

Várhalmi Zoltán

Vállalkozó migránsok Magyarországon

A migráns gazdasági klaszterek létrejötte és sikeres működése korántsem újkeletű jelenség a nagy migrációs célországokban (Light 1984). Az Egyesült Államokban például 1880 óta felülreprezentáltak a vállalkozók a gazdaságilag aktív migránsok között. Az OECD-országokban a külföldön születettek körében átlagosan közel 13 százalék az önfoglalkoztatók aránya, ugyanez a többségi társadalomban 12 százalék. Az egy százalékpontos különbség nem tűnik jelentősnek, azonban az egyes tagországokban nagyon különböző eloszlásokkal találkozunk. Általánosságban elmondható, hogy Kelet-Európában a leginkább szembeötlő a különbség; a nyugati-európai, tengerentúli angolszász és skandináv országokban mérsékeltabb a migránsok „előnye”; a mediterrán országokban fordított az arány. Magyarországon a külföldön születettek 15 százaléka önfoglalkoztató, a többségi társadalom körében az arány 11 százalék.

1. táblázat: Önfoglalkoztatók aránya a hazai népesség és a külföldön születettek körében néhány OECD országban, százalék

ország	külföldön születettek	az országban születettek
Lengyelország	29,4	11,2
Szlovákia	23,6	13,0
Olaszország	17,0	23,4
Magyarország	15,2	10,8
Egyesült Királyság	14,2	12,1
Spanyolország	11,9	16,1
Ausztrália	11,5	10,0
Franciaország	10,6	8,0
Svédország	10,0	8,5
Egyesült Államok	10,0	9,2
Norvégia	7,4	5,8
OECD átlag	12,8	12,1

Forrás: OECD 2010

Általánosan jellemző, így Magyarországra is igaz, hogy az egyes származási csoportokban eltérő arányban találunk vállalkozókat. A kínaiak és vietnamiak körében 30 százalék körüli az arány, az Ukrajnából érkezettek esetében kevesebb, mint egyharmada, 9 százalék, és a Szerbiából jötteké is csak 12 százalék.

2. táblázat: Az önfoglalkoztatók százalékos aránya Magyarországon származási ország szerint

származási ország	vállalkozók, egyéni járulékot fizetők
Vietnam	31,6
Kína	28,5
Oroszország	21,7
Szerbia	11,7
Ukrajna	9,1
Harmadik országban született	18,3

Forrás: OEP 2009

A továbbiakban elsősorban a Kínából, a muszlim hagyományú Törökországból és a Vietnamból származó vállalkozók néhány jellegzetességét mutatom be. A környező országokból érkező, elsősorban határon túli magyarok migrációja atipikus, így vállalkozásaik sem alkotnak migráns gazdasági klasztert. A fogalmon olyan (1) elsődleges gazdaságtól részlegesen független vállalkozásokat értek, ahol (2) a tulajdonosok migránsok, és jellemzően, de nem kizárólagosan ugyanolyan származású migránsokat foglalkoztatnak, illetve (3) működésük alapfeltétele a csoportjellegzetességekből fakadó erőforrások mobilizációján alapszik. (Model 1992, Light 1984, Logan et al 1994)

Elméleti keretek

A migráns vállalkozói kedvre adott első magyarázatok a munkaerő-piacon tapasztalt vagy vélt hátrányok elkerülése oldaláról közelítették meg a jelenséget: az eltérő kulturális háttér, a nyelvtudás hiánya, a különböző oktatási rendszer vagy a többségi társadalom diszkriminatív gyakorlata mind olyan tényezők, amelyek az elsődleges munkaerő-piacra való belépés helyett az önfoglalkoztatásra ösztönözhetik a migránsokat.

A kutatók később felismerték, hogy a hátrányok elkerülése mint motiváció szükséges, de nem elégséges feltétele a migráns vállalkozások létrejöttének és sikeres működésének. Számos amerikai esettanulmányban olvasható, hogy azonos hátrányos helyzet mellett a különböző migráns csoportokban eltérő az önfoglalkoztatás valószínűsége (Boissevain 1984, Jenkins 1984) – ezért a kutatók figyelme az olyan motivációs jellegzetességek feltárására irányult, amilyen a kulturális örökség.

