

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
BÖLCSÉSZETTUDOMÁNYI KAR
DEMOGRÁFIA ÉS SZOCIOLÓGIA DOKTORI ISKOLA

A vállalkozó mint társadalmi-kulturális konstrukció

PhD értekezés téziséhez

Konzulens: Dr. Bodor Ákos

Készítette: Pirmajer Attila

PÉCS, 2023

Tartalom

1. Az értekezés témája.....	3
2. Kutatási kérdések és a dolgozat célkitűzése	3
3. A kutatás módszertana	4
4. A kutatás eredményei	5
4.1 A vállalkozói tulajdonságok szakirodalmi meghatározása	5
4.2 A vállalkozói tulajdonságok empirikus azonosítása	6
4.3 A szociodemográfiai változók hatása a vállalkozói életpályán való megjelenésre	8
4.3.1 Az életkor hatása.....	8
4.3.2 A nem hatása.....	8
4.3.3 Az iskolázottság hatása	8
4.4 A modell tesztelése	8
5. Összegzés	10
Felhasznált irodalom	11
A szerző témában megjelent publikációi	14

1. Az értekezés témája

Az értekezés egy fogalmilag nehezen megragadható társadalmi-gazdasági csoportnak, a vállalkozóknak a vállalkozói cselekvés végzésére vonatkozó motivációira és társadalmi-kulturális beágyazottságára fókuszál.

Egy adott társadalomban a vállalkozói cselekvés három tényező kölcsönhatása következtében alakul ki: 1. vállalkozói (kompetitív) társadalmi és kulturális kontextus uralkodik, 2. a játékszabályok lehetővé teszik a vállalkozói viselkedést, valamint az 3. egyén vállalkozói tulajdonságokkal rendelkezik. Az értekezésben ebből a hármas rendszerből a társadalmi-kulturális kontextus és az egyéni tulajdonságok közti kapcsolatokat vizsgáltam meg, abból az elgondolásból kiindulva, hogy amennyiben bizonyos motivációk, illetve értékek elfogadottsága egy adott társadalomban alacsony, akkor az kihat az ott uralkodó gazdasági fejlődés ütemére is, mivel képtelen lesz megfelelő számú és orientációjú, a gazdasági fejlődést előremozdító vállalkozót kitermelni. Ezért azokban a társadalmakban, amelyekben a vállalkozói értékprioritások társadalmi szinten is elfogadottak a vállalkozók szerepe is erőteljesebb és *vice versa* azokban a társadalmakban, amelyekben a kulturális háttér kevésbé kedvez a vállalkozói személyiség létrejöttének gyengébb (Hoselitz 1952; Casson 1982 [2003]). A vállalkozói életpálya választásra az adott társadalomban uralkodó kulturális kontextus mellett az egyéni tulajdonságok és szociodemográfiai háttérváltozók is hatást gyakorolnak, mivel azok teszik lehetővé az egyén számára, hogy felismerje és megragadja a lehetőségeket (Stevenson és Jarillo 1990).

2. Kutatási kérdések és a dolgozat célkitűzése

A vállalkozóra nem olyan egyénként tekintek, aki vállalkozói tulajdonságokkal rendelkezik, hanem olyasvalakiként, aki a tulajdonságai miatt vált azzá. A dolgozatban a vállalkozót a társadalomtudomány, a szociológia szemüvegén keresztül vizsgálom, aminek következtében a fentebbi állításra vonatkozóan két lényegi kérdést fogalmaztam meg:

1. „Mi” motiválja az individuumot a vállalkozói cselekvés végzésére?

2. „Milyen” kapcsolat áll fenn az individuális cselekvés és a társadalmi-kulturális kontextus között?

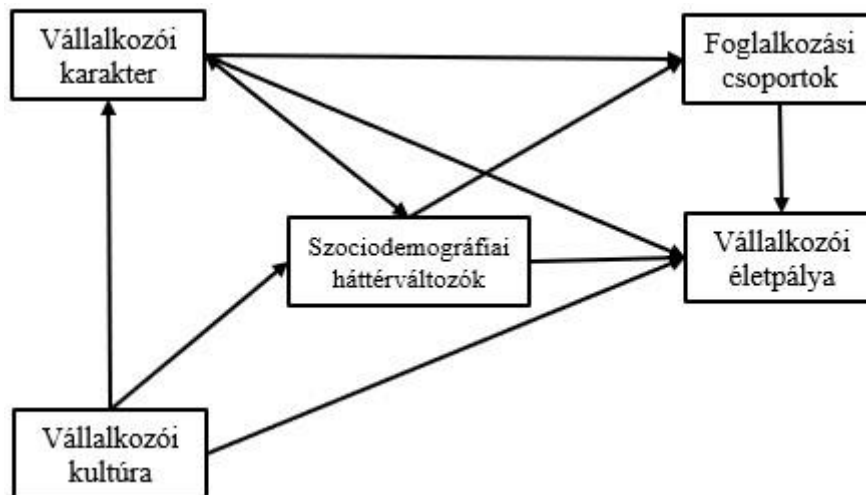
Ezekre a kérdésekre a közgazdaságtan, vagy a pszichológia nem képes hathatós, kielégítő magyarázatot adni, míg a szociológia eszköztára a „miért” és a „hogyan” kérdések megválaszolására elégtelen (erre vonatkozóan lásd: Kunkel 1966; Stevenson és Jarillo 1990)

Ezért a szociológiai látásmód miatt a dolgozat szerepe az említett két kérdés megválaszolásában gyökeredzik. A dolgozat célkitűzése tehát a vállalkozói cselekvés motivációinak a feltárásában ragadható meg, ami hozzásegíthet bennünket olyan jó gyakorlatok létrehozásához, amik ösztönzőleg hathatnak a vállalkozói viselkedés kialakulásra, amely végső soron pozitívan befolyásolná a gazdasági fejlődést.

