

LUKOVSKI Livia

VÁLLALKOZÓI SZEMÉLYISÉGJEGYEK – AVAGY MI TESZI A VÁLLALKOZÓT?

A cikk célja, hogy bemutassa a magyar kis- és középvállalkozók jellemvonásait a külső befolyásoló tényezők figyelembevételével. Az eddigi vállalkozói jellemvonásokat kutató elméletek arra törekedtek, hogy univerzális tulajdonságokat, karakterisztikákat azonosítsanak. Ezen kutatás középpontjában a korábbiakkal ellentétben az a feltételezés áll, miszerint a vállalkozók a tulajdonságok szempontjából is különbözőek, e heterogén csoportokon belül azonban lehetséges kialakítani olyan homogén klasztereket, melyekre hasonló környezeti tényezők közepette sajátos tulajdonság-kombinációk jellemzőek. A létrehozott vállalkozói klaszterek esetében lehetőség nyílik a csoportra jellemző belső tulajdonságok és a csoportot meghatározó külső tényezők azonosítására.

Kulcsszavak: kis- és középvállalkozók, személyiségjegyek, személyiségpszichológia

Az elmúlt két évtizedben világszerte nagymértékben megnövekedett az érdeklődés a kisvállalatok irányába. A kisvállalatok fontos gazdasági és társadalmi szerepet töltenek be az új munkahelyek teremtésén, az innováción keresztül a társadalmi és területi egyenlőtlenségek kiegyensúlyozásáig (Szerb, 2000). A kisvállalati szektor robbanásszerű növekedésének következtében egyre inkább előtérbe kerül a kérdés: mivel magyarázható, hogy az egyik vállalkozás évtizedeken keresztül sikeresen működik, nyereséget könyvel, növekszik, míg egy másik hónapok alatt csődbe jut? Nyilvánvaló, hogy a sikerben számos tényezőnek van fontos szerepe. 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, ami jelen tanulmány fő témája.

Az általam kutatott téma sok ellentmondást hordoz. Igen nagyszámú tanulmány és vizsgálat kísérelte meg feltárni a vállalkozói sikerhez szükséges tulajdonságokat, de mégsem ismerjük pontosan, mitől lesz valaki sikeres vállalkozó. Ez elsősorban azzal magyarázható, hogy a kutatások meglehetősen nagyszámú olyan tulajdonságot tártak fel, amely a sikerhez szükséges. Ugyanakkor a különböző szerzők más-más jellemvonásokat vagy jellemvonás-kombinációkat tartanak fontosnak.¹

A kutatás célja

Vizsgálódásom a vállalkozói tulajdonságok egymáshoz és a környezeti tényezőkhöz való kapcsolatának statisztikai módszerekkel való alátámasztására irányul. Feltételezésem szerint a különböző tulajdonságok között lehetséges képezni olyan csoportokat, melynek tagjai szorosan korrelálnak egymással. Ezek a tulajdonságok véleményem szerint jól elkülöníthető csoportokat alkotva önmagukban is képezhetik a vizsgálódás tárgyát. A rendkívül sokféle vállalkozói tulajdonság így átláthatóbb formában elemezhető. Feltételezem továbbá, hogy a vállalkozók heterogén halmazán belül lehetőség nyílik olyan homogén csoportok elkülönítésére, melyek hasonló környezeti tényezők közepette hasonló belső tulajdonságokat ítélnak 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.

Vállalkozói jellemvonások

Az 1. összefoglaló táblázat a vállalkozói tulajdonságokat rendszerezi aszerint, hogy mely szerző tekinti relevánsnak az adott tulajdonságot a sikeres vállalkozóvá válás folyamatában.

Vállalkozói tulajdonságok

Tulajdonság	Szerző
Üzleti készenlét	Chell et al. (1991)
Forrásoktól független lehetőség kihasználása	Chell et al. (1991)
Vállalkozószellem, merészség	Chell et al. (1991)
Ötletesség, kreativitás	McClelland (1967); Burch (1986); Gerdes (1988); Casson (1991); Chell et al. (1991); Hjelle – Ziegler (1992); Kreitner – Kinicki (1998); Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003)
Nyugtalanág, az unalom kerülése, változottság keresése	Chell et al. (1991)
Közfigyelmet vonzó, imagealkotó	Chell et al. (1991)
Proaktivitás	Chell et al. (1991)
Innovativitás	Chell et al. (1991), Schumpeter (1950) Timmons (1999)
Teljes elkötelezettség	Bygrave (1997), Timmons (1999)
Céltudatosság	Timmons (1999)
Kitartás	Burch (1986) Naffziger – Hornsby – Kuratko (1994); Timmons (1999); Bowler (1995); Wickham (1998); Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003); Driver – Wood – Segal – Herrington (2001)
Növekedésorientáció	Timmons (1999)
Célorientáció és lehetőségmegszállottság	Timmons (1999)
Kezdeményezőkézség	Gerdes (1988); Goodman (1994); Maré (1996), Marx et al. (1998); Kreitner – Kinicki (1998); Timmons (1999)
Személyes felelősség vállalása	Burch (1986); Siropolis (1990); Marx et al. (1998); Timmons (1999)
Tudatosság	Timmons (1999)
Visszajelzések keresése és használata	Timmons (1999)
Belsőkontroll-attitűd	Burch (1986); Rotter (1966, 1990); Timmons (1999)
Stressz és bizonytalanság tűrés	Bowler (1995); Zimmerer – Scarborough (1998), Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003)
Kalkulált kockázat vállalása	McClelland (1967); Schackle (1979); Burch (1986); Siropolis (1990); Casson (1991); Kuratko – Hodgetts (2004); Mariani (1994); Wickham (1998); Zimmerer – Scarborough (1998); Timmons (1999); Driver et al. (2001)
Alacsony igény a hatalomra és a státusra	Timmons (1999)
Integritás és megbízhatóság	Timmons (1999)
Határozottság	Bygrave (1997); Timmons (1999)
Türelem	Timmons (1999)
A kudarc kezelésének képessége	Gerdes (1988); Burns – Dewhurst (1989); Kuratko – Hodgetts (2004); Goodman (1994); Timmons (1999)
Csoportépítő, motiválóképesség	Timmons (1999)
Üzleti kapcsolatépítési képesség	Baumback – Lawyer (1979); Lambris (1995); North (1995); Van Vuuren (1997), Timmons (1999)
Sok energia, egészség és érzelmi stabilitás	McClelland (1967); Burns – Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Marx et al. (1998); Timmons – Spinelli (2003)
Magas intelligencia	Timmons (1999)
Jövőkép	Bygrave (1997); Timmons (1999)
Kemény munkavégző képesség	McClelland (1967); Burch (1986); Burns – Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Bygrave (1997); Marx et al. (1998); Timmons – Spinelli (2003)

