

## VÁLLALKOZÓK ÉS VÁLLALKOZÁSOK A KÜLÖNBÖZŐ KULTÚRÁKBAN

### BEVEZETÉS

Mit is értünk a vállalkozó illetve a vállalkozás fogalmán? Ha az angol köznapi szóhasználatot nézzük, ott a kicsi és új üzlet tartozik bele, a németben ehhez hozzákapcsolódik a hatalom és a tulajdon is. A magyar gyakorlatban (és az elméletben is) vállalkozónak számít a kistermelő, kiszolgáltató és a kistőkés. Tekintsük át röviden, hogy az idők folyamán hogyan fejlődött e kifejezés értelmezése.

Eredetét tekintve a „vállalkozó” kifejezés francia eredetű, „kapcsolatteremtő” vagy „közvetítő” jelent. A középkorban olyan személyt értettek alatta, aki nagymennyiségű árú szállításáért felelt.

A XVII. században az volt vállalkozó, aki az állammal kötött fix áras szerződés alapján a nyereség illetve a veszteség kockázatát viselte. 1725-ben Richard Chantillon ezt kiegészítette azzal, hogy a kockázatot viselő személy nem feltétlenül azonos a tőkét adó személlyel, majd 1797-ben Beaudeau a kockázatviselésen felül a vállalkozó feladataként nevezi meg a tervezést, szervezést és az irányítást is, és mindeközben az illetőnek tulajdonnal is rendelkeznie kellett.

A következő két évszázadban az értelmezések tovább fejlődtek: sikerült különválasztani a tőkenyereséget a vállalkozói nyereségtől (1803. Say), elkülönítették egymástól a pénzük kockáztatásával, illetve menedzseri képességeik alkalmazásával profithoz jutó embereket (1876. Walker), tulajdonságai közé bekerült, hogy energikus, mérsékelt kockázatot vállal (1961. McClelland), miközben maximálisan kihasználja a kínáló lehetőségeket (1964. Drucker).

1985-ben Robert Hisrich így foglalta össze: a vállalkozás valami új és érdekes dolog létrehozásának folyamata, amelyben a vállalkozó biztosítja a szükséges időt és erőfeszítést, vállalva a várható pénzügyi, pszichikai és társadalmi kockázatot és megkapja folyamat révén keletkező anyagis és személyes megelégedettséget nyújtó elismerést.

Kao szerint a vállalkozók katalizátorszerepet töltenek be a gazdaságban, Timmons pedig még azt is hozzáteszi, hogy a vállalkozó munkáját nemcsak saját, hanem a társadalom érdekében is végzi (Hisrich-Peters 1991 és Rimler 1998).

### MILYEN EMBER A VÁLLALKOZÓ?

A fenti megfogalmazásokból kiderült, hogy az a személy, aki vállalkozóvá válik, feladja addigi életmódját, időt és pénzt nem kímélve kockáztatja addigi életének eredményeit, azért, hogy várhatóan előbbre mozdítsa saját és környezete anyagi és társadalmi jólétét. Feltételezhetjük, hogy ezek a személyek lényeges tulajdonságaikat tekintve nagyban hasonlítanak egymásra. De mik ezek a lényeges tulajdonságok?

A magyarországi vállalkozók vizsgálata alapján (Kő 2002.) több jellemzőt is fontos megemlíteni. Az egyik legnyilvánvalóbb jellemző az önállóság kifejeződése, amely ösztönzi az embereket a problémamegoldásra, és az ahhoz szükséges ismeretek elsajátítására. Ez veleszületett tulajdonság, de a környezettől függ, hogy továbbfejlődik-e vagy inkább elsorvad. A továbbfejlődéshez szükséges, hogy a szülők a gyermeknek autonómiát biztosítsanak, azaz olyan lénynek tekintsék, aki önálló akaratral rendel-

---

<sup>109</sup> Sasné Grósz Annamária egyetemi tanársegéd a Veszprémi Egyetemen és PhD hallgató a Széchenyi István Egyetemen.

kezik, és kezdeményezéseit bátorítsák. A gyerekek akkor tudják kialakítani elképzeléseiket saját cselekedeteik következményeiről, ha a szülők bátorítják őket a tapasztalatszerzésre, azzal együtt, hogy rámutatnak azokra a következményekre, amelyek a gyermekek viselkedéséből fakadnak. Ily módon a gyermekben kialakul az a meggyőződés, hogy az életben minden a saját erőfeszítéseiken múlik. Természetesen előfordul, hogy cselekedeteik eredményeként nem sikert érnek el, hanem kudarcban lesz részük. A szülők segítségével azonban azt is látni fogják, hogy a kudarc csak annyit jelent, hogy a sikerért nagyobb erőfeszítéseket kell tenniük.