3. A kutatás módszertana

A dolgozatban feltett kutatási kérdéseknek a megválaszolása régóta foglalkoztatja a különböző tudományterületek kutatóit. A téma vizsgálatára több modellt (Sieger és mtsai. 2011; Szerb és Lukovszki 2013) is kidolgoztak, amelyek Ajzen (1991, 2002, 2006) tervezett magatartás elméletének a modelljére épülnek. Ezekre a koncepciókra alapozva alkottam meg az értekezés alapját képező, a vállalkozói életpályán való megjelenés társadalmi-kulturális beágyazottságának a modelljét.

A vállalkozói életpályán való megjelenés társadalmi-kulturális beágyazottságának a folyamatábrája



Szerzői szerkesztés

A gazdasági folyamatokat előidéző szereplők a társadalmi tőkét felhasználva hozzák létre azokat a társadalmi térben, így szocietális szinten is értelmezhetők. Ugyanakkor nem csak társadalmi, hanem kulturális beágyazottságról is beszélhetünk, mely utóbbit az explicit és implicit normák, társadalmi erkölcsi szabályok, valamint az értékek formálnak (Portes és Sensenbrenner 1993). Emiatt a vállalkozóvá válás a gazdasági mellett egyúttal társadalmi-kulturális jelenség is (Shapiro és Sokol 1982, Licht és Siegel 2006, Thornton et al. 2011).

A modell két fogalomra, a vállalkozói kultúrára és a vállalkozói karakterre épül. Vállalkozói kultúrának azokat a kultúrákat neveztem, amelyek alapvető kulturális beállítódásai megkönnyítik a vállalkozói karakter kialakulását. A vállalkozói karakter pedig egy olyan gyűjtőfogalom, ami azokat az értékeket fogja össze, amelyek elkülönítik a vállalkozókat a többségi társadalomtól. Az értékprioritások megragadásához Schwartz (1987; 2012) értékelméletét, míg a vállalkozói kultúra vizsgálatához Hofstede (1980, 2001, 2011) kulturális dimenzióit használtam fel.

A létrehozott modellt SEM (Structural Equation Modeling) modellezéssel teszteltem az ESS (European Social Survey) adatállományain. Az ESS egy Európára kiterjedő kétéves periódusonként ismétlődő nemzetközi adatfelvétel, ami a kontinens társadalmának demográfiai jellemzőire, közéleti és politikai preferenciáira, valamint, nem utolsósorban, az értékprioritásokra vonatkozó adatokat tartalmaz a Schwartz (Schwartz és Bilsky 1987, 1990, Schwartz 1990, 1992, 2006, 2012) által kidolgozott PVQ (Portrait Value Questionnaire) teszt formájában.

A modell teszteléséhez azért választottuk a SEM-et, mert egy olyan statisztikai módszer, ami lehetővé teszi, hogy 1. egyszerre vizsgáljuk meg a változók közti összetett kapcsolatok rendszerét, hogy 2. meghatározzuk, az elemzett jellemzők egymásra gyakorolt hatásának az irányát és a mértékét, hogy 3. egy olyan elméleti keretrendszer dolgozzunk ki, amiben szemléltethetjük a változók közti kapcsolatokat és összefüggéseket, hogy 4. azonosítsuk a vizsgált változóink közti kapcsolatokat jellemző közvetlen és a közvetett hatásokat, hogy 5. egyszerre kezeljünk nagy mennyiségű adatot (Rigdon 1998, MacCallum és Austin 2000, Nachtigall et al. 2003).

4. A kutatás eredményei

A kutatásom megállapításait a modellt meghatározó elemek mentén mutatom be, ezt követően pedig a modell tesztelés eredményeit vázoló fel. A kutatásom eredményei négy részre tagolódnak: 1. A vállalkozói tulajdonságok szakirodalmi meghatározása, 2. A vállalkozói tulajdonságok empirikus azonosítása, 3. A szociodemográfiai változók hatása a vállalkozói életpályán való megjelenésre, valamint 4. A modell tesztelése.

4.1 A vállalkozói tulajdonságok szakirodalmi meghatározása

A kutatás tárgyának, a vállalkozó fogalmának és a fogalomhoz kötődő tulajdonságoknak a meghatározása azért nehézkes, mert a fogalom egy állandó jellegű fejlődésen megy keresztül. A vállalkozó mindig az aktuális gazdasági és társadalmi igényekhez igazodva, azok problémáira szolgáltat valamilyen megoldást, amit később a többi vállalkozó is magáévá tesz, ezzel megteremtve a jövőbeni fejlődés egy új alapját. Az új kihívások új szerepeket követelnek, amelyek pedig különböző tulajdonságokat erősítenek fel. Ezért lehet az, hogy ugyanazt a jelenséget, esetünkben a vállalkozót a különböző korszakokban más és más jellemvonásokon keresztül ragadták meg a szerzők. A vállalkozói tulajdonságokat az időbeli előfordulásuk alapján korszakokba rendeztem, majd az adott korszak tulajdonságaiból vezettem le az időszakra jellemző vállalkozói szerepfelfogásokat. Végezetül pedig azokból a jellemvonásokból, amelyek mindegyik időszakban előfordultak kialakítottam az általános vállalkozói tulajdonságok csoportját.