A vállalkozói sikerhez vezető kulturális sajátosságra személetes példa kínaiak esetében a guanxi. Pozna (2006) tömör meghatározása szerint a guanxi két ember között, informális hálózaton keresztül kialakuló, hosszan tartó személyes, dinamikus kontaktusra épülő, interaktív kapcsolat. Ugyanerről Simon Adrienn személetes megfogalmazásában: „*A guanxi olyan, mintha számlát nyitnánk »adok és kapok«, vagy »tartozik és követel« oldallal, a pénznem azonban nincsen meghatározva. Szívesen adok és fogadok segítséget. Ez egy önkéntes és bonyolult dolog, mert az is lehet, hogy egy harmadik embernek kell az a segítség, amit majd egy következő ember fog megadni rajtam keresztül. Tehát ez egy kiterjedt, kölcsönös KGST.*”¹A kínai gazdasági klaszterek sikerességét gyakran kapcsolatba hozzák a guanxival, a kínai társadalomban beágyazott kulturális sajátossággal, ami évezredek óta behálózta és működteti a társadalmat. Eszerint a kelet-ázsiai vállalkozások üzleti ereje visszavezethető egy kulturális intézményre, hiszen, azon keresztül gyorsan tudják mobilizálni a kapcsolathálóban rejlő erőforrásokat. P. Szabó Sándor szerint ez a kínai üzleti modell alapja: „*Kódozva van a rendszerben, egy kínai tudja, hogyan működik a szokásjog a guanxik között, mert ezt látta az apjától, aki ugyanezt a nagypjától tanulta.*”²

Egy idő után azonban, amikor már a zsidóktól kezdve, a kínaiakon keresztül a görögökig, a sikert mindenhol a kulturális örökséggel hozták kapcsolatba, felmerült más magyarázatok keresésének igénye. Így dolgozták ki a situációs faktorok (Turner – Bonacich 1980), a reaktív tényezők (Light 1984) vagy a lehetőségstruktúrák (Aldrich – Waldinger 1990) koncepcióit. A fogalmak különbségeit elnagyolva, ezen értelmezésekben az a közös, hogy – a kulturális sajátosságoktól függetlenül –, olyan élethelyzetekre helyezik a hangsúlyt, amelyekben a migráció következtében kialakuló struktúrából fakad a motiváció és siker. Erre kiváló illusztráció a munkaorientált életforma, közkeletűbb nevén a „önkizsákmányolás” jelensége.

Az első a hazatérés eszményével (*sojournig*) hozza összefüggésbe a stratégiát. A gondolatmenet szerint a migráns csak ideiglenesen, a társadalmi mobilitás céljából telepszik meg a befogadó országban. A gyakorlatban előfordul, hogy a hazatérés jelentősen kitolódik vagy meg sem történik, de önmagában a vágyakozás meghatározhatja a migráns életvezetését és így gazdasági stratégiáját is. Bonacich (1973) a közvetítő kisebbségről szóló elméletében plasztikusan részletezi, hogy a hazatérés eszméje hogyan válik a vállalkozói sikeresség motorjává. Eszerint a migráns a fogyasztását elhalasztja és korlátozza, a munkaidejét „magnöveli”, az alacsony igényküszöb pedig versenylőnyként jelentkezik a piacon (Várhalmi 2010). Egy másik megközelítés a jelenséget a relatív elégedettséggel hozza összefüggésbe: a migránsok inkább vállal-

¹ Forrás: MKIK–GVI (2008): A Távollétekről Magyarországra érkező állampolgárok munkavégzésének fő jellegzetességei, típusai – szakértői interjú.

² Forrás: u. o.

ják az alacsony presztízst és a munkaorientált életmódot, mint a többségi társadalom, hiszen anyagilag még mindig jobban járnak, mint otthon maradt társaik. A harmadik magyarázat a gazdasági kontextusra helyezi a hangsúlyt. Eszerint a migránsok elsősorban a munkaintenzív gazdasági niche-ekben telepednek meg, mert hagyományos tőkékkel való alacsony ellátottságukat – amilyen például a magas iskolai végzettség hiánya – ezeken a területeken tudják a meghosszabbított munkaidejükkel kompenzálni. A munkaorientált életforma tehát az első két megközelítés szerint a vállalkozói migráció szerves velejárója, a harmadik szerint gazdasági alapvetés. Látható, hogy egyik megközelítés sem a kulturálisan kódolt „szorgalomban” keresi a jelenség gyökerét.