A múltbeli hatékonyságuk és tapasztalataik alapján a jövőre vonatkozóan előrejelzéseket tesznek, vagyis úgy gondolják, hogy ha viselkedésük eddig hozzájárult az eredmények eléréséhez, akkor ez a továbbiakban is így fog történni. Másként megfogalmazva, ha hiszünk abban, hogy a problémát meg fogjuk oldani, akkor nagyobb esélyünk van a sikerre. Ez a meggyőződés az ún. észlelt énhatékonyság, ami szintén jellemző a vállalkozókra. Ennek a kifejlődésében szintén nagy szerepe van a szülői bátorításnak, dicséretnek, elismerésnek. Leginkább akkor tud az énhatékonyságban való hit kialakulni, ha a gyermeket körülvevő környezet, a család viszonylag állandó szabályok szerint működik, mert így a gyermek a világot biztonságosnak, kiszámíthatónak érzékeli, ezzel növekszik a magabiztossága és az önállósága is.

Fiatal felnőtt korban a család szerepe, befolyásoló hatása már háttérbe szorul, a munkahelyi tapasztalatok jutnak nagyobb szerephez. A vállalkozók vizsgálata során kétféle hatással találkozhatunk, amelyerősítette a megkérdezettek önállóságra való törekvését, illetve növelte kezdeményező-készségüket.

Mindegyik esetben fontos, hogy a munka szakmailag megfelelő kihívást jelentett, gondolatébresztő közegben zajlott. Az egyik típusú munkahely lehetőséget biztosított az önálló elképzelések megvalósításához, és ezeket a felettesek és a tágabb környezet is támogatta. A másik típusú munka esetében csak a szűk munkaterületen volt lehetőség az önállóságra, de ennek eléréséhez folyamatosan küzdeni kellett a felettesekkel. Mindkét munkahely hozzájárul az önállóság fejlődéséhez, de az utóbbi eset talán keményebbé, szívósabbá teszi az embert.

Az önálló munkavégzés lehetősége kedvez az ötletességnek és a problémamegoldásnak is, vagyis a kreativitásnak. A kreativitás egy olyan képesség, amely mindenkiben jelen van, a különbség az egyes emberek között abban mutatkozik meg, hogy ez a készség milyen színvonalon és hogyan nyilvánul meg. Önmagában azonban sosem elég a sikerhez, megfelelő háttértudásra és kitartásra is szükség van. Ahhoz, hogy a működő, meglévő rendszereken újítani tudjanak, szükséges, hogy a jól bevált módszereket és szabályokat alaposan ismerjék. Át kell gondolni, melyek azok a részek, amiket a régiből érdemes átmenteni az újba, és melyek azok a részek, amelyek gátolják a fejlődést.

A régebbi rendszerekre, tradíciókra való építkezés az életmódjukra is jellemző: legtöbbször családja a hagyományos modell szerint épül fel, és gyermekeiket is konzervatív értékrendszer szerint nevelik.

A sikeres vállalkozói tevékenység végzéséhez a vizsgálat eredményei szerint alapvető feltételnek tűnik, hogy a vállalkozók rendelkezzenek a funkcionális autonómia képességével. Ez azt jelenti, hogy az egyének által végzett tevékenység nem alapvető fizikai vagy pszichés szükségletet kell, hogy kielégítsen, hanem maga a tevékenység végzése, az abban való elmélyülés az, ami a vállalkozó számára örömet szerez. Ezáltal a vállalkozó rugalmasabb lesz a változásokkal szemben, problémák esetén nem szorong, kitartóbbá és megfontoltabbá válik. Nyilvánvalóan ez a jellemző ritkán érvényesül a vállalkozás működésének kezdeti időszakában, általában csak hosszú évek során sikerül a szükségszerű munkavégzésen túl lépni.

Ez a képesség segíti a vállalkozót abban is, hogy a környezettől független ítélőképességgel rendelkezzen. Erre feltétlenül szüksége van munkája során, hiszen a meglévő kreatív képességei alkalmazásával létrejövő új ötletek sok esetben idegenkedést, vagy ellenérzéseket válthatnak ki a környezetből. Szükség van arra, hogy ilyen esetekben a vállalkozó befolyásolhatatlan legyen, a környezet véleményétől függetlenül tudja látni, megítélni a felmerülő gondolatokat, újdonságokat. A független ítéletalkotás nem csak a saját ötletek értékelésénél segíthet. Valamennyi megkérdezettnél kiderült, hogy erre a képességre szükség van a környezetben bekövetkező események értelmezésénél is. Fontos, hogy a többi-

eknél hamarabb észleljék és megfelelően értékeljék a lehetőségeket, mert ez a kompetens cselekvések forrása.