Minőség irányába való elkötelezettség	Burch (1986)
Jutalomorientált	Burch (1986)
Kiválóság irányába orientált	Burch (1986)
Optimizmus	Burch (1986)
Profitorientáció	Burch (1986)
Végrehajtó - a döntéseket végre is hajtja	Bygrave (1997)
Önfeláldozás	Bygrave (1997)
Megszállottság	Bygrave (1997)
Részletekre figyelés	Bygrave (1997)
Önállóság, függetlenség	Bygrave (1997)
Önbizalom	Goodman (1994); Zimmerer – Scarborough (1998); Kreitner – Kinicki (1998); Driver et al. (2001); Nieman – Bennet (2002); Timmons - Spinelli (2003)
Rugalmasság a változások irányába	Timmons (1999)
Üzleti, jogszabályi ismeretek	Van Vuuren (1997); Marx et al. (1998); Zimmerer – Scarborough (1998)
Pénzügyi képességek	Burch (1986); Burns – Dewhurst (1993)
Működési, technikai képességek; szakmai tapasztalat	Hatten (1997); Hellriegel – Jackson – Slocum (1999)
Jó kommunikációs képesség	Marx et al. (1998)

Számos szerző felismerte a vállalkozói tulajdonságok meghatározó szerepét. Köztük említhetjük Wennekers és Thurik (1999) nézeteit, akik a vállalkozó attitűdjének, motivációinak, tudásának és képzettségének jelentős szerepet tulajdonítottak mind a vállalkozás kezdő, mind pedig a növekedési szakaszában.

Mint ahogy azt a fenti táblázat jól szemlélteti, rendkívül sok megközelítés létezik, melyek a vállalkozói tulajdonságoknak központi szerepet tulajdonítanak a vállalkozói siker elérésében, de a legfontosabb kérdés mind a mai napig megoldatlan maradt: melyek azok az alapvető tulajdonságok, amelyek a sikeres vállalkozó megkülönböztető jellemzői?

A sikeres vállalkozói kutatások sikertelenségének további oka, hogy a korábbi vizsgálatok során a sikernek csupán az univerzális tulajdonságait kutatták, és kevés figyelem jutott az esetleges differenciáló tényezőknél. Az alábbi elemzés abból az alapvető feltételezésből indul ki, hogy a sikeres vállalkozói tulajdonságok nem általános érvényűek, hanem azok a környezeti hatások és a vállalkozás típusának függvényében változnak. Kutatásom tehát arra irányult, hogy a vállalkozók heterogén halmazán belül olyan csoportokat különítsék el, melyek a környezeti tényezők függvényében homogén belső tulajdonságokkal rendelkeznek. A külső tényezők differenciáló hatása következtében a létrehozott vállalkozói csoportok esetében az eddigieknél egyértelműbben nyílik lehetőség a csoportot jellemző vállalkozói tulajdonságok azonosítására, illetve a csoportok közötti különbségek elemzésére.

A sikeres vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők

A siker felé vezető úton számos hatás éri és befolyásolja a vállalkozót. A hatások egyik része a környezetből fakad, ezeket külső tényezőknél nevezzük. A külső környezeti tényezők a társadalmi/szociális hatások, a gazdasági és politikai tényezők, valamint a vállalkozás (a cég) karakterisztikáinak hatását foglalják magukba (Szerb, 2000). A külső hatások mellett a siker elérésében fontos szerepet játszanak a vállalkozó belső, pszichológiai tulajdonságai, vagyis a belső faktorok. Ide sorolhatjuk a személyiségjegyeket, a személyes tulajdonságokat és az egyéni motiváló tényezőket. A külső és belső faktorok kölcsönösen hatást gyakorolnak egymásra és a sikeres vállalkozóvá válásra egyaránt. A tényezők egymásra gyakorolt hatása eltérő mértékű, ezzel magyarázható, hogy egy-egy vállalkozó esetében más és más tulajdonság kerül előtérbe. Ezt szemlélteti az 1. ábrán látható koncepcionális modell (Szerb, 2006 alapján).

Külső környezeti tényezők

Az 1. számú ábra bal oldali oszlopában feltüntetett külső környezeti tényezők közé a társadalmi/szociális hatások, a gazdasági és politikai tényezők, valamint a vállalkozás karakterisztikái tartoznak. Ezek a tényezők elsősorban a vállalkozóvá válás első, kezdeti szakaszában gyakorolnak nagy hatást (Szerb, 2000).

A vállalkozóra ható *szociális tényezők* Gnyawali és Fogel (1994) alapján a következők:

- a családi, rokoni háttér – átörökítő hatás jelentkezik, ha a családban van vállalkozó²,

- a sikeres és önálló vállalkozások által felmutatott pozitív szerepmoდეllek,
- független, önálló vállalkozások, családok, ismerősök hálózata,
- a létező vállalkozások nagy száma,
- a leendő és aktív vállalkozók oktatása,
- a társadalmi mobilitás, lehetőség a magasabb társadalmi státusz elérésére.

