

A területi tőke és a családi vállalkozások kapcsolatának vizsgálata

Polster Csilla

A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy milyen kapcsolat figyelhető meg egy régió területi tőkéje és az ott működő családi vállalkozások között.

Ahhoz, hogy a családi vállalkozások és a területi tőke bizonyos elemei közötti kölcsönhatásról átfogó képet kapjunk, a tanulmány egyrészt a kutatási területek tudományos irodalmára, a korábbi kutatásokra épül. Másrészt két üzleti tanulmány kerül bemutatásra, amelyeknek alapját a családi vállalkozásokkal készített mélyinterjúk adják.

A vizsgált családi vállalkozások esetén még nem zajlott le a generációváltás. Az elemzett családi vállalkozások a ZitaTextil Bt. és az Épületcenter Kft.. A kutatás eredményeképpen a tanulmány példát ad a területi tőke társadalmi és kulturális hatásaira a családi vállalkozásokra, valamint a családi vállalkozások növekvő erejére a területi tőkére vonatkozásban. A vállalati regionális szerepvállalás és a beágyazottság, valamint a területi tőke között erős kölcsönhatás mutatkozik.

Kulcsszavak: területi tőke, családi vállalkozások, beágyazottság, kölcsönhatás, győri régió

1. Bevezetés

A kutatás célja annak vizsgálata, hogy milyen kölcsönhatás figyelhető meg egy régió területi tőkéje és az ott működő generációváltás előtt álló családi vállalkozások között.

A kutatás újszerűségét az adja, hogy korábban még nem vizsgálták a generációváltás hatását a vállalkozás beágyazottságára, területi tőkájére vonatkozóan.

Bár a családi vállalkozások régóta jelen vannak Magyarországon, többségüket a rendszerváltás körül alapították, a családi vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások az elmúlt években kezdődtek el intenzíven.

Ahhoz, hogy a családi vállalkozások és a területi tőke bizonyos elemei közötti kölcsönhatásról átfogó képet kapjunk, a dolgozat egyrészt a kutatási területek tudományos irodalmára, a korábbi kutatásokra épül. Másrészt üzleti tanulmányok kerülnek bemutatásra, amelyeknek alapját a családi vállalkozások tulajdonosaival készített mélyinterjúk adják.

A kutatás eredményeképpen a dolgozat példát ad a területi tőke családi vállalkozásokra gyakorolt hatásaira, valamint a családi vállalkozások növekvő erejére a területi tőkére vonatkozóan. A vállalati regionális szerepvállalás és a beágyazottság, valamint a területi tőke között erős kölcsönhatás mutatkozik.

A dolgozatban bemutatásra kerülnek a családi vállalkozás különböző megközelítései. Miután meghatároztam a családi vállalkozások koncepcióját és gazdasági jelentőségét, áttekintem a családi vállalkozásokat érintő trendeket és kulcskérdéseket. Ezután áttekintést adok a társadalmi tőkéről és a kulturális tőkéről. Ennek a kutatásnak a keretein belül arra törekedtem, hogy feltárjam a társadalmi és a kulturális tőke hatásait a családi vállalkozásokra.

A megkérdezett elődök és utódok az interjúban őszintén szóltak a régió társadalmi és a kulturális tőkéjére vonatkozóan. A régió társadalmi tőkéjéhez kapcsolódóan megismerhettem a vállalkozás helyi szintű hálózatait, kapcsolatait és tevékenységét, az önkormányzattal fenntartott kapcsolatát, társadalmi szervezetekhez való viszonyulását, a régióba való beágyazottságát, illetve regionális kötődését. A régió kulturális tőkéjére vonatkozóan feltérképezhettem a vállalkozás kapcsolatát oktatási és kulturális intézményekkel, oktatási és kulturális életre való hatását, közösségépítését, illetve innovációs életre ható impulzusát.

2. Szakirodalmi áttekintés

Ebben a fejezetben a témához kapcsolódó legfontosabb fogalmak néhány aspektusa kerül bemutatásra.