A 20. század előtti korszakban a legfontosabb vállalkozói ismérvek a kockázatvállalás, a szabadság és a hatalom voltak (Cantillon 1755 [1959], Baudeau 1767 [1910], Smith 1776 [2011], Bentham 1787 [1818], Roscher 1854 [1912], Menger 1871 [1950], Mill 1871, Clark 1892). Nem alakult ki egy a vállalkozóhoz kapcsolódó disztinktív szerepfelfogás, az később, a 20. század első felében jött létre. Ebben a korszakban a vállalkozói tulajdonságokat elsősorban kereskedőkhöz, valamilyen szolgáltatást végzőkhöz, valamint gyáriparosokhoz kapcsolták. A szerteágazó szerepkörök a tulajdonságok sokszínűségét eredményezték, egy modern kori reneszánszemberként ábrázolva a vállalkozó személyét, úgy feltüntetve azt, mint aki valamilyen fokon mindenhez ért.

A 20. század első felében, az előző korszak gondolati magvaira támaszkodva, a vállalkozót egy innovátori szerepkörbe helyezték a szerzők, és mint ilyen a legfontosabb ismertetőjegyei az innováció, a szabadság, a kockázatvállalás, az ítélőképesség, a hatalom iránti vágy, a szervezés képessége, a bizonytalanság elviselése és az alkalmazkodás képessége volt (Weber 1904 [2001], Schumpeter 1912 [2003], 1928, 1939, Sombart 1913 [1998], Knight 1942, Mises 1949 [2007], Evans 1949). A korszak jelentősége nem csak a vállalkozói jellemvonásokkal kapcsolatos gondolkodás elmélyülése miatt volt jelentős, hanem azért is, mert az innovátori szerepkörön keresztül felvetette a különböző vállalkozói szerepek létezésének a lehetőségét.

A vállalkozó emberi arcának a bemutatása, és az ahhoz kapcsolódó szerepfelfogások kibővülése a 20. század második felében történt meg. Ebben a korszakban az uralkodó vállalkozói jellemvonások a szabadság, a lehetőségkeresés, a kreativitás, az ítélőképesség, a hatalom és a szervezés képessége

volt (Hoselitz 1952, Harbison 1956, Penrose 1959 [2009], Hagen 1963, McClelland 1961 [1971], Leibenstein 1968, Kirzner 1973, 1999, 2008, Littrell és Montgomery 2010). Ennek a korszaknak a jelentősége abban rejlik, hogy elvált egymástól a vállalkozói személyiség és a vállalkozói szerepkör. A vállalkozói személyiséget egyrésztől veleszületett, másrésztől szerzett és tanulható képességek hozzák létre. A képességek közül pedig ez utóbbiak a tanulhatók a dominánsabbak. Mindez azt jelenti, hogy bárki vállalkozóvá válhat, valamint hogy a szerzett képességek révén jön létre a vállalkozói szerep. Ebben a korszakban három szerepfelfogást különítettem el, az innovátorit, a szervezetest és a szolgáltatóit.

A kutatásunk tárgya, a vállalkozó tehát a feldolgozott szakirodalmakban úgy jelenik meg, mint a gazdasági, valamint a társadalmi és kulturális változásokat előidéző egyén, olyasvalaki, akit a tulajdonságok egy olyan meghatározott halmaza készítet cselekvésre, ami alul reprezentált a többségi társadalomban. Ezek a tulajdonságok korszakonként, a korszak igényeihez igazodva, változhatnak, ugyanakkor van egy olyan központi magvuk, ami korszakfüggetlen és amelyeknek korszakonként csak a relatív fontossága variálódik. Korszak függetlenek tehát azokat a tulajdonságokat nevezzük, amelyek minden egyes általunk vizsgált időszakban előfordultak. Ezek a következők, az irodalmi előfordulási gyakoriságuk sorrendjében: 1. kockázatvállalás, 2. szabadság, 3. innováció, 4. jó ítélőképesség, 5. hatalom iránti vágy, 6. kreativitás, 7. a szervezés képessége, 8. a bizonytalanság elviselése, 9. vezéregyéniség, 10. az együttműködés képessége és 11. a nyughatatlanság. Ezek a korszakfüggetlen tulajdonságok azok, amelyek a legfőbb vállalkozói motivációként funkcionálnak és amelyek mentén a vállalkozóknak a legnagyobb eltérést kell mutatniuk a többségi társadalommal szemben.

4.2 A vállalkozói tulajdonságok empirikus azonosítása

Hofstede összesen hat kulturális dimenziót különböztet meg, amelyek eltérőképpen hatnak a vállalkozói karakter kialakulására. A vállalkozói kultúra a legkifejezettebben azokban a társadalmakban jelenik meg, amelyekben alacsony a hatalmi távolság és a bizonytalanság kerülés mértéke, amelyekben individuális és maszkulin értékorientáció uralkodik, amikben a hosszútávú jövőorientáció a domináns és inkább engedékeny a társadalmi közeg. Ezeknek a kritériumoknak, a maszkulin értékorientáció kivételével, a leginkább az észak- és nyugat-európai társadalmak felelnek meg, míg a dél- és kelet-közép-európai országok kevésbé.