Az angolszász kutatókban hamar kialakult az igény, hogy létrehozzanak egy olyan átfogó keretrendszert, amiben a migráns vállalkozások jellegzetességei értelmezhetővé, összehasonlíthatóvá válnak. Ennek folyamányaként az elmúlt harminc évben számos fogalom, ideáltípus és elmélet született. Ezek gyakran ellenmondásba kerültek egymással, máskor kiegészítették egymást; mikor egyiküket, mikor másikat tekintették empirikus vizsgálódásra alkalmas kiindulópontnak. Előfordult, hogy az empirikus tapasztalatok cáfoltak valamely elméletet, így az „parkolópályára” került, de később, újra felkarolták, kiegészítették, továbbgondolták érvényességét. Napjainkra három nagy elméleti megközelítés képe rajzolódott ki, a *közvetítő kisebbség*, az *enklávé* és a *niche* – vázlatosan tekintsük át őket!

A közvetítő kisebbség fogalmát Blalock (1967) használta először és Bonacich (1973) dolgozta tovább. A közvetítő kisebbség (*middleman minority*) olyan migránsokat takar, akik határokon átnyúló etnikai hálózatokra támaszkodva intézményesített pozíciókat építenek ki a gazdaság bizonyos jól körülhatárolt, a társadalom felső és alsó osztályai között elhelyezkedő területein, miközben maguk – idegenségük okán – a hierarchián kívül maradnak.

A közvetítő kisebbség elméletében a hazatérés eszménye központi fogalom. Eszerint a közvetítő kisebbség jobban elkülönül a többségi társadalomtól, az integráció alacsony szintje jellemzi. A kapcsolati hálóban erősen dominálnak a megegyező származásúak, az interetnikus házasságok ritkák, nem vesznek részt a politikai életben és gyereknevelési stratégiák inkább a hibernalizációt szolgálják. A hazatérés eszméjének gazdasági következménye, hogy a migránsok olyan gazdasági ágazatban vállalkoznak, ami nem köti őket hosszú távon a földrajzi értelemben vett területhez. Ezért nem végeznek ipari vagy mezőgazdasági tevékenységet (Bonacich 1973), jellemzően valamilyen kereskedelmi vagy a pénzpiacokhoz közel álló niche-ben érvényesülnek.

Migráns enklávé gazdaságon migráns tulajdonban lévő széles gazdasági tevékenységet átélő vállalkozásokat értünk (Logan et al 1994), amelyek térben koncentrálnak, és jelentős számú, a tulajdonosokkal egyező nemzetiségű bevándorló kisebbséget foglalkoztatnak (Wilson – Portes 1980). Az enklávé vállalkozók, szem-

ben a közvetítő kisebbségekkel, migráns környezetben működnek, működésük alapjai migráns társadalmi struktúrákban gyökereznek. Az enklávé első és talán legfontosabb jellegzetessége a migráns vállalkozások térbeli koncentrációja. Az enklávé nem azonos a származási alapon szegregálódott városrészek gazdaságával (*ethnic neighborhoods economy*), amik elsősorban a lakókörnyezet mindennapi szükségletét kielégítő szolgáltatásokra épülnek. A szegregálódott városrészek gazdaságával ellentétben az enklávé a többségi társadalmat is kiszolgálja. A másik pillére a meghatározásnak a belső munkaerőpiac szerepének hangsúlyozása. Ahogyan azt már korábban említettem, a belső munkaerőpiac minden migráns gazdaság sajátja, a belső munkaerő használatának a mértéke azonban jelentős eltéréseket mutathat. Végül a harmadik jellegzetesség a viszonylagos függetlenség a nemzetgazdaságtól, vagy kicsit „megszelídítve” a széles palettán mozgó gazdasági tevékenység. Eredetileg Portes és szerzőtársai amellet érveltek, hogy a migráns enklávé – teljesen kifejlett állapotában – egyfajta önellátó egységként működik (Portes – Manning 1986). Ha a munkavégzés, az oktatás és a különböző szolgáltatásokhoz való hozzáférés megvalósul az enklávé keretein belül, akkor a migránsnak nem szükséges kilépnie belőle. Ez a meghatározás egy olyan önellátó gazdasági klaszter képét festi meg, amelyen belül a tevékenységek széles skálája egyszerre produkálja a gazdaság működéséhez szükséges bementi és kimentő oldalakat, és lényegében független a gazdaság további részeiről. Később a kutatók enyhítettek ezen a kritériumon és az önellátást a széleskörű, produktív – mezőgazdasági vagy ipari – gazdasági tevékenységet sem nélkülöző gazdasági tevékenységgel helyettesítették (Logan et al 1994). Hangsúlyozzák, hogy a migráns gazdasági enklávé sajátjai az olyan közösségorientált szolgáltatások is, mint például a média, az egészségügyi, az oktatás és az olyan migráns kulturális szervezetek, amiknek célja a közös identitás és a tradíciók fenntartása.