A szakmai hozzáértésen felül a sikeres vállalkozás fokozott kitartást is igényel, amelyhez szükséges, hogy a vállalkozni kívánó személy jól tűrje a feszültséget és rugalmas legyen. Feszültséget okozhat, ha munkája során akadályokkal találja magát szemközt, vagy az is, ha tevékenységének eredménye csak a távoli jövőben várható. A feszültség persze nem feltétlenül negatív hatású. Vizsgálatok során kiderítették, hogy a feszült helyzetekben az emberekben ébredő szorongás éberséget eredményez, és ezzel nagyobb teljesítményekre ösztönöz. Ez azonban csak egy bizonyos szintig igaz, a túlzott mértékű szorongás fokozottan rontja a hatékonyságot, sokszor teljesen cselekvésképtelenné teszi az embereket. A feszültségtűrő képességnek az emberi kapcsolatok terén is hasznát vehetik. Különösen a nagyobb vállalkozók, akik már több dolgozót is foglalkoztatnak, naponta kerülhetnek konfliktushelyzetbe, de a kisebb vállalkozók is szembe kerülhetnek hasonló problémákkal a vállalat ügyeinek intézése, illetve tárgyalások közben. Általánosságban elmondható, hogy a sikeres vállalkozók kimondottan társas lények, hajlanak a megegyezésre és kiváló konfliktuskezelők. Emellett meg van az a képességük, hogy rá tudnak venni másokat arra, hogy a számukra legmegfelelőbb módon cselekedjenek. Éppen ezért a felmerülő problémákat általában nem fenyegetésként, kellemetlenségként fogják fel, hanem megoldásra váró feladatként.

Ezt a hozzáállást akkor tudják megvalósítani, ha részletekbe menően ismerik a cég teljes működését, céljait, mert csak így tudják összehangolni a megoldásra váró problémát és a vállalat erőforrásait. Ugyanakkor a részletek mellett globális gondolkodásmódra is szükség van, hogy megfogalmazhassa hosszú távú elképzeléseit. E két gondolkodásmód egymás melletti megléte természetesnek tűnhet, de döntéshozatal során nehéz lehet őket egyidejűleg alkalmazni. Nehéz egyszerre az apró részletekre is ügyelni, miközben a távoli következményeket is egyidejűleg próbálják szem előtt tartani.

A leírtakból kiderül, hogy a sikeres vállalkozónak igen sokoldalúnak kell lennie, sokszor egymásnak ellentmondó tulajdonságokkal kell egyszerre rendelkeznie. Éppen ezért rendkívül büszkéek arra, amit elértek, másrészt a munkához való hozzáállásukat a szerénység jellemzi: a legkisebb eredményt is nagyon megbecsülik.

## VÁLLALKOZÁS ÉS KULTÚRA

A korábban ismertetett vállalkozó-vállalkozás definíciók lényege, hogy a vállalkozást a szüntelen megújulás képessége jellemzi. A vállalkozó alkalmazkodik a piachoz, ugyanakkor kockáztat is: előre nehezen megjósolható hasznot hozó ötleteket kutat fel és próbál megvalósítani.

Weber szerint a modern vállalkozó érzelmi, erkölcsi alapokat mellőzve, tisztán anyagi szempontok szerint igazodik a piaci lehetőségekhez. Ha feltételezzük, hogy ez a magatartásforma általánosan elfogadottá válik a vállalkozók részéről, vagyis kialakul egy szabály, ami alapján az egyének adott helyzetben döntenek, akkor kiszámíthatóvá válik a gazdasági élet résztvevőinek viselkedése. Weber szerint a vállalkozónak ez a típusa a protestantizmus értékrendszerében formálódott ki, és ennek eredményeképpen a tradicionális, helyi kultúrákba beépülő vállalkozásokat felváltja az egyetemes vállalkozói kultúra. Így a piaci lehetőségekhez való alkalmazkodásnak nincsenek többé nemzetekhez köthető sajátosságai, a vállalkozói magatartást csak a gazdaság irányítja. Ezen elmélet szerint a kapitalista gazdaság folyamatosan ismétli önmagát (Weber 1982). Ennek ellentmond, hogy a piacgazdaság egy dinamikus rendszer. Ha Weber elgondolása helyes, mi magyarázza a rendszerben rejlő dinamizmust? Schumpeter szerint azok a vállalkozók biztosítják a folyamatos megújulást, akik időről időre szembefordulnak az elfogadott szabályokkal, és kockázatos, racionálisan alá nem támasztható döntéseket hoznak. Ezen egyének motivációi között felfedezhető a szubkultúrák közötti különbségek hatása. Ha pedig ezen különbségek képesek új megoldásokra ösztönözni a vállalkozók egy rétegét, akkor az azt jelenti, hogy Weber elképzelésével ellentétben nem létezik egy egységes vállalkozói kultúra (Kuczi 1998a). A hatékony gazdasági stratégiák kialakításának többféle módja létezik. A kultúrák sokfélesége különböző megoldásokra, alkalmazkodásra ad lehetőséget.