Az elméleti vállalkozói tulajdonságok és az empirikus tapasztalat útján megállapított vállalkozói értékek egymásnak való megfeleltetése

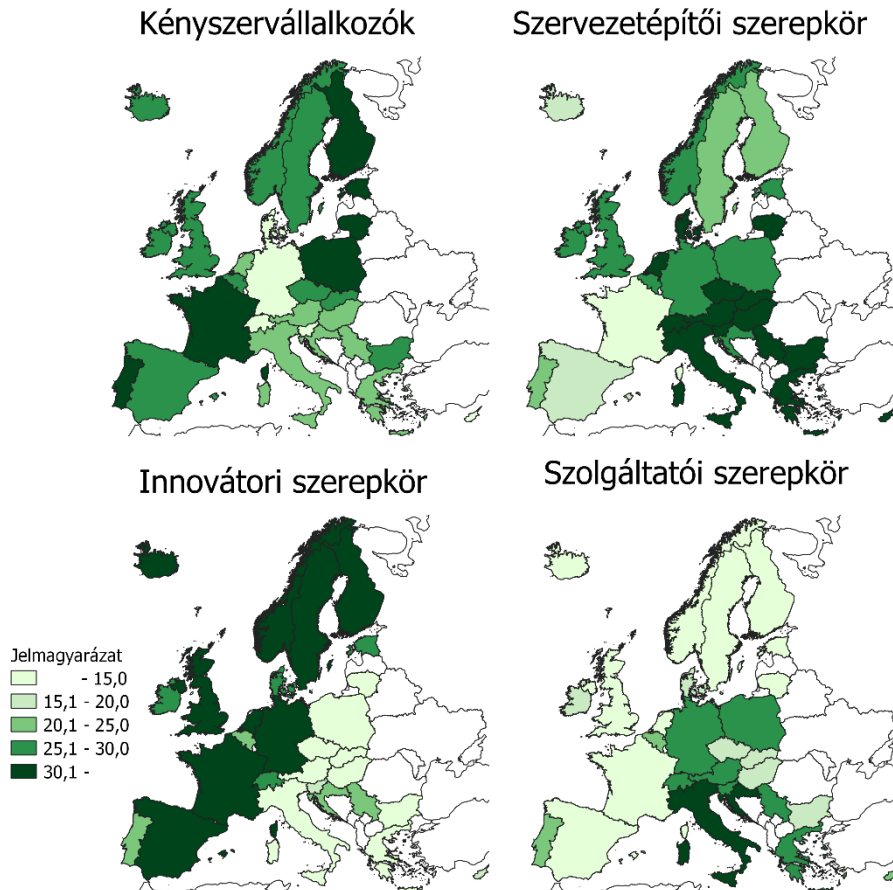
Elmélet	Empíria
Vállalkozói tulajdonságok és az empiriában megjelenő értékpárjaik	
Kreativitás és innováció	Kreativitás
Szabadság	Szabadság
Kockázatvállalás, a bizonytalanság elviselése és nyughatatlanság	Aktív élet
Vezéregyéniség és szervezés képessége	Siker, tisztelet (másoktól)
Hatalom iránti vágy	Gazdagság és tisztelet (másoktól)
Azok a tulajdonságok, amelyek értékpárjai az empiriában nem jelentek meg vállalkozói értéként	
Kockázatvállalás, a bizonytalanság elviselése, nyughatatlanság, innováció és a szervezés képessége	Élmények
Vezéregyéniség és szervezés képessége	Képességek megmutatása
Együttműködés képessége	Megértés
Vezéregyéniség és jó ítélőképesség	Jó magatartás

Forrás: Szerzői szerkesztés

A vállalkozói karaktert összesen hat olyan érték hozza létre, amelyik minden egyes általunk vizsgált régióban fontosabb a vállalkozóknak a társadalomnál. A különböző régiókban csak a

relatív fontosságuk tér el, amit a vállalkozói kultúra befolyásol. Ezek az értékek a következők: 1. szabadság, 2. siker, 3. kreativitás, 4. aktív élet, 5. gazdagság és a 6. másoktól kivívott tisztelet. A fennemlített vállalkozói értékek nem teljeskörűen ugyan, de megfeleltethetők a vállalkozói tulajdonságokról szóló elméleti részben leírt korszakfüggetlen vállalkozói tulajdonságoknak. Ennek köszönhetően az elméletben leírt vállalkozói szerepeket meghatározó értékek csoportját is le tudtam határolni.

A vállalkozói szerepkörök előfordulási aránya országonként (N = 16 916; %)



Forrás: Szerzői szerkesztés

A vállalkozói értékek alapján empirikusan létrehozott szerepkörök összhangban vannak a vállalkozókról szóló elméleti részben leírt vállalkozói szerepekkel. Egyedül a kényszervállalkozók nem jelennek meg az elméletben, mivel az ebbe a kategóriába tartozó egyéneknek a tulajdonságaik alapján nem kellene vállalkozóknak lenniük. Eltérő mértékben ugyan, de az összes vállalkozói szerepkör megtalálható az összes régióban. Azonos jellemzőkkel a hasonló vállalkozói kultúrájú, az észak- és nyugat-európai, valamint a dél- és kelet-közép-európai országok rendelkeznek.

4.3 A szociodemográfiai változók hatása a vállalkozói életpályán való megjelenésre

4.3.1 Az életkor hatása

Az életkor növekedésével egyre kisebb eséllyel válnak vállalkozóvá az egyének, ugyanakkor nő a 40 és 50 éves életkor között alapított vállalkozások sikerességének a valószínűsége. Ebben azonban nem kifejezetten az életkor, mintsem inkább az életkor előrehaladtával megszerzett munkatapasztalat, mozgósítható társadalmi és gazdasági tőke nagysága játsza a főszerepet (Blanchflower et al. 2001, Kautonen et al. 2014, Gielnik et al. 2018, Azoulay et al. 2020).

4.3.2 A nem hatása

A vállalkozók többsége férfi, annak ellenére, hogy a nők többségében nem a férfiakkal konkurens vállalkozói pályán mozognak. A női vállalkozók általában mikro, kevés alkalmazottat foglalkoztató, a szolgáltatói szektorban tevékenykedő vállalkozásokat működtetnek (Bledsoe és Oatsvall 2010, Alam et al. 2011, Lituchy és Reavley 2004, Tillmar 2007, Weeks 2009).