Amennyiben az enklávé megközelítést kritika illetheti túlságosan korlátozó volta miatt, úgy a niche megközelítésre épp az ellenkezője igaz, ennek középpontjában a gazdasági specializáció áll: egy migráns csoport vállalkozásai olyan gazdasági tevékenységek köré összpontosulnak, amikhez hatékonyan tudnak érvényesülni. A niche megközelítés összeköthető a láncmigráció jelenségével. Eszerint ha egy migráns csoport kiépített egy „hídfőállást” valahol, akkor az új migránsok nem véletlenszerűen választanak célállomást, hanem kapcsolataik által vezérelve követik korábban érkezett társaikat. A migráció kockázatai – amik lényegében a kapcsolathányos és idegen kulturális társadalmi környezetből, a nyelvhasználatból vagy akár a tudás eltérő értelmezéséből fakadhatnak – így minimalizálódnak (Waldinger 2003). Az újonnan érkezők bevett minták alapján kezdik meg gazdasági tevékenységüket. Az első migránsok – különböző külső és belső tényezők által meghatározott – munkaerő-piaci jelenléte tehát az újonnan érkezők által folyamatosan erősödik, a specializáció elmélyül és idővel a migránsok kitöltik a rendelkezésre álló „teret”.

A migráns vállalkozások piacai és a gazdasági tevékenység koncentrációja

A jelen tanulmányban vizsgált migráns csoportok lélekszáma alacsony, a „stock” adatokra vonatkozó becslések szerint 7083 kínai, 2137 vietnami és 1751 török él Magyarországon. A kínai, vietnami és török vállalkozások között, különösen az első két csoport esetében, túlnyomó többségben vannak a közép-magyarországi illetőséggel bejegyzett vállalkozások. A vállalkozás bejegyzett székhelyének, a tényleges gazdasági működésnek és az életvitelszerű lakóhelynek elviekben nem kell egybeesnie – a migráns vállalkozások esetében azonban nincs okunk feltételezni, hogy ez ne így lenne.

3. táblázat: A vizsgált csoportok vállalkozásainak száma és közép-magyarországi aránya

	migránsok száma	vállalkozások száma	Közép-Magyarországon bejegyzett vállalkozások
	fő	db	%
kínai	7083	3359	94,9
Török	1751	877	97,1
vietnami	2137	461	78,5

Forrás: KSH 2007 Eurostat adatszolgáltatás: Usually Resident Population, és Cégbíróság 2008

A diaszpórák számossága alacsony, a térségi koncentráció így nem jelent gazdasági lehetőséget, így a migráns vásárlóerő csak korlátozott mértékben „olajozza” a migráns vállalkozások működését. Mindezért elsősorban a többségi társadalom kiszolgáltatása teremti meg az üzleti lehetőséget a migráns vállalkozók számára.

A migráns vállalkozói csoportok jellemzően nem termelői tevékenységet folytatnak Magyarországon: a feldolgozóipar, építőipar és mezőgazdaság terén minden vizsgált klaszterben 4 százaléknál kisebb arányban képviseltetik magukat. Sokkal jellemzőbb a kereskedelmi tevékenység, ami a vietnamiak esetében eléri a 89 százalékot.