## Vállalkozások Magyarországon

A vállalkozások léteztek már a történelem előtti időkben is, ilyenek voltak például a kézművesek, vagy később a kereskedéssel foglalkozó itáliai hercegek. Jelentős mennyiségű tőke ezen tevékenységek eredményeként nem halmozódott fel, és gazdasági fejlődés sem indult be. A XVII. és a XVIII. században bekövetkezett változások eredményezték az új életmódok és új gondolkodásmód kialakulását. A legjelentősebb változás a munkához való viszony átalakulása. A kálvinizmus hatására a munka lényege a haszonszerzés helyett az üdvözülés lett. A munka öncéllá vált. Megváltoztak a kapcsolatok az üzleti életben: a kálvinizmus szigorú előírásai minden ügyletben megkövetelték az ígéretek betartását és a becsületességet, ezzel megalapozták a személyes felelősséget. Ugyanezen változás jellemzi a magánszemélyek közötti kapcsolatokat is, és ez a családon belüli bizalom kialakulását is elősegítette. Elismerésben részesültek olyan értékek, mint a szorgalom, a megbízhatóság, hűség felelősség és lassan a küzdelem és az igyekezet az élet részévé váltak. A tőkefelhalmozás pedig annak köszönhetően alakult ki, hogy a kálvinizmus hívei képtelenek voltak elviselni a halál utáni üdvözülés bizonytalanságát, így az evilági jólétet, mint a túlvilági üdvözülés jelét kezdték értelmezni. Ebből alakult ki idővel, hogy a jómód az egyének értékének általánosan elfogadott mértéke lett. Az emberek nem tudtak azonban minden luxust megengedni maguknak, amit a pénzükért megkaphattak volna, ezért tőkéjüket újból befektették. Ennek eredményeként egy új, más minőségű életmód alakult ki (Berger 1998).

Magyarországon a szocializmus időszakában ezek a változások nem tudtak felszínre törni. Kérdés akkor, hogy hogyan történhetett meg, hogy 1989 után a magánvállalkozás szinte berobbant a magyar gazdaságba? Hiszen a rendszerváltás utáni első években a vállalkozók száma évi százezerrel gyarapodott.

Az, hogy éppen kiből lett vállalkozó és kiből nem, több módon is magyarázható. Az első nyilvánvaló indok, hogy az embereknek különböznek a személyes adottságaik. Az egyik kockázatkereső, nagy benne az önállóságra törekvés, a másik óvatosabb, és fontos neki a biztonság. Schumpeter szerint az válik vállalkozóvá, akit a hatalomvágy visz előre (Schumpeter 1982).

Egy másik lehetséges magyarázat a kultúrát helyezi előtérbe. Ha a személyes jellemzők szabnák csak meg, ki lesz vállalkozó, akkor egy egyszerű személyiségtesztrel eldönthető lenne, ki lesz sikeres vállalkozó. A vállalkozókra jellemző tulajdonságok azonban kultúrától függően más-más tevékenységekben ölthetnek formát: a nyugati kultúrában vállalkozó lesz az ilyen emberekből, máshol csak a törzsi szertartásokat megújító sámán (Kuczi 1998b).