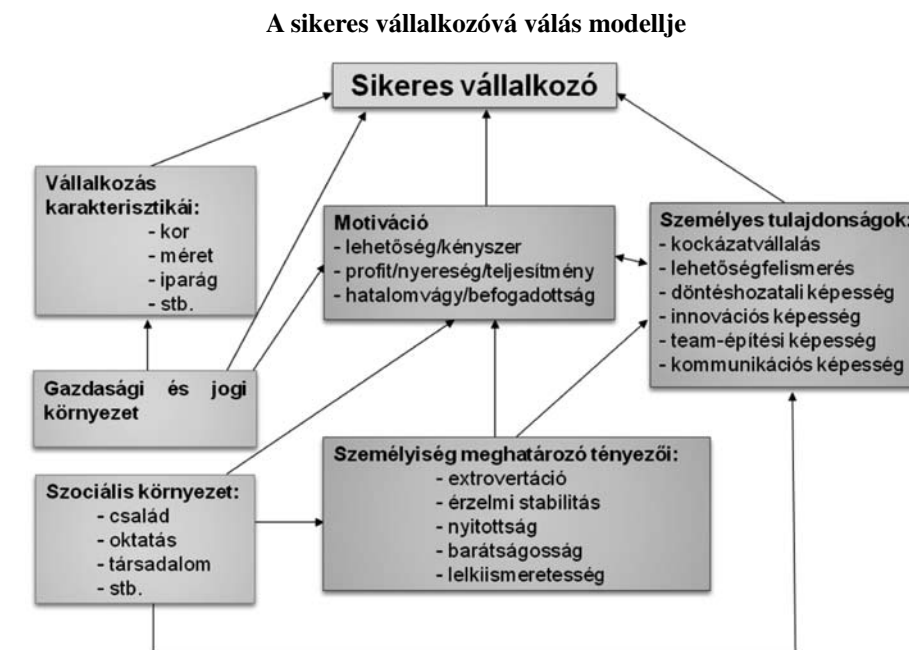
A *gazdasági tényezők* közé sorolhatjuk a rendelkezésre álló erőforrások, támogatások elérésének lehetőségét, a kisvállalkozás-fejlesztés szükségességének kormányzati felismerését (Bajmócy, 2004), korlátozó tényezőként a csökkenő tőkebefektetést, illetve a recesszió vagy depresszió nyomán fellépő munkanélküliséget, melyek hatást gyakorolnak a vállalkozóvá válásra. A *politikai tényezők* közé a jogi szabályozási feltételek tartoznak, illetve gátló tényezőként olyan akadályokat említhetünk, melyek a vállalkozás legitimitását befolyásolják, tiltják a vállalkozást, vagy csak bizonyos iparágakra redukálják a vállalkozás lehetőségét (Szerb, 2000; Szerb – Kocsis-Kisantal, 2008). A rendszerváltást követő néhány évben jól megfigyelhető a politikai tényezők hatása. Ebben az időszakban a legkülönbözőbb társadalmi csoportok tagjai léptek be a vállalkozók közé, mivel a jogszabályok a vállalkozást szabadabbá tették, valamint eltűnt az önállósodás politikai kockázata (Czakó et al., 1995).

A *vállalatspecifikus karakterisztikák* fontos szerepet játszanak a siker elérésében. A vállalkozás karakterisztikái között a következő tényezőket említhetjük: a vállalkozás kora és mérete, az iparág, a jogi forma, a telephely, a tulajdoni struktúra, a vállalkozás stratégiája. A vállalkozás által követett stratégiát figyelembe véve megkülönböztethetünk „hangya” típusú társaságokat, melyekre minimális növekedési irányultság és struktúrátlan szervezeti felépítés jellemző, és „gazellákat”, melyekre gyors növekedés, világos irányjelölés jellemző (Vecsenyi, 2009).

Pszichológiai tényezők

Az 1. ábra bal oldali oszlopában feltüntetett pszichológiai tényezők közé a személyiségjegyeket, a személyes tulajdonságokat és az egyéni motiváló tényezőket sorolhatjuk.

1. ábra



A vállalkozók sajátos *személyiségjegyeinek* feltárására számos kutatás irányult, ám ezek a kutatások nem jutottak egyértelmű eredményre a vállalkozói jellemvonásokat illetően. Bár számos jellemvonást azonosítottak, nem alakult ki egységes álláspont a legmeghatározóbb tulajdonságok tekintetében. A vállalkozók személyiségjegyeinek azonosítását akadályozza egyrészt a személyiségpszichológia belső problémája (mi a személyiség, vannak-e mérhető jegyei, tudjuk-e mérni). Másrészt nehézséget okoz a vállalkozó definíciója is, hiszen nincs egyértelmű definíció, a meghatározások száma rendkívül sok. Ennek következtében a személyiségjegyek azonosítására irányuló vizsgálatok – gyakran minden válogatás nélkül – általában a vállalkozások tulajdonosait vizsgálják (Chell – Haworth – Brearley, 1991; idézi: Tóth, 2003). Tovább bonyolítja a problémát a megfelelő kontrolcsoport megválasztása is (Gartner, 1990).

A nyolcvanas évekre számos személyiségpszichológus nézete közeledett egymáshoz a személyiség fogalmát és struktúráját illetően, és egyetértettek abban, hogy egymástól jól elkülöníthető öt nagy faktor szükséges a személyiség osztályozásához (Juhász, 2002). Az első faktor a *neuroticizmus*, mely az egyének hajlamát mutatja olyan negatív érzelmek megtapasztalására, mint a félelem, szomorúság, szorongás, düh. A második faktor az *extrovertáció*, mely a társaságkedvelő, kiegyensúlyozott, magabiztos, könnyed, energikus, optimista kifejezésekkel társul. A harmadik személyiségtényező a *nyitottság a tapasztalatra*, melyre gazdag képzelőerő, esztétikai érzék, nyitottság az érzelmek megtapasztalására jellemző.