4. táblázat: Működő vállalkozások százalékos összetétele gazdasági ágak szerint

fő tevékenység	összes működő %	török %	kínai %	vietnami %
egyéb gazdasági szolgáltatás	36,0	16,4	5,2	5,3
kereskedelem	20,7	54,5	83,0	89,3
építőipar	10,0	3,5	0,8	0,5
feldolgozóipar	7,2	6,8	1,1	1,5
pénzügyi tevékenység	6,0	0,8	0,1	0,2
vendéglátás	4,9	10,4	8,1	2,0
logisztika	4,7	5,7	1,2	0,5
oktatás	3,7	1,1	0,0	0,2
mezőgazdaság	3,5	0,5	0,1	0,0
egészségügy	3,3	0,3	0,4	0,5

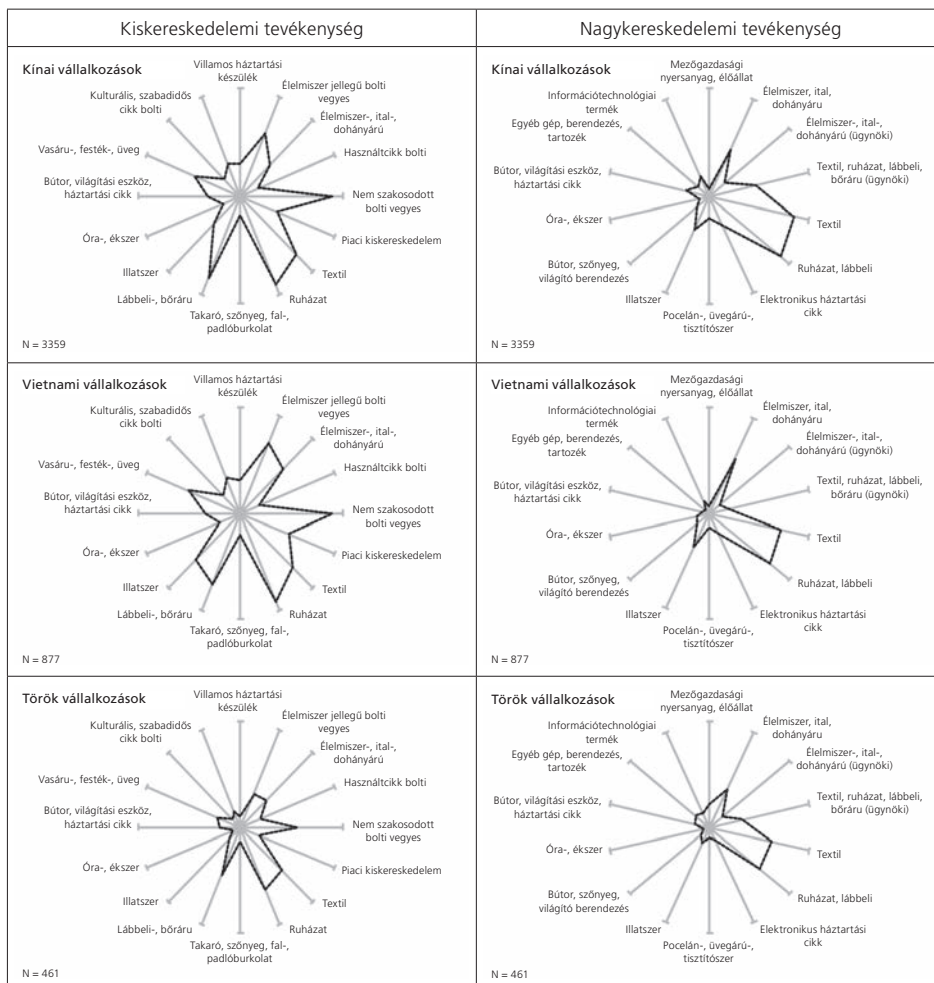
Forrás: Cégbíróság 2008
Bázis: Működő vállalkozások, N(összes): 936044; N(török): 366; N(kínai): 2456; N(vietnami): 588

A kereskedelmi tevékenység alapja az import: az anyaországokban olcsóbb a munkaerő, kevésbé szabályozott a jogi környezet, így az ott gyártott termékek még a szállítási költségekkel együtt is olcsóbbak. Továbbá Magyarországon bizonyos tradicionális termékek gyártási feltételei nem adóttak, gondolhatunk például a kasmírra vagy más speciális elkészítésű textíliákra és élelmiszerekre.

Különböző mértékben ugyan, de mindegyik vizsgált klaszter esetében a textil, illetve a ruházati és cipőipari termékek dominálnak a nagykereskedelmi tevékenységben. A nagykereskedelemben való részvétel – mind a textil, mind a ruházat esetében – a kínai vállalkozások körében a leginkább (85 és 89 százalék) és a törökök esetében pedig a legkevésbé (mindkettő 62 százalék) általános. Általánosságban a kínai vállalkozások nagykereskedelmi termékportfoliója a legszélesebb.