A kulturális alapokat preferáló vizsgálatok arra a kérdésre keresték a választ, hogy mely társadalmi csoportokból kerülhetnek ki nagyobb eséllyel a vállalkozók. Az eredmények szerint az átlagosnál iskolázottabb, több éves munkahelyi tapasztalattal rendelkező középkorú férfiakból nagyobb valószínűséggel lesz vállalkozó, mint másokból. Ez leginkább a nyolcvanas évek végén volt jellemző, a kilencvenes évek közepére az iskolázottság és a szakmai tapasztalat veszített jelentőségéből. Új, alacsonyabb presztízsű csoportok jöttek létre, akik életkorukat tekintve is más társadalmi csoportba, a fiatalabbak közé tartoztak: az ügynökök és utcai árusok tábora. Ennek ellenére még ebben az időszakban is elmondható, hogy az önálló tevékenységet végzők iskolázottabbak az alkalmazottak átlagánál, sőt bizonyos csoportokban (kft., bt-tulajdonosok, kisiparosok, kiskereskedők) kivételesen jól képzeteknek nevezhetők. Az iskolázottabbaknak nemcsak az önállóvá válásra nagyobb az esélyük, hanem a vállalkozói körben való bent maradásra is. Javul a megmaradás esélye a kisvállalkozások versenyében, ha a tulajdonos diplomás. A megszűnő kisvállalkozások nagy része ahhoz a csoporthoz tartozik, amelybe gyakorlatilag kapcsolati, tapasztalati és anyagi tőke nélkül is be lehetett lépni, vagyis az ügynökökhöz (Czakó 1997).

Ha összehasonlítjuk a lehetséges és a tényleges vállalkozók társadalmi jellemzőit, akkor azt láthatjuk, hogy a két csoport meghatározó vonásaikban megegyezik. Azok gondolják úgy, hogy szeretnének megpróbálkozni a vállalkozással, akiknek (a vállalkozók társadalmi jellemzőit figyelembe véve) ténylegesen legnagyobb az esélyük rá. Ez az egybeesés nem tudatos számbavétel eredménye: az emberek nem hasonlítják valamennyi társadalmi jellemzőjüket a már működő vállalkozások vezetőihez, inkább a körülményeik alakulását hozzák fel indokként a vállalkozás alapításához. Ezek a szubjektívnek tűnő döntések azonban adódnak a kockázatvállalási készségükből, tehetségükből, jövőjük feletti kont-

roll iránti igényükből. Ezeknek a kialakulását pedig a gyermekkorukban őket körülvevő kultúra tudja befolyásolni.

A modern nyugati világban és Magyarországon is a vállalkozói szellem kialakulása a paraszti kultúrára vezethető vissza. A paraszti munkában szükség volt a kemény munkára, korai kelésre, folyamatos igyekezetre a sikerhez, és a befektetett energia általában nem állt arányban az elért jövedelemmel. A gyári munka sokkal vonzóbbnak tűnhetett: kevésbé fárasztó volt és több szabadidőt hagyott. Mégis sokan a paraszti életet választották, mert az önállóság megteremtése és megtartása az egyik legfontosabb értéke volt ennek a kultúrának. A két világháború között ennek megléte vagy hiánya két, egymástól élesen elkülönülő csoportba osztotta a parasztokat. Az önállóság elérése volt minden cselekedetük mozgatója (Kuczi 1998b). Ez az önállóságra törekvés a hajtóereje a mai kisvállalkozásoknak is.

Geertz szerint a nem piaci gazdaságok átalakulását mindig megelőzi egy lassú társadalmi és kulturális átalakulás (Geertz 1963). A magyarországi hirtelen változás is ezzel magyarázható. A korábbi paraszti kultúrából sok emberben megmaradt értékek befolyásolták döntéseiket. A leendő vállalkozók életútja már a rendszerváltás előtt is az önállóság irányába haladt. Ez leginkább a munkahelyválasztásban, élethelyzeteik megoldásában nyilvánult meg: a későbbiek során felhasználható szakmai tapasztalatokat, kapcsolatokat, anyagi eszközöket gyűjtötték össze. Amikor pedig a jogi korlátok lehetővé tették, már sok százezer ember állt készen a vállalkozásalapításra. A rendszerváltás előtti Magyarországon a mindennapok gyakorlatában olyan kultúra, olyan rendszer alakult ki, amely képessé tette az emberek egy részét az önállóság kiépítésére, megvalósítására (Kuczi 1998b).

