

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM  
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

GAZDÁLKODÁSTANI DOKTORI ISKOLA

Lukovszki Lívia

Sikeres vállalkozó vagy sikeres személyiség?  
A vállalkozói jellemvonások vizsgálata a külső  
tényezők tükrében.

DOKTORI ÉRTEKEZÉS TÉZISEI

Témavezető: Dr. Szerb László  
egyetemi tanár

Pécs, 2017

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>1. A DISSZERTÁCIÓ TÉMÁJA ÉS CÉLJA</b> .....	<b>1</b>
<b>2. AZ ÉRTEKEZÉS FELÉPÍTÉSE</b> .....	<b>3</b>
<b>3. A VIZSGÁLAT KUTATÁSI KÉRDÉSEI ÉS HIPOTÉZISEI</b> .....	<b>8</b>
<b>4. A KUTATÁS MÓDSZERTANA</b> .....	<b>11</b>
<b>5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI, A HIPOTÉZISEK IGAZOLÁSA</b> .....	<b>12</b>
5.1. FAKTORANALÍZIS.....	12
5.2. KLASZTERANALÍZIS.....	13
5.3. REGRESSZIÓ ANALÍZIS.....	14
5.4. KORRESPONDENCIA ANALÍZIS.....	16
<b>6. ÖSSZEGZÉS</b> .....	<b>19</b>
<b>7. A TÉZISEKBEN IS FELHASZNÁLT HIVATKOZÁSOK</b> .....	<b>20</b>
<b>8. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN MEGJELENT SAJÁT PUBLIKÁCIÓK</b> .....	<b>27</b>

# 1. A DISSZERTÁCIÓ TÉMÁJA ÉS CÉLJA

Az elmúlt két évtizedben világszerte nagymértékben megnövekedett az érdeklődés a **kisvállalatok** irányába. Számos tanulmány alátámasztotta, hogy a kisvállalatok fontos gazdasági és társadalmi szerepet töltenek be (Schumpeter 1934, Wennekers és Thurik 1999, Acs és szerzőtársai 1999, Rauch és Frese 2000, Szerb és szerzőtársai 2004, Acs és szerzőtársai 2009), az új munkahelyek teremtésén (Drucker 1985, Bednazik 2000, Cooper 1998, Dennis 1997, Acs–Audretsch 1993), az innováción keresztül (Acs–Audretsch 1988, Audretsch 1995, Rothwell–Dodgson 1995, Arrow 1983, Acs 2002) a társadalmi és területi egyenlőtlenségek kiegyensúlyozásáig (Szerb 2000). A kisvállalati szektor az elmúlt évtizedekben tapasztalható fejlődésének következtében egyre inkább előtérbe kerül a kérdés: vajon mitől lesz sikeres a vállalkozás? Mivel magyarázható, hogy az egyik vállalkozás évtizedeken keresztül sikeresen működik, míg egy másik hónapok alatt csődbe jut? Nyilvánvaló, hogy a sikerben számos tényező játszik fontos szerepet. A rendelkezésre álló erőforrások és a gazdasági, társadalmi, politikai környezeti tényezők mellett fontos szerepet tölt be a vállalkozó személye, vagyis az, hogy milyen karakterisztikákkal, jellemvonásokkal rendelkezik az illető.

A **vállalkozói személyiség kutatása** régi téma (lásd például: Gartner 1985, Leutner et al 2014). Leutner és társainak (2014) eredményei is bizonyították, hogy a személyiség elemei fontosak a vállalkozói siker elérésében. Az általam kutatott téma ugyanakkor számos ellentmondást is hordoz. A vállalkozói jellemvonások elmélete, amely a vállalkozóvá válás és a sikeres vállalkozók karakterisztikáit kívánja azonosítani, eddig csak részben volt képes arra, hogy a vállalat teljesítménye és a vállalkozói jellemvonások közötti kapcsolatot magyarázza. Annak ellenére, hogy igen nagyszámú tanulmány és vizsgálat kísérelte meg feltárni a vállalkozói sikerhez szükséges tulajdonságokat, mégsem ismerjük pontosan, mitől lesz valaki sikeres vállalkozó. A kutatások ugyan meglehetősen nagyszámú tulajdonságot tártak fel, ami a sikerhez szükséges, de a különböző szerzők más-más jellemvonásokat vagy jellemvonás-kombinációkat tartanak fontosnak. A probléma egyik forrása, véleményem szerint, abban keresendő, hogy az eddigi vállalkozói jellemvonásokat kutató elméletek arra törekedtek, hogy univerzális tulajdonságokat, karakterisztikákat azonosítsanak, és kevés figyelmet fordítottak az esetleges differenciáló tényezőkre, gondolok itt arra, hogy a sikertényezőknek egyedi vagy a vállalkozók egy szűkebb körére érvényes hatása lehet.

A jelen kutatás középpontjában számos korábbi kutatás feltételezésével szemben az áll, miszerint a vállalkozók a tulajdonságok szempontjából is különbözőek. Ugyanakkor ezen a heterogén csoporton belül lehetséges kialakítani olyan homogén csoportokat, melyekre hasonló környezeti tényezők közepette sajátos, a csoport szintjén egyedinek mondható tulajdonság-kombinációk jellemzőek. A létrehozott **vállalkozói klaszterek** esetében lehetőség nyílik a csoportra jellemző belső tulajdonságok és a csoportot meghatározó külső tényezők azonosítására. Kutatásaim kiterjednek annak vizsgálatára is, hogy bizonyos külső tényezők és belső tulajdonságok között felfedezhető-e szorosabb kapcsolat.

Feltételezésem szerint a vállalkozók mentalitása, személyisége, viselkedése sajátos, erre a társadalmi csoportra jellemző, és jól elkülöníthető más csoportokétól. Ugyanakkor maguk a

vállalkozók sem alkotnak homogén csoportot a sikerhez szükséges jellemvonások, tulajdonságok szempontjából. Ezen feltételezéseimet szeretném alátámasztani a dolgozat keretein belül azzal, hogy azonosítom azokat a jellemvonásokat, melyek – saját bevallásuk szerint – meghatározzák a vállalkozók személyiségét, illetve azokat, amelyek csak egy bizonyos vállalkozói csoportra jellemzők.

A kutatás **empirikus** részét strukturált mélyinterjúk formájában végzett adatfelvétel képezi. Egy 438 elemet számláló minta állt a rendelkezésemre esettanulmányok és hozzájuk tartozó kérdőívek formájában, melyeket pécsi, győri és szegedi gazdálkodási szakos hallgatók készítettek általuk ismert vállalkozókkal az ország teljes területén. Ezen esettanulmányok és kérdőívek feldolgozása és elemzése valamint az eredmények értékelése állt a munkám középpontjában.

**Disszertációm fontos célja, hogy útmutatót adjon a szakpolitikának az oktatáspolitikai terén, hogy miként hozható létre a sikeres vállalkozóvá válást elősegítő oktatási háttér. A disszertáció eredményeinek ismeretében az üzleti élet szereplői maguk is célirányosan fejleszthetik a sikerhez szükséges képességeiket.**

A kutatás során szerzett információknak makrogazdasági szempontból a **vállalkozásfejlesztés** területén van jelentőségük. Elsősorban a **vállalkozók oktatásának** területén hasznosíthatjuk az eredményeket, a szakmai illetve az egyetemi oktatás keretein belül egyaránt. Az szakmai (középfokú) oktatás során a vállalkozói létre felkészítő óra keretében lehetne hozzásegíteni a leendő önfoglalkoztatókat a szükséges készségek és képességek megszerzéséhez, fejlesztéséhez, kiemelt szerephez juttatva az iparág, szektor által megkövetelt jellemvonásokat. Emellett az iskolarendszerű, például egyetemi gazdasági képzések alkalmával is hangsúlyt lehetne helyezni a személyiségjegyek célirányos fejlesztésére. A legfontosabb tulajdonságok középpontba állítása a leendő vállalkozók oktatásában lehetőséget teremtene arra, hogy a potenciális vállalkozók hatékonyan felkészülhessenek az előttük álló kihívásokra. Ugyanakkor az oktatás elősegítené azt is, hogy kiderülhessen, ki az, aki nem való vállalkozónak. Nem az a cél, hogy mindenkiből vállalkozót neveljünk, hanem az, hogy aki igazán vállalkozónak való, azt az oktatás által átadható készségek, képességek fejlesztése révén minél előbb saját cég megalapítására ösztönözzük. A vállalkozói oktatás ilyen irányba való fejlesztésével elő lehetne segíteni a sikeres vállalkozók számának növekedését, mely pozitívan hathatna a gazdasági növekedésre is. Ugyanakkor vállalkozói képzés, oktatás fontos feladata az is, hogy a vállalkozó társadalmi megbecsülését, elfogadottságát növelje. Ha mások is látják, hogy a sikeres vállalkozás megteremtése és fenntartása milyen sokrétű, áldozattal és kemény munkával elérhető, akkor talán ez elősegíti, hogy a nyereszkes, kizsákmányoló, élőködő, sőt bűnözést sem megvető vállalkozói kép átadja a helyét egy pozitív, a gazdasági fejlődést elősegítő felfogásnak. A mikro-, kis- és középvállalati szektor fejlesztése, hatékony működésének támogatása ugyanis közös társadalmi érdekünk.