4.3.3 Az iskolázottság hatása

A szakirodalom vegyes képet alkot arról, hogy az iskolázottság mértékének (Robinson és Sexton 1994, Kangasharju és Pekkala 2002, Kirby 2004, Thomas 2009), vagy a végzettségnek (Dolton és Makepeace 1990, Bender és Roche 2013, Shevchuk et al. 2015) van-e nagyobb hatása a vállalkozói életpálya választásra. Értelemszerűen a kettő elválaszthatatlan velejárója egymásnak, mivel bizonyos végzettségek, például fogorvos, magasabb iskolázottságot követelnek. Dolton és Makepeace (1990) megállapításai szerint a legnagyobb eséllyel az ún. önszabályozó (self regulating professions) szakmák képviselői, mint az ügyvédi, építészeti és mezőgazdasági végzettséggel rendelkezők válnak vállalkozóvá. A kutatásom arra mutatott rá ezen a téren, hogy az iskolázottság mértékének a növekedése kedvezően hat a vállalkozói értékprioritások kialakulására, ugyanakkor kedvezőtlenül befolyásolja a vállalkozói életpálya választást. Minél iskolázottabb valaki, annál kisebb a valószínűsége annak, hogy a vállalkozói életpályát választja egy financiálisan biztonságosabb fehérgalléros pozícióval szemben. Ugyanakkor az alacsony iskolai végzettség sem kedvez a vállalkozói életpályának, vagyis a vállalkozóvá válás szempontjából a közepes iskolázottság, illetve valamilyen önszabályozó szakmát biztosító végzettség az ideális.

4.4 A modell tesztelése

A modellünk, a vállalkozói életpályán való megjelenés társadalmi-kulturális beágyazottságának a modellje a vállalkozói kultúrára épül, ami közvetlen és közvetett módon is hatást gyakorol a vállalkozói életpályán való megjelenésre. A vállalkozói kultúra egy olyan kompetitív és teljesítmény alapú környezetet teremt, ami kedvez a vállalkozói karakter kialakulásának. Vállalkozói karakter a legnagyobbbrészt a vállalkozói szülői háttérrel rendelkező férfiaknál alakul ki, akik azokat a foglalkozási kategóriákat helyezik előtérbe, amelyeknél magas a vállalkozóvá válás valószínűsége, ezek az önszabályozó szakmák. Az iskolázottság közvetlenül nem hat a vállalkozói életpályán való megjelenésre, csakis a foglalkozási csoporton keresztül. A modell eredményei azokat a szakirodalmi megállapításokat erősítik meg, amelyek a végzettséget helyezik előtérbe (Dolton és Makepeace 1990, Bender és Roche 2013, Shevchuk et al. 2015) az iskolázottsággal szemben.

A vállalkozói életpályán való megjelenés társadalmi-kulturális beágyazottságának az egyszerű modellje - Eredmények

A változók közti utak		Teljes modell	Dél-Európa	Észak-Európa	Kelet-Közép-Európa	Nyugat-Európa
Szülői háttér	← Vállalkozói kultúra	0,048***	0,033	-0,032	0,022**	-0,004
Nem (Ref.: Nő)	← Vállalkozói kultúra	0,103***	0,012	0,151***	0,115***	0,078***
Nem (Ref.: Nő)	← Szülői háttér	0,021***	0,018	-0,003	0,038***	0,005
Vállalkozói karakter	← Vállalkozói kultúra	0,272***	0,253***	0,309***	0,352***	0,219***
Vállalkozói karakter	← Szülői háttér	0,015***	0,026***	0,016***	0,035***	0,026***
Vállalkozói karakter	← Nem (Ref.: Nő)	0,046***	0,040***	0,044***	0,046***	0,052***
Vállalkozói karakter	← Életkor	-0,003***	-0,003***	-0,003***	-0,003***	-0,002***
Iskolázottság	← Vállalkozói kultúra	1,168***	1,284***	1,093***	0,879***	1,668***
Iskolázottság	← Vállalkozói karakter	0,900***	1,379***	0,126	1,298***	0,972***
Iskolázottság	← Életkor	-0,022***	-0,080***	0,001	-0,019***	-0,018***
Foglalkozási csoport*	← Vállalkozói karakter	0,095***	0,084***	0,054***	0,13***	0,11***
Foglalkozási csoport*	← Nem (Ref.: Nő)	0,027***	0,088***	0,001	0,012**	0,025***
Foglalkozási csoport*	← Iskolázottság	0,032***	0,026***	0,03***	0,038***	0,031***
Foglalkozási csoport*	← Szülői háttér	0,054***	0,056***	0,012	0,078***	0,029***
Vállalkozói életpálya	← Iskolázottság	0,000	-0,003***	-0,002***	0,000	0,004***
Vállalkozói életpálya	← Nem (Ref.: Nő)	0,065***	0,053***	0,067***	0,055***	0,071***
Vállalkozói életpálya	← Szülői háttér	0,102***	0,122***	0,054***	0,095***	0,103***
Vállalkozói életpálya	← Vállalkozói karakter	0,229***	0,265***	0,226***	0,212***	0,224***
Vállalkozói életpálya	← Foglalkozási csoport*	0,102***	0,175***	0,077***	0,098***	0,089***
Vállalkozói életpálya	← Életkor	0,003***	0,003***	0,003***	0,001***	0,003***
Vállalkozói életpálya	← Vállalkozói kultúra	0,111***	0,083***	0,114***	0,078***	0,13***
N		127 030	15 581	21 304	42 239	47 906
CFI (<i>Comparative Fit Index</i>)		0,984	0,981	0,930	0,944	0,982
TLI (<i>Tucker-Lewis Index</i>)		0,926	0,913	0,683	0,750	0,917
RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)		0,029	0,034	0,062	0,056	0,030
RMSEA - 90%-os konfidencia intervallum - alsó		0,027	0,029	0,057	0,053	0,027
RMSEA - 90%-os konfidencia intervallum - felső		0,030	0,040	0,067	0,059	0,033
SRMR – (<i>Standardized Root Mean Square Residual</i>)		0,012	0,014	0,026	0,023	0,012

