két székelyföldi faluban

A tanulmány – két székelyföldi település: Gyergyóalfalu és Illyefalva példáján – a vállalkozók 1989 utáni megjelenésének társadalmi-gazdasági kontextusát vizsgálja. Először azokat a helyi gazdasági erőforrásokat figyeli, amelyek hatással vannak a vállalkozások számának és szerkezetének területi különbségeire. Ezt követően a vállalkozói magatartás elterjedésének szociokulturális hátterét vizsgálja meg, majd vázolja a vállalkozók típusait. Az írás egyik lényegi mondanója az, hogy az eltérő természeti erőforrások és gazdasági körülmények ellenére a vállalkozói hajlandóság mértéke hasonló, ami a jelenség kulturális meghatározottságára hívja fel a figyelmet. A vállalkozások kialakulásának és fejlődésének története viszont erőteljesen erőforrás- és konjunktúrafüggő. A szerzők a kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem szociológia szakos egyetemi hallgatói. Palkó Emília e-mail címe: palkoemi@yahoo.com; Sólyom Zsuzsa e-mail címe: solyom_zsuzsa@yahoo.com.

BEVEZETŐ

Az önálló vállalkozói szféra hirtelen megjelenése a rendszerváltás után a falvakra is jellemző, és jelentősen átalakította azokat. A Székelyföld falvaiban a termelősövetkezetek felbomlása, a városokban a gyárak fokozatos beszüntetése eltérő gazdálkodási gyakorlatok bevezetését tette szükségessé. A vállalkozóvá válás nem más, mint döntés arról, hogy az illető a rendelkezésére álló gazdálkodási erőforrásokat szabad akarata szerint úgy használja fel saját felelősségére, hogy az saját maga vagy családja számára a legkedvezőbb hozamokat biztosítsa (Czakó 1997). Tanulmányunkban – két székelyföldi település: Gyergyóalfalu és Illyefalva példáján – a falusi vállalkozók 1989 utáni megjelenésének társadalmi-gazdasági kontextusát elemezzük. Rövid gazdaságtörténeti bemutatónkban azokat a helyi gazdasági erőforrásokat vizsgáljuk meg, amelyek hatással lehetnek a vállalkozások számának és szerkezetének területi különbségeire. Ezt követően a vállalkozói magatartás elterjedésének szociokulturális meghatározottságára figyelünk, ezzel kapcsolatban a vállalkozói hajlandóság szociológiai hátterét vizsgáljuk, arra kérdezzük rá, hogy milyen szociológiai jellemzőkkel rendelkeznek azok az egyének, akik a vállalkozóvá válás gondolatát elfogadták, illetve elutasították. Végül vázoljuk a vállalkozók típusait, arra keresvén a választ, hogy a különböző egyének hová jutottak gazdasági erő és társadalmi pozíció tekintetében. Ezt a rendkívül heterogén csoportot egy egységes szempontrendszer követve egymástól elkülönülő típusokba soroljuk és jellemezzük azokat. A típusok bemutatásánál az alábbi szempontokat követjük: a típus formális jellemzői, a vállalkozás alapításának körülményei (a bevont tőke forrása, korábbi munkahelyek, pozíciók felhasználása), a család szerepe, az alkalmazottak rekrutációja, könyvelési és pénzkezelési szokások, fejlesztési stratégiák (hitel, kölcsön), közéleti szerepvállalás.

Kutatásunkban kvantitatív (kérdőívezés) és kvalitatív módszereket (interjú) egyaránt használtunk. A kérdőíves kutatás során Gyergyóalfaluban 279 személyt, Illyefalván pedig 242 személyt kérdeztünk meg. A kutatás során összesen 28 interjút készítettünk, olyan személyekkel, akik legalább egy bejegyzett, működő vállalkozás tulajdonosai vagy társtulajdonosai.¹

A TELEPÜLÉSEK RÖVID GAZDASÁGTÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE

Gyergyóalfalu a Gyergyói-medence egyik legnagyobb és legrégebb települése. A falu a 13B országút és a 126. megyei út találkozásánál, a megyeszékhelytől, Csíkszeredától 63 km-re, Gyergyószentmiklóstól pedig 6 km-re fekszik. A település községközpont, közigazgatásilag a 3 km távolságban fekvő Borzont falut is magában foglalja, amely a Nagy-Borzont-patak völgyében fekszik, a Bucsin-tetőre, majd Parajdra vezető műút mentén. 1848 előtt a Csík-Gyergyószéken fekvő szabad paraszti faluban² a parasztcsaládok földtulajdonosok voltak, a szántót és kaszálót magántulajdonként, az erdőt és legelőt köztulajdonként használták. A lakosság kereseti forrásai az idők során a fakitermelés, deszkametszés, tutajozás, az állattenyésztés és a földművelés volt. Az ipar és a kereskedelem fejlődésében új szint jelentett az örmények betelepülése Gyergyószentmiklósra. A 19–20. század fordulóján a fűrészüzemek fejlődése és a vasútépítkezés jelentősen éreztette hatását: sokan vállaltak fakitermelő és fuvarozó munkát. Ennek a gazdasági prosperitással jellemezhető időszaknak vetett véget a mezőgazdaság kollektivizálása és az erdők államosítása, melynek megszűntét a rendszerváltás jelentette: Alfaluban a kilencvenes évek elején szűnt meg a termelőszövetkezet, azóta a magántulajdonba visszakerült földeket az emberek egyénileg vagy különböző társulások keretén belül művelik meg. A kilencvenes évek derekától a kiterjedt erdőterületek is fokozatosan visszakerültek magántulajdonba, és újra megalapították az alfalusi közbirtokosságot. Az erdők közelsége és a nagy mennyiségben kitermelhető fa erőteljesen meghatározza a helyi vállalkozások profilját, a vállalkozások jelentős része a fafeldolgozásból él.

Illyefalva község Kovászna megyében, Sepsiszentgyörgytől 7 km-re, a 112-es megyei műút mentén található. A település községközpont, a rendszerváltás utáni időszakban egyfajta gazdasági-szellemi megújulásáról ismert. A községhez közigazgatásilag két másik település is tartozik: Aldoboly és Sepsiszentkirály. A kis távolságoknak köszönhetően (3–4 km-re helyezkednek el egymástól) a községközpont és a hozzá tartozó falvak szoros gazdasági kapcsolatban állnak egymással. Illyefalva 1876-ig mezővárosi ranggal rendelkezett, Sepsiszentgyörgy mellett Sepsiszék második legnagyobb települése volt. A település határőr katonai szolgálatokat látott el, a falu tagjai a telkeket magántulajdonban, szabadon használhatták.³ A faluközösség fő funkciója az volt, hogy a családi háztartások anyagi szükségleteit biztosítsa a földművelés és állattenyésztés szabályozásával, és hogy a közösséget újratermelje. Mivel a katonafalu népessége szaporodott, a földvagyon egyre jobban felaprózódott. A fentiek mellett Illyefalva bányászfalu is volt. Több megszakítással 1868 és 1961 között lignitbánya működött itt, amelyben mélyműveléssel fejtet-

1. Ezúton is köszönetet szeretnénk mondani Csata Zsombor szociológusnak a terepmunka során, valamint a tanulmány megírásakor nyújtott szakmai tanácsaiért és támogatásáért.

2. Az erdélyi falu társadalmi típusait Egyed Ákos (1981) falutipológiája alapján azonosítottuk.

3. Egyed Ákos (1981) tipológiaalkotásának alapegysége a falu és a mezőváros volt, de amint a szerző is utalt rá, szociológiai szempontból a mezőváros nem sokban különbözött a falutól.

ték a közepes minőségű földes barnaszenet. Maradványai, akárcsak egy régi külművelés helye, az Illyefalvi-patak völgyében még láthatók.

Illyefalva a rendszerváltás után jól működő hitelszövetkezet színhelye lett, ami sajátosan kedvező helyzetet teremtett a vállalkozások megjelenésének. 1992-ben a svájci államszövetség és az evangélikus HEKS Alapítvány által adományozott pénzeszegekből létrehozták Illyefalván a LAM (Landwirtschaft, Agricultura, Mezőgazdaság) Alapítványt. Az alapítvány tevékenységének célja kezdetben inkább a zöldmezős mezőgazdasági beruházások támogatása volt, kizárólag Kovászna megye területén. Kezdetben a hitelezési tevékenységnek szociális jellege volt – 100 000 dolláros hitelkereten belül – 1995-ig 0%-os kamatlábbal folyósították a pénzeszegeket a hitelt igénylő kisvállalkozásoknak. 1995 után a szociális jelleg fokozatosan visszaszorult. 2000 után a maximális hitelkeret

35 000 euróra módosult, a kamatok pedig követték a bankpiaci kamatok nagyságrendjét. A bankokkal szemben a kisvállalkozók számára vonzóbb azonban a LAM Alapítvány operatívabb ügyintézése, lépcsőzetes hitelezése, a személyre szabott törlesztési ütem, valamint a hosszabb és rugalmasabb türelmi idő. 2002-től az alapítvány tevékenysége Hargita megye egész területét is lefedi, és Brassó megyében is terjeszkedik.