## 2. AZ ÉRTEKEZÉS FELÉPÍTÉSE

A dolgozatomban bevezetője után a **második fejezetben** azokat a fogalmakat és elméleteket ismertettem, melyekre munkám során támaszkodtam. Elsőként a vállalkozó és a vállalkozás fogalmi körét tisztáztam. Mivel a munkám a vállalkozói siker hátterében húzóó jellemvonásokat hivatott feltárni, kitértem a siker fogalmának meghatározására, valamint a sikeres vállalkozók jellemvonásainak bemutatására is. A vonatkozó szakirodalmak alapján azonosítottam a sikeres vállalkozóvá válás folyamatában szerepet játszó legfontosabb tulajdonságokat (1. számú táblázat).

**1. táblázat: Vállalkozói tulajdonságok**

Tulajdonság	Szerző
<b>Kockázatkezeléshez kapcsolódó képességek</b>	
Kalkulált kockázat vállalása, kockázatviselési hajlandóság	Knight (1921); <i>McClelland</i> (1961, 1967); <i>Palmer</i> (1971); <i>Timmons</i> (1978, 1999); <i>Welsh and White</i> (1981); Sexton and Bowman (1983, 1984); Burch (1986); Siropolis (1990); Casson (1991); Kuratko and Hodgetts (2004); Mariani (1994); Wickham (1998); Zimmerer and Scarborough (1998); Driver et al (2001); Chell (2008)
Stressz és bizonytalanság tűrés	Bowler (1995); Venkataraman (1997); Zimmerer and Scarborough (1998), Nieman and Bennet (2002); Timmons and Spinelli (2003)
A kudarc kezelésének képessége	<i>Sexton</i> (1980); Gerdes (1988); Burns and Dewhurst (1989); Kuratko and Hodgetts (2004); Goodman (1994), Timmons (1999)
Sok energia, egészség és érzelmi stabilitás	McClelland (1967); Burns and Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Marx et al (1998); Timmons & Spinelli (2003)
Személyes felelősség vállalása, keresése	<i>Sutton</i> (1954), <i>Davids</i> (1963); <i>Welsh and White</i> (1981); Burch (1986); Siropolis (1990); Marx et al (1998); Chell (2008)
Kezdeményezőkézség	Gerdes (1988); Goodman (1994); Maré (1996), Marx et al (1998); Kreitner and Kinicki (1998); Korunka et al (2003)
Optimizmus	Burch (1986)
Önbizalom	<i>Davids</i> (1963); <i>Timmons</i> (1978); <i>Welsh and White</i> (1981); Goodman (1994); Zimmerer and Scarborough (1998); Kreitner and Kinicki (1998); Driver et al (2001); Nieman and Bennet (2002); Timmons & Spinelli (2003); Chell (2008),
Rugalmasság a változások irányába	Sexton and Bowman (1983, 1984); Timmons (1999); Ndubisi & Richardson (2002)

<b>Döntéshozatalhoz kapcsolódó képességek</b>	
Határozottság	Bygrave (1997)
Teljes elkötelezettség	Bygrave (1997), Timmons (1999), Chell (2008)
Növekedés-orientáció	<i>Dunkelberg and Cooper (1982)</i>
Jövőkép, vízió	Bygrave (1997), Timmons (1999)
Kitartás	Sexton and Bowman (1983, 1984); Kroon and Moolman (1991); Naffziger, Hornsby and Kuratko (1994); Bowler (1995); Wickham (1998); Timmons (1999); Driver et al (2001); Nieman & Bennet (2002); Timmons & Spinelli (2003); Chell (2008)
Önállóság, függetlenség	<i>Davids (1963); Hornaday and Aboud (1971); Dunkelberg and Cooper (1982); Sexton &amp; Bowman (1983; 1984); Bygrave (1997)</i>
Belső kontroll attitűd	Rotter (1966, 1990); Hornaday & Aboud (1971); <i>Borland (1974); Timmons (1978); Brockhaus (1982); Lee and Tsang (2001); Korunka et al (2003)</i>
Teljesítmény orientáltság	<i>McClelland (1961, 1967); Hornaday and Aboud (1971); Liles (1974); Atkinson and Birch (1979); Burch (1986); Lee and Tsang (2001); Korunka et al (2003)</i>
Siker és profit orientáció	Burch (1986)
Végrehajtó – a döntéseket végre is hajtja	Bygrave (1997)
<b>Lehetőség felismeréshez kapcsolódó képességek</b>	
Üzleti készenlét	Chell (2008)
Lehetőség-felismerés képessége	Chell (2008)
Lehetőségek értékelésének képessége, ítélőképesség	Chell (2008)
Vállalkozó szellem, üzleti érzék	Chell (2008)
Céltudatosság és lehetőség-megszállottság	Timmons and Spinelli (2003)
<b>Innovációs képességek</b>	
Ötletesség, kreativitás	McClelland (1967); Burch (1986); <i>Timmons (1978); Gerdes (1988); Casson (1991); Hjelle and Ziegler (1992); Kreitner and Kinicki (1998); Nieman &amp; Bennet (2002); Timmons &amp; Spinelli (2003); Chell (2008)</i>
Innovativitás	<i>Schumpeter (1934, 1950); Hornaday and Aboud (1971); Timmons (1978, 1999); Sexton and Bowman (1983, 1984); Chell et al. (1991); Chell (2008)</i>

<b>Kommunikációhoz és külső kapcsolatépítéshez kapcsolódó képességek</b>	
Jó kommunikációs képesség	<i>Pickle (1964); Marx et al (1998)</i>
Kapcsolatépítési képesség	Baumbach and Lawyer (1979); Van Vuuren (1997); Timmons (1999)
Meggyőző képesség	Chell (2008)
Közfigyelmet vonzó, image alkotó személyiség	Casson (2005); Chell et al. (1991); Chell (2008)
Szociális kompetencia, társadalmi beágyazottság	Chell (2008)
Energikus/ambiciózus	<i>Sexton (1980); Sexton and Bowman (1983, 1984); Timmons (1999)</i>
<b>Team-építési képességek</b>	
Csoportépítő, motiváló képesség	Timmons (1999)
Team-ben való együttműködés képessége	Timmons and Spinelli (2003)
Vezetői képesség, mások irányítására való képesség	Chell (2008)
Megszállottság	Bygrave (1997)
<b>Szakmai (tanulható, fejleszthető) képességek</b>	
Üzleti, jogszabályi ismeretek	Van Vuuren (1997), Marx et al (1998), Zimmerer and Scarborough (1998)
Pénzügyi érzék	Burch (1986); Kroon and Moolman (1991); Burns and Dewhurst (1993)
Működtetési, technikai képességek fejlesztése; szakmai tapasztalat	<i>Pickle (1964); Kroon and Moolman (1991); Hatten (1997); Hellriegel, Jackson and Slocum (1999); Lee and Tsang (2001)</i>
Több üzleti területen való szaktudás, képességek kialakítása (multi-skilled), rugalmasság	Chell (2008)
Kemény munkavégző képesség	McClelland (1967); Burch (1986), Burns and Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Bygrave (1997); Marx et al (1998); Timmons & Spinelli (2003)

Forrás: Chell (2008), Ndubisi (2007), van Eeden (2005), *Carland et al (1984)* és Lukovszki (2011) alapján saját szerkesztés

Szintén a második fejezetben tértem ki azoknak a vállalkozói modelleknek az ismertetésére, melyek megalapozták későbbi munkámat. Ezen modellek egy része a vállalkozóvá válásra ható tényezőket (Bandura [1986] társadalmi megismerés-elmélete, Shapero elmozdulás-elmélete

[1975; Shapero és Sokol 1982], Ajzen [1991, 2002; Ajzen és Fishbein 1980] tervezett magatartás elmélete), más részük a vállalkozói sikert meghatározó tényezőket (Giessen-Amsterdam modell [Rauch és Frese 2000, Rauch 2000]), a vállalkozói személyiséget (Chell – Haworth – Brearley [1991] háromdimenziós modellje) vagy éppen a vállalkozás fejlődését befolyásoló tényezőket (GEM modell [Márkus-Szerb 2015]) vizsgálja.

A vállalkozás sikeres működtetése külső, környezetből fakadó hatások és belső faktorok kölcsönhatásának eredményeként valósul meg. A fent említett befolyásoló tényezők szemléltetésének érdekében, disszertációm **harmadik** fejezetében, a vállalkozóvá válás modelljére (Szerb 2006) támaszköva létrehoztam a sikeres vállalkozóvá válás modelljét (1. ábra). Ezt a fejezetet a koncepcionális modell mögött húzódó, azt megalapozó szakirodalmak áttekintésének szenteltem.

1. ábra: A sikeres vállalkozóvá válás modellje



Forrás: Szerb (2006) alapján saját szerkesztés

A dolgozat **negyedik** fejezetében fogalmaztam meg a kutatási kérdéseimet és a hipotéziseimet.