### **Családi vállalkozás Hongkongban**

Kína gazdasága az utóbbi évtizedekben igen gyorsan fejlődött. Hatalmas piac, vonzza a befektetéseket, és politikai változása is kedvező. A gazdaság megváltozása az 1979-ben megkezdődött reformfolyamatokra vezethető vissza. Ekkor kezdődött meg a centralizált tervgazdasági rendszer lebontása és az exportorientált gazdaságfejlesztés. A gazdaság súlypontját az aktív kereskedelemre, a külföldi technológia és tőke behozatalára helyezték. Sokszektorú gazdasági rendszer alakult ki, amelyben elméletileg bármilyen tulajdonosi szerkezettel rendelkező vállalat (állami, szövetkezeti, magán külföldi) egyenlő eséllyel működhetett. A reform második szakaszában kialakuló átmeneti gazdasági rendszerben nagymértékben csökkent a kötelező tervmutatók száma, és nagyobb szerephez jutottak a piaci szabályozás módszerei, sőt, a nyolcvanas évek közepén (igaz, kísérleti jelleggel) a részvénytársasági rendszert is alkalmazták. 1992-től új intézményrendszert kezdtek el kiépíteni a reform összehangolt folytatása érdekében. A piacgazdaságra való áttérés során nem a gyors privatizációt alkalmazták, hanem fokozatosan próbálták hozzászoktatni a gazdasági élet szereplőit a piaci viszonyokhoz és a hatékonyabb gazdálkodás követelményeihez. A reform jelenlegi fázisának (2000–2010 időszak) legfőbb céljai a kínai gazdaság nemzetközi versenyképességének növelése, az információs társadalom kialakítása, és ennek érdekében a gazdaság szerkezeti átalakítására, az elmaradottabb tartományok és az infrastruktúra fejlesztésére törekednek. Az eddigi szerkezeti változások eredményét jelzi, hogy a magánszektor, amely a reform, vagyis 1979 előtt gyakorlatilag nem volt jelen Kínában, 1998-ban már a kínai ipar egyharmadát tette ki (Simon 2001).

A sikerhez a gazdasági átalakulás mellett a kulturális tényezők is nagymértékben hozzájárultak. Bár a hagyományos társadalomtudományi felfogás szerint a családiasság és a gazdasági fejlődés egymással össze nem egyeztethető fogalmak, Janet Salaff kutatásai alapján úgy tűnik, Hongkongban az utóbbi évtizedekben a család volt a sikeres vállalkozások alapja. Kínában a kommunista és a nem kommunista vezetők is meg voltak győződve arról, hogy a kínai család legrégebbi értékei (családi szolidaritás, patrilineáris leszármazás, az ősök tisztelete és a gyermeki jámborság) negatív hatást gyakorolnak a gazdasági fejlődésre, ezért a Mao-korszakban rendeletekkel próbálták meg szétzúzni a társadalomronkoni kapcsolatokra épülő struktúráját. Pedig a későbbi kutatások azt mutatják, hogy a családi vállalkozás lényege ebben az országban a család, amely a termelés, a megtakarítás és a gazdasági verseny alapvető egysége, segíti a kockázatvállalást és az innovációs készségeket.

Salaff huszonnyolc hongkongi család megfigyelésénél azt találta, hogy a dolgozó lányok keresetük jelentős részét a családi kasszába teszik be. A megfelelő lakás, tartós fogyasztási cikkek beszerzése után a család a fiatalabb gyerekek taníttatására fordít jelentősebb összeget. Vagyis a jövedelmek összesítésével a család minden egyes tagjának helyzetén javítanak. Ily módon a bankok szerepét tulaj-

donképpen a családok töltik be, és maguknak a bankoknak nincs is túl nagy szerepük a helyi cégek létrehozásában.

A hongkongi kínaiak függetlenségre törekvése valószínűleg arra a múltbeli értékrendre vezethető vissza, hogy a testvérekre, mint a családi vagyona egyformán jogot formáló, önálló feleknek tekintették. Az önállóságra törekvés eredményeként tömegesen jelentek meg vállalkozók, de hiányoznak a megbízható, magas szintű vezetők és menedzserek.

A paternalista vezetési stílus szintén a kínai családmodellre vezethető vissza. Az apa vállalkozásvezető szerepe az apai tekintélyen alapul és ez nagymértékben segíti a cégek alkalmazkodóképességét. Szintén a kulturális örökségeknek köszönhető, hogy nagy a verseny a vállalkozások között. A családi cégek általában rövid életűek, nem tudnak (vagy csak ritkán) kialakulni oligopól csoportok illetve monopóliumok, amelyek akadályoznák a szabad versenyt.

Mivel ezek a jellemzők az ősi kínai kultúrából fakadnak, feltételezhetjük, hogy ezekkel a tulajdonságokkal, ezzel a vállalkozói potenciállal korábban is rendelkeztek a kínai emberek, de az állam korlátozta az érvényesülési lehetőségeket. Amikor ez a kényszer megszűnt, a családok belső mozgatórugói szabadon érvényesülhettek, ennek köszönhetően vált a családi vállalkozás a kínai gazdasági fejlődés egyik motorjává (Berger 1998).