Forrás: Szerzői szerkesztés

Megjegyzés: *p<0,1; **p<0,05; ***p<0,01

*Csak azok a foglalkozási csoportok, amelyeknél magas annak a valószínűsége, hogy az egyén a vállalkozói életpályán köt ki

A regionális modellek a régiók közti eltérésekre világítanak rá. A modellbe bevont szignifikáns változók hatása, az iskolázottság kivételével, azonos irányba mutat. A kelet-közép-európai modell az általános modellhez igazodik, míg a dél- és nyugat-európai kisebb, az észak-európai pedig nagyobb mértékben tér el attól. Mindhárom régió sajátos jellemzője, hogy míg általánosságban a nemek között van, addig a vállalkozói szülői háttérrel rendelkező férfiak és nők között nincs mérvadó különbség a vállalkozói életpályán való megjelenés esélyében. Az észak-európai régióban ezenfelül még a szülői háttér és a nemi hovatartozás a foglalkozási csoportokra sincs hatással. Az iskolázottság is eltérőképpen fejt ki a hatását a különböző régiókban a vállalkozói életpályán való megjelenésre: az alap- és a kelet-közép-európai modellben nem szignifikáns, ezzel szemben a dél- és észak-európaiban negatív, míg a nyugat-európaiban pozitív a hatása.

5. Összegzés

A dolgozat megírását kettős cél vezérelte, egyrészt az a kérdés, hogy a vállalkozók értékei miben térnek el a többségi társadalométól, másrészt, hogy azokat hogyan befolyásolja az a társadalmi-kulturális közeg, amiben élnek. Az elméletben megfogalmazott vállalkozói tulajdonságokat az empiriában is azonosítottam, azonban a tulajdonságok egy része az empiriában nem vállalkozói értéként jelenik meg. A vállalkozói értékek alapján létrehozott szerepkörök az elméletekből kirajzolódó szerepek mentén jönnek létre, ugyanakkor ezek a szerepkörök nem az elméletben leírt egységes formában jelennek meg, azok között regionális eltérések mutatkoznak. Ezért arra az általános következtetésre jutottam, hogy nem létezik „A” vállalkozói szerep, hanem vállalkozói szerepkörök vannak, amiket az adott terület kulturális sajátosságai befolyásolnak.

A fennemlített vizsgálatára létrehoztam egy saját modellt, ami a vállalkozói kultúra, a vállalkozói karakter és a szociodemográfiai háttérváltozók, közti összefüggések hálózatára épül. A vállalkozói kultúra növekedése jelentős hatást gyakorol annak a valószínűségére, hogy egy vállalkozói karakterrel rendelkező egyént a vállalkozói életpályán találunk-e vagy sem, mindemellett a szociodemográfiai háttérváltozók sem elhanyagolhatók. A férfiak nagyobb valószínűséggel választják ezt az életpályát, valamint azok is, akik vállalkozói szülői háttérrel rendelkeznek. Az iskolázottsággal szemben a végzettség szerepe a meghatározóbb. A vállalkozóvá válás valószínűségében a makroregionális különbségek nem a vállalkozói kultúra és karakter hatására jönnek létre, hanem azok nagyobb valószínűséggel a területi adottságok következtében alakulnak ki. Ugyanakkor a vállalkozói szerepkörök regionális különbségeit már a vállalkozói kultúra és karakter hatása hozza létre. Erre szolgáltat példát a dél-európai régió, amelyből a legmagasabb arányban kerültek vállalkozók az ESS mintájába. A dél-európai régió országai pusztán a területi elhelyezkedésükből fakadóan turisztikai nagyhatalmak. A vállalkozók egy jelentős része pedig ezt a kedvező adottságot használja ki, ugyanis a többségük olyan a biztonság értékét előtérbe helyező vállalkozó, akik a szolgáltatói foglalkozási csoportba tartoznak. Azaz a dél-európai régió vállalkozóinak a jelentős részét alacsony kockázatvállalási hajlandósággal rendelkező, a gazdasági fejlődésre kevés hatást gyakorló vállalkozók alkotják. A kényszervállalkozók többsége is a dél-, valamint a kelet-közép-európai régióból kerül ki, míg a progresszív fejlődéshez köthető vállalkozói szerepkörök a leginkább az észak- és nyugat-európai régiókhoz kapcsolódnak, vagyis azokhoz a régiókhoz, ahol az átlagnál magasabb a vállalkozói kultúra. A vállalkozót, mint társadalmi-kulturális konstrukciót a tulajdonságai, az értékprioritásain keresztül megnyilvánuló motivációi hozzák létre, amelyek sokszor szemben állnak a társadalomban uralkodó játékszabályokkal, illetve normákkal, főként ott, ahol alacsony a vállalkozói kultúra.

A dolgozat eredményei arra utalnak, hogy a kultúrának jelentős hatása van egy adott terület vállalkozóinak a minőségi összetételére, és ezáltal a társadalmi-gazdasági fejlődésére is. Egy kultúra megváltoztatása nehéz, és időigényes folyamat, azonban a politikai döntéshozóknak aktívan törekednie kellene arra, hogy olyan döntéseket hozzanak, amelyek elősegítik a vállalkozói kultúra megeremtését, ami hozzájárul a társadalom hosszútávú sikerességéhez. Ezzel kapcsolatos ajánlásokat fogalmaz meg az Európai Unió 2020-as vállalkozás indítási cselekvésterve is (Entrepreneurship 2020 Action Plan)¹, aminek egyik kulcspontja a vállalkozói szellemiséget növelő irányelvek oktatáspolitikával való összehangolása. Az oktatási

¹ Erre vonatkozóan bővebben lásd: <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/entrepreneurship-2020-action-plan> (Meglátogatva: 2021. 12. 05. 17:37)

rendszerbe pedig olyan kurzusokat kellene bevezetni, amelyek során a hallgatók kifejleszthetik és megerősíthetik a vállalkozói kompetenciáikat.