A munkám alapjául szolgáló minta és a kutatás módszertanának bemutatása alkotja a disszertáció **ötödik** fejezetét. Ebben a fejezetben került sor a mintavételi eljárás és vállalkozói adatállomány alapvető tulajdonságainak ismertetésére, valamint a vállalkozói kérdőívek bemutatására.



A dolgozat **hatodik** fejezetében az elemzés módszereit és eredményeit ismertettem, egyúttal kitértem a hipotézisek vizsgálatára is. A változók számának csökkentéséhez *főkomponens-analízissel becsült factorsúlyokra épülő faktoranalízist* használtam (Hajdu 2003). Ezt követően került sor a kialakított tulajdonság-csoportok – ún. faktorok – és a külső környezeti tényezők összevetése alapján a vállalkozói csoportok kialakítására, melyhez *klaszteranalízist* alkalmaztam. Végül *regresszió- és korrespondencia-analízis* segítségével vizsgáltam a külső tényezők és a vállalkozói tulajdonságok közötti kapcsolatokat.

Megállapításaimat és a kutatás gazdasági-szakpolitikai felhasználhatóságára tett javaslataimat a **hetedik** fejezet összegzi.

### 3. A VIZSGÁLAT KUTATÁSI KÉRDÉSEI ÉS HIPOTÉZISEI

Vizsgálódásom a vállalkozói tulajdonságok egymáshoz és a környezeti tényezőkhöz való kapcsolatának empirikus alátámasztására irányult. Először három általánosabb kutatási kérdésre kerestem a választ, majd a csoportosítások eredményeképpen hat hipotézist állítottam fel.

#### 1. kutatási kérdés:

*A különböző tulajdonságok között lehetséges olyan csoportokat képezni, melynek tagjai szorosan kapcsolatban állnak egymással.*

Ezek a tulajdonságok jól elkülöníthető csoportokat alkotva önmagukban is képezhetik a vizsgálódás tárgyát. A rendkívül sokféle vállalkozói tulajdonság így átláthatóbb formában elemezhető.

A másodikként megfogalmazott általános kutatási kérdést az értekezés átfogó gondolatának tekintem:

#### 2. kutatási kérdés:

*A vállalkozók heterogén halmazán belül lehetőség nyílik olyan homogén csoportok elkülönítésére, melyek hasonló környezeti tényezők közepette hasonló belső tulajdonságokat ítélnek fontosnak a siker elérésében.*

Az így létrehozott vállalkozói csoportok véleményem szerint jól elkülöníthetőek egymástól, melynek következtében lehetőség nyílik a csoportot meghatározó tulajdonságok és a csoportra jellemző külső tényezők azonosítására.

#### 3. kutatási kérdés:

*A külső tényezők, legalábbis azok egy része, szorosan összefüggnek egyes belső tulajdonságokkal.*

A harmadik kutatási kérdés egy fontos következménye, hogy a külső tényező fennállása mintegy előre jelezheti a belső tulajdonság létezését.

A harmadik kutatási kérdés teljesülése esetén vált lehetővé a hipotézisek felállítását.

Feltételezésem szerint vannak olyan iparági sajátosságok, amelyek szorosabb összefüggést mutatnak bizonyos tulajdonság-faktorokkal, vagyis a különböző iparágakban eltérő vállalkozói jellemvonások meghatározóak. Az iparágak között a vállalkozói tulajdonságok tekintetében megfigyelhető különbségeket, véleményem szerint, az iparágak eltérő jellemzői okozhatják. Ilyen például a szektorban domináló kapcsolati rendszer (business-to-business vagy business-to-customer kapcsolatok); a beruházási igény nagysága (és a beruházások nagyobb volumenével párhuzamosan jelentkező magasabb pénzügyi kockázat) valamint a beruházások időtávja; a

kereslet volatilitása; a szektor jogszabályi háttérének stabilitása; a piaci környezet változásának sebessége stb. Az első hipotézis a fentiek alapján a következő volt:

*1. hipotézis:*

*A különböző iparágakban tevékenykedő vállalkozók eltérő tulajdonságokat, tulajdonság-csoportokat tekintenek fontosnak a siker elérésében.*

A 2006 és 2011 közötti időszakban a Magyarországon indított cégek nagyjából kétharmadát férfiak, egyharmadát nők indították (Szerb – Petheő 2014). A női és a férfi vállalkozók közötti különbségek feltárását számos kutatás megkísérelte (Sexton és Bowman-Upton 1990; Buttner 1993; Ascher 2012). Véleményem szerint a női és férfi vállalkozók között a két nem közötti alapvető személyiségbeli és környezeti, szociális eltérések miatt alakulhatnak ki különbségek a vállalkozói tulajdonságok tekintetében is.

*2. hipotézis:*

*A női és a férfi vállalkozók eltérő vállalkozói tulajdonságoknak vagy tulajdonság-csoportoknak tulajdonítanak nagyobb szerepet, más tulajdonságokat értékelnek a legmagasabb pontszámmal.*

Az egyes generációk tagjai ugyanabban az időszakban születtek, ugyanazon társadalmi hatások befolyásolták őket (McCrindle – Wolfinger 2010, 14-15.); a közös tapasztalatok, életélmények, végső soron a közös értékek fűzik össze őket (Schewe – Noble 2000, 129., Töröcsik 2009). Feltételezésem szerint az egyes generációk között a fent említett sajátos tapasztalatok és értékek miatt különbség mutatkozhat a vállalkozói jellemvonások tekintetében is. Ezt hivatott feltárni a következő hipotézis.

*3. hipotézis:*

*Az eltérő vállalkozói generációkat eltérő, rájuk jellemző vállalkozói tulajdonságok vagy tulajdonság-csoportok jellemzik.*

Európában a vállalkozások 70-80 %-a családi vállalkozás (Mandl 2008, 39.). Véleményem szerint a családi vállalkozásban tevékenykedő vállalkozók esetében más tulajdonságok kerülnek dominánsabb szerepbe, mint a nem családi vállalkozások esetében. Ennek okát abban látom, hogy a családi vállalkozásban a szerepkörök, feladatok jobban megoszlanak, emellett a stressz és a kockázatok kezelését könnyebbé teheti a segítő családtag jelenléte. A negyedik hipotézis a fentiek alapján így hangzott:

*4. hipotézis:*

*A családi vállalkozások és a nem családi vállalkozások eltérő vállalkozói tulajdonságoknak vagy tulajdonság-csoportoknak tulajdonítanak nagyobb szerepet, más tulajdonságokat értékelnek a legmagasabb pontszámmal.*

A vállalkozás indítására ható motiváló tényezők függvényében lehetőség motiválta és kényszer motiválta vállalkozásokról beszélhetünk (Szerb 2006). Véleményem szerint a két említett vállalkozói csoport a vállalkozás üzemeltetése során is eltérhet egymástól a vállalkozói tulajdonságok tekintetében, ugyanis feltételezésem szerint a vállalkozás indításában mutatkozó

különbségek már eleve eltérő tulajdonságokból eredhetnek. Gondolok itt arra, hogy a kényszervállalkozó már korábban is láthatta a vállalkozás indításában rejlő lehetőséget, de személyiségéből kifolyólag vagy/és a külső körülmények miatt kizárólag akkor volt képes a tettek mezejére lépni, mikor már nem maradt más választása. Az ötödik hipotézis a fentiek alapján a következő volt:

*5. hipotézis:*

*A kényszervállalkozók más vállalkozói tulajdonságokat tekintenek fontosnak a siker elérésében, más tulajdonságokat értékelnek a legmagasabb pontszámmal, mint a lehetőség motiválta vállalkozók.*

A vállalkozó magasabb iskolai végzettsége feltételezésem szerint szorosabb összefüggést mutat bizonyos vállalkozói tulajdonságokkal, tulajdonság csoportokkal. Ennek okát abban látom, hogy a vállalkozói tulajdonságok egy része tanulással fejleszthető (mint például a kommunikációs képességek, a team-építési képességek), melyre a felsőoktatásban több lehetőség nyílik, mint a középfokú oktatásban, így feltételezhetően a vállalkozói tulajdonságoknak eleve nagyobb szerepet tulajdonítanak a felsőfokú végzettségű vállalkozók a középfokú végzettségűeknél. A fenti összefüggést vizsgálta a hatodik hipotézis:

*6. hipotézis:*

*A felsőfokú végzettségű vállalkozók nagyobb fontosságot tulajdonítanak, nagyobb pontszámot adnak bizonyos vállalkozói tulajdonságoknak, mint a középfokú végzettséggel rendelkezők.*

## 4. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A mintavétel strukturált mélyinterjúk formájában történt. A hallgatók által készített megközelítően 500 darab mélyinterjú közül 438 darab volt használható, így a végleges minta ebből a 438 darab mélyinterjúból és a hozzájuk tartozó vállalkozói kérdőívből épült fel.