Kutatásunkban központi cél annak a vizsgálata, hogy két gazdaságtörténetileg eltérő körülmények között formálódó faluban más-e a vállalkozók megjelenésének és fejlődésének forgatókönyve, ezek az eltérések mennyiben változtatják meg a vállalkozói kultúrát, az emberek vállalkozói magatartással és az egyéni boldogulással szembeni viszonyulását.

A VÁLLALKOZÁSOK ALAPÍTÁSÁNAK ÜTEME ÉS TÍPUS SZERINTI MEGOSZLÁSA

A kilencvenes évek első felében mindkét településen intenzív vállalat alapítás figyelhető meg, amely 1994-ben éri el csúcspontját. Az 1996 és 2000 közötti időszakban csökken a vállalkozások bejegyzésének üteme,⁴ ami illeszkedik az első fejezetben bemutatott trendekhez, és valószínűleg a gazdasági recessziónak tulajdonítható. 2001 után újra emelkedik a bejegyzett vállalkozások száma, Gyergyóalfaluban (akárcsak Hargita megye szerte) 2003-ban éri el csúcspontját (37 vállalkozás). Illyefalván az 1995 és 2005 között bejegyzett gazdasági szervezetek száma kevesebb mint fele az 1991–1994 között alapítottaknak. A vállalkozások bejegyzésének ütemét az 1–2. mellékletben szemléltejtük.

4. Az adatok a Központi Kereskedelmi Kamara honlapjáról származnak: www.roleg.ro

	<i>Gyergyóalfalu</i>	<i>Illyefalva</i>
1991	13	4
1992	13	4
1993	16	4
1994	23	9
1995	15	1
1996	10	2
1997	7	2
1998	8	1
1999	3	3
2000	1	2
2001	8	0
2002	29	2
2003	34	1
2004	30	2
2005	18	2
<i>összesen</i>	<i>228</i>	<i>37</i>

1. táblázat. A vállalkozások bejegyzésének üteme.

Mivel a vállalkozók többsége induláskor korlátolt anyagi tőkével rendelkezett, a vállalkozások döntő többsége egyéni vagy családi vállalkozásként, valamint korlátolt felelősségű társaságként jött létre. A két általunk vizsgált településen jelentős eltérést mutat viszont az 1000 főre eső vállalkozások száma. Ennek egyik oka feltételezéseink szerint az eltérő gazdasági erőforrásokon túlmenően a vállalkozói magatartással kapcsolatos közösségi-normatív attitűd, amely alapvetően meghatározza az egyéni boldogulással kapcsolatos stratégiai sikerességét.

	<i>Gyergyóalfalu</i>	<i>Illyefalva</i>
lakosság	5721	1853
vállalkozások száma	207	37
ezer főre eső vállalkozások száma	36,18	19,97

2. táblázat. Az ezer főre jutó vállalkozások száma.

A vállalkozás révén történő érvényesülés legitim voltára vonatkozóan a vállalkozói hajlandósággal kapcsolatos kérdéseink alapján nyilatkozhatunk. Az alábbiakban az erre vonatkozó megoszlásokat értelmezzük.

A VÁLLALKOZÓI HAJLANDÓSÁG TERJEDÉSE

A közép-kelet-európai társadalmakban a vállalkozások rendszerváltás utáni megjelenését vizsgáló szakemberek (Kuczi–Vajda 1996, Lengyel 1996, Radayev 1996, Stoyanov 1996, Kuczi 2000) egyetértenek abban, hogy a vállalkozói csoportok megjelenését nem lehet kizárólag csak az egyének „vállalkozói szellemének”, innovációs képességének, ambíciójának, valamint a megfelelő gazdasági erőforrások jelenlétének tulajdonítani. Az egyes vállalkozói készségek sikeres

kibontakozása mögött sajátos „társadalmi törvények” munkálnak (Kuczi–Lengyel–Nagy–Vajda 1992:125). Ezek egyrészt behatárolják a vállalkozásra „alkalmasabb” társadalmi csoportok körét, másrészt meghatározzák a vállalkozások megjelenésének normatív kontextusát. Ebben a részben a kérdés mindkét aspektusát megvizsgáljuk. Egyrészt arra vagyunk kíváncsiak, hogy milyen szociodemográfiai jellemzőkkel bírnak azok, akik szívesen vállalkoznának. Másrészt a tervezett vállalkozás rendeltetését, profilját, valamint a vállalkozástól való távolmaradás okait vizsgálva arról szeretnénk többet megtudni, hogy a vállalkozói magatartás milyen mértékben esik a közösségi-normatív szabályozás hatálya alá. Mivel a kérdés mennyiségi módszerekkel csak felszínesen vizsgálható, a vonatkozó kérdésekre kapott válaszokat tereptapasztalataink értelmezésével egészítjük ki.

A vállalkozások megjelenésével kapcsolatos romániai szakirodalomban Dumitru Sandu (1999) a vállalkozók négy ideáltípusát különbözteti meg:

nem vállalkozók (*non-întreprinzători*): azok az egyének, akiknek nincs saját vállalkozásuk, és nem is szándékoznak vállalkozásba kezdeni;

„vágyakozó” vállalkozók (*întreprinzători „prin dorință”*): a vágyakozás nem társul konkrét vállalkozási szándékkal és magatartással;

„szándék szerinti” vállalkozó (*întreprinzător „prin intenție”*): nem rendelkezik vállalkozással, azonban határozott szándéka vállalkozásba kezdeni, főként ha megfelelő anyagi tőkével is rendelkezik;

„magatartás szerinti” vállalkozó (*întreprinzător „prin comportament”*): működő vállalkozások tulajdonosai.

A fenti tipológiát Dumitru Sandu három változó mentén határozta meg: van-e az adott személy tulajdonában vállalkozás, szívesen lenne-e vállalkozó, illetve megfelelő anyagi tőke birtokában indítana-e vállalkozást. Terepmunkánk során a vállalkozói hajlandóság mérésére használt kérdőíves kérdések azonosak voltak a fentebbiekkel, segítségükkel a sandui értelemben vett „vágyakozó”, „szándék szerinti”, valamint a „nem vállalkozó” kategóriákat sikerült elkülöníteni. A kutatások két különböző, de egymást követő évben készültek, a gazdasági-társadalmi konjunktúra azonos feltételei között, ezért az összehasonlítást módszertanilag indokoltnak tartjuk.

A vállalkozással nem rendelkező csoport almintáján a vállalkozói hajlandóságot vizsgáltuk, egy erre kialakított dichotóm változóval, melyet a *Szívesen lenne-e vállalkozó?* kérdés alapján hoztunk létre. Adataink azt mutatják, hogy a két településen ugyanakkora azoknak az aránya, akik szívesen lennének vállalkozók (27%).⁵ A döntő többség azonban elutasítja a vállalkozás személyes perspektíváját.

	Gyergyóalfalu	Illyefalva
igen	27,0	27,0
nem	73,0	73,0
összesen	100,0	100,0

3. táblázat. Szívesen lenne-e vállalkozó?

5. Sandunál az országos átlag 1998-ben körülbelül 20%. A különbség egyrészt a vállalkozói magatartás elmúlt hat évben bekövetezett népszerűsödésével, másrészt az erre vonatkozó regionális különbségekkel magyarázható. A vállalkozások elterjedtségének regionális különbségeiről lásd még Csata 2004.

A következőkben arra voltunk kíváncsiak, hogy azok, akik vállalkozók lennének, milyen ágazat felé vonzódnak, s ezt befolyásolják-e a helyi környezeti és gazdasági erőforrások, adottságok.⁶ Feltételezéseinknek megfelelően Gyergyóalfalu esetében kiderült, hogy a vállalkozó „kedvűek” több mint egyharmada az építőipar – beleértve a fafeldolgozást is – területén indítana vállalkozást, miközben ez az arány Illyefalván alig nyolc százalék. A legmagasabb arányban – mindkét település esetén – a kereskedelem és a vendéglátás területén vállalkoznának a megkérdezettek. A mezőgazdasági termelőtevékenységet szintén hasonló arányban választották mindkét faluban, annak ellenére, hogy Illyefalva háromszor annyi mezőgazdasági területtel rendelkezik, mint Alfalu (63,9 százalék a 20,5 százalékkal szemben) és a mezőgazdaságban foglalkoztatottak aránya is lényegesen nagyobb a Kovászna megyei faluban (25 százalék, szemben a 4,4 százalékkal).⁷

	Gyergyóalfalu	Illyefalva
mezőgazdasági termelőtevékenység	37,5	32,3
építőipari tevékenység (fafeldolgozás is)	37,7	7,7
egyéb ipari termelőtevékenység	13,1	6,7
szolgáltatás	20,0	7,6
kereskedelem, vendéglátás	45,0	39,4
közlekedés, szállítás	5,1	4,6
kultúra, oktatás, tudomány	10,3	7,8
egyéb	1,4	15,2
összesen	100	100

4. táblázat. Milyen területen indítana vállalkozást? (százalékban).