Felhasznált irodalom

- Ajzen, Icek (1991): The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue 2, 179–211.
- Ajzen, Icek (2002): Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, Issue 4, 665–683.
- Ajzen, Icek (2006): Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire – Brief Description of the Theory of Planned Behavior <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf> (Letöltve: 2021. 12. 07. 08:30)
- Alam, Syed Shah S., Jani, M ohd Fauzi Mohd és Omar, Nor Asiah (2011): An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3, (2), 166–175.
- Azoulay, Pierre, Benjamin F. Jones, J. Daniel Kim, and Javier Miranda (2020): Age and High-Growth Entrepreneurship. *American Economic Review: Insights*, 2, (1), 65–82.
- Baudeau, Nicolas (1767 [1910]). *Première introduction à la philosophie économique ou Analyse des États policés*, (Vol. 2). P. Geuthner.
- Bender, Keith A. és Roche, Kristen (2013): Educational mismatch and self-employment. *Economics of Education Review*, 34, 85–95.
- Bentham, Jeremy (1787 [1818]): *Defence of Usury; shewing the Impolicy of the Present Legal Restraints on the Terms of Pecuniary Bargains; in Letters to a Friend. To which is added A Letter to Adam Smith, Esq. LL.D. on the Discouragements opposed by the above Restraints to the Progress of Inventive Industry; and to which is also added, A Protest against Law-Taxes.* London: Payne and Foss (Online: <https://oll.libertyfund.org/titles/277> 2020. 04. 22 15:33)
- Blanchflower, David G., Andrew Oswald, és Alois Stutzer (2001): Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review*, 45., (4–6), 680–691.
- Bledsoe, M. Tony és Oatsvall, Rebecca J. (2010): Entrepreneurship – women’s business. *The International Business and Economics Research Journal*, 9, (13), 47–58.
- Cantillon, Richard (1959 [1755]): *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Edited with an English translation and other material by Henry Higgs, C.B. Reissued for The Royal Economic Society by Frank Cass and Co., LTD., London (Online elérhető: <https://oll.libertyfund.org/titles/285> Meglátogatva: 2020. 04. 24. 15:20)
- Casson, Mark (1982 [2003]): *The entrepreneur: An economic theory*. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham
- Clark, John Bates (1892): Insurance and business profit. *The Quarterly Journal of Economics*, 7(1), 40–54.
- Dolton, Peter J. és Makepeace, Gerald H. (1990): Self employment among graduates. *Bulletin of Economic research*, 42(1), 35–54.
- Evans, George Heberton (1949): The entrepreneur and economic theory: a historical and analytical approach. *The American Economic Review*, 39(3), 336–348.
- Gielnik, Michael M., Hannes Zacher, and Mo Wang (2018): Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology*, 103., (10), 1067–1085.

- Hagen, Everett E. (1963): How economic growth begins: A theory of social change. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Harbison, Frederick (1956): Entrepreneurial organization as a factor in economic development. *The Quarterly Journal of Economics*, 364–379.
- Hofstede, Geert (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hofstede, Geert (2001): *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage publications.
- Hofstede, Geert (2011): Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture* 2(1), 2307–0919.
- Hoselitz, Bert F. (1952): Entrepreneurship and Economic Growth. *The American Journal of Economics and Sociology*, 12(1), 97–110.
- Kangasharju, Aki és Pekkala, Sari (2002): The role of education in self–employment success in Finland. *Growth and change*, 33(2), 216–237.
- Kautonen, Teemu, Simon Down, and Maria Minniti (2014): Ageing and entrepreneurial preferences. *Small Business Economics*, 42, 579-594.
- Kirby, David A. (2004): Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?. *Education+ training*, 46(8–9), 510–519.
- Kirzner, Israel M. (1999): Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The Review of Austrian Economics*, 11(1–2), 5–17.
- Kirzner, Israel M. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. The University of Chicago Press, Chicago
- Kirzner, Israel M. (2008): The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics* 32(2), 145–152.
- Kunkel, John H. (1966): Individuals, behavior, and social change. *Pacific Sociological Review* 9(1), 48–56.
- Knight, Frank H. (1942). Profit and Entrepreneurial Functions. *The Journal of Economic History*, 2(S1), 126–132. doi:10.1017/s0022050700083479
- Leibenstein, Harvey (1968): Entrepreneurship and development. *The American economic review* 58, no. 2. 72–83.
- Licht, Amir N. és Siegel, Jordan I. (2006): *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. In *Oxford Handbook Of Entrepreneurship*. Casson, Mark és Yeung, Bernard (szerk.). Oxford University Press
- Littrell, Romie és Montgomery, Elisabeth P. (2010): Contemporary Entrepreneurs in South China: A discussion of their individual values. In *Thirty Years of China's Economic Reform*. Wang, Yue és Ramburuth Prem (szerk.). Nova Science Publisher (Online: https://www.researchgate.net/publication/289120334_Contemporary_entrepreneurs_in_south_China_A_discussion_of_their_individual_values Meglátogatva: 2021. 12. 19. 19:28)
- Lituchy, Terri R. és Reavley, Martha A. (2004): Women entrepreneurs: a comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic, *Journal of International Entrepreneurship* 2, (1–2), 61–87.
- MacCallum, Robert C. és James T. Austin (2000): Applications of structural equation modeling in psychological research. *Annual review of psychology* 51
- McClelland, David C. (1961 [1971]): *Achieving society*. Simon and Schuster
- Menger, Carl (1871 [1950]): *Principles of Economics*. Glencoe, IL: Free Press