lására, a változatosság iránti igény, intellektuális kíváncsiság jellemző. A negyedik faktort a *kellemesség, barátságosság* alkotja, mely személy alapvetően altruista, szimpatikus másoknak és buzgón segít másokon, és meggyőződése, hogy ezt másoktól is elvárhatja, szociális érdeklődés, kooperáció, empátia, önzetlenség jellemzi, pozitívan közeledik a többi emberhez. Az ötödik faktor a *lelkiismeretesség*, ami az indulaton való uralkodás képességét és a csábításnak való ellenállást jelenti, emellett céltudatosság, erős akarat, megbízhatóság, produktivitás jellemzi. Az ötfaktoros modell kategóriái és a vállalkozói jellemzők közötti kapcsolatot vizsgálva az eddigi tanulmányok meglehetősen elmentéses, és az esetek többségében gyenge kapcsolatot találtak. Az egyik szerző szerint például a vállalkozók extrovertáltak és nyitottak az élmények iránt, viszont alacsony szintű az érzelmi stabilitásuk, kevésbé barátságosak és megbízhatóak (Szerb, 2006).

A vállalkozót befolyásoló *motiváló tényezők* rendkívül nagy hatást gyakorolnak a siker elérésére, hiszen egyedivé, egyénivé teszik a siker elérésének folyamatát. A vállalkozót motiváló tényezőket McClelland a következőképpen csoportosította (McClelland, 1967):

- teljesítményigény – növekedés iránti vágy, profit elérésére való törekvés,
- hatalom iránti vágy – mások feletti uralkodás lehetősége,
- befogadottság – a valahová tartozás igénye.

A McClelland-féle megközelítés mellett egy másik csoportosítás is elterjedt, főleg a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) kutatás nyomán, amely motiváció szempontjából két nagy csoportra oszthatjuk a vállalkozókat (Szerb, 2006):

- *Lehetőség motiválta vállalkozóról* akkor beszélhetünk, ha a leendő vállalkozót egy kiváló üzleti alkalom megragadása, önállóság vagy magasabb jövedelem elérése motiválta. A leendő vállalkozó gyakran a meglévő munkahelyen nem tudja, vagy nem akarja megvalósítani céljait, illetve a meglévő munkahely kifejezetten gátolja elképzelései megvalósításában. A függetlenség motiválta vállalkozó általában nem bírja a kötöttségeket, önmegvalósításra törekszik.
- *A kényszervállalkozó* azért kezd vállalkozásba, mert más lehetősége nincsen, gyakran komoly nehézségek, nélkülözés miatt lesz vállalkozó. Tipikus motiváló tényező a munkahely elvesztése, vagy az attól való félelem, illetve hogy alkalmazottként nem talál állást.

Ez a fajta elkülönítés azért is fontos lehet, mivel komolyabb növekedés és siker elsősorban a lehetőség motiválta, felkészültebb, vállalkozói tulajdonságokkal

inkább rendelkező személytől várható. A kényszervállalkozások gyakori bukásának okai az erőforrások hiánya és a felkészületlenség mellett a kritikus tulajdonságok hiánya.

A vállalkozói tulajdonságok csoportosítása

Az 1. táblázatban ismertetett vállalkozói tulajdonságok nagy száma miatt szükség van a tulajdonságok csoportosítására az átláthatóság és a könnyebb vizsgálhatóság érdekében. A szakirodalom főbb összefüggéseit, tapasztalatait felhasználva hat tulajdonságcsoporthatároztam meg.

Kockázatvállalási hajlandóság

A kockázatkezelés, a kockázatokkal történő bánás minden vállalkozót érint, mondhatni egyetemlegesen uralja a vállalkozói létet. Ugyanakkor egyénekenként változik, hogy ki milyen módon és mértékben képes úrrá lenni a felmerülő problémákon. A kockázatvállalás, illetve a kockázatok kezelése a vállalkozói tulajdonságok egyik legfontosabb tényezője. Knight (1921) volt az első, aki összekapcsolta a profitot, a vállalkozást és a szabad piac létét a kockázattal és a bizonytalansággal. Fontos megjegyezni, hogy a vállalkozói kockázatvállalás nem azonos a szerencsejátékos kockázatvállalásával. Több szerző hangsúlyozza azt, hogy a kockázatviselés mellett a vállalkozó tudatosan törekszik kockázatmegosztásra és -csökkentésre is a bizonytalan környezetben (Knight, 1921; McClelland, 1967).

A későbbi kutatások a vállalkozóvá válás kockázati tényezői közé a pénzügyi kockázat mellé besorolták a karrier-, a családi és a szociális, illetve a pszichikai kockázatokat is (Hisrich – Peters, 1991; Kuratko – Hodgetts 2004). A *pénzügyi kockázat* azáltal keletkezik, hogy a vállalkozó saját forrásait, megtakarításait használja fel a vállalkozás beindításához és üzemeltetéséhez. Ez a befektetés teljesen vagy részben elveszhet, ha a vállalkozás megbukik. A *karrierkockázat* a vállalkozás esetleges bukása esetén jelentkezik, hiszen a vállalkozónak mérlegelnie kell, hogy bukás esetén vissza tud-e menni korábbi munkahelyére, vagy lehetősége nyílik-e új állást találni. A *családi és szociális kockázat* annak veszélyét jelenti, hogy a vállalkozónak nem jut elég ideje családi és baráti kapcsolatainak ápolására a vállalkozói tevékenység mellett, s ennek következtében párkapcsolatok, barátságok szakadhatnak meg. A *pszichikai kockázat* nagyon összetett jelenség. Nem csupán a folyamatos stresszt és a kísérő betegségeket foglalja magába, hanem azt is, hogy valaki hogyan viseli el a vállalkozás bukását (Szerb, 2000). Faragó és Kiss (2005) kutatásuk eredményeként rávilágítanak arra,

hogy a vállalkozók szemében igen nagy a nyereség és a veszteség emocionális értéke, ezért a kockázatos helyzetek során alkalmazott reakciójukban az érzelmi heurisztika szerepének megnyilvánulása fedezhető fel.