A vállalkozói hajlandóság magyarázatában igen lényegesek azok a tényezők, amelyek az embereket a vállalkozás, illetve az önállósodás melletti döntésben motiválják. Ezt a problémakört a *Mire költené vállalkozása nyereségét?* változóval próbáltuk megragadni.

	Gyergyóalfalu	Illyefalva
a mindennapi megélhetés biztosítására	52,2	61,0
tartós fogyasztási cikkek vásárlására (háztartási cikkek)	6,0	1,7
személygépkocsi vásárlására	3,0	1,7
ingatlanvásárlásra, építkezésre, nagyobb tatarozásra	20,9	5,1
hosszú távú befektetésre (vállalkozás indítása, fenntartása, részvényvásárlás)	14,9	23,7
egyéb	3,0	6,8
összesen	100,0	100,0

5. táblázat. Mire használná vállalkozása nyereségét?

A válaszolók több mint fele azért szeretne vállalkozást indítani, hogy a mindennapi megélhetését biztosítsa. Jelentős különbség mutatkozik viszont az ingatlanvásárlás tekintetében, ez

6. Gyergyóalfaluban a fő gazdasági tevékenység a fakitermelés és fafeldolgozás. Illyefalván feltételeztük, hogy a LAM Alapítvány jelenléte pozitívan befolyásolja a vállalkozói kedvet.

7. Az adatok Dumitru Sandu 1998-ban végzett, a Nyílt Társadalomért Alapítvány megrendelésére készült kutatásból származnak (Románul: Barometrul resurselor socio-umane ale reformei).

az arány Gyergyóalfaluban jóval magasabb, mint Illyefalván. Ez a különbség a vállalkozással kapcsolatos közösségi-normatív szabályozás eltérő voltára hívja fel a figyelmet a két település esetében. Az illyefalvi potenciális vállalkozók inkább befektetnének, az alfalviak számára a sikeres vállalkozói mivolt és az ennek nyomán felhalmozott vagyon szimbolikus megjelenítése a fontosabb. Ezt tükrözik egyébként a sikeresebb vállalkozók magatartásában mutatkozó eltérések is a két faluban, amelyekről joggal feltételezhetjük, hogy modellértékűeknek számítanak a vállalkozni kívánó falubeliek számára. Az alfalui – főként fafeldolgozással foglalkozó – vállalkozások tulajdonosaira sokkal inkább jellemző a tradicionálisan nagy presztízsértékkel bíró vagyontárgyak (új, nyugati márkájú autó, újabban dzsip) és ingatlanok (nagy, a megszokottól eltérően kivitelezett házak) jelenléte, valamint a demonstratív fogyasztás (a vendéglőben étkezés, vadászat, extrém sportok űzése, stb.). Az illyefalvi vállalkozók életvezetésében ezzel szemben sokkal nagyobb a divergencia, kevésbé egyértelműek a vállalkozók köznapi magatartásának szabályozását célzó közösségi elvárások. Mindent egybevetve: az illyefalvi nagyvállalkozókra – mind gazdasági, mind pedig közéleti vonatkozásban – individualizáltabb magatartásmód jellemző.

A különbség magyarázata inkább hipotézisértékű feltételezéseken nyugszik, melyek megerősítése további terepmunkát igényelne. E feltételezések a következők:

- Az alfalusi sikeres vállalkozások a helybeliek számára tradicionálisan rendelkezésre álló erőforrások (a faanyag, valamint a feldolgozásához szükséges szakértelem) felhasználására épülnek. Ez a folytonosság az oka annak, hogy a vállalkozói magatartás – különösen annak a szakszerűsége vonatkozó aspektusa – továbbra is közösségi kontroll alatt áll.
- A székelyföldi erdővágás és fafeldolgozás tekintélyes hányada a mai napig a szürkegazdaságban zajlik. Ilyen körülmények között az informális személyközi viszonyoknak hangsúlyos szerepe van az együttműködésben: a kölcsönös tranzakciókon és a kikényszeríthető bizalmon (Portes–Sensenbrenner 1999) alapuló kölcsönös segítségnyújtás szerepe felértékelődik, és kohéziót teremt a vállalkozói csoporton belül. Ezzel szemben a sikeres illyefalvi vállalkozókat egy jól működő hitelszövetkezet áttekinthető rendszere segíti a racionális vállalkozói magatartásban, ahol a bizalom alapja elsősorban a piacon való helytállásra vonatkozó felelősségteljes magatartás.
- A nagyvárosok közelsége, valamint a LAM Alapítvány jelenléte miatt számos nem illyefalvi tulajdonosú vállalkozás jött létre, amely tovább lazítja az informális közösségi kontroll szerepét a vállalkozások működtetésében.

Tovább vizsgálva a vállalkozói hajlandóság mennyiségi aspektusait, tipológiát állítottunk fel azokból az okokból, amelyekkel a megkérdezettek a nyílt kérdésre válaszolva indokolták, hogy miért utasítják el a vállalkozóvá válás lehetőségét. Ezeket öt változóba csoportosítva vizsgáljuk. Első látásra szembeötlő az öregséget és/vagy betegséget megnevezők közötti jelentős eltérés – oka, hogy a gyergyóalfalvi mintánkban az idősek felülreprezentáltak voltak.

	<i>Gyergyóalfalu</i>	<i>Illyefalva</i>
tőkehiány	11,2	13,5
felelősség, kudarc kerülése	15,9	14,7
fatalista attitűd	13,8	26,9
öregség, betegség	56,9	36,6
nem tudja, nem érdekli	2,2	8,3
összesen	100,0	100,0

6. táblázat. *Miért nem lenne vállalkozó? (százalékban).*

A továbbiakban azt vizsgáljuk, hogy a vállalkozói hajlandóság mely társadalmi csoportokra jellemző inkább. Illyefalvára jellemző, hogy a nők körében némiképp alacsonyabb a potenciális vállalkozók aránya, mint a férfiaknál. A vállalkozói hajlandóság korfüggő, az életkorral szignifikánsan csökken mindkét településen. Hasonlóképpen mindkét településen kimutatható, hogy az iskolázottsági szint szerint a legtöbb nyolc osztályt végzetek körében alacsony a vállalkozni vágyók aránya, a vállalkozóbb kedvűek inkább a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők köréből kerülnek ki. Gyergyóalfaluban az anya és az apa iskolai végzettsége egyaránt hatást gyakorol a vállalkozói hajlandóságra, az önállósodásra való törekvésre leginkább a közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők vannak befolyással. Ez az összefüggés nem mutatható ki Illyefalván. Megvizsgáltuk a jövedelem és a vállalkozói hajlandóság közötti kapcsolatot, de szignifikáns összefüggés a két változó között csak a leszakadó réteg, a minimálbér alatti jövedelemmel rendelkezők esetében mutatkozott: ez az a réteg, amely feltehetőleg nincs a vállalkozáshoz szükségesnek vélt erőforrások birtokában.

Regressziós modellünkből származó adataink tanúsága szerint az életkor és az iskolai végzettség van a legszorosabb kapcsolatban a vállalkozói attitűddel, ami azt jelenti, hogy leginkább a fiatalok és a magasabb végzettségűek vállalkoznának.

VÁLLALKOZÓTÍPUSOK A KÉT SZÉKELYFÖLDI FALUBAN

A tervezdaság és központi irányítás alól felszabaduló piaci szereplőknek a rendszerváltás után új lehetőségként jelent meg az önállóság megteremtése, a saját vállalkozások létrehozása. Az egyéni életutak azonban azonos társadalmi körülmények között is eltérő módon alakultak, és bármennyire is kedvezőek voltak a konjunkturális feltételek, mégsem indított/indít mindenki vállalkozást. Feltételezzük, hogy a vállalkozóvá válásnak van valamiféle szabályossága, amelynek gyökereit a társadalmi mikrokörnyezet (családok, ismerősök, korábbi munkatársi vagy generációs viszonyok) erőforrásainak felhasználásában, különösen az egyén által felhalmozott társadalmi tőke hatékony kezelésének módozataiban kereshetjük (vesd össze Kuczi 2000).