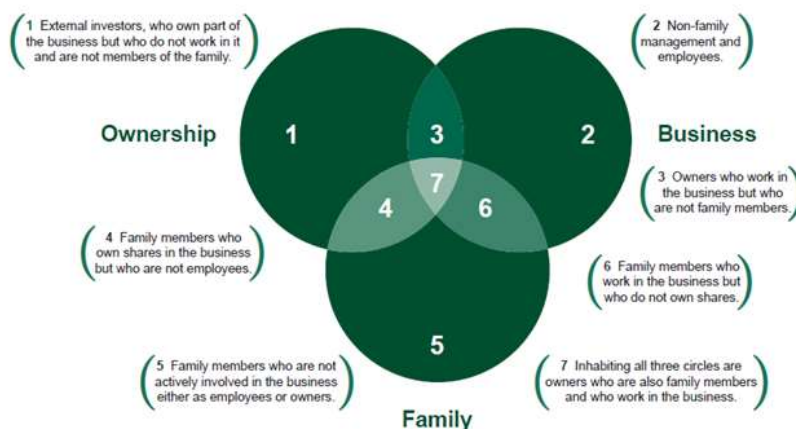
2.1. Családi vállalkozások

Az Európai Bizottság (Csákné 2012, in: Európai Bizottság 2009) által közzétett definíció a családi vállalkozásokra vonatkozóan az alábbi: egy vállalkozás a családi vállalkozások közé sorolható a méretétől függetlenül, ha

- a döntési jogok többsége az alapító, az ő szülei, gyermekei vagy rokonai kezében van,
- legalább egy családtag vagy egy tag a rokonságból formálisan is beleszól a működésbe,
- tőzsdén jegyzett cégek akkor, ha a részvények több, mint 25%-a a vállalkozás alapítója vagy megvásárlója, illetve az említett két típusú személy családja vagy leszármazottai kezében van.

A családi vállalkozásokban két rendszer összefonódik: család és cég. A családok részvétele a vállalatnál különböző mértékű lehet, gyakran a szakmai menedzsmentet bíznak meg az irányítással. Ebben az esetben a rendszer "három tényezőjű" rendszerré válik: család, tulajdonosok, menedzsment (1. ábra). Az ábrán látható lehetséges szerepek között a 7-es szám jelöli azt a személyt, aki családtag, tulajdonos és vezető egy személyben (Konczosné 2015).

1. ábra A családi cégek három pillére



Forrás: Gersick és társai, 1997: 6 alapján saját szerkesztés

A PricewaterhouseCoopers (2008) felmérésében azok a vállalkozások tekinthetők családi vállalkozásoknak, amelyekben a tulajdonlás legalább 51% -a egy vagy több hozzátartozó család tulajdonában van, a felső vezetés többnyire családtagokból áll, és a tulajdonosok látják el a napi üzemeltetési folyamatot. (pwc.com)

2.2. Társadalmi tőke

Rechnitzer (2016) leszögezi, hogy egy település egyedi jegyeit, jellegzetességeit szemlélteti a társadalmi tőke. Itt olyan kialakult normák, szabályok, kötelek, formális és informális hálózatok összessége áll fenn, amelyek abból és abban a területrendszerben élnek, hatnak és működnek, így válnak lényegében helyi közjósággá. Véleménye szerint ezek a meghatározottságok fellelhetőek mikroszinten az egyén és a közösségei, vagy éppen a vállalkozások, intézmények vonatkozásában, ám ezek más szabályokat követnek, mint a területrendszer által generáltak. Hasonlóan makroszinten is megfigyelhetők a kötődések, de ezek már inkább a társadalom egészére vonatkoznak, nem csak egy helyhez köthetők, de visszahatnak a lokális dimenziókra például abban, hogy meghatározzák a területi egységek működését, az ottani források gyűjtését, kezelését, vagy éppen a választás rendszerét, a hely (város) fejlesztésének körülményeit. Rechnitzer megállapította, hogy a makroszintek követelményei, a mikroszintek adottságai a területi dimenzióban találkoznak, ott létrehozva a helyi közjóságot, amihez a társadalmi tőke is tartozik.