A sikeres vállalkozók képesek szembenézni a kockázatok fenyegetésével és kezelni azokat, kockázatvállalási hajlandóságuk meglehetősen magas. A kor tekintetében azt lehet mondani, hogy ugyan a fiatalabb korú vállalkozó kockázatvállalási képessége nagyobb, mint az idősebb vállalkozóké, azonban az idősebb vállalkozó vállalatmenedzseléssel kapcsolatos ismeretei szélesebb körűek. Ennek következtében várhatóan a középkorú, még nem túl idős, de már kellő tapasztalatokkal rendelkező vállalkozó lesz leginkább sikeres (Szerb, 2007).

Döntéshozatali képesség

A döntéshozatal a legfontosabb vezetői feladatok közé tartozik, így a sikeres működéshez elengedhetetlenül fontos, hogy a vállalkozó a szükséges döntéshozatali képesség birtokában legyen. A vállalkozónak a döntési alternatívák közül a legmegfelelőbbet kell választania, figyelembe véve a rendelkezésre álló információkat, az időt, az erőforrásokat és a lehetséges következményeket. Egy-egy rosszul meghozott döntés visszafordíthatatlan következményekkel járhat, mégis sok esetben a vállalkozó rákényszerül a gyors döntéshozatalra (Krasz, 2007: 16. o.). A vállalkozói döntésekre jellemző, hogy többnyire rövid idő áll rendelkezésre a döntés meghozatalára, a rendelkezésre álló információk általában szintén korlátozottak, így a vállalkozónak gyorsan, az intuíciójára támaszkodva kell visszavonhatatlan és sok esetben hosszú távra szóló döntéseket hoznia (Hébert – Link, 1989; Wenekers – Thurik, 1999).

A lehetőségfelismerés

A lehetőségek felismerését és kiaknázásuk iránti ösztönző erőt Kirzner (1979), Timmons (1999), Venkataraman (1997) és Shane – Venkataraman (2000) a vállalkozói lét központi elemének tartják (Szerb, 2007: 24. o.). Kao (1989) a vállalkozókat olyan személyekként írja le, akik katalizátorszerepet töltenek be a gazdasági életben. Ők fedezik fel és vezetnek be az új lehetőségeket, alkotók és újítók egyben, ők azok – hasonlatában –, akik felkapják a labdát és futnak vele, átugorva az útjukba kerülő akadályokat. A vállalkozók legfontosabb feladatai közé tartozik az új lehetőségek eszméinek és szemléletmódjainak kidolgozása és ezeknek az eszméknek valamilyen megfogható formában való megvalósítása (Kao, 1989: 6.o.; idézi: Rimler, 1998: 362. o.). Timmons (1990) is kiemeli, hogy a vállalkozásban alapvető szerepe van a lehetőségek

meglátásának. Ezt szerinte sem szabad összekeverni az ötletekkel. A vállalkozónak nem az a feladata, hogy ötleteket gyártson, hanem az, hogy meglássa, egyes időpontokban és körülmények között mely lehetőségek megvalósítására van esély (Rimler, 1998: 362. o.).

Kirzner (1979) szerint nem minden lehetőség megfelelő minden ember számára (Endres – Woods, 2006). A lehetőségnek összhangban kell lennie a vállalkozó személyiségével, tulajdonságaival, személyes tapasztalataival, máskülönben a lehetőség kiaknázása nem vezet sikerhez.

Innovációs képességek

Az innováció fogalmát Schumpeter vezette be a közgazdaságtanba. Schumpeter szerint az innováció forrása a vállalkozói tevékenység, megkülönböztetett termék-, eljárás- és szervezeti innovációt, valamint marketinginnovációt, melyet az új piacok feltárásaként említett (Schumpeter, 1934). Schumpeter szerint a gazdasági fejlődés, ellentétben a gazdasági növekedéssel, új kombinációk, azaz innovációk, megvalósítása következtében érhető el. Az új kombinációk megvalósítása a vállalkozás, aki pedig végrehajtja, az a vállalkozó. Schumpeter szerint a vállalkozói funkció nem jelenti maguknak az új lehetőségeknek a megteremtését, mert ezek általában rendelkezésre állnak, hanem ezek alkalmazásában jár elől a vállalkozó. A vállalkozónak nem az a feladata, hogy ötleteket gyártson, hanem az, hogy meglássa, egyes időpontokban és körülmények között mely lehetőségek megvalósítására van esély. Az innováció ezért nem jelenti feltétlenül találmányok létrehozását (Rimler, 1998: 360. o.).

Az innovációs folyamat során az újítóknak nemcsak technológiai, hanem szervezési, gazdasági-financiális, kognitív és intézményi-jogi problémákkal is meg kell küzdeniük. A sikeres innovációs folyamat magját e különféle akadályokon való áttörés képezi. A vállalkozó számos esetben a különböző tevékenységi körök mesterségesen meghúzott határain átlépve, gyakorlati mérnök, kutató-tudós, gyakorlati szociológus-politikus és elemző közgazdász is egyben, azaz gyakorlati tevékenysége során e szerepekre jellemző viselkedések sajátos kombinációját valósítja meg, illetve kényszerül megvalósítani (Hughes, 1983, 1987; Callon, 1987; idézi: Kovács, 2004: 56. o.).

Teamépítési képességek

A csoportépítési képesség és a csoportban történő munkavégzés képessége szintén rendkívül fontos vállalkozói tulajdonság. Az emberekkel, beosztottakkal való személyes bánásmód, a jó munkahelyi környezet biztosítása a tartós siker kulcsa lehet. Gyakori problé-

ma, hogy a vállalkozó – saját pozícióját féltve – nem von be más személyt a vállalkozás irányításába, holott a sikeres működés feltétele sok esetben a több szempontú problémamegoldás lenne. A vállalkozói team létrehozása – több vélemény és tapasztalat figyelembevétele által – az első lépés lehet a vállalkozás sikere felé vezető úton (Timmons, 1999).