A vállalkozóval készített mélyinterjú előre meghatározott követelmények alapján került rögzítésre. A mélyinterjú kitért a vállalkozó és a vállalkozás alapvető bemutatására, a vállalkozás történetének ismertetésére, a létrehozására ható tényezők feltérképezésére, illetve azokra a vállalkozó tulajdonságokra, melyek a vállalkozót - saját megítélése szerint - a sikerhez segítik, illetve gátolják. A mélyinterjú lefolytatása alatt egy vállalkozói kérdőív is kitöltetésre került, melyben a vállalkozó saját megítélése szerint ötfokozatú Likert skála segítségével értékelte a vállalkozó képességeket, tulajdonságokat a szerint, hogy mennyire tartja fontosnak az adott tulajdonságot a siker elérésében. A vállalkozó kérdőív a disszertáció 3. fejezetében ismertetett (fentebb az 1. ábrán ábrázolt) modellre támaszkodva, valamint Izquierdo és Deschoolmeester (2008) hasonló kutatását felhasználva került kialakításra. A válaszadás önkéntes alapon történt, mely a nem valószínűségi mintavétel kategóriájába tartozik, azonban a kvázi véletlenszerűség követelményének megfelel. A mintában szereplő vállalkozások székhelye és tevékenységi köre eltérő, kivétel nélkül főállású vállalkozók. A kérdőív a vállalkozó tulajdonságokról alkotott személyes vélemények összehasonlítását teszi lehetővé, valamint módot teremt arra, hogy a vállalkozót a fontosnak vélt jellemvonások és a mélyinterjúk során rögzített külső tényezők kapcsolata alapján csoportosítsuk.

A kutatást a módszere szerint a primer kutatások körébe sorolhatjuk, a strukturált mélyinterjú kvalitatív kutatást kérdőíves kvantitatív kutatással egészítettük ki. A kutatás időbeliségét tekintve az egyszeri keresztmetszeti kutatások közé sorolható. Az egyszeri keresztmetszeti kutatásban az alapsokaságból csakis egyetlen mintát veszünk, és az információgyűjtés ebből az egyetlen mintából és csak egyszeri alkalommal történik (Lázár 2009).

A kvantitatív vizsgálat első lépéseként létrehoztam egy adatállományt, melyben a mélyinterjúk nyomán készült esettanulmányokban szereplő adatokat rögzítettem a vállalkozókról és vállalkozásaikról.

Az adatok elemzéséhez SPSS 20.0-ás programot használtam.

## 5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI, A HIPOTÉZISEK IGAZOLÁSA

### 5.1. Faktoranalízis

Az adatok elemzését faktoranalízissel kezdtem, mellyel az 1. kutatási kérdést igyekeztem alátámasztani. A faktoranalízis segítségével az egymással korreláló tulajdonságokból új, – végeredményben kisebb számú – korrelálatlan változókat képeztem, így egyrészt megkönnyítettem a velük végzendő műveleteket, az adataim átláthatóbbá váltak, és értelmezésük könnyebb lett (Münnich – Nagy – Abari 2006). A faktoranalízis segítségével a 19 tulajdonságból a következő hat faktort hoztam létre:

#### 1. faktor: Team-építési képességek

1. Csoportban (teamben) történő együtt dolgozás
2. Csoport (team) építési képesség

#### 2. faktor: Kockázatkezelési képességek

3. Stresszel történő bánás
4. Kudarccal történő bánás
5. Bizonytalanságokkal történő boldogulás

#### 3. faktor: Kommunikációs és kapcsolatépítési képességek

6. Szóbeli kommunikációs képességek
7. Tárgyalási és megegyezési képesség
8. Írásbeli kommunikációs képesség
9. Külső kapcsolatépítési, hálózatépítési képesség
10. Nyelvtanulási képességek

#### 4. faktor: Lehetőség-felismerés és kockázatvállalás

11. Üzleti lehetőségek azonosítási képessége
12. Üzleti lehetőségek értékelési képessége
13. Kalkulált kockázatvállalás

#### 5. faktor: Döntéshozatali képességek

14. Döntéshozatali képesség
15. Probléma-azonosítás és megoldás képessége
16. Elemző (analitikai) gondolkodás

#### 6. faktor: innovációs képességek

17. Ösztönösen ráérző (intuitív) gondolkodás
18. Innovatív (újszerű) gondolkodás
19. A piac másoktól eltérő felfogása

Az egyes faktorokon belül a tulajdonságok között megfigyelhető korreláció **igazolta** az **1. kutatási kérdésben** megfogalmazott feltételezésemet, miszerint a tulajdonságok között lehetőség nyílik a csoportosításra és ezáltal a vizsgálat egyszerűsítésére jelentősebb adatvesztés nélkül. A főkomponensanalízis eredményeként megkaptam a megfigyelési egységekhez tartozó faktor-score értékeket, melyek felhasználásával a későbbiekben az elemzés alapját a fenti hat faktor képezte.

## 5.2. Klaszteranalízis

Ahhoz, hogy a vállalkozók csoportját további alcsoportokra bonthassam a vállalkozók tulajdonság-faktorai és a környezeti tényezők közötti kapcsolat alapján, klaszterelemzésre volt szükség. A K-közép klaszterezési eljárással 7 stabil klasztert alakítottam ki, melyeket egyedi környezeti hatás- és egyéni tulajdonság-kombinációk jellemeztek. Az alábbiakban táblázatos formában szemléltettem a klaszterek fő jellemzőit.

2. táblázat: A vállalkozói klaszterek jellemzői

		Klaszter						
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Külső tényezők	Végzettség	felső-fokú	közép- és felsőfokú	felsőfokú	felsőfokú	szakmai – közép-fokú	szakmai - közép-fokú	felsőfokú
	Generáció	2	2	2-3 és a legtöbb 4	2	2-3	2-3	2 és a legtöbb 1
	Nem	férfi	itt van a legtöbb női vállalkozó	férfi	férfi	itt a legmagasabb a nők aránya	férfi	férfi
	Tevékenységi kör	szolgáltatás	szolgáltatás	szolgáltatás	termelés	vegyes	vegyes	termelés
	Vállalkozás mérete	mikro, kis	mikro, kis	mikro, kis	mikro, kis	mikro	mikro, kis, közép	kis, közép
	Döntéshozók száma	1	1	1-2	1-2	1	1	3-4
	Családi vállalkozás	vegyes	igen	vegyes	vegyes	igen	igen	nem
	Kényszer motiváció	-	nem	nem	-	itt a legmagasabb	nem	-
	Lehetőség motiváció	-	igen	igen	-	-	igen	-
Belső tulajdonságok	1	Döntéshozatal	Lehetőség felismerés	Team-építés	Lehetőség felismerés	Kockázatkezelési képességek	Innováció	Lehetőség felismerés
	2	Team-építés	Döntéshozatal	Komm., kapcsolat-építés	Döntéshozatal	Komm., kapcsolat-építés	Lehetőség felismerés	Team-építés
	3	Innováció	Komm., kapcsolat-építés	-	-	-	-	-

Forrás: saját szerkesztés

A 2. táblázat jól kifejezi, hogy fent említett hét klaszter meghatározó tulajdonságaiban és környezeti feltételeiben jól elkülönül egymástól, vagyis **sikerült igazolnom a 2. kutatási kérdésben** megfogalmazott feltételezésemet. A klaszteranalízis nyomán tehát egyértelműen megfogalmazható az a következtetés, mely szerint a vállalkozók heterogén csoportján belül lehetséges fellelni olyan alcsoportokat, melyek belső tulajdonságaik tekintetében homogénnek minősíthetők. Ennek következtében bebizonyosodott, hogy annak ellenére, hogy a vállalkozók egészére nézve nem lehetséges általánosan jellemző tulajdonságokat azonosítani, a vállalkozók kisebb csoportjainál egyértelműen megjelennek bizonyos domináns tulajdonságok a környezeti tényezőkkel összefüggésben. Láthatjuk például, hogy a vállalkozói csoportban vezetett vállalkozások esetében, ahol a vezető kénytelen megosztani a döntési jogköröket, cserébe viszont kevesebb felelősség nyomja a vállát, a kockázatkezelési képességek teljes mértékben háttérbe szorulnak a kockázatmegosztás miatt, és a team-építési képességekre helyeződik nagyobb hangsúly, hiszen a tagok közötti együttműködést, a különböző nézetek összeegyeztetését a hatékony team-munka teszi lehetővé. Lehetőség motiválta vállalkozások esetén a vállalkozó sok esetben továbbra is a lehetőség-felismerési képességeket tekinti a siker kulcsának, melyek az indulásban is segítségére voltak. Míg magasabb arányú kényszer-motiváció esetében a kockázatkezelési képességek jutnak kiemelt szerephez.