Nagy (2016) a társadalmi tőkéhez sorolja a társadalmi szereplők közötti kapcsolatokat, a normákat, az értékeket. Három jelentős személyiség megközelítését mutatja be: Nanlin, Field és Cox. Nanlin szemléletmódjából kiemeli a társadalmi tőke két szintre – egyének és csoportok szintjére – való bontását. Fieldnél azt látta, hogy Field a társadalmi tőkének három típusát különbözteti meg: az áthidaló (bridging), a megkötő (bonding) és az összekapcsoló (linking) társadalmi tőkét. Cox munkásságában azt találta érdekesnek, hogy nem csak egy bizonyos szintű társadalmi tőke elérésére kell törekednünk, hanem annak állandó növelésére. Cox véleményéből a lényeges elemeket hangsúlyozza. Ezek a következők: a bizalom, az önbizalom, az interperszonális bizalom, a kormányba és az intézményekbe vetett bizalom; a reciprocitás; a tolerancia és a különbözőség; a részvétel és a kooperáció; a valahová tartozás; a vita és a megkérdőjelezés; a saját és a mások értékeinek erősítése, fokozása; a szociális adottságok, a lehetőségek. Nagy (2016) rávilágít arra is, hogy „más szerzők azt hangsúlyozzák, hogy a bizalom, a szociális adottságok, az együttműködés, a felismerés és a jóváhagyás a társadalmi tőke első számú komponensei, amik közvetlenül kapcsolódnak a részvételhez, az állampolgári elkötelezettséghez és a stabil demokráciához.” (Nagy 2016, 39. o.)

2.3. Kulturális tőke

Rechnitzer rámutat, hogy a bizalom hiányának oldása a kulturális tőkéhez kapcsolódik. „A hely (város) kialakít tanulható munkakultúrát, életmód mintákat, fogyasztási modelleket, vagy éppen a szórakozást, a szabadidő eltöltés formáit. De felhalmozódnak a közösségekben tárgyiasult kulturális javak is, amiknek a megtartása, elismerése, integrálása a hétköznapi világában értéktudatot vagy egy más szemléletet testesít meg.

Beszélhetünk még szimbólumokról, személyiségekről, szervezetekről, ezekhez kapcsolódó magatartásmódokról, viselkedési mintákról, amik szintén az adott hely, város sajátosságai” (Rechnitzer 2016, 22. o.).

A kulturális tőkééről szóló áttekintésben bemutatásra kerül a Bourdieu által használt kifejezés, amely a szimbólumokra, eszmékre, ízekre és preferenciákra utal, amelyeket stratégiai módon erőforrásokként használhatnak a társadalmi cselekvésben. Bourdieu ezt a kulturális tőkét "habitusnak" tekinti, megtestesült szocializált hajlandóság vagy hajlam arra, hogy valamilyen módon cselekedjen, gondoljon vagy érezze magát. (oxfordreference.com)

3. Kutatás módszertana, kutatási kérdések, interjúk elemzése

Ebben a fejezetben bemutatásra kerülnek a kutatás módszertana, a kutatási kérdések, illetve a kutatási eredmények.

3.1. Kutatás módszertana

A kutatás célja két hazai családi vállalkozás adott régió területi tőkéjére gyakorolt hatásának vizsgálata. A primer kutatás során két családi vállalkozás utódaival készített félig strukturált mély interjúkat készítettem, majd az interjúk alapján leszűrt eredményeket mutatom be összegezve. Mindkét családi vállalkozás generációváltás előtt áll. A családi vállalkozások kiválasztása saját, családi és baráti ismeretség alapján történt. Az interjúk elkészítésére 2019 nyarán került sor, a 2. táblázatban látható kérdések alapján.