Kommunikációs képességek

A kommunikáció folyamata során az emberek tudatosan vagy akaratlanul hatást gyakorolnak a másik ember érzéseire, gondolkodására (Soós – Tuska, 2002). A vállalkozók többsége az extrovertált személyiségű emberek csoportjába tartozik. A kiváló kommunikációs képesség lehetővé teszi a vállalkozók számára, hogy könnyen szót értsenek ügyfelekkel, meggyőzzék partnereiket, motiválják alkalmazottaikat, s ez a tulajdonság jelentős szerepet játszik a siker elérésében és megtartásában.

A kutatás és az adatbázis

A kutatás módszere a strukturált mélyinterjú volt. 200 elemet számláló minta állt a rendelkezésemre esettanulmányok és hozzájuk tartozó kérdőívek formájában dr. Szerb Lászlónak köszönhetően, melyeket a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának, a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának és a Pécsi Tudományegyetem Illyés Gyula Főiskolai Karának gazdálkodási szakos hallgatói készítették általuk ismert vállalkozókkal. A mintába kerülés önkéntes alapon történt.

A mintában szereplő vállalkozások székhelye és tevékenységi köre eltérő, kivétel nélkül működő vállalkozások. A mintába kizárólag főállású vállalkozók kerültek be. A vállalkozóval készített mélyinterjút előre meghatározott követelmények alapján rögzítették, kitérve a vállalkozó és a vállalkozás alapvető bemutatására, a vállalkozás történetének ismertetésére, a létrehozására ható tényezők feltérképezésére, illetve azokra a vállalkozói tulajdonságokra, melyek a vállalkozót – saját megítélése szerint – a sikerhez segítik, illetve gátolják.

A mélyinterjú lefolytatása alatt egy vállalkozói kérdőívet töltöttek ki, melyben a vállalkozó saját megítélése szerint egyrészt egy ötfokozatú Likert-skála segítségével értékelte a felsorolt vállalkozói tulajdonságokat aszerint, hogy mennyire tartja fontosnak az adott tulajdonságot a siker elérésében, másrészt pedig a legfontosabb három vállalkozói tulajdonságot rangsorolta. A vállalkozói kérdőív a szakirodalmi tapasztalatok alapján kialakított, a fentebb ismertetett hat tulajdonságcsoporthoz, illetve elsősorban Deschoolmeester és

2. táblázat

A minta jellemzői

Megnevezés	Arány	Átlag
A vállalkozó kora:		
25–35 év	15%	
36–50 év	38%	
51–71 év	47%	
A vállalkozó neme:		
férfi	76%	
nő	24%	
A vállalkozó legmagasabb iskolai végzettsége:		
felsőfokú végzettség	54%	
középfokú végzettség	46%	
Tevékenységi terület:		
termelő	34%	
kereskedelmi	33%	
szolgáltató	33%	
A vállalkozás kora:³		
2–10 év	33,3%	
11–15 év	33,3%	
16–27 év	33,3%	
A vállalkozás típusa szervezeti forma alapján:		
Egyéni vállalkozás	18%	
bt.	25%	
kft.	57%	
A vállalkozás típusa az alkalmazottak száma alapján:		
mikro-vállalkozás	61%	18 fő
kisvállalkozás	31%	
középvállalat	8%	
A vállalkozás tulajdonosainak száma:		
1	21%	3 fő
2	43%	
3	22%	
4 vagy több	14%	
A döntéshozók száma a vállalkozásban:		
1	62%	2 fő
2	26%	
3 vagy több	12%	
Családi vállalkozás		
Családi vállalkozás	59%	
Nem családi vállalkozás		
Nem családi vállalkozás	41%	
Lehetőség motiválta vállalkozás		
Lehetőség motiválta vállalkozás	67%	
Kényszervállalkozás		
Kényszervállalkozás	33%	

Izquierdo (2008) kutatásait alapul véve készült. A kérdőív a vállalkozói tulajdonságokról alkotott személyes vélemények összehasonlítását teszi lehetővé, valamint módot teremt arra, hogy a vállalkozókat a fontosnak vélt jellemvonások és a mélyinterjúk során rögzített külső tényezők kapcsolata alapján csoportosítsuk.

Vállalkozói adatbázis

Munkám első lépéseként létrehoztam egy adatbázist, melyben a mélyinterjúk nyomán készült esettanulmányokban szereplő adatokat rögzítettem a vállalkozókról és vállalkozásaikról. A minta összetételére vonatkozó vizsgálataim alapjául a vállalkozó neme, kora, a vállalkozás tevékenységi köre, a vállalkozás mérete, a vállalkozó motivációja és családi háttere szolgált. Ezen ismervek mentén azonosítottam a rendelkezésre álló minta főbb jellemzőit, melyeket a 2. táblázatban foglaltam össze (2. táblázat).

A vállalkozói tulajdonságok sorrendje a pontszámok és a fontossági sorrendek alapján
(ötfokozatú Likert-skála)

Sorrend pontszám alapján	Átlag	Tulajdonság megnevezése	Sorrend fontosság alapján	Átlag
1.	4,68	Tárgyalási és megegyezési képesség	2.	0,83
2.	4,59	Döntéshozatali képesség	1.	0,90
3.	4,57	Problémaazonosítás és megoldás képessége	3.	0,68
4.	4,49	Szöbeli kommunikációs képességek	7.	0,46
5.	4,31	Külső kapcsolatépítési, hálózatépítési képesség	4.	0,60
6.	4,26	Üzleti lehetőségek azonosítási képessége	6.	0,49
7.	4,23	Üzleti lehetőségek értékelési képessége	8.	0,31
8.	4,21	Innovatív (újszerű) gondolkodás	5.	0,50
9.	3,89	Kalkulált kockázatvállalás	12.	0,13
10.	3,88	Ösztönösen ráérző (intuitív) gondolkodás	9.	0,30
11.	3,83	Stresszel történő bánás	14.	0,09
12.	3,79	Kudarccal történő bánás	18.	0,04
13.	3,78	Elemző (analitikai) gondolkodás	10.	0,19
14.	3,64	Csoportban (teamben) történő együtt dolgozás	11.	0,14
15.	3,64	Bizonytalanságokkal történő boldogulás	17.	0,05
16.	3,60	Csoport(team)építési képesség	16.	0,05
17.	3,56	Írásbeli kommunikációs képesség	19.	0,03
18.	3,35	A piac másoktól eltérő felfogása	13.	0,12
19.	3,19	Nyelvtanulási képességek	15.	0,07