- Mill, John Stuart (1871): Principles of political economy: with some of their applications to social philosophy (Vol. 1). London: Longmans, Green, Reader and Dyer.
- Mises, Ludwig von (1949 [2007]): Human Action. Treatise on Economics. Liberty Fund, Inc.
- Nachtigall, Christof, Kroehne, Ulf, Funke, Friedrich, és Steyer, Rolf (2003): (Why) Should We Use SEM? Pros and cons of structural equation modeling. *Methods Psychological Research Online* 8(2), 1-22.
- Penrose, Edith (1959 [2009]): The Theory of the Growth of the Firm. Oxford university press, 2009.
- Portes, Alejandro, and Julia Sensenbrenner (1993): Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American journal of sociology* 98(6) 1320–1350.
- Rigdon, E. E. (1998): Structural equation modeling. In *Modern methods for business research*. G. A. Marcoulides (szerk.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 251–294.
- Robinson, Peter B. és Sexton, Edwin A. (1994): The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of business Venturing*, 9(2), 141–156.
- Roscher, Wilhelm (1854 [1912]): A nemzetgazdaság alaptanai. (Ford. Kiss János.) Budapest, Lampel
- Schumpeter Joseph A. (1912 [1983]): The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. New Jersey
- Schumpeter, Joseph A. (1928): The instability of capitalism. *The economic journal*, 38(151), 361–386.
- Schumpeter, Joseph A. (1939): Business cycles. New York: McGraw-Hill
- Schwartz, Shalom, H. és Bilsky, Wolfgang (1987): Toward a Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology* 53(3): 550–562.
- Schwartz, Shalom, H. és Bilsky, Wolfgang (1990): Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology* 58(5): 878–891.
- Schwartz, Shalom H. (1990). Individualism-collectivism: Critique and proposed refinements. *Journal of cross-cultural psychology*, 21(2), 139–157.
- Schwartz, Shalom H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in experimental social psychology* 25, Academic Press. 1–65.
- Schwartz, Shalom H. (2006). Les valeurs de base de la personne: théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie*, 47(4), 929–968.
- Schwartz, Shalom H. (2012): An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture* 2(1): 2–17.
- Shapiro, Albert és Sokol, Lisa (1982): The Social Dimensions of Entrepreneurship, in C. Kent, D. Sexton és K. H. Vesper (szerk.): *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Shevchuk, Andrey, Strebkov, Denis és Davis, Shannon N. (2015). Educational mismatch, gender, and satisfaction in self-employment: The case of Russian-language internet freelancers. *Research in Social Stratification and Mobility* 40, 16–28.
- Sieger, Philipp, Fueglistaller, Urs és Zellweger, Thomas (2011): Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG) (Online:

- https://www.hevs.ch/media/document/0/guess_report_2011_19.09.2012.pdf Letöltve: 2021. 12. 19. 19:34)
- Smith, Adam (1776 [2011]): Vizsgálódás a nemzetek jólétének (sic!) természetéről és okairól. Budapest, Napvilág.
- Sombart, Werner (1913 [1998]): The quintessence of capitalism: A study of the history and psychology of the modern business man (Vol. 4). New York: Taylor & Francis
- Stevenson, Howard H. és Jarillo, J. Carlos (1990): A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal* 11, 17–27.
- Szerb László és Lukovszki Livia (2013): Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni?. *Vezetéstudomány* 44(7–8), 30–40.
- Thomas, M. Kathleen (2009): The impact of education histories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners. *Small Business Economics* 33(4), 455–466.
- Thornton, Patricia H., Ribeiro-Soriano, Domingo és Urbano, David (2011): Socio-cultural factors and entrepreneurial activity. *International Small Business Journal* 29(2), 105–118. doi:10.1177/0266242610391930
- Tillmar, Malin (2007): Gendered small-business assistance: lessons from a Swedish project. *Journal of European Industrial Training* 31(2), 84–99.
- Weber, Max (1904 [2001]): *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. (Ford.: Parsons, Talcott) New York: Taylor & Francis
- Weeks, Julie R. (2009): Women business owners in the Middle East and North Africa: a five country research study, *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 1(1), 77–85.

A szerző témában megjelent publikációi

- Füzér, K., Huszár, Á., Bodor, Á., Bálint, L., & Pirmajer, A. (2020). Social capitals, social class, and prosperity in high-trust and low-trust societies. *International Journal of Sociology*, 50(1), 48–67. <http://doi.org/10.1080/00207659.2019.1684081>
- Grünhut, Z., Bodor, Á., & Pirmajer, A. (2019). A bizalom és az alapvető emberi értékek összefüggése. *Replika*, (113), 45–60. <http://doi.org/10.32564/113.4>
- Pirmajer, A. (2019). Kelet, Nyugat és Koszovó az európai értéktérben Schwartz “alapvető értékek”-elmélete alapján. In *Interdiszciplinaritás a Kárpát-medencében I* (Vol. I, pp. 331–355).
- Bodor, Á., Grünhut, Z., & Pirmajer, A. (2019). Értékpreferenciák az európai vállalkozók körében. *Replika*, (111), 23–41. <http://doi.org/10.32564/111.3>
- Pirmajer, A. (2016). A kártyanaptárakon fellelhető világkép az 50-es évektől a napjainkig. In *Útközben* (pp. 51–70).