A kutatás során a következő szempontokat vettük figyelembe:

- több, mint 10 éve működő vállalkozások,
- KKV szektorból mikrovállalkozások,
- családi tulajdonú vállalkozások,
- utódlásban érintett vállalkozások,

1. táblázat Családi vállalkozások adatai

Vállalkozás sorszáma	I.	II.
Szempont		
Alapítás éve	1991	2001
Vállalkozás típusa	mikro	mikro
Nettó árbevétel (ezer Ft) 2018	35 646	158 749
Foglalkoztatottak száma	2 fő	3 fő

Forrás: saját szerkesztés

2. táblázat Interjúkérdések

Kérdések a generációváltás előtt álló családi vállalkozásoknak		
1	Milyennek értékeli a vállalkozása helyi szintű kapcsolatait és tevékenységét? Melyek ezen kapcsolatok fórumai? Mik a vállalkozás helyi hálózatai?	
2	Milyen a kapcsolata a vállalkozásának az önkormányzattal? Miben nyilvánul ez meg? Említsen együttműködési tevékenységet!	
3	A vállalkozásnak milyen kapcsolódási pontjai vannak egyéni, illetve csoport szintjén a társadalmi szervezetekben?	Társadalmi tőke elemeire vonatkozó kérdések
4	Az Ön identitása – terület iránti elkötelezettsége – milyen módon befolyásolja a vállalat beágyazottságát?	
5	Ön szerint hatást gyakorol a helyi identításra a vállalkozás? Hogyan? Milyen módon?	
6	A családi vállalkozások alapítóira jellemző erős regionális kötődés kimutatható-e a további generációk esetében is?	

7	Milyen kapcsolatot ápol a vállalkozás az oktatási, kulturális intézményekkel? Hatással van-e a vállalkozás a város oktatási, illetve kulturális életére? Hogyan? Milyen módon?	
8	Figyelembe veszi-e a vállalkozás a város polgárainak elképzeléseit az oktatás illetve kultúra alakításának területén?	
9	Van-e szerepe - és ha igen, milyen- a vállalkozásnak a város tudásközvetítésében, illetve jóváalkításában?	Kulturális tőke elemekre
10	A vállalkozás jelenlétével hatást gyakorol-e a város innovációs életére? Mit gondol, melyek ennek a fórumai, lépései, jelei: minden egyes együttműködéssel hatással van a város innovációs életére?	vonatkozó kérdések
11	Véleménye szerint a vállalkozás befolyásolja-e a város társadalmi szerkezetét, a polgárok értékrendjét? Hogyan?	
12	Ön szerint hatást gyakorol-e a vállalkozás a város közösségépítésére, sikerességére?	

Forrás: saját szerkesztés

3.2. Kutatási kérdések

A kutatásom témájával kapcsolatban az alábbi két kérdés fogalmazódott meg:

- Hogyan járulnak hozzá a családi vállalkozások a területi tőke gyarapodásához?
- Kimutatható-e összefüggés a vállalati regionális szerepvállalás és beágyazottság, valamint a területi tőke között?

3.3. Interjúk elemzése

Az egyik családi vállalkozás megyei szinten elismert, de Ausztriából is bőven érkezik megrendelés. „A vállalkozás filozófiája nem engedi meg, hogy elégedetlenül távozzanak a vevők.” A helyi önkormányzattal békés a kapcsolat. Főként a személyes megbeszéléseket, újságban való tájékoztatást részesítik előnyben, de az online lehetőségek kihasználása sem elhanyagolható. (facebook, honlap). Minden esetben más és más eljárást kell alkalmazni és alkalmazkodni kell az adott vevőhöz/partnerhez. A vállalkozás jó kapcsolatot ápol az önkormányzattal, a vállalkozás indulásakor béreltek tőlük üzlethelyiséget, tehát több éves kapcsolatra tekinthet vissza. A helyi óvodákat és iskolákat folyamatosan támogatja a vállalkozás már évek óta. A vállalkozás számára piaci szempontból választott város Csorna. Érzelmi döntés az induláskor nem volt, ellenben a biztos vevőkör miatt ma már nem változtatna helyet. „Monopolhelyzet miatt nagymértékben gyakorol hatást a helyi identitásra a vállalkozás.” Az óriási forgótőke és áruk miatt sok versenytársat megelőztek az évek során. Ennek az az egyszerű oka, hogy közel lehetetlen ugyanekkora választékú készlettel megjelenni a piacon. A vállalkozás havi szinten kapcsolatban áll óvodával és általános iskolával. „Támogatásra is sor kerül.” A vállalkozás ruhaanyagokat biztosít rendezvényekre, gyerekek számára. A vállalkozás nem veszi figyelembe a város polgárainak elképzeléseit az oktatás illetve kultúra alakításának területén, mivel a végső cél a profittermelés. A vállalkozásnak a város tudásközvetítésében nincs szerepe. A vállalkozás jelenlétével nem befolyásolja a város innovációs életét. A vállalkozás nem befolyásolja a város társadalmi szerkezetét. A vállalkozás nem gyakorol hatást a város közösségépítésére, sikerességére.