A kiskereskedelmi tevékenység alapján a kínai és a vietnami klaszterek nagyon hasonlóak: a villamos háztartási készülék (30 és 31 százalék), az élelmiszer jellegű bolti vegyes (63 és 72 százalék), a nem szakosodott bolti vegyes (90–90 százalék), a piaci (39 és 52 százalék) és az illatszer (37 és 62 százalék) kiskereskedelem. Általánosságban elmondható, hogy a vietnami vállalkozások jellemezhetőek a legszélesebb körű kiskereskedelmi tevékenységgel.

1. ábra: Vizsgált vállalkozások kis- és nagykereskedelmi profilja



Forrás: Cégbíróság 2008

Megjegyzés: A fenti ábrák a tevékenység szerint jelenítik meg a kis- és nagykereskedelmi profilokat. Az értelmezésben fontos, hogy egy vállalkozáshoz több tevékenység is tartozhat.

A vizsgált migráns vállalkozások, különösen a kínaiak és a vietnamiak, erősen koncentrálnak egy-egy gazdasági tevékenység köré. Emlékezzünk, hogy amíg az enklávé megközelítések széles, termelői tevékenységgel (*productive sector*) is bíró, már-már önellátást vizionáló egység képét igyekeznek megfesteni, addig a niche elméletek középpontjában a láncmigrációból és migráns sikerstratégiákból fakadó gazdasági specializáció áll.

Transznacionális vállalkozások

A klaszterek sikerességét az határozza meg tehát, hogy milyen hátországgal rendelkeznek, és annak gazdasági és foglalkoztatási sajátosságait milyen mértékben tudják kihasználni magyarországi kereskedelmi tevékenységükben. Az alábbiakban a transznacionális üzleti tevékenységet négy indikátor segítségével jellemzem: kapcsolattartás üzletfelekkel a származási országban, üzleti célú „hazautazás”, beszerzés a származási országból és munkaerő-rekrutáció a származási országban (Várhalmi 2013).

Az anyaországból történő import és munkaerő-toborzás elsősorban a kínai és a török vállalkozókra jellemző. Az alábbi táblázatban látható, hogy a vietnami kolónia használja legkevésbé a határon átívelő kapcsolatait az üzleti életben. Kvalitatív tapasztalatok is megerősítik, hogy a kínai és vietnami diaszpóra között sajátos üzleti szimbiózis alakult ki. Kína gyártási kapacitása, olcsó munkaereje és a piacgazdaság térhódítása olyan üzleti környezetet teremtett, amire támaszkodva létrejöhetett egy sikeres kínai diaszpóra. Ebből a sikerből sajátos módon a vietnami diaszpórának is jutott: a vietnami kereskedelmi vállalkozások elsősorban a kínai importon alapszanak, és elsősorban viszonteladóként működnek.

5. táblázat: Transznacionális gazdasági kapcsolatok aránya a vizsgált csoportokban, százalék

állampolgárság	kapcsolattartás üzletfelekkel a származási országban	utolsó „hazautazás” célja üzleti	beszerzés a származási országból	munkaerő rekrutálása a származási országban
kínai (N=96)	44,9	35,4	29,6	33,4
vietnami (N=140)	16,9	17,7	7,7	19,1
török (N=80)	39,8	56,6	24,4	31,4

Forrás: Bevándorlók Magyarországon, 2009
Bázis: Vállalkozó

Migránsok munkaerő-piaci pozíciójának meghatározásakor első körben érdemes elkülöníteni az alkalmazottakat és a vállalkozókat. Az alkalmazottak csoportjában szétválaszthatók a migráns gazdasági klaszterben és azon kívül dolgozók, illetve a vállalkozók között a transznacionális, és diaszpóra-vállalkozók. Előbbiek aktív gazdasági kapcsolatban állnak az anyaországban élőkkel, és a kapcsolatokon keresztül áru, tőke, munkaerő és gazdasági jellegű információk áramlanak. Ezért a transznacionális vállalkozók teremtik meg a migráns gazdasági klaszterek alapjait, alakítják ki a magyarországi üzleti érvényesülés lehetőségstruktúráit. Velük szemben a diaszpóra-vállalkozók nem tartanak fenn aktív gazdasági kapcsolatokat az anyaországban élőkkel, ezért üzleti működésükben erősen függenek a transznacionális vállalkozóktól. Ők nem a transznacionális üzleti tér alkotói, hanem csak résztvevői.