A sikeres vállalkozói karrierhez ezen túlmenően szakmaspecifikus ismeretek, készségek és nem utolsósorban menedzseri alkat és rátermettség szükséges (Laki–Szalai 2004). A gazdaságsszociológiai szakirodalom a vállalkozók megjelenését és elterjedését illetően három fő, egymástól eltérő foratókönyvet ismer. Ezek közül az első az egyén pszichoszociális jellemzőinek, készségeinek tulajdonít kiemelt szerepet a vállalkozások megjelenésének magyarázatában (lásd Chell és mtsai. 1991). Schumpeter (1982) például a pszichológiai sajátosságokra fekteti a hangsúlyt, és ezzel magyarázza, hogy az egyik emberből kockázatkereső, autonómiaigényű vállalkozó lesz, a

másikból pedig óvatos, a biztonságot mindennél többre becsülő „örökös alkalmazott”. Schumpeter az innovatív magatartást tartja a vállalkozói tevékenység fő mozgatórugójának. A termelési tényezők új kombinációinak bevezetésével, valamint a meglévő erőforrások új összekapcsolásával a vállalkozó megváltoztatja a kínálat feltételeit. Szerinte a vállalkozó egy bizonyos típusú személyiséget és magatartást mutat, amely eltér az egyszerű, racionális embertől. Az innováció kreatív tevékenység, a vállalkozó pedig merész vezető, aki áttöri a tradicionális korlátokat, újat talál ki, intuíciója révén ráérez a piaci helyzetekre, és ennek fényében gyorsan cselekszik (Martinelli 1994). Ebben az értelemben a vállalkozás emberi alkotó tevékenység, amelynek során a vállalkozó a lehetőségek megragadásával új értéket teremt (Timmons 1989). Eszerint a vállalkozónak alapvető szerepe van azon lehetőségek meglátásában, melyek megvalósítására adott időpontban és körülmények között esély adódik. Schumpeter a vállalkozói funkciót nem az új lehetőségek megteremtésével azonosítja, hanem sokkal inkább ezek alkalmazásával.

Ezzel szemben a kultúralista magyarázat nem az egyén személyes adottságait ragadja meg, hanem a kultúrában keresi azokat a társadalmi tényezőket, amelyek meghatározzák az egyén önállósodási esélyeit. E magyarázat szerint a gazdasági növekedés letről felfele bontakozik ki, és nem fentről lefele, az egyének egymással versenyeznek a különböző célok – gazdasági nyereség vagy önmaguk előléptetése – elérésében. Mindennapi tevékenységükkel, gyakorlataikkal, szokásaikkal és ötleteikkel olyan intézményeket hoznak létre, amelyek közvetítenek köztük és a társadalom struktúrái között. A kulturális normák, valamint a hozzájuk tartozó szerepelvárások és társadalmi szankciók kedvezően befolyásolhatják vagy gátolhatják az innovációt. A kultúra szabja meg, hogy az újító, kockázatkereső magatartás, valamint az önállósodásra való törekvés milyen társadalmi készségeken és gyakorlatokon keresztül valósul meg (Berger 1998).

Vállalkozni, és tartósan talpon maradni nem feltétlenül függ össze. Az indulás körülményeit alaposan meghatározzák a magántulajdonban levő eszközök és a mozgósítható tartalékok. A vállalkozások megjelenésének harmadik paradigmája közgazdasági törvényszerűségekkel magyaráz (Casson 1990). A tulajdon működtetéséhez rendszerint nem elég, és máshonnan van a pénz, mint az induláshoz. A vállalkozás fennmaradásában és fejlesztésében meghatározó a vállalkozó azon képessége, hogy gyorsan felismerje/áttekintse a helyzeteket és a lehetőségeket, dönteni tudjon köztük.

Ha ez utóbbi elméleti paradigmából indulunk ki, és egydimenziós skálán ábrázoljuk a vállalkozásokat, akkor a skála egyik végpontján helyezkednek el a tőkét nem mobilizáló és nem kockáztató, fogyasztásorientált személyek „nem vállalkozásai”. A skála másik végpontján helyezkednek el a tőkét kockáztató, specializált tevékenységet folytató és a „vállalkozás fogalmát maradéktalanul megtestesítő szervezetek” (Kőhegyi 1998).

Lăzăroiu (1999) a romániai falusi társadalmakban négy vállalkozótípust fedez fel a Comișani-ban végzett kutatása során: 1. régi és új vállalkozó (*noul si vechiul antreprenor*) – amelynek esetében a vállalkozás gyökerei 1989 előttre nyúlnak vissza. '89 után azonban új gazdasági típusokhoz kell alkalmazkodnia, és csak saját magára számíthat. 2. hálózatait használó vállalkozó („*antreprenorul de retea*”) – 1989 után indította vállalkozását, vezető beosztásban dolgozott egy állami vállalatnál, és azon a területen indított vállalkozást, ahol előzőleg dolgozott, magával vitte kapcsolatait, ügyfeleit. 3. kereskedő (*negustorul*) – a leggyakrabban előforduló vállalkozótípus a forradalom utáni Romániában az a kereskedő, akinek tevékenysége a szolgáltatások területére irányul, vállalkozása tulajdonképpen az áru beszerzésére és eladására koncentrálódik, helyi szinten; ez a legkönnyebben elindítható vállalkozás. 4. mezőgazdasági vállalkozó (*antrep-*

renorul agricol) – falusi vállalkozó, aki a gazdálkodásban az átlagos szint fölött szeretne teljesíteni, hatékony, rentábilis mezőgazdaságot szeretne létrehozni.

A székelyföldi falvakban Bíró A. Zoltán és munkatársai az új gazdasági elit jellemzésére vállalkoztak. A sajátos történelmi múlttal rendelkező faluközösségekben négy vállalkozótípust különítettek el: az agrárvállalkozókat, nagyvállalkozókat, fiatalokat és kísérletezőket (Bíró és mtsai. 1993).

Gyergyóalfaluban a vállalkozókkal készített interjúk első részében néhány „kemény” változót tartalmazó kérdőívet alkalmaztunk, amelyben a vállalkozó iskolai és munkahelyi életútjáról, valamint vállalkozásának jellemzőiről (alapítási év, jogi forma, tevékenységi terület, a vállalkozásba bevont tőke, alkalmazottak rekrutációja, lefedett piac, fejlesztési stratégiák stb.) gyűjtöttünk adatokat. A második rész „puha” kérdéseket tartalmazott, melyek segítségével a vállalkozóknak lehetőségük nyílt vállalkozói életútjuk szubjektív értékelésére. Illyefalván életútinterjúkat készítettünk. Az így nyert empirikus tapasztalatokat és adatokat felhasználva vállalkozótípusokat különítettük el.⁸ Egységes szempontrendszerünk elemei a következők voltak: a vállalkozótípus formális jellemzői, a vállalkozás alapításának körülményei (a bevont tőke forrása, korábbi munkahelyek, pozíciók felhasználása), a család szerepe, az alkalmazottak rekrutációja, könyvelési és pénzkezelési szokások, fejlesztési stratégiák (hitel, kölcsön), közéleti szerepvállalás.

„*Offenzív*” nagyvállalkozók.⁹ Ebbe a vállalkozótípusba soroltuk azokat az egyéneket, akik – bár falun jegyezték be vállalkozásaikat – a legtöbb bevont szempont szerint eltérnek a többi falusi nagyvállalkozótól, tipikusan önerőből feltört vállalkozók, úgynevezett self made mannek. Ezt a vállalkozótípust inkább Illyefalván identifikáltuk. Legjelentősebb jellemzője, hogy az ide tartozók tulajdonosi csoport tagjai, amelyben a többségi tulajdonos külföldi vagy egy külföldi tőkével működő nonprofit intézmény. Az ipar és a szolgáltatások területén, a formalizált piaci szabályokra építve, a helyi társadalom viszonyrendszeréből leginkább kiagyazottan végzik tevékenységüket. Ez a vállalkozótípus általában magasan képzett, gazdasági vagy egyéb szakirányú végzettséggel rendelkezik, karrierista.

Elvégeztünk egy egyetemet, ahol vagy akartuk, vagy nem, de elég sok minden ránk ragadt, ha egyéb nem, elsősorban a gondolkodásmód. Nem biztos, hogy azt tanultuk meg, hogy akkor most melyik gazdasági törvény, hanem megtanultunk egy gondolkodásmódot, ami nem igazán fér össze a harácsolással, az izével, a kisebb, a *miliardarii de carton* [kartonmilliárdosok],¹⁰ ezekkel a gyorsan meggazdagodott emberkének az elméletével... Gyakorlatilag azért esett erre a választás, mert a tulajdonosi kör komolynak bizonyult, beruházási szándékok voltak. A céggel mindenki a jövőben gondolkodott. Az első kérdéseim ilyenek voltak, hogy a beruházást meddig folytatjuk, s mikor akarják az első pénzeket kivenni a cégből. S erre a válasz körülbelül az volt, hogy nem akarunk a cégből rövid időn belül pénzt kivenni. Tehát egyértelmű volt, hogy hosszú távon volt az egész kitalálva. S ez volt a szempont. (22.)

8. A tipológia csak a két kutatott település vállalkozóira vonatkozik.

9. Az „offenzív” megnevezést Czako–Kuczi–Lengyel–Vajda *A kisvállalkozások néhány jellemzője a kilencvenes évek elején* (1995) című tanulmányából vettük át.