A másik vállalkozás rendelkezik országos szinten és külföldön is megrendelésekkel. Ebben a vállalkozásban nagyobb arányban van internetes megbeszélés, e-mail váltás vagy épp élőkamerás beszélgetés a távolság miatt. „Minden esetben más és más eljárást kell alkalmazni és alkalmazkodni kell az adott

vevőhöz/partnerhez.” Az állami megrendelések miatt üzleti kapcsolat áll fenn az önkormányzattal városi, megyei és országos szinten. Néhány havonta összegyűlt összeget egy-egy választott célra ajánlanak fel (például máltai szeretetotthon, állatmenhely, gyermekek támogatása). A vállalkozás nem beágyazott a régióba, hiszen irányítani egy iroda elegendő. „A távolság számunkra nem akadály. Ára van, de rajtunk nem múlik.” Ez az oka a Németországban, Ausztriában és Szlovákiában folyó munkáknak. A vállalkozás kapcsolata a kulturális és oktatási intézményekkel elhanyagolható mértékű. A vállalkozás nincs különösebb hatással a város oktatási, illetve kulturális életére. „A vállalkozás nem veszi figyelembe a város polgárainak elképzeléseit az oktatás illetve kultúra alakításának területén, mivel a végső cél a profittermelés.” A vállalkozásnak a város tudásközvetítésében nincs szerepe. A vállalkozás jelenlétével nem befolyásolja a város innovációs életét. A vállalkozás nem befolyásolja a város társadalmi szerkezetét. A vállalkozás nem gyakorol hatást a város közösségépítésére, sikerességére.

4. Összegzés

A két családi vállalkozással készített interjúk alapján a kutatási kérdéseimre az alábbi következtetéseket vontam le a két vállalkozásra vonatkozóan.

Mindkét családi vállalkozás stabil kapcsolatot ápol a partnerekkel, valamint stabil kapcsolattal rendelkezik a helyi önkormányzattal.

Mindkét családi vállalkozás oktatási intézményekkel kapcsolatban áll.

Mindkét családi vállalkozás társadalmi felelősségvállalás szempontjából szerepet vállal a régió életében, hiszen támogatnak alapítványokat, civil szervezeteket.

Mindkét családi vállalkozás esetén a családi vállalkozás alapítói és a gyermekeik is erősen kötődnek a régióhoz, illetve az alapító regionális kötődése kimutatható a következő generációkon is.

Felhasznált irodalom

- Csákné Filep, J. (2012): *Family businesses–focusing on succession*. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/660/2/Csakne_Filep_Judit_den.pdf [Letöltve: 2015.04.15.]
- Gersick, K. – Davis, J. – McCollom, M. – Lansberg, I. (1997): *Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business*. Harvard Business School Press, Boston.
- Konczosné Szombathelyi, M. (2015b): *Chinese family businesses in Hungary*. In Kim-Shyan Fam – Pedro Quelhas Brito (eds.): *Travel, Discover, Marketing. MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference, Proceedings*; (5. International Entrepreneurship Environment; 1. cikk: 1–20.) Porto (Portugal); Porto Business School. ISBN: 978-0-473-32089-8
- Nagy, G. D. (2016): Társadalmi tőke és területi kötődés Magyarországon, *Belvedere Meridionale*, Szeged, 24–29., 38–40.

OVERVIEW: cultural capital

<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095652799> [Letöltve: 2015.04.15.]

Pricewaterhouse Coopers (2008): *Making a difference – the PricewaterhouseCoopers family business survey* 2007/08, 1–60. <http://www.pwc.com/gx/en/family-business-survey> [Letöltve: 2020.01.10.]

Rechnitzer, J. (2016): *A területi tőke a városfejlődésben – A Győr-kód*, Dialóg Campus, Győr, 19–23.