A gazdaságilag aktívak között a diaszpóra-vállalkozók alkotják a legnagyobb csoportot, becslült arányuk 46 százalék, a transznacionális vállalkozók mindössze 22 százalékot képviselnek. Legkisebb arányban a migráns gazdasági klaszteren kívül foglalkoztattak szerepelnek, mintabeli arányuk 11 százalék.

6. táblázat: Munkaerő-piaci státuszcsoportok eloszlása

aktivitás típusa	N	%
diaszpóra-vállalkozó	237	45,5
transznacionális vállalkozó	114	21,8
alkalmazott a migráns klaszterben	106	21,3
alkalmazott a többségi társadalom munkaerőpiacán	53	11,4

Forrás: Bevándorlók Magyarországon, 2009
Bázis: Gazdaságilag aktívak

Megjegyzés: A táblázatban szerepelő arányok súlyozottak, az elemszámok súlyozatlanok.

Megjegyzés: A táblázat a kínai, török és vietnami migránsok mellett az arab etnikumú migránsok adatait is tartalmazza.

Származás szerint a munkaerő-piaci pozíciók között jelentős különbségek mutatkoznak. A török és kínai diaszpórákban találjuk legnagyobb arányban a transznacionális vállalkozókat: az előbbiben 36 százalékot, az utóbbiban pedig 23 százalékot képviselnek. A diaszpóra vállalkozókat legnagyobb arányban a vietnami diaszpórában találjuk, becslült arányuk 68 százalék. A migráns gazdasági klaszterben való foglalkoztatás a törökök körében a legelterjedtebb, az arány 32 százalékra becsülhető.

7.táblázat: Munkaerő-piaci státuszcsoportok megoszlása származási csoportok szerint, százalék

állampolgárság	transznacionális vállalkozó	diaszpóra vállalkozó	alkalmazott a migráns klaszterben	alkalmazott a többségi társadalom munkaerőpiacán
török (N=151)	23,4	38,3	31,8	6,5
kínai (N=163)	12,0	68,4	11,4	8,2
vietnami (N=111)	35,6	34,8	14,8	14,8

Forrás: Bevándorlók Magyarországon, 2009
Bázis: Gazdaságilag aktívak

Megjegyzés: A táblázatban szerepelő arányok súlyozottak, az elemszámok súlyozatlanok.

A transznacionális vállalkozók inkább férfiak, intenzíven tartják a kapcsolatot származási országukban élőkkal, családi kooperációs stratégiát folytatnak, jövedelem tekintetében ők vannak a legkedvezőbb helyzetben, oktatási stratégiáik túlnyúlnak az ország határain, a nemzetközi iskolákat preferálják, mindemellett nem jellemző rájuk a többségi társadalomtól való elkülönülés. Többen úgy tekintenek a transznacionális élethelyzetekre, mint az integráció egy ideiglenes állomására, ami a befogadó országban eltöltött idővel, a nyelv elsajátításával, az állampolgárság megszerzésével eltűnik (Alba – Nee 1997). Statisztikai modelljeim ennek a feltételezésnek ellentmondóan azt igazolják, hogy a transznacionális vállalkozók nem a társadalom peremén várakoznak bebocsátásra várva, hanem sokkal erősebben kötődnek a többségi társadalomhoz, mint más munkaerő-piaci csoportok.

Záró gondolatok

A rövid áttekintés után, elmondható, hogy a migráns vállalkozói klaszterek a hagyományos versenyszférától eltérő mintázatok szerint működnek, ez azonban nem jelenti, hogy nem lennének részei a nemzetgazdaságnak. A migráns vállalkozások nemcsak kapcsolódnak a magyarországi versenyszférához, hanem funkcionális együttműködés jellemző rájuk. Ezért a migráns klaszterek vállalkozói – a munkaerő-piaci elkülönülésük ellenére is – fontos és integrált tagjai lehetnek a társadalomnak. A klaszterek vállalkozói sem alkotnak homogén közösséget, számos tényező mentén tipizálhatók. Ebben az írásban a klaszterek elitjét, a transznacionális vállalkozókat emeltem ki, hiszen az aktív határokon átívelő gazdasági kapcsolataikon keresztül ők teremtik meg a klaszterek alapjait, alakítják ki a magyarországi üzleti érvényesülés lehetőségstruktúráit.