10. A *miliardar de carton*/kartonmilliárdos a romániai médiában meghonosodott fogalom: azokra az egyénekre utal, akik kormányzati szervekhez közel álló kapcsolataikat kihasználva, rövid idő alatt, tisztességtelen üzleti gyakorlatok során jelentős vagyona tettek szert (főleg privatizációs ügyletekben).

Pályafutásukat alkalmazottként kezdték, az ország valamelyik nagyvárosában vagy a fővárosban. A vállalkozással mint annak vezetői kerültek kapcsolatba. „Életútjuk alakulásában minden bizonnyal nyomára lelünk valamiféle *készenlétnek*: tudás, beállítódás, nyitottság, rátermettség és „rámozdulás” képessége olyan együttesének, amelyet csak mozgósítaniuk kellett, amikor eljött az ideje és megnyíltak a lehetőségek.” (Laki–Szalai 2004:55). Tevékenységükben leginkább az motiválja őket, hogy minimális tulajdonosi részüket a vállalkozásba befektetett munka által növeljék. Ezek a vállalkozók a vállalatban vezetőként, igazgatóként tevékenykednek, több mint 50 alkalmazottat foglalkoztatnak, és önálló szervezeti egységeket hoznak létre a pontosan kijelölt feladatok végrehajtására. Az alkalmazottak rekrutációjában legfontosabb szempontjuk a vállalkozás céljaival azonosuló, fegyelmezett, váltani képes munkaerő alkalmazása. A munkaerő minőségének javítását a fiatalítással kötik össze, az alkalmazottak lojalitását főként az átlagnál nagyobb fizetésekkel próbálják erősíteni.

...nemcsak a szaktudás, de a munkamorál is fontos dolog, hiába tud, ha nem akarja megcsinálni, ha nem akar csak 4 órát dolgozni naponta, mert ő úgy szokta meg. (12.)

Országos piacot fednek le, illetve új piacokat céloznak meg a már meglévő külföldi kapcsolataikat konszolidálva és bővítve. Mottójuk a „minőség” (termékeik és szolgáltatásaik minősége), amint azt az egyik interjúalanyunk mondta: „gyakorlatilag nem is a felső tízezret célozzuk meg, hanem a felső ezret” (22.). A vállalkozás kezdeti szakaszában a növekedés elengedhetetlen feltételének tekintik a teljes nyereség visszafordítását. A cég vezetésének szemléletében kiemelt szerep jut a vevőkkel és beszállítókkal kialakított előnyös kapcsolat megtartásának. Reklámként a referenciamunkákra fektetik a hangsúlyt, amelyek a cégek saját honlapjain is megtalálhatóak.

...ha nincs egy referenciád, nincs mit keresni. Kell legyen valami, ami fel van építve, és jól néz ki, tetszik, időtálló. (28.)

A vállalkozások hírnevének terjesztésében a vevőknek nagy szerepük van.

...hiába van neked tíz jól kielégített vevőd, ha egy olyan van, amelyik rossz szájízzel távozott. A cégnek az többet árt, mint a tíz jó, mert a tíz jó lehet, hogy nem használ semmit. De az egy rossz, biztos, hogy tud ártani. (22.)

Interjúalanyaink a beszállítókkal szemben nem az egyszeri, alkalmi üzletkötést, hanem a tartós vállalatközi kapcsolatok kiépítését preferálják, szorgalmazzák. A beszerzésnél jól meghatározott szempontokat és stratégiákat alkalmaznak.

Van ez a disztribúciós dolog, hogy nekünk az a dolgunk, hogy termelni. Nekünk nem az a dolgunk, hogy menjünk az anyagok után, ezekkel foglalkozzunk. Az a dolgunk, hogy nekünk mindenki hozza be az anyagot, mi rakjuk össze az anyagokat, s adjuk ki a végterméket belőle. Ezt követjük. Aki a festékeladással foglalkozik, az foglalkozzon azzal, az hozza oda nekünk. (28.)

Ez a típusú vállalkozó rendelkezik a legszélesebb szakmai és társadalmi kapcsolatrendszerrel. A családja viszont független a vállalkozástól, nem kapcsolódik bele a vállalat tevékenységébe. A többi vállalkozóhoz képest az „offenzív” nagyvállalkozók alkalmazták a legkövetkezetesebb beruházási-fejlesztési stratégiákat. Olyan szintű pénzügyi fegyelemmel rendelkeznek, amely révén – az olykor ellentmondásos piaci szabályok közepette is – lehetővé vált számukra a gyors megerősödés és a folyamatos terjeszkedés. Elmondható róluk, hogy nagy szakértelmet igénylő specializált tevékenységet folytatnak teljes munkaidőben, a vállalkozói jövedelmet pedig főkezesnek tekintik. Nem töltönek be közéleti szerepet a falu életében. A faluban csak mint vállalkozók vannak jelen, és nem aktív tagjai a közösségnek.

Falusi nagyvállalkozók. A falusi nagyvállalkozók nem egy határozott elképzelés alapján lettek vállalkozók, az éppen kihasználható lehetőségeket aknázták ki.

Nem egy határozott elképzelés alapján lettem én vállalkozó, ez nem olyan, mint ahogyan sokan már az iskolában elgondolják, hogy ő most úrhajós lesz, és akkor tűzön-vízen keresztül úrhajós lesz. Hát én nem, nem volt szándékomban soha, hogy vállalkozó legyek. (27.)

Általában ipari feldolgozóegységeket működtetnek, a közvetlen környezetükben levő erőforrásokat és nyersanyagokat dolgozzák fel (például tej-, hús-, fa-, malomipar stb.). A kedvező pillanat beköszöntével mozgósították kapcsolataikat, készségeiket, valamint külföldön szerzett tapasztalataikat. Erre a vállalkozótípusra is jellemző a közép- vagy felsőfokú végzettség. A vállalkozást megelőzően rendszerint más ágazatokban tevékenykedtek, a munkaszervezet közép és felső szintjén helyezkedtek el. Mivel nem rendelkeztek elegendő alaptőkével, a vállalkozásba bevont tőke forrása alternatív hitelintézményektől (LAM, Agroc Caritas) vagy külföldön szerzett tőkéből származik.

...felvettünk egy olyan 170 000 dollárnak megfelelő hitelt, persze az egész az úgy indult, hogy nekem volt egy Hojnár motorkerékpárom s egy diplomám, s a kollégámnak egy labdája s egy diplomája, tehát semmi garancia nem volt az egész, mondhatom személyi kapcsolatokra, tehát ez az, ami csakis a LAM-on keresztül történhetett meg. A bankban kiröhögtek volna, ha beállítunk egy ilyen „nagy” alaptőkével egy ilyen nagy összeget felvenni. (25.)

A megszerzett vagyonuk állóvagyon, a befolyó nyereséget jelentős mértékben a vállalkozás struktúrájának fenntartására, bővítésére fordítják. Azonban családjuk számára is az átlagostól jobb életkörülményeket biztosítanak. Életmódjukat is az átlagon felüli fogyasztás jellemzi.

...hogymondjam el, hogy helyesen fejezzem ki magamot. A gyerekeimet táplálom ezzel én. A lányom külföldön tanul, jelenleg Angliában van, mondjuk, nem kell magyarázat mellé, hogy mennyibe kerül. A fiam is ott van, hogy felnőtt fiatalember, őt is támogatom az anyagi oldalával... (17.)

A falusi nagyvállalkozók több mint húsz alkalmazottat foglalkoztatnak, amelyek rekrutációjában egyik fontos szempont, hogy helyiek legyenek. A vállalat vezetését nem bízzák külső személyre, azonban a könyvelési és beszerzési tevékenységek elvégzésére külön szakembereket alkalmaznak. Vállalkozásuk profiljánál fogva a helyi nyersanyagokat részesítik előnyben, egyre szélesebb piaci szegmenst céloznak meg maguknak a régióban, azonban éles versenyhelyezettel

találják szemben magukat. A faluban ez a vállalkozótípus vesz részt leginkább a közéletben (például a helyi tanácsban). Ez az a vállalkozói réteg, amelyhez környezetük is „igazi” vállalkozói státust rendel, „maguk csinálta sikerembereknek” tekinti őket.

Mezőgazdasági vállalkozók. A mezőgazdasági vállalkozók 1989 előtt is vezető beosztásban voltak, az átlagnál nagyobb vagyonnal rendelkeztek. Közvetlenül a rendszerváltás után földterületeket és tenyészállatokat vásároltak fel nagy tételben, holisztikus gazdaságra rendezkedtek be. Saját mezőgazdasági gépezettel és épületekkel rendelkeznek, amelyeket rendszerint a termelőszövetkezettől vásároltak meg. Több tíz hektár földön gazdálkodnak, amelynek jelentős része tulajdonukban van, kisebb hányadát bérlik. Alapképzetségük tekintetében nem agrárszakemberek, a tevékenységükben felhasznált mezőgazdasági ismereteiket – hogy miből mennyi terem, mikor milyen termés várható, milyen szabványok szerint, s hogy azt milyen formában és mennyiért lehet értékesíteni – menet közben sajátították el.