### 5.3. Regresszió analízis

Felmerült bennem a kérdés, hogy vajon mi hat mire? Egy adott személyiségtípusú ember választ bizonyos területeket, külső tényezőket (vagyis a vállalkozó személyisége gyakorol hatást olyan külső tényezőkre, mint a döntéshozók száma, az iparág, a cég mérete, a családi vállalkozásként való működés), vagy bizonyos külső körülmények hatására, ezekhez alkalmazkodva fejleszt ki, erősít meg egyes tulajdonságokat a sikeres vállalkozó (vagyis a generáció, a nem, a végzettség, a családi háttér, illetve a kényszer/lehetőség motiváció gyakorol hatást a vállalkozó belső tulajdonságaira). A kérdés megválaszolására regresszió analízis segítségével tettem kísérletet. Az elemzéshez a logisztikus regresszió számítását választottam, melynek alkalmazását az indokolta, hogy a függő változónak több kategóriája volt (Sajtos – Mitev 2007)

A regresszió analízist két szempontból hajtottam vére. Elsőként a *független változók* közé az egyes tulajdonság-faktorok kerültek, melyek a faktoranalízis sajátosságai miatt egymással nem mutattak korrelációt. A *függő változók* között a döntéshozók száma, az iparág, a cég mérete, valamint a családi vállalkozásként való működés szerepelt, ezek ugyanis a vállalkozó döntéseivel összefüggő külső tényezők, melyekre feltételezésem szerint hatást gyakorolhat a vállalkozó személyisége. Ezt követően második lépésben a generáció, a nem, a végzettség, a családi háttér, valamint a kényszer/lehetőség motiváció, mint *független változó* hatását vizsgáltam az egyes tulajdonság faktorokra, mint *függő változó*okra. A családi vállalkozásként való működést a második analízisben is szerepeltettem, ezúttal adott külső tényezőként, ugyanis a vállalkozónak nem minden esetben adódik lehetősége, hogy szabadon döntsön, családi vállalkozást alapít-e, vagy sem, hiszen például a kényszer is befolyásolhatja döntésében.



Az első analízis eredményei alapján a döntéshozók számának alakulására és a családi vállalkozásként való működésre egyik független változó sem fejt ki szignifikáns hatást (5%-os szignifikancia szinten). A **team-építési valamint a kommunikációs és kapcsolatépítési képességek az iparági besorolásra gyakorolnak szignifikáns hatást** (5%-os szignifikancia szinten), mely arra enged következtetni, hogy bizonyos tevékenységi területeket gyakrabban választanak olyan vállalkozók, akik a team-építési képességek, illetve a kommunikációs és kapcsolatépítési képességek birtokában vannak. Nem nehéz belátni például, hogy egy a kapcsolatépítési képességek alacsony szintjével rendelkező vállalkozó nem választ olyan tevékenységi kört, melynek sikere a kommunikációs képességeken áll vagy bukik, mint például egy ingatlanügynök esetében. Ugyanez elmondható a team-építési képességek szerepéről is bizonyos tevékenységek estében. Emellett sikerült kimutatnom, hogy **a team-építési képességek, a kockázatkezelési képességek valamint a lehetőség-felismerési és kockázatvállalási képességek egyaránt befolyásolják a cég méretét** (1%-os szignifikancia szinten). A *team-építési képességeknek a cég méretére gyakorolt hatása* abból fakadhat, hogy a magasabb team-építési képességek birtokában lévő vállalkozó nagyobb eséllyel képes sikeresen növelni az alkalmazottainak a számát. A növekedéshez egyúttal a *lehetőség-felismerési képességek* magasabb szintjére van szükség. Mindamellett az alacsonyabb *kockázatkezelési képességekkel* rendelkező vállalkozó nagyobb eséllyel növeli a cégét, melynek oka véleményem szerint a felelősségek megosztásában keresendő. A kisebb cégméret mellett ugyanis a vállalkozónak nincs lehetősége a döntések delegálására, a kockázatok megosztására, így magasabb kockázatkezelési képességekre van szüksége a sikeres működéshez, míg a nagyobb vállalatméretnél megjelenő vállalkozói team-ek csökkentik a vállalkozóra nehezedő kockázatok nyomását, tehát egy alacsonyabb kockázatkezelési képességgel rendelkező vállalkozó inkább a nagyobb cégméretet preferálja.

Az első regresszió analízis eredményei alapján elmondható, hogy egyes belső tulajdonságok szignifikánsan befolyásolják a külső tényezők egy részét.

A második regresszió analízis eredményei azt mutatták, hogy bizonyos külső tényezők hatást gyakorolnak a belső tulajdonságokra, ám nem minden belső tulajdonság esetében figyelhető meg az említett hatás. A kommunikációs és kapcsolatépítési képességek faktora, a lehetőség-felismerés és kockázatvállalás faktora, a döntéshozatali képességek faktora, valamint az innovációs képességek faktora esetében egyik külső tényező sem bír szignifikáns hatással a faktor alakulására (5 %-os szignifikancia szinten). Bizonyítást nyert azonban, hogy a **team-építési képességek faktorára a vállalkozó végzettsége gyakorol (1%-os szignifikancia szinten) hatást**. A magasabb iskolai végzettség megszerzése során feltételezhetően magasabb team-építési képesség elsajátítására nyílik lehetőség, más részről a magasabb iskolai végzettségű vállalkozók több információval rendelkezhetnek a team-ben történő együttműködés és a team-építés képességének előnyeiről és fontosságáról, hiszen az utóbbi évtized menedzsment szakirodalma folyamatosan kommunikálta ezek pozitív hatását a vállalat eredményességére. A regresszió analízis arra is rávilágított, hogy **kockázatkezelési képességek faktorát a vállalkozó neme befolyásolja** (5%-os szignifikancia szinten). A női és a férfi

vállalkozók feltehetőleg különbözőképpen birkóznak meg a kockázatokkal, a nők és a férfiak stressz- és bizonytalanságtűrő képessége a két nem eltérő adottságainak következtében eltérhet egymástól

A két elvégzett regresszió analízis eredményei arra engednek következtetni, hogy mind a vállalkozói személyiségnek, mind pedig a környezeti tényezőknek döntő szerepe van a siker elérésében. A külső és belső tényezők kölcsönösen kapcsolatban állnak egymással, és ezt a szakirodalmi tapasztalatok is alátámasztják. **A vállalkozók bizonyos tulajdonságai fejleszthetőek, amennyiben azt a környezeti tényezők indokolttá és lehetővé teszik, vagyis a környezeti tényezők befolyásolják a személyes tulajdonságok egy részét, ugyanakkor a vállalkozó a személyiségének megfelelő külső tényezők közepette (pl. abban az iparágban) tevékenykedik, vagyis személyisége befolyásolja a külső karakterisztikák egy részét.** Ezen a gondolatmeneten tovább haladva megállapíthatjuk, hogy a külső és belső tényezők közötti kapcsolat irányára vonatkozóan nem lehet egyértelmű következtetést levonni. A kapcsolat az előzetes feltételezéseimnek megfelelően kétirányú.

#### 5.4. Korrespondencia analízis

Munkám utolsó szakaszában valamennyi külső- és belső tényezőt korrespondencia analízisnek vettem alá, hogy a közöttük lévő kapcsolatot grafikus formában szemléltetni tudjam. Elsőként a regresszió analízis által feltárt kapcsolatokat vizsgáltam.

A korrespondencia táblázatok és térképek eredményeit a 3. számú táblázatban foglaltam össze. A 3. számú táblázat az egyes tulajdonság-faktorok esetében megmutatja a külső tényezők azon csoportjait, akik a legfontosabbnak ítélték az adott faktort, vagyis akik a korrespondencia térképen a legközelebb estek a legmagasabb, 5-ös értékhez.

**3. táblázat: A korrespondencia analízis eredményeinek összefoglalása**

Tulajdonság megnevezése	Külső tényező				
	Vállalkozó neme	Generáció	Végzettség	Cégméret	Döntéshozók száma
kockázatkezelési képesség	nő				
kommunikációs és kapcsolatépítési képesség		(boomer és X generáció)			
team-építési képesség			felsőfokú, magasan képzett középfokú	kis- és közép-vállalkozás	
innovációs képesség					1 és 5 fő

Forrás: saját szerkesztés

A korrespondencia analízis az előzetes várakozásoknak megfelelően igazolta, hogy bizonyos külső tényezők és belső tulajdonságok között szoros kapcsolat figyelhető meg, mindezek alapján a **3. kutatási kérdést elfogadottnak tekintetem**, így lehetőség nyílt a hipotéziseim vizsgálatára is.

Az iparági sajátosságok és a belső tényezők közötti kapcsolat egyetlen kombinációja sem vezetett szignifikáns eredményre, így a hozzájuk kapcsolódó **1. hipotézist nem sikerült igazolnom** a korrespondencia analízis segítségével. Véleményem szerint ez arra utalhat, hogy **iparágtól függetlenül szükség van bizonyos jellemvonások jelenlétére ahhoz, hogy a vállalkozó képes legyen sikeres vállalkozást üzemeltetni**. A kommunikációs képesség például épp úgy fontos egy kisiparos vállalkozónak, mint egy kereskedelmi szektorban működőnek, hiszen valami összeköti, hasonlívá teszi őket: a fogyasztó. A kisiparosnak éppolyan hatékonyan kell kommunikálnia a fogyasztóval, mit a kereskedőnek, ha a termékét/szolgáltatását értékesíteni akarja. Az iparágak között tehát nem mutatható ki szignifikáns különbség a belső tulajdonságok tekintetében. Mindamelllett a regresszióanalízis eredményei arra engednek következtetni, hogy a *team-építési képességek valamint a kommunikációs és kapcsolatépítési képességek* szignifikáns hatást fejtenek ki az iparágra, vagyis, bizonyos tevékenységi területeket ezen képességek szintjétől függően gyakrabban választanak a vállalkozók.