A vállalkozói kérdőív

A vállalkozói kérdőív az 1. ábrán ismertetett modellre támaszkodva a vállalkozói tulajdonságok sikerben játszott szerepének értékelését teszi lehetővé. A kérdőívek kitöltésekor a jellemvonások és képes-

ségek értékelése a vállalkozó feladata volt. Egytől (alacsony fontosságú) ötig (magas fontosságú) terjedő pontszámmal osztályozhatta a tulajdonságokat aszerint, hogy mennyire érzi őket fontosnak a siker elérésében.

Az általam készített adatbázisban a jellemzőkre adott pontszámok is lejegyzésre kerültek. Minden tulajdonság mellett szerepel a fontossági sorrendben betöltött helye is, mivel a vállalkozónak rangsort kellett felállítania az első három legfontosabbnak ítélt tulajdonság között. A vállalkozó által legfontosabbnak ítélt tulajdonság a könnyebb értékelhetőség érdekében az adatbázisban harmas értéket kapott, a második helyre értékelt tulajdonság kettőt, a harmadik pedig egyet. Azok a tulajdonságok, melyek nem kerültek be a rangsorba, nullás értéket kaptak.

A vállalkozók a 3. táblázatban leírtak szerint értékelték a jellemvonásokat.

3. táblázat

Ha összevetjük a pontszámok és a fontosság alapján létrejött sorrendet, látható, hogy a vállalkozók mindkét esetben a tárgyalási és megegyezési képességet, a döntéshozatali képességet, valamint a problémaazonosítás és megoldás képességét ítélték a legfontosabb

tulajdonságoknak a siker elérésében és megtartásában. A többi tulajdonság tekintetében a sorrendben eltéréseket mutat a két megközelítés, azonban a korrelációs mutató 0,90-es értéke alapján a két megközelítés szignifikánsan nem különbözik egymástól.

Elemzési módszerek és eredmények

A sokféle tulajdonság nagyszámú kombinációja között általában nehéz eligazodni, így az elemzés első lépéseként szükséges volt csökkenteni a változók (tulajdonságok) számát. A kérdőívek által értékelt 19 vállalkozási tulajdonságot áthatóbbá és könnyebben elemezhetővé lehet tenni többváltozós elemzési módszerek felhasználásával. A többváltozós elemzéshez a főkomponens-analízist használtam, mely a jellemzők közötti kölcsönös és lényeges összefüggések feltárására alkalmas eszközök egyike (Széleányi, 1993). Ezt követően kerülhetett sor a kialakított tulajdonságcsoportok – ún. főkomponensek – és a külső környezeti tényezők összevetése alapján a vállalkozási csoportok kialakítására, melyhez klaszteranalízist alkalmaztam.

Főkomponens-analízis

A főkomponens-analízis a többváltozós adatelemzés egy gyakran használt matematikai eljárása, melynek célja a megfigyelési egységek csoportjainak elemzése, háttérváltozók felderítése és így az eredeti megfigyelési változók közötti lényeges kölcsönhatások megállapítása. A főkomponens-analízis a faktorelemzések egyik gyakran alkalmazott típusa, mely a vizsgált tulajdonságokat úgy „összegzi”, hogy az „összegzés” során óhatatlanul fel-lepő információ-vesztést a lehető legkisebb mértékűre csökkenti. Az „összegzés” tulajdonképpen arra irányul, hogy az egymással korreláló tulajdonságokból új – végeredményben kisebb számú –, korrelálatlan változókat (főkomponenseket) képezzünk. Így egyrészt megkönnyítjük a velük végzendő műveleteket, és ezzel együtt csökkentjük a hiba mértékét is. Továbbá előnyt jelent az is, hogy az adataink átláthatóbbá válnak, értelmezésük könnyebb lesz (Münnich – Nagy – Abari, 2006).

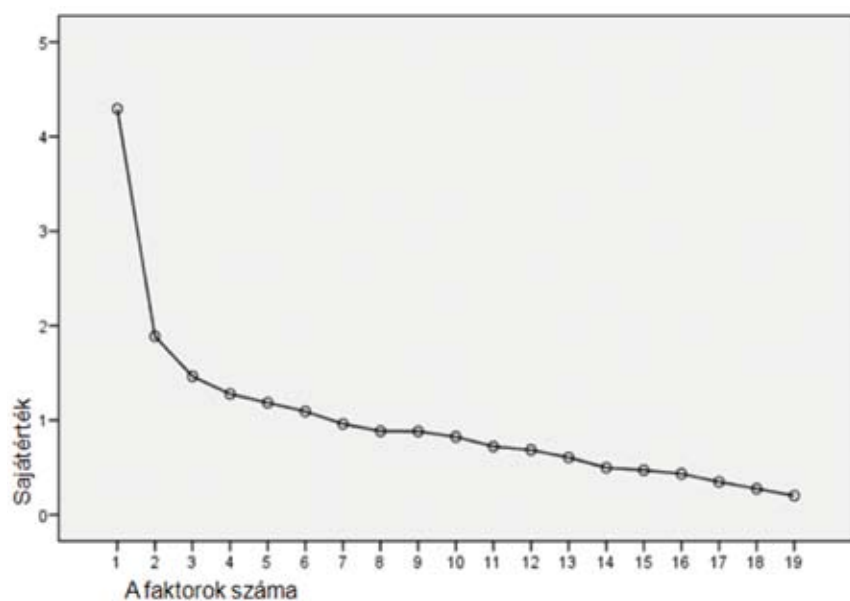
A jelen esetben a főkomponens-analízis alkalmazhatóságának vizsgálatához értékelttem a változók közötti korrelációt, elvégeztem a szokásos Bartlett-tesztet, illetve kiszámoltam

a Kaiser-Meyer-Olkin (a továbbiakban: KMO) értéket is. Mindegyik teszt a főkomponens analízis alkalmazhatóságát bizonyította: a 171 korrelációs értékből 105, azaz 61,4% szingifinkáns volt (p=0,05), a Bartlett-teszt chí-négyzet mutatója 950,786 (p=0,000), a KMO-érték pedig 0,718. Ez utóbbi érték a „megfelelő” kategóriába esik, így megállapíthatjuk, hogy a vizsgált változók megfelelőek a főkomponens-analízisre.