A mezőgazdasági vállalkozók nagy része a családtagok munkaerőjét is a termelőtevékenység szolgáltatába állítja. A családfő hozza meg a gazdasággal kapcsolatos döntéseket, ő szervezi és vezeti a munkát. A családban a fiatalok ambíciói nem feltétlenül azonosak a családfőével, gyakran más, mintegy a család mezőgazdasági tevékenységének kiegészítésére irányuló vállalkozást működtetnek. Az e típusba tartozó vállalkozók a munkaerő jelentős részét szezonális jelleggel alkalmazzák. Állandó alkalmazottakat általában egy, a mezőgazdasági tevékenységgel párhuzamosan működtetett vállalkozásnál foglalkoztatnak.

...hát van egy működő kft., mer' azé' a kft is megvan... nos, annak keretén belül vannak fizetve az állatalkalmazottak, de ott dolgoznak, kinn a mezőn. (3.)

Az agrárvállalkozók általános gondja a piaci partnerek azonosítása, az értékesítési csatornák és egy stabil vevőkör kialakítása.

Hát ki van alakulva egy elég sok ágú, mondjam, szélhámos felvásárló társaság, ez elkezdve Bukarest, temesvári piac, Bukarest, Temesvár és Nagyvárad, ez a három piac...na de ezek olyanok, hogy kimondottan...közvetítői szerepet játszanak az értékesítésbe', amikor nekik nagyon megéri, akkor megveszi, s utána nem vásárol. (20.)

A gazdálkodásból származó jövedelem csak fokozatos bővítést enged meg számukra. A földtulajdon további kiterjesztését jogi korlátok is nehezítik, gyakran várni kell a tulajdonviszonyok rendezésére. A meglévő földbérleteket nemcsak saját gazdasági megerősödésük eszközének tekintik, egyes esetekben nem hagyják figyelmen kívül a szociális jellegű tényezőket sem. A veszteséggel járó, kevésbé termékeny bérelt földek fenntartását gyakran nem racionális tényezőkkel magyarázzák.

...távlati terveim azok, hogy ezeket vissza fogom adni [a földeket], de hát vannak olyan öreg emberek is, akiket az ember sajnálja, s akkor most minek nyomorítsa meg. (21.)

Közéleti szerepet általában nem vállalnak, viszont mindenki figyel rájuk. Vállalkozásukban rövid távon újabb gazdasági ugrás nem várható. Egyik legfontosabb kihívás számukra, hogy a

falun nyilvánossága előtt legitimálniuk kell a kezdeményezést és a szokatlan méretű vagyoni felhalmozás gyakorlatát. A mezőgazdasági vállalkozók abban különböznek a többi vállalkozótól, hogy ők a tájat hasznosítják, ezért felelősök is érte. A térbeli együttműködés hol kényszerű, hol kölcsönös előnyöket biztosító formái, a részben közös infrastruktúrára utaltság, a határhasználat rendjének szükséglete és e rend egyéni lehetőségeket befolyásoló formái kényszerű és természetes közösségteremtők (Juhász–Mohácsi 1999).

Kisvállalkozók, „Üzletesek”. A kisvállalkozók ezen típusába tartoznak azok a vállalkozók, akik főként kereskedelemmel és vendéglátással foglalkoznak. Önállósodási folyamatukban a korábbi szakmai tapasztalatokat nem örökítették át, pályájukban teljes váltás ment végbe. Olyan tevékenységet végeznek, amihez nem kell tőke vagy elég a minimális befektetés. Ritkábban találkozhatunk olyan esetekkel, amelyek szövetkezeti hálózatban dolgoztak, és az ott szerzett tapasztalataikat hasznosították. Az ilyen kisméretű vállalkozások esetében a család szerepe egyaránt felértékelődik és előnyössé válik.

...van egy alkalmazottam, ha az nincsen itt, vagy én nem vagyok itt akkor a feleségem jön be pár órára. (18.)

Rendszerint a családtagok közös elhatározás, munkamegosztás alapján vállalják a különböző tevékenységek elvégzését. A vállalkozással kapcsolatos gyakorlatok egész rendszerét a háztartásból emelik át. A pénzügyi és munkaszervezési ismereteket menet közben sajátítják el. Legalább középfokú iskolai végzettséggel rendelkeznek. Tevékenységüket a „szerzés” és gyarapodás elve motiválja, anyagi biztonságra és a jólét teremtésére törekednek. A vállalkozás indításánál nem rendelkeztek az átlag feletti tőkével, már kezdetben alkalmazottakat vettek fel, s ők inkább az ügyintézésre, beszerzésre és ellenőrzésre szorítkoztak. A könyvelést nem a család keretén belül végzik, hanem részmunkaidős, külső személy bevonásával. Alkalmazottaik kiválasztásában a családtagokkal, barátokkal szemben azokat preferálják, akik munkanélküliek, inkább fiatalok, jó megjelenésűek. A szakképzettség legtöbb esetben nem rekrutációs szempont.

A nyereséget elsősorban a háztartásra, tartós fogyasztási cikkekre, a lakáskörülmények javítására fordítják, kisebb részét forgatják vissza a vállalkozásba. Tevékenységüket bérelt egységekben folytatják. Nem kockáztatnak, nem próbálkoznak új dolgokkal, sem az induláskor, sem a vállalkozás működése alatt nem folyamodtak hitelhez.

Hát én nem kértem, ez az őszinteség. Amikor nem volt, meghúztuk. Mikor volt, többecske költekeztünk. De kölcsön nem kértem soha. Megmondom, hogy miért. Mert félttem. (24.)

Versenyhátrányuk egyik legfőbb oka éppen a külső finanszírozási forrásokhoz való hozzájárulás. Jellemzőjük az is, hogy tradicionális életviteli mintákat követnek, amikor nem fejlesztésre, hanem megélhetésre, fogyasztásra és családi felhalmozásra töreksznek. Vállalkozásaik életképes fejlesztési stratégiák hiányában várhatóan stagnálni fognak. A falu társadalmában nincs kitüntetett szerepük, de figyelemmel kísérik tevékenységüket, a falu szemszögéből nézve ők az „üzletesek”.

Kényszervállalkozók. Az ilyen típusú önfoglalkoztató teljes munkaidejét arra szánja, hogy megteremtse saját és családja létalapját (Czakó 1997). A kényszervállalkozók önállósodási döntésüket azzal indokolják, hogy ezenkívül más lehetőségük nem volt a legális munkavégzésre, a család megélhetési költségeinek előteremtésére, mert „ha nem csordul, akkor cseppen valami”. (5.)

Mert én csak azt akartam, hogy tovább folytassam a szakmámat, csak legyen valami hivatalos háttere is, hogy ne keckeckedjenek, hogy nincs hivatalos papír. Ugyanazt csinálom, mint ezelőtt öt-hat évvel, csak annyi, hogy most hivatalos, és nem másnak dolgozom meg ilyesmi. (6.)

Az általuk preferált vállalkozási forma a családi vagy egyéni vállalkozás, amelynek létrehozása minimális tőkebefektetéssel és egyszerűbb ügyintézással lehetséges. A döntésnél nem egyéni ambíciókat, hanem a család egészének érdekeit részesíti előnyben. A vállalkozásba bevont tőke a saját háztartásból származik. Ez a típusú vállalkozó a rokoni, szomszédi, munkatársi kapcsolatait mozgósította és használta fel, így jutott kölcsönhöz, termelési eszközökhöz, használati helységekhez, megrendelőkhöz. A vállalkozás felvirágoztatása után a pénz ellenkező irányba áramlik, vissza a háztartásba. A nyereségeket főként fogyasztásra, a család megélhetésének biztosítására használják. Nagyon keveset forgatnak vissza a vállalkozásba, azt is azért, hogy tevékenységüket fenntartsák. A vállalkozás alapítása óta pótlólagos tőkebefektetést nem nagyon tudtak és nem is szándékoznak továbbra sem eszközölni.

Azon nem is ábrándozom, nem is gondolkozom azon. Mostanában nem lehet, mert olyan a helyzet, ami van, azt is elveszítheti az ember. Ez túl nagy reszkír lenne. (9.)

Legtöbb ilyen vállalkozó legalább közép- vagy szakiskolai végzettséggel rendelkezik, és a vállalkozásban a szakképesítésüknek megfelelő tevékenységet folytat, a képzettséget, valamint a szakmai tapasztalatot rendkívül fontosnak tartják.

...a képzettség az lényeges dolog, tehát, hogy értsél ahhoz, amivel foglalkozol, mert ha más kell megtanítson, akkor az úgy tanít meg, hogy az neki legyen jó. (5.)

Legfontosabb az iskola, mert szerintem téves a felfogás, hogy csak egy sima szakember vagy, s akkor bármit csinálhatunk, ez nem igaz. Nagyon fontos, hogy ne csak lopd a mesterséget, hanem megfelelő fokú végzettséget is legyen az illető szakmában, mert szakember csak így lehetsz... (18.)