Mind a korrespondencia, mind pedig a faktoranalízis alátámasztotta azt a feltételezésemet, hogy a női és férfi vállalkozók között eltérés figyelhető meg a legfontosabbnak ítélt tulajdonságok tekintetében, így a **2. hipotézist elfogadtam**. Az eredmények alapján ugyanis **a női vállalkozók nagyobb fontosságot tulajdonítanak a kockázatkezelési képességeknek, mint a férfi vállalkozók**. A többi tulajdonság faktor nem hozott szignifikáns eredményt. A fentiek arra engednek következtetni, hogy bizonyos tulajdonságok mindkét nemre jellemzőek (esetleg más tényezők által befolyásoltak), míg a kockázatkezelési képességek a nők és férfiak eltérő helyzetéből, neveltetéséből, szociális helyzetéből adódóan nagyobb szerepet töltenek be a női vállalkozók esetében.

A vállalkozó generációja és a vállalkozói tulajdonság faktorok közötti összefüggéseket feltáró hipotézist (3. hipotézis), mely szerint az eltérő generációk eltérő tulajdonságokkal, tulajdonság csoportokkal rendelkeznek, nem sikerült igazolnom, így **a 3. hipotézis elvettem**. Bár a vizsgálat eredményei szerint az X és a boomer generáció kissé nagyobb fontosságot tulajdonít a kommunikációs és kapcsolatépítési képességeknek, a többi tulajdonság faktor esetében nem mutatkozott szignifikáns különbség a generációk között, és a regresszió analízis sem tárt fel szignifikáns kapcsolatot. Ez arra enged következtetni, hogy **a vállalkozási folyamatban szerepet játszó tulajdonságok függetlenek a vállalkozó korától, generációjától**.

A családi vállalkozások és a családi háttérrel nem rendelkező vállalkozások között a belső tulajdonságok tekintetében mutatkozó különbségeket hivatott feltárni a 4. hipotézis. Sem a regresszió, sem pedig a korrespondencia analízis nem támasztotta alá azon feltételezésemet, miszerint a családi és nem családi kézben működő vállalkozások tulajdonosai eltérő tulajdonságokat ítélnék fontosnak a siker elérésében, így **a 4. hipotézist elvettem**. **A családi háttér tehát nem fejt ki szignifikáns hatást a vállalkozói tulajdonságokra**.

Az 5. hipotézisemben azt vizsgáltam, hogy a kényszermotivációval rendelkező vállalkozók és a lehetőség motiválta vállalkozók között fellelhető-e szignifikáns különbség a legfontosabbnak ítélt vállalkozói tulajdonságok között. Sem a regresszió, sem pedig a korrespondencia analízis nem mutatott ki szignifikáns eltérést a különböző motivációval rendelkező vállalkozók között, tehát **az 5. hipotézist el kellett vetni**. Az eredmény rendkívül fontos, hiszen gyakran bélyegzik meg a kényszerből vállalkozást indító személyeket azzal, hogy nem is igazi vállalkozók. Az eredmények egyértelműen arra utalnak, hogy **a vállalkozói sikert befolyásoló tulajdonságok függetlenek a kezdeti motivációtól**, tehát a kényszer motiválta vállalkozókban éppúgy fellelhetők a sikerre vivő tulajdonságok, mint a lehetőség motiválta vállalkozókban. Feltehetőleg azok az emberek, akikben nincsenek meg bizonyos vállalkozói tulajdonságok, a felmerülő kényszer (pl. munkahely elvesztése) esetén sem a vállalkozóvá válásban látnak kiutat, hanem alkalmazottként keresnek állást. A kényszerből vállalkozó személy tehát ugyanúgy egy lehetőséget észlel a vállalkozás alapításakor, csak döntésében a katalizátor szerepét - a lehetőség motiválta vállalkozókkal ellentétben - nem egy önmaga által gerjesztett folyamat, hanem a kényszer tölti be.

A **6. hipotézis** a vállalkozói tulajdonságok és az iskolai végzettség közötti kapcsolatot vizsgálta. Mivel a team-építési képességeket a felsőfokú végzettségű és a magasabban képzett középfokú végzettségű vállalkozók értékelték a legmagasabb pontszámmal, így a 6. hipotézis **igazolást nyert**. A team-építési képességek és a vállalkozó végzettségének kapcsolatát a regresszió analízis eredményei is alátámasztották. **A magasabb végzettség egyértelműen pozitív hatással bír bizonyos tulajdonságok fejlesztésére, így a vállalkozók oktatásába fektetett energiák az eredmények alapján hosszú távon megtérülnek**, a vállalkozói siker a vállalkozók oktatásával elősegíthető, támogatható.

Az eredmények arra is rávilágítanak, hogy bizonyos külső tényezők fennállása esetén felértékelődnek az egyes tulajdonságok. Például nagyobb vállalatméret esetén fontos szerepet töltenek be a team-építési képességek. Ezen tényezők ismerete és figyelembe vétele a vállalkozás alapításakor szintén növelheti a vállalkozás túlélési esélyeit.

## 6. ÖSSZEGZÉS

Az általam kimutatott összefüggéseknek makrogazdasági szempontból elsősorban az oktatáspolitikai terén van jelentőségük. Mivel bebizonyosodott, hogy a vállalkozók között a külső tulajdonságokban megnyilvánuló eltérések más jellemvonásokat, tulajdonságokat juttatnak domináns szerephez, így ezt a vállalkozók oktatásában is figyelembe kellene venni. Munkám során bebizonyítottam, hogy bizonyos vállalkozói tulajdonságok fejleszthetőek, ugyanis szoros összefüggést mutatnak a vállalkozók végzettségi szintjével. A vállalkozói oktatás során nem csupán a technikai, elméleti ismeretek elsajátítására kellene helyezni a hangsúlyt, hanem célirányosan törekedni kellene a tanulók, hallgatók képességeinek fejlesztésére minden lehetséges területen. Amint azt az eredményekből láthattuk, az oktatás szerepe leginkább az általános tulajdonságok fejlesztésében kiemelkedő, tehát elsősorban ezekre kellene helyezni a hangsúlyt. Az szakmai (középfokú) oktatás és a felsőfokú (egyetemi/főiskolai) oktatás során egyaránt a vállalkozói létre felkészítő óra keretében lehetne hozzásegíteni a leendő vállalkozókat a szükséges készségek és képességek megszerzéséhez, fejlesztéséhez, kiemelt hangsúlyt fektetve a fejleszhető vállalkozói tulajdonságokra, valamint a stratégiai gondolkodásmód kialakítására egyaránt. A felsőfokú képzésben törekedni kellene a vállalkozói oktatás minél szélesebb körben való kiterjesztésére, hogy ne csupán a gazdálkodási szakokon legyen lehetőség a vállalkozói ismeretek megszerzésére, hanem valamennyi karon egyaránt, hiszen a mérnöki vagy akár a bölcsész pálya éppúgy lehetőséget teremthet a vállalkozás indítására, mint a közgazdasági. A legfontosabb tulajdonságok középpontba állítása a vállalkozók oktatásában lehetőséget teremtene arra, hogy a leendő vállalkozók hatékonyan felkészülhessenek az előttük álló kihívásokra. Véleményem szerint az alapismereteket, gyakorlati tudást, készségeket és képességeket egyaránt fejlesztő komplex, interaktív módszerekre van szükség a vállalkozói oktatás terén (minden képzési szinten), amely bevonja a diákokat az oktatás folyamatába, figyelembe veszi a meglévő képességeiket, és egyéni fejlődési utakat kínál. Erre teret adhat például a szimulált vállalkozások alapítása és működtetése team-munka keretében (a tényleges alapítási, jogi folyamatot végigkövetve, aktuális problémákat kezelve), emellett kommunikációs és prezentációs gyakorlatok alkalmazása (beleértve a hivatali ügyekben való eljárásra felkészítést is). Az oktatás ilyen irányú megreformálásával elő lehetne segíteni a sikeres vállalkozók számának növekedését, mely pozitívan hatna a magyar gazdaság állapotára is.

A disszertációm címében feltett kérdésre, miszerint sikeres vállalkozóról, vagy sikeres személyiségről beszélünk, a válaszom: is-is. Vannak olyan tulajdonságok, amelyek velünk születnek, s ilyenformán a személyiség sikeréről beszélhetünk, ugyanakkor sikeres vállalkozóvá válni egy hosszú tanulási folyamat eredménye, melynek során új tulajdonságokat sajátítunk el, fejlesztünk, amihez szintén szükséges egyfajta mindenre nyitott személyiség. A két tényező tehát elválaszthatatlan, nincs sikeres vállalkozó sikeres személyiség nélkül.