A transznacionalitás jól alkalmazható értelmezési keretet nyújt a globalizált világ migrációs jelenségeinek megértéséhez. Ha ma a migrációt kutatjuk, nem nélkülözhetjük a kibocsátó és a befogadó országokhoz fűződő, különböző jellegű kapcsolatok együttes elemzését. Általában a migrációs kutatások területén, de különösen a vállalkozások vizsgálatában az jelentene igazi előrelépést, ha a jelenségek vizsgálati körét nem korlátoznák az országhatárok. Amiképpen a migráció hatásai, a migrációs stratégiák sem korlátozódnak egy ország területére, ahogyan a hasznok és költségek is egyszerre több lokalitásban jelentkeznek, azonképpen üdvözlendőek lennének olyan empirikus kutatások, amelyekben az elmélet és a módszer összhangban állna egymással. Ezen kutatások célja nem az adott helyen lévő migráns vállalkozások, hanem a teljes hálózat feltérképezése lenne; ne felejtjük Guarnizo szavait: „Utazó kultúrák vizsgálata utazó kutatókat igényel.”

Irodalom

- Alba, Richard D. – Nee, Victor (1997): Rethinking Assimilation Theory for a New Era of Immigration. *International Migration Review*, Vol. 31. No. 4: 826–874.
- Aldrich, E. Howard – Waldinger, Roger (1990): Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, Vol. 16: 111–135.
- Blalock, Hubert. M. Jr. (1967): *Toward a Theory of Minority Group Relations*. Wiley, New York.
- Boissevain, Jeremy (1984): *Small Entrepreneurs in Contemporary Europe*. In: Ward, Robin – Jenkins, Richard (ed.): *Ethnic Communities in Business: Strategies for economic Survival*. Cambridge University Press, New York, 20–38.
- Bonacich, Edna (1973): Theory of Middleman Minorities. *American Sociological Review*, Vol. 38. No. 5: 583–594.
- Jenkins, Richard (1984): *Ethnicity and the Rise of Capitalism in Ulster*. In: Ward, Robin – Jenkins, Richard (ed.): *Ethnic Communities in Business: Strategies for economic Survival*. Cambridge University Press, New York, 57–72.
- Light, Ivan (1984): Immigrant and Ethnic Enterprise in North America. *Ethnic and Racial Studies*, Vol. 7. No. 2: 195–216.
- Logan, John R. – Alba, Richard D. – McNulty, Thomas L. (1994): Ethnic Economies in Metropolitan Regions: Miami and Beyond. *Social Forces*, Vol. 73. No. 3: 691–724.
- Model, S. (1992): The Ethnic Economy: Cubans and Chinese Reconsidered. *Sociological Quarterly* Vol. 33. No. 1: 63–82.
- OECD (2010): *Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries*. OECD Publishing.
- Portes, Alejandro, Manning Robert D. (1986): *The immigrant enclave: Theory and empirical examples*. In: Susan Olzak and Joanne Nagel (ed.): *Comparative Ethnic Relations*, Academic Press, Orlando, 47–68.
- Pozna Anita (2006): *Guanxi-kapcsolatok: személyes kontaktusra épülő biztonsági kapcsolatháló a transznacionális kínai közösségben*. Reorient, http://www.reorient.hu/research_text_pozna_hu.html
- Turner, Jonathan H. – Bonacich, Edna (2001): *A közvetítő kisebbségek összefoglaló elmélete felé*. In: Sik Endre (ed.): *A migráció szociológiája*. Szociális és Családügyi Minisztérium, Budapest, 127–140.
- Várhalmi Zoltán (2010): *A budapesti kínai és vietnami gazdasági klaszterek néhány jellegzetessége*. In: Hárs Ágnes – Tóth Judit (ed.): *Változó migráció – változó környezet*. MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézete, Budapest, 173–189.
- Várhalmi Zoltán (2013): *Migráns gazdasági klaszterek működésének jellemzői*. PhD disszertáció.
- Waldinger, Roger (2003): *Networks and Niches: The Continuing Significance of Ethnic Connections*. In: Loury, Glenn – Modood, Tariq – Teles, Steven (ed.): *Race, Ethnicity and Social Mobility in the US and UK*. Cambridge University Press, New York, 343–362.
- Wilson, Kenneth L. – Portes, Alejandro (1980): Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami. *American Journal of Sociology*, Vol. 86: 295–319.