Az eddigi egyéni pályafutásukat nem úgy ítélik meg, mint egy különös tehetség vagy személyes képesség kibontakozását és beteljesülését, hanem mint a családban elsajátított készségek és gyakorlatok továbbvitelét és új helyzetekre való alkalmazását. Nincsenek alkalmazottaik, szükség esetén a családtagok besegítenek, akik más, a vállalkozástól független tevékenységet folytatnak. Működésük szervesen a faluhoz kapcsolódik, helyi szintű szolgáltatásokat biztosítanak, amelyben nemigen kell számoljanak a konkurenciával. Vállalkozásaik tényleges és potenciális ereje stagnál, gyakran bizonytalanságra panaszkodnak. A problémáik legfőbb okának a bürokráciát tartják, valamint a működéshez szükséges engedélyekkel járó anyagi terhet. Könyvelési és pénzkezelési gyakorlataikban szorulnak leginkább segítségre és tanácsadásra. Rendszerint családtagok, rokonok, barátok, szomszédok segítségére számíthatnak.

Nekem a legnagyobb problémám ez a papírrendszer, mert én abszolút nem értek ezekhez, hogy hogy kell, mint kell. Ez a rengeteg papír, ami idegesít engemet, mert én a munkámat tudom és végzem. (6.)

A falun élő egyéni és családi vállalkozók általában 40 év feletti. Önmagukat ritkán definiálják vállalkozónak. Mivel a faluban egyfajta szolgáltatói szerepet töltenek be, az emberek is egyfajta, a szolgáltatásra utaló megnevezéssel illetik őket (például a borbély, az autószerelő, a patikus stb.). Az önállósodás melletti döntésükben nem az újító hajlam vagy egyfajta találékonyság játszott közre, hanem a mindennapi egzisztenciájuknak a megteremtésére való törekvés.

ÖSSZEFOGLALÁS

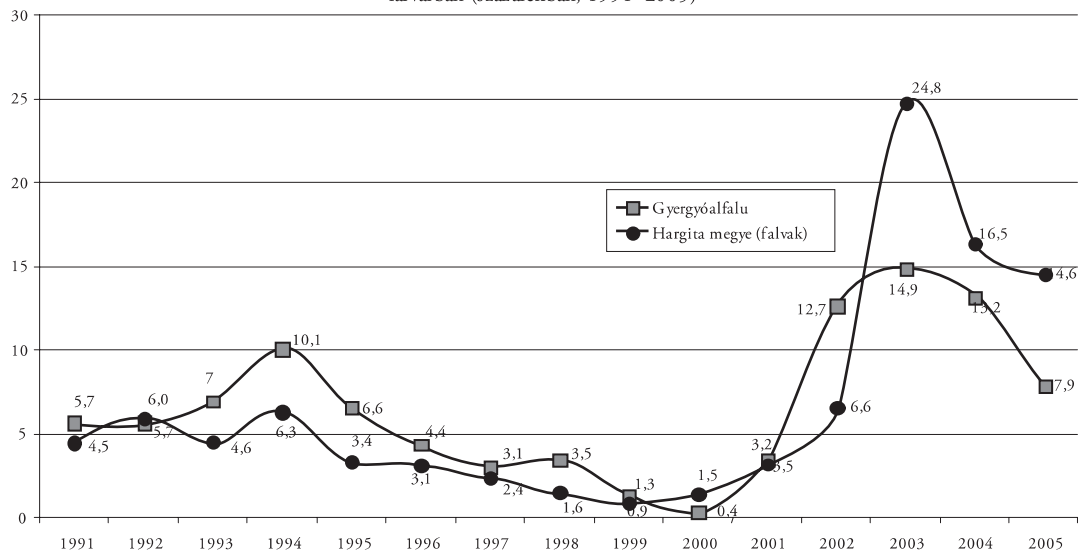
A kilencvenes évek elején az önálló szféra megjelenése a gazdasági átalakulás egyik fontos mozzanatát jelentette. Az általunk vizsgált két településen is intenzív önállósodás és vállalkozásalapítás figyelhető meg. Az önállósodók többsége – a kezdeti tőkehiány miatt – elsősorban társadalmi kapcsolataikban (család, rokonok, volt munkatársak) rejlő erőforrásaikat használta fel vállalkozói tevékenységük megszervezésében. E tekintetben kivételt képeznek a LAM hitel-szövetkezet által nyújtott támogatások, amelyek – az illyefalvi vállalkozások esetében – a recesszió által jellemzett gazdasági helyzetben lökést adtak a magánkezdeményezéseknek. Láthattuk, hogy az eltérő természeti erőforrások és gazdasági körülmények ellenére a vállalkozói hajlandóság mértéke hasonló, ami a jelenség kulturális meghatározottságára hívja fel a figyelmet, ezért jogos további szociológiai és antropológiai vizsgálata.

Nem ez a helyzet, amennyiben a vállalkozások kialakulásának és fejlődésének történetét vizsgáljuk: ez konjunktúra és erőforrásfüggő. Az Illyefalván tevékenykedő nagyvállalkozók egy része nem helyi, számukra a város közelsége, az előnyös hitelfeltételeket kínáló LAM megjelenése „tette vonzóvá” a falut a befektetések számára. Az intézményi kontroll¹¹ hatására idejében újtjára indultak az életképes és „tiszta” vállalkozások. Ehhez képest Gyergyóalfaluban a vállalkozói magatartás erőteljesebb közösségi-normatív szabályozás alatt áll. A falu nyilvánossága a sikeres vállalkozók demonstratív életformáját és a fafeldolgozás körüli „szürke” ügyleteit egyaránt figyelemmel kíséri: ennek alapján értékeli és szankcionál. Talán ennek köszönhető, hogy egyes helyi, a közvetlen közösségi kontrolltól szabadulni kívánó vállalkozók a városra költözés alternatíváját választják.

11. J. S. Coleman (1988) szerint az informális struktúrák (család és/vagy közösség) nyomását bizonyos esetekben a formális (intézményi) kontroll helyettesíti.

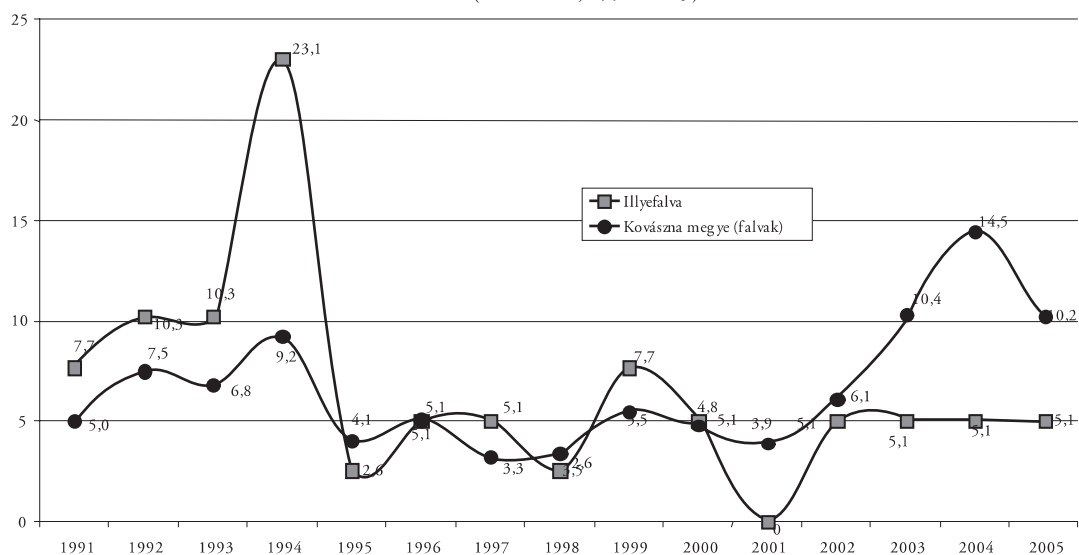
MELLÉKLETEK

A vállalkozások bejegyzésének üteme Gyergyóalfaluban és Hargita megye falvai ban (százalékban, 1991–2005)



1. Vállalkozások bejegyzése Gyergyóalfaluban

A vállalkozások bejegyzésének üteme Illyefalván és Kovászna megye falvai ban (százalékban, 1991–2005)