## 7. A TÉZISEKBEN IS FELHASZNÁLT HIVATKOZÁSOK

- Acs, Z. (2002). „What Is the Value of Entrepreneurial Start-ups to an Economy”. In: Varga Attila – Szerb László (Eds.), *Innovation, Entrepreneurship Regions and Economic Development International experiences and Hungarian Challenges*, University of Pécs, 81–106. o.
- Acs, Z. – Audretsch, D. (1988). „Innovation in Large and Small Firms”. *American Economic Review*, Vol. 78. No. 4., pp. 678–690.
- Acs, Z. – Audretsch, D. (1993). *Small Firms and Entrepreneurship: An East West Perspective*. Cambridge University Press, Cambridge
- Acs, Z. J. - Braunerhjelm, P. - Audretsch, D. B. - Carlsson, B. (2009). “The knowledge spillover theory of entrepreneurship”. *Small business economics*, 32(1), 15-30.
- Acs, Z. – Carlsson, B. – Karlsson, C. (1999), *Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy*. Cambridge University Press, United Kingdom
- Ajzen, I. (1991). „The Theory of Planned Behaviour”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2002). “Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, vol.32, pp. 665-683.
- Ajzen, I. – Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Arrow, K. (1983). „Innovation in Large and Small firms”. In: Ronen, J. (Eds.), *Entrepreneurship Lexington Books*, 15–28. o.
- Ascher, J. (2012). „Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination”. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, Volume 8, Issue 4, 2012: 97-114.
- Atkinson, R. H. - Birch, D. (1979). *Introduction to Motivation*, New Jersey: Van Nostrand
- Audretsch, D. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. The MIT Press, Cambridge
- Bandura, A. (1986). *Social foundation of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Baumbach, C.M. - Lawyer, K. (1979). *How to organise and operate a small business*. 6th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bednazik, R. (2000). „The Role of Entrepreneurship in U.S. and European Job Growth”. *Monthly Labor Review*, 2000 July, 3–16.
- Borland, C. (1974). *Locus of control, need for achievement and entrepreneurship*. Unpublished doctoral dissertation, University of Texas at Austin, 1974
- Bowler, A. (1995). *Entrepreneurship: an introduction*. Cape Town: Nasou

- Brockhaus, R. H. (1982). „The psychology of the entrepreneur”. In C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper (Eds) *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, Englewood-Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp. 39–57.
- Burch, J. G. (1986). *Entrepreneurship*. N.Y., John Wiley & Sons
- Burns, P. – Dewhurst, J. (1989), *Small business and entrepreneurship*. London, MacMillan Press
- Burns, P. – Dewhurst, J. (1993). *Small business and entrepreneurship*. London, MacMillan Press
- Buttner, E. H. (1993). “Female entrepreneurs: How far have they come?”. *Business Horizons*, 36 (2) 59–65.
- Bygrave, W. D. (1994, 1997). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Wiley & Sons, Inc New York
- Carland, J. W. – Hoy, F. – Boulton, W. R. – Carland, J. A. C. (1984). “Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization”. *Academy of Management Review*, 9. 2. 354–359.
- Casson, M. (1991). *The entrepreneur*. Great Britain, Gregg Revivals
- Casson, M. (2005). ‘Entrepreneurship and the theory of the firm’. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 58: 327–348.
- Chell, E. – Haworth, J. – Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality*. London and New York, Routledge
- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction* (2nd ed.). London and New York, Routledge
- Cooper, A. (1998). *Entrepreneurship; The past, the present, the future*. USA SBE Conference, Clearwater, FL.
- Dauids, L. E. (1963). *Characteristics of small business founders in Texas and Georgia*. Athens, Ga.: Bureau of Business Research, University of Georgia, June 1963
- Dennis, W. J., Jr. (1997). “More Than You Think; An Inclusive Estimate of Business Entries”. *Journal of Business Venturing*, No. 12.
- Driver, A. – Wood, E. – Segal, N. – Harrington, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor*. South African Executive Report, Graduate School of Business, Cape Town
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row, New York
- Dunkelberg, W. C. – Cooper, A. C. (1982). “Entrepreneurial typologies”. In: Vesper, K. H. (Ed.), *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, Mass.: Babson Center for Entrepreneurial Studies, 1982, 1-15.
- Gartner, W. (1985). „A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation”. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.

- Gerdes, L. C. (1988). *The developing adult*. 2nd Edition, Durban, Butterworths
- Goodman, J. P. (1994). "What makes an entrepreneur.". *INC*, vol. 16, October, 29.
- Hajdu Ottó (2003). *Többváltozós statisztikai számítások – Statisztikai módszerek a társadalmi és gazdasági elemzésekben*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2003
- Hatten. T. (1997). *Small business: Entrepreneurship and beyond*. Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.
- Hellriegel, D. – Jackson, S. E. – Slocum, J. W. (1999). *Management*. 8<sup>th</sup> Edition, Cincinnati, South-Western College
- Hjelle, L. A. – Ziegler, D. J. (1992). *Personality theories: basic assumptions, research and applications*. 3<sup>rd</sup> Edition, Singapore, McGraw-Hill
- Hornaday, J. A. – Aboud, J. (1971). „Characteristics of successful entrepreneurs”. *Personnel Psychology*, 1971, 24, 141-153.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*, Houghton Mifflin, New York
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. and Mugler, J. (2003). "The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – a configurational approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28: 23–42.
- Kreitner, R. – Kinicki, A. (1998). *Organisational behaviour*. 4<sup>th</sup> Edition, Chicago, Richard D. Irwin
- Kroon, J. – Moolman, P.L. (1991). *Entrepreneurskap*. Potchefstroom: Haum-De Jager.
- Kuratko, D. F. – Hodgets, R. M. (2004). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Sixth edition, 2004, Orlando, South-Western, Thomson Learning
- Lázár Ede (2009). *Kutatásmódszertan a gyakorlatban az SPSS program használatával*. Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Gazdaság- és Humántudományok Kar, Üzleti Tudományok Tanszék, Csíkszereda, letöltés helye: <http://ghkt.csik.sapientia.ro/data/cvk/Lazar%20Ede%20Kutatasmodszertan%20jegyzet.pdf>, letöltve: 2014. december 18.)
- Lee, D. Y. and Tsang, E. W. K. (2001). „The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth”, *Journal of Management Studies*, 38: 583–602
- Leutner, F. – Ahmetoglu, G. – Akhtar, R. – Chamorro-Premuzic, T. (2014). „The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits”. *Personality and Individual Differences*, Volume 63, June 2014, Pages 58–63, <http://www.metaprofiling.com/documents/Entrepreneurial%20Personality%20and%20the%20Big%20Five%20Personality%20Traits.pdf>, letöltve: 2016. január 25.
- Liles, P. R. (1974). *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Homewood, IL: Irwin.
- Lukovszki Livia (2011). „Vállalkozói személyiségjegyek – avagy mi teszi a vállalkozót?”. *Vezetéstudomány*, 42. kötet, 2011. november



- Mandl, Irene (2008). *Overview of Family Businesses Relevant Issues*, Final Report, KMU Forschung Austria, Austrian Institute for SME Research, Vienna, 2008
- Maré, C. F. (1996). *A manual for entrepreneurs: the road to a successful career*. Bloemfontein, Kagiso
- Mariani, M. (1994). „The young and the entrepreneurial”. *Occupational outlook quarterly*, Vol. 38., pp. 2-9.
- Márkus Gábor – Szerb László (2015), *GEM 2014 Magyarország: lassan emelkedő pályán - A vállalkozás helyzete Magyarországon a GEM 2014 adatfelvétele alapján*. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország jelentések, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, letöltés helye: [https://www.researchgate.net/profile/Laszlo\\_Szerb2/publication/311845045\\_GEM\\_2014\\_MAGYARORSZAG\\_LASSAN\\_EMELKEDO\\_PALYAN\\_-\\_A\\_VALLALKOZAS\\_HELYZETE\\_MAGYARORSZAGON\\_A\\_GEM\\_2014\\_ADATFELVETELE\\_ALAPJAN/links/585d08a108ae329d61f6704b/GEM-2014-MAGYARORSZAG-LASSAN-EMELKEDO-PALYAN-A-VALLALKOZAS-HELYZETE-MAGYARORSZAGON-A-GEM-2014-ADATFELVETELE-ALAPJAN.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Laszlo_Szerb2/publication/311845045_GEM_2014_MAGYARORSZAG_LASSAN_EMELKEDO_PALYAN_-_A_VALLALKOZAS_HELYZETE_MAGYARORSZAGON_A_GEM_2014_ADATFELVETELE_ALAPJAN/links/585d08a108ae329d61f6704b/GEM-2014-MAGYARORSZAG-LASSAN-EMELKEDO-PALYAN-A-VALLALKOZAS-HELYZETE-MAGYARORSZAGON-A-GEM-2014-ADATFELVETELE-ALAPJAN.pdf), letöltve: 2017. április 11.
- Marx, S. – Reynders, H. J. J. – Van Rooyen, D. C. – Bosch, J. K. (1998). *Business Management*. 2<sup>nd</sup> Edition, Pretoria, Van Schaik
- McClelland, D. C. (1961.). *The achieving society*. Princeton, N.J.: D. Van Nostrand
- McClelland, D.C. (1967). *The achieving society*. New York, The Free Press
- Mccrindle, Marc –Wolfinger, Emily (2009). *The ABC of XYZ. Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press
- Münnich Ákos – Nagy Ágnes – Abari Kálmán (2006). *Többváltozós statisztika pszichológus hallgatók számára*. Debrecen, Bölcsész Konzorcium, letöltés helye: <http://psycho.unideb.hu/statisztika>, letöltve: 2008.02.27.
- Naffziger, D. W. – Hornsby, J. S. – Kuratko, D. F. (1994). „A proposed research model of entrepreneurial motivation.”. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 18, no. 3.
- Ndubisi, N. O. (2007). „Evaluating the direct and indirect impact of traits and perceptions on technology adoption by women entrepreneurs in Malaysia”. *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 13 Number 2, 2007
- Ndubisi, N. O. - Richardson, S. (2002). „The entrepreneurs technology acceptance model”. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 8(2), 95-113.
- Nieman, G. – Bennet. A. (2002). *Business management - a value chain approach*. Pretoria, Van Schaik
- Palmer, M. (1971). „The application of psychological testing to entrepreneurial potential”. *California Management Review*, 1971, 13(3), 38.