### **Vállalkozás a fejlődő országokban**

A fejlődő országokban az elmúlt négy évtizedben igen nagy mértékű városiasodás játszódott le. A városok száma évente 5-8 százalékkal nőtt, lakosaik száma pedig 10-15 évente megduplázódott. Az országok vezetése nem tud megbirkózni az ebből származó problémákkal. A városba áramlókkal szemben a kormányok ellenségesen viselkednek, ezért a városi szegények kénytelenek rejtőzködni, képzettség és erőforrások nélkül, csak saját találékonyaságukra építve boldogulni. Ebben a rétegben hatalmas erő rejtőzik, amelynek középpontjában a család, a háztartás és a vállalkozás áll. A szegények között nagyfokú együttműködés és kölcsönös bizalom alakul ki. Közöttük kevesebb család bomlik fel, kevesebb az apátia, törekvőbbek és bizakodóbbak az emberek, mint az várnánk. Íratlan törvényeik szerint élnek: „dolgozz keményen, spórolj, verd át az államot, szavazz körültekintően, és soha ne téveszd szem elől gazdasági érdekeidet, és tanítsd gyerekeidet a jövőjük és saját nyugdíjbiztosításod érdekében” (Peattie é.n.).

Ezek a követelmények elősegítették az önfegyelem és a vállalkozásra való törekvés kialakulást ebben a közegben, méghozzá olyan mértékben, hogy a harmadik világbeli országok némelyikében a városi munkaerő 70 százaléka a háztartásokra épülő informális szektorban dolgozott.

Itt a kisvállalkozói tevékenység a családhoz és a háztartáshoz kötődik. A család minden munkaerejét kihasználják a fiatal gyerekektől kezdve az idősebbekig, nagyon sokszor női vezetővel a vállalkozás élén. A nők gazdasági tevékenysége a családhoz kapcsolódó értékeken alapszik. Kemény, kitaró munkával küzdenek azért, hogy a család túléléséhez megteremtsék a gazdasági alapokat. A férfiak a nők által biztosított háztartásgazdaság támogatásával keresgélnek munka után a formális szektorban.

A harmadik világban - eltérő kulturális környezetük ellenére igaz ez Mexico Cityben, Nairobiban, Lima-ban, Rio de Janeiroban – a szegények körében a család a legfontosabb érték. A sikert csak a családtagok összefogása tudja biztosítani.

### **Vállalkozás Indiában**

Dél-Ázsia népeinek kultúrája alapjaiban különbözik az európai népek kultúrájától. Max Weber szerint a dél-ázsiai államok kultúrája (elsősorban a két uralkodó vallás, vagyis a hinduizmus és a buddhizmus) gátolja a gazdaság fejlődését.

A hindu vallási és társadalmi értékrendből hiányoznak a nyugati kultúrában bevált normák, a hatékonyság, szorgalom, pontosság, becsületesség és a hosszú távú tervezés. Ráadásul úgy tűnik, a kasztok közötti verseny az ország fejlődésének rovására dül, ennek köszönhető a gazdaság stagnálása.

A kasztrendszer lehetetlenné teszi a társadalmi mobilitást és a gazdasági fejlődést. Az empirikus kutatások szerint a kasztrendszer és a gazdaság között ennél mélyebb összefüggések vannak. A kasztok továbbra is meghatározó szerepet játszanak a munkaerőpiac formálásában, ennek ellenére jelenlétük sok vonatkozásban pozitívan hat a gazdaság teljesítményére. Az öt szigorúan elkülönített csoport (varnák): papok, katonák, kereskedők, dolgozók, kívülállók mellett ugyanis léteznek a kaszton belül szerveződő családközösségek (jatik) is. Ezek azonos foglalkozású családokból állnak (például fodrászok, földművesek, fazekasok, aranyművesek), így tulajdonképpen a társadalmi munkamegosztást szervezik meg. Az így létrejövő „jajmani-rendszer” (vagyis a „jatik” közötti együttműködési és kapcsolattartási hálózat) biztosítja a különböző foglalkozású családok közötti árucserét, és a társadalmi csoportok közötti átjárást. Ezen családközösségek emelkedése több tényezőtől függ:

- A közösség nagyságától, a közöttük lévő összetartó erő nagyságától és a vezető személyétől
- A család által birtokolt földterület nagyságától
- A család által végzett munka tisztaságától.