2. Vállalkozások bejegyzése Illyefalván

3. A kutatásban szereplő interjúalanyok fontosabb jellemzői

1. 27 éves férfi, erdészeti szakközépiskola – faipari és szállítással foglalkozó vállalkozás tulajdonos-vezetője
2. 41 éves férfi, fémforgácsoló szakközépiskola – áruszállítással foglalkozó vállalkozás tulajdonos-vezetője
3. 57 éves férfi, vendéglátó-ipari szakközépiskola – mezőgazdasági vállalkozás tulajdonosa és vezetője
4. 44 éves nő, kereskedelmi szakközépiskola – kereskedelmi vállalkozás tulajdonosa és vezetője
5. 53 éves nő, állatorvosi egyetem – állatgyógyászati termékeket forgalmazó egyéni vállalkozás tulajdonosa
6. 38 éves férfi, géplakatos szakiskola – építőipari egyéni vállalkozás tulajdonosa
7. 54 éves férfi, borbély szakiskola – szolgáltatások terén működő egyéni vállalkozás tulajdonosa
8. 52 éves férfi, gépszerelő szakközépiskola – szolgáltatások terén működő vállalkozás tulajdonos-vezetője
9. 32 éves férfi, asztalos szakiskola – fafeldolgozó egyéni vállalkozás tulajdonosa
10. 46 éves férfi, szücs szakiskola – vendéglátó-ipari egységet működtető vállalkozás tulajdonos-vezetője
11. 47 éves férfi, fémforgácsoló szakközépiskola – kereskedelmi vállalkozás tulajdonosa és vezetője
12. 43 éves férfi, gépészmérnöki egyetem – faipari vállalkozás tulajdonosa és vezetője
13. 28 éves férfi, fafaragó szakközépiskola – fafeldolgozó vállalat tulajdonos-vezetője
14. 29 éves férfi, könnyűipari gépszerelő szakközépiskola – faipari vállalkozás tulajdonosa és vezetője
15. 54 éves férfi, vasöntő szakiskola – fafeldolgozó vállalat társtulajdonosa és vezetője
16. 56 éves férfi, asztalos szakiskola – faipari vállalkozás tulajdonos-vezetője
17. 47 éves férfi, mezőgazdasági szakiskola – faipari vállalkozás tulajdonosa és vezetője
18. 28 éves férfi, villanszerelő szakiskola – kereskedelmi vállalkozás tulajdonosa és vezetője
19. 27 éves férfi, szücs szakiskola – fafeldolgozó és szolgáltatásban működő vállalat vezetője és tulajdonosa
20. 48 éves férfi, könyvelői szakközépiskola – mezőgazdasági vállalkozás résztulajdonosa és vezetője
21. 58 éves férfi, fémforgácsoló szakközépiskola – mezőgazdasági vállalkozás tulajdonosa és vezetője
22. 28 éves férfi, közgazdasági egyetem – fa- és építőipari vállalkozás résztulajdonosa és vezetője
23. 51 éves férfi, geológiaegyetem – szolgáltató szektorban működő vállalkozás társtulajdonosa és vezetője
24. 55 éves férfi, vasesztergályos szakközépiskola – szolgáltatások terén működő egyéni vállalkozás tulajdonosa és vezetője
25. 39 éves férfi, állatorvosi egyetem – húsfeldolgozó-ipari vállalkozás társtulajdonosa és vezetője

26. 32 éves férfi, állategészségügyi szakközépiskolai – szolgáltatások terén működő vállalkozás tulajdonosa és vezetője
27. 36 éves férfi, menedzseri főiskola – tejfeldolgozó-ipari vállalkozás társtulajdonos-vezetője
28. 46 éves férfi, építészmérnöki egyetem – építőipari vállalat résztulajdonosa és vezetője

FORRÁSJEGYZÉK

- Berger, B.: A modern vállalkozás kultúrája. In *Replika*. 1998, 29, 171–184.
- Bíró A. Z.–Bodó J.–Gagy J.–Oláh S.–Túros E.: Gazdasági elit a Székelyföldön. In Túros Endre (szerk.) *Változásban? Elemzések a romániai magyar társadalomról*. Csíkszereda, 1993, Pro-Print Könyvkiadó.
- Casson, M. C.: Introduction to Entrepreneurship. In *Entrepreneurship*. Brookfield–Vermont, 1990, Edward Elgar Publishing Limited, xii–xxv.
- Chell, E.–Haworth, J.–Brearley, S.: *The Entrepreneurial Personality. Concepts, Cases and Categories*. London–New York, 1991, Routledge.
- Coleman, J. S.: Social Capital in the Creation of Human Capital. In *American Journal of Sociology*. 1988, 94, 95–121.
- Czakó Á.: Kisvállalkozások a kilencvenes évek elején. In *Szociológiai Szemle*. 1997, 3, 93–116.
- Czakó Á.–Kuczi T.–Lengyel Gy.–Vajda Á.: A kisvállalkozások néhány jellemzője a kilencvenes évek elején. In *Közgazdasági Szemle*, 1995, XLII: 4, 399–419.
- Csata Zs.: *A vállalkozások elterjedtségének regionális különbségei Romániában*. Kolozsvár, 2004, Babeş–Bolyai Tudományegyetem (kézirat).
- Egyed Á.: *Falu, város, civilizáció*. Bukarest, 1981, Kriterion Könyvkiadó.
- Juhász P.–Mohácsi K.: A mezőgazdaság működését szolgáló főbb intézmények. In *Közgazdasági Szemle*. 1999, XLVI: 3, 231–244.
- Kelemen K.: Kisvállalkozások egy iparvárosban. In *Szociológiai Szemle*. 1999, 1.
- Kiss T.: Erdély vállalkozói (ön)képek. In Kovács É. (szerk.): *A gazdasági átmenet etnikai tájképei*. Budapest, 2004, Teleki László Alapítvány–PTK-BTK Kommunikációs Tanszék., 7–128.
- Kőhegyi K.: A kisvállalkozói szektor tagolódása. In *Közgazdasági Szemle*, XLV: 3, 261–276, 1998.
- Kuczi T.–Lengyel Gy.–Nagy B.–Vajda Á.: Entrepreneurs and Potential Entrepreneurs (The Chances of Getting Independent). In György L.–Offe, C.–Tholen J. (eds.): *Economic Institutions. Actors and Attitudes: East-Central Europe in Transition*. Budapest–Bremen, 1992.
- Kuczi T.–Vajda Á.: Kisvállalkozók társadalmi összetétele. In Lengyel György (szerk.): *Vállalkozók és vállalkozói hajlandóság*. Budapest, 1996, Közszolgálati Tanulmányi Központ–BKE Szociológia és Szociálpolitikai Tanszék.
- Kuczi T.: Vállalkozói kultúra – az életútak finalitása. In *Replika*, 1998, 29.
- Kuczi T.: *Kisvállalkozás és társadalmi környezet*. Budapest, 2000, Replika Kör.
- Laki M.: A tulajdon működtetése. In *Közgazdasági Szemle*. 2002, XLIX, 774–773.
- Laki M.–Szalai J.: *Vállalkozók vagy polgárok?* Budapest, 2004, Osiris Kiadó.

Lăzăroiu, S.: Rețele de capital social și antreprenori în Comișani. In *Sociologie Românească*, 1999, 2.

Lengyel Gy.: A vállalkozókedvről. In Lengyel György (szerk.): *Vállalkozók és vállalkozói hajlandóság*. Budapest, 1996, Közszolgálati Tanulmányi Központ–BKE Szociológia és Szociálpolitikai Tanszék.

Lengyel Gy.–Tóth I. J.: A vállalkozói hajlandóság terjedése. In *Szociológiai Szemle*, 1993, 1, 35–58.

Lengyel Gy.: Gazdasági szereplők és magatartások. In *Szociológiai Szemle*, 1998, 2.

Martinelli, A.: Entrepreneurship and Management. In Smelser–Swedberg (eds.): *The Handbook of Economic Sociology*. p. 529–555, 1994.

Portes, A.–Sensenbrenner, M.: Beágyazottság és bevándorlás: megjegyzések a gazdasági cselekvés társadalmi meghatározóiról. In Lengyel–Szántó (szerk.): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. Budapest, 1999, Aula, p. 58–77.

Radayev, V.: Practicing and Potencial Entrepreneurship in Russia. In Lengyel Gy. (ed.): *Entrepreneurship and Entrepreneurial Inclination*. Budapest, 1996, Közszolgálati Tanulmányi Központ–BKE Szociológia és Szociálpolitikai Tanszék.

Rimler J.: Kreativitás és vállalkozás. In *Közgazdasági Szemle*, 1998, XLV, p. 353–369.

Sandu, D.: Drumul antreprenorial: Fără încredere, dar cu relații. In *Sociologie Românească*, 1999, 2.

Schumpeter, J. A.: A vállalkozó. In Lengyel Gy. (szerk.): *A vállalkozó. Történeti gazdaszociológiai válogatás*. Budapest, 1982, Művelődési Kiadó, p. 29–58.

Stoyanov, A.: Private Business and Entrepreneurial Inclination in Bulgaria. In Lengyel Gy. (ed.): *Entrepreneurship and Entrepreneurial Inclination*. Budapest, 1996, Közszolgálati Tanulmányi Központ–BKE Szociológia és Szociálpolitikai Tanszék.

Timmons, J. A.: *The Entrepreneurial Mind*. Andover–Mass, 1989, Brick House Publishing.
www.roleg.ro