- Pickle, H. B. (1964). „Personality and success: An evaluation of personal characteristics of successful small business managers”. *Small Business Research Series No. 4.*, Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office
- Rauch, A. J. (2000). *Success factors of small and medium sized enterprises*. PhD thesis, Amsterdam: University of Amsterdam, Faculteit Maatschappij- en Gedragwetenschappen, letöltés helye: <http://dare.uva.nl/record/1/253183>, letöltve: 2016.04.15.
- Rauch, A. – Frese, M. (2000). „Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings”. In: Cooper, C.L. – Robertson, I.T. (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 101-142). Chichester: Wiley
- Rothwell, R. – Dodgson, M. (1995). „Innovation and Size of the Firm”. In: Dodgson, M. – Rothwell, R. (Eds.), *The Handbook of Industrial Innovation*, Edward Elgar, London, 310–324.
- Rotter, J. B. (1966). „Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement”. *Psychological Monographs*, Vol. 80., pp.1-28.
- Rotter, J. B. (1990). „Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variabl”. *American Psychologist*, 45, 489-493.
- Sajtos László – Mitev Ariel (2007). *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Budapest, Alinea Kiadó
- Schewe, C. D. – Noble S. M. (2000). „Market Segmentation by Cohorts: The Value and Validity of Cohorts in America and Abroad.”. *Journal of Marketing Management*, Vol 16, pp. 129-142
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1934
- Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950.
- Sexton, D. L. (1980). *Characteristics and role demands of successful entrepreneurs*. Paper presented at the meeting of the Academy of Management, Detroit, 1980
- Sexton, D. L. – Bowman, N. (1983). „Determining entrepreneurial potential of students”. *Academy of Management Proceedings*, 42, 408-412.
- Sexton, D. L. – Bowman, N. (1984). „Personality inventory for potential entrepreneurs: Evaluation of a modified JPI/PRF-E test instrument”. In: Hornaday et al. (1984) Eds. *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Wesley, MA: Centre for Entrepreneurial Studies, Babson college.
- Sexton, D. L. – Bowman-Upton, N. (1990). „Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination”. *Journal of Business Venturing*, 5, 29-36.

- Shapero, A. (1975). „The displaced, uncomfortable entrepreneur”, *Psychology Today*, 9 (November), pp. 83-88.
- Shapero, A. – Sokol, L. (1982). „The social dimensions of entrepreneurship”. In: Kent, C. A. – Sexton, D. L. – Vesper, K. H. (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*, pp. 72-90., Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Siropolis, N. C. (1990). *Small business management: a guide to entrepreneurship*. 4<sup>th</sup> Edition, Boston, Houghton Mifflin
- Sutton, F. X. (1954). „Achievement norms and the motivation of entrepreneurs”. In *Entrepreneurs and economic growth*, Cambridge, Mass.: Social Science Research Council and Harvard University Research Center in Entrepreneurial History
- Szerb László (2000). *Kisvállalati gazdaságtan és vállalkozástan*. Pécs, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
- Szerb László (2006). *Kisvállalati gazdaságtan – előadás vázlatok*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
- Szerb László – Acs, Zoltan J. – Varga Attila – Ulbert József – Bodor Éva (2004). „Az új vállalkozások hatása nemzetközi összehasonlításban (A Global Entrepreneurship Monitor kutatás, 2001–2003)”. *Közgazdasági Szemle*, LI. évf., 2004. július-augusztus, 679–698. o.
- Szerb László – Petheő Attila (2014). „A „Globális Vállalkozói Monitor” kutatás adatfelvételei”. *Statisztikai Szemle*, 92. évfolyam 1. szám, 5-32. o.
- Timmons, J. A. (1978). Characteristics and role demands of entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, 1978, 3, 5-17.
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Boston, Irwin/McGraw-Hill
- Timmons, J. A. – Spinelli, S. Jr. (2003). *New venture creation – Entrepreneurship for the 21st century*. 6th Edition, Boston, Irwin McGraw-Hill
- Töröcsik Mária, Dr. (2009). „Generációs marketing”. In: Bugár, Gy. – Farkas, F. (szerk.), *Elkötelezettség és sokoldalúság. Tanulmánykötet Barakonyi Károly tiszteletére*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 221–228. old. , letöltve: 2010. május 13.,  
letöltés helye:  
[http://www.gti.ktk.pte.hu/files/tiny\\_mce/File/LetolthetoPublikaciok/TorocsikM/generacios\\_marketing\\_tm.pdf](http://www.gti.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/LetolthetoPublikaciok/TorocsikM/generacios_marketing_tm.pdf)
- Van Eeden, Shelley (2005). *Entrepreneurial traits of undergraduate Commerce students: an international comparison*. University of Port Elizabeth, letöltés helye:  
<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2004/Papers%20pdf/103.pdf>, letöltve: 2008.03.21.
- Van Vuuren, J. J. (1997). *Entrepreneurship education and training: a prospective content model*. University of Pretoria, Pretoria

- Venkataraman, S. (1997). „The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor’s Perspective”. In: Katz, J. – Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol. 3, Greenwich: JAI Press, pp. 119-138.
- Welsh, J. A. – White, J. F. (1981). “Converging on characteristics of entrepreneurs”. In: Vesper, K. H. (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, Mass.: Babson Center for Entrepreneurial Studies, 1981, 504-515.
- Wennekers, S. – Thurik, R. (1999). „Linking Entrepreneurship and Economic Growth”, *Small Business Economics*. Vol. 13, pp. 27–55
- Wickham, P. A. (1998). *Strategic entrepreneurship: a decision-making approach to new venture creation and management*. London, Pitman
- Zimmerer, T. W. – Scarborough, N. M. (1998). *Entrepreneurship and New Venture Creation*. 4<sup>th</sup> Edition, Fort Worth, Harcourt Brace College
- Zimmerer, T. W. – Scarborough, N. M. (1998). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. 2<sup>nd</sup> Edition, New Jersey, Prentice-Hall

## 8. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN MEGJELENT SAJÁT PUBLIKÁCIÓK

### *Folyóiratcikkek, könyvrészek*

- Lukovszki Lívía (2015). „Generációk és vállalkozók”. *Marketing & Menedzsment*, 2015. (49. évf.) 4. sz., 52-63. old.
- Szerb, László – Farkas, Szilveszter – Koltai, Judit – Lukovszki, Lívía (2015). „Hungarian Students’ Entrepreneurial Attitudes, Motivations and Perceptions based on the GEST Survey”. In: W. Ruda, R. Ascúa, B. Danko, Th. A. Martin (Ed.), *Entrepreneurial Propensity of University Students. GEST Study. Analysis and Empirical Evaluation in Europe and Latin America*, Santa Fe, Argentina 2015: Ediciones UNL, pp. 87-106.
- Farkas Szilveszter – Koltai Judit – Lukovszki Lívía (2015). „The entrepreneurial perceptions and motivations of Hungarian students: an empirical study”. *Marketing & Management*, 2015. (49. évf.) 1. sz., 71-86. old.
- Szerb László – Lukovszki Lívía (2013). „Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni?”. *Vezetéstudomány*, 2013. (44. évf.) 7-8. sz. 30-40. old.
- Lukovszki Lívía (2011). „Vállalkozói személyiségjegyek – avagy mi teszi a vállalkozót?”. *Vezetéstudomány*, 42. kötet, 2011. november

### *Konferencia-előadások*

- Lukovszki Lívía (2012). „Vállalkozói jellemvonások mérése strukturált mélyinterjú és kérdőív segítségével”, konferencia előadás az MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet és az IBS Nemzetközi Üzleti Főiskola által közösen szervezett “Terepkutatás a magyar gazdaságban” című tudományos konferencián, Budapest, 2012. november 16 – 17.
- Szerb László és Lukovszki Lívía (2012). „Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási orientációi a GUESSS felmérés adatai alapján”, előadás a Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar Gazdasági elemzések Tanszéke által szervezett „Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozói hajlandóságának kutatása” (Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey – GUESSS 2011) című tudományos konferencián, Győr, 2012. február 10.
- Lukovszki Lívía (2009). „Vállalkozói jellemvonások”, előadás a XXIX. Országos Tudományos Diákköri Konferencián, Közgazdaságtudományi Szekció, Debrecen, 2009. április 6-8. (III. helyezett tanulmány)