Ilyen értelemben a kasztrendszer csak a munkaerő minőségére van hatással, mert korlátozza az oktatási lehetőségeket és bizonyos foglalkozásokat (melyeket tisztátalannak tart) kiközösít. A kultúra tehát a munkaerő-piacon kialakuló egyenlőtlen versenyen keresztül hat a gazdaság fejlődésére.

Az indiai vállalatok szinte minden esetben a kaszton vagy a rokonságon belüli kapcsolatokra alapozva működnek, a családi és az üzleti élet összeolvad. Ennek oka szintén a kultúrában keresendő: a nyugati szemlélettel ellentétben itt az egyéni vállalkozást alacsony rangú, megvetendő tevékenységnek tartják (Adams 2001).

## ÖSSZEGRÉS

Megvizsgálva néhány, egymástól jelentősen eltérő kultúrájú országban a vállalkozások jellemzőit megállapítható, hogy van egy elem, amely minden kultúrában alapot ad a vállalkozáshoz: ez az elem pedig a család. Jelentősége eltérő az egyes országokban. A nyugati kultúrában és Magyarországon is inkább csak támogató szerepe van, a biztos háttérrel jelentik a vállalkozónak, ami mellett nyugodtan végezheti munkáját. Családjuk tradicionális modell szerint épül fel és működik, a családon belül és a gyermekek nevelésében a hagyományos értékek kapnak nagyobb hangsúlyt.

A keleti, a dél-ázsiai és a harmadik világbeli országokban ennél sokkal nagyobb szerepet kap: a vállalkozás létrejöttének előfeltétele a család megfelelő működése, a rokoni kapcsolatok kiterjedt körének megléte. E köré szerveződik a vállalkozás egész működése.

A különbség részben az eltérő motivációkból fakad: míg Európában a vállalkozás indításában igen nagy hangsúlyt kap az önállóságra törekvés, addig a bemutatott többi országban az egyéni tevékenység elindítása sokszor az egyetlen lehetőség a fennmaradásra, a túlélésre. A család szerepének megítélése, a vállalkozásban betöltött pozíciója azonban kultúrafüggő is. A nyugati társadalmakban tanúi lehetünk a hagyományos családmodell felbomlásának, a nők nagymértékű önállósodásának. Ezzel szemben a harmadik világban élő nők célja nem a függetlenedés, hanem az, hogy a férfiakat is integrálják a háztartásba, mivel ez az egyéni és a családi boldogulás egyetlen lehetséges útja.

Összegezve tehát elmondható, hogy a kultúrák különbözősége nincs hatással az emberek vállalkozói képességeire, még az indiai kasztrendszer keretein belül is képesek vállalkozások működni, inkább a működés alapjait és rendező elveit alakítja másként.

## IRODALOM

- Adams, J. (2001): Culture and Economic Development in South Asia – The Annals of The American Academy of Political and Social Science, 573. vol. 1. no. 152–175. p.
- Berger, B. (1998): A modern vállalkozás kultúrája. Replika 29. 1998. március 157–170. o.
- Czakó Ágnes és munkatársai (1997): Megszűnt és működő vállalkozások, 1993–1996. Magyar Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, Budapest.
- Geertz, C. (1963): Peddlers and Princess. Chicago, The University of Chicago Press.

- Hisrich, R. D.–Peters, M. P. (1991): Vállalkozás: Új vállalkozások indítása, fejlesztése és működtetése. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Kő Natasa (2002): A nagyvállalkozói mélyinterjúk pszichológiai értelmezése. *Közgazdasági Szemle*, XLIX. Évf. 2002. január, 59–73. o.
- Kuczi Tibor (1998a): Vállalkozás és kultúra. *Replika* 29. 1998. március, 153–155. o.
- Kuczi Tibor (1998b): Vállalkozói kultúra – az életutak finalitása. *Replika* 29. 1998. március, 157–170. o.
- Peattie, L. (é.n.): The Concept of Marginality as Applied to Squatter Settlements. MIT Department of Urban Planning. Kézirat.
- Rimler Judit (1998): Kreativitás és vállalkozás. *Közgazdasági Szemle* XLV. évf. 1998. április, 353–369. o.
- Schumpeter, J. (1982): A vállalkozó. In: A vállalkozó. Lengyel György szerk. *Szociológiai Füzetek* 28. sz. 29–58. o.
- Simon György, ifj. (2001): Reform és növekedés Kínában. *Közgazdasági Szemle*, XLVIII. évf. 2001. július–augusztus, 673–692. o.
- Weber, M. (1982): A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme. Budapest, Gondolat Kiadó.