A faktorkiválasztás során előfordulhat, hogy olyan változók fognak korrelálni egy adott faktorról, amelyeknek semmi közük egymáshoz, ezért érdemes faktorrotációt végezni, melynek segítségével a faktorok által magyarázott variancia arányosabbá tehető és az értelmezés megkönnyíthető (Sajtos – Mitev, 2007). Az elemzés először lefuttatása hat faktort eredményezett, amelyek 59%-ban magyarázzák meg az eredeti változók totális varianciáját. Fontos megemlíteni, hogy a faktoranalízist végrehajtottam öt, illetve hét faktor kialakításával is, de ezekben az esetekben a faktoranalízis nem hozott egyértelműen értékelhető és értelmezhető eredményt, míg hat faktor kialakítása esetén az eredmény teljes mértékben illeszkedett az előzetes elképzelésekhez a faktorok összetételét illetően. Ezt igazolja, hogy a faktoranalízis nyomán létrejött hat faktor igazodik az 1. ábrán ismertetett modell személyes tulajdonságainak felépítéséhez. Esetünkben tehát a hatos faktorstruktúra alkalmazását a faktorok értelmezhetősége indokolta. A program által előállított Scree Plot-ábra (2. ábra) jól szemlélteti, hogy hányas faktorstruktúrával érdemes dolgoznunk.

2. ábra

A faktoranalízisben azonosított komponensek Scree Plot-ábrája



A 2. ábrán megismerhetjük az egymást követő faktorok jelentőségének fokozatos csökkenését. A hatos faktorstruktúra az ábra tanúsága szerint viszonylag nagy információ-tartalommal bír, tehát maradéktalanul megfelel a követelményeknek.

A főkomponens-elemzés eredményét mutatja a 4. táblázat Equamax⁴ rotáció alkalmazásával.

változó kihagyható-e a vizsgálatból. Ennek megállapításához a változó kommunalitásának vizsgálatára volt szükség. A kommunalitásvizsgálat az összes tényező, beleértve a kalkulált kockázatvállalást is, esetében azt mutatta, hogy a változó magyarázó ereje miatt nem hagyható ki a modelltől, mind lényegesen nagyobb volt, mint a kritikus 0,25.⁶

4. táblázat

A vállalkozási tulajdonságok rotált faktorsúly-mátrixa

Tulajdonság	Faktor					
	1	2	3	4	5	6
Stresszel történő bánás	,703^s	,143	,204	-,017	,241	,147
Kudarccal történő bánás	,695	,099	,251	-,003	,130	,243
Bizonytalanságokkal történő boldogulás	,645	,043	,219	,260	,004	,200
Ösztönösen ráérző (intuitív) gondolkodás	,553	-,119	-,041	,136	,478	-,257
Csoportban (teamben) történő együtt dolgozás	,104	,908	,070	,098	,047	,061
Csoport (team) építési képesség	-,022	,843	,076	,222	,173	,070
Üzleti lehetőségek azonosítási képessége	,060	,077	,860	,106	,121	-,107
Üzleti lehetőségek értékelési képessége	,202	,096	,829	-,015	-,029	,045
Külső kapcsolatépítési, hálózatépítési képesség	-,039	,097	,089	,648	,165	-,202
Szóbeli kommunikációs képességek	,266	,114	-,037	,601	,031	,023
Nyelvtanulási képességek	-,234	,106	,151	,523	,212	,399
Írásbeli kommunikációs képesség	,041	,248	,068	,501	,207	,362
Tárgyalási és megegyezési képesség	,122	,193	,130	,489	-,151	,127
Innovatív (újszerű) gondolkodás	,003	,085	,229	-,036	,746	,112
A piac másoktól eltérő felfogása	,151	,247	-,067	,157	,654	,009
Kalkulált kockázatvállalás	,154	-,210	,383	,251	,385	,285
Problémaazonosítás és megoldás képessége	,134	,052	-,012	,054	-,004	,706
Elemző (analitikai) gondolkodás	,148	,203	,006	-,120	,396	,545
Döntéshozatali képesség	,459	,003	-,002	,065	-,085	,481

Extraction Method: Principal Component Analysis
Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization

A táblázatban szereplő faktorsúlyok az eredeti változók és az adott faktor közötti korrelációt mutatják. Általános szabály, hogy a faktorsúly értékének legalább a 0,3-as szintet el kell érnie – abszolút értékben – ahhoz, hogy figyelembe vegyünk (Sajtos – Mitev, 2007). Emellett a mintaelemszámot is figyelembe kell venni ahhoz, hogy a faktorsúlyokat statisztikailag szignifikánsnak tekinthessük. Az általam vizsgált 200 elemből álló minta esetén a minimális faktorsúly 0,40-es értékű (Hair et al., 1998). A táblázatban vastagon szedve jelöltem a szignifikáns faktorsúlyokat. A kalkulált kockázatvállalás esetében a faktorsúly nem éri el a mintaelemszám által indokolt minimális értéket, így szükséges volt annak vizsgálata, hogy a

A faktoranalízis segítségével a 19 tulajdonságból a következő faktorokat lehet létrehozni:

1. faktor: kockázatkezelés és ösztönösség,
2. faktor: teamépítési képességek,
3. faktor: lehetőségfelismerés,
4. faktor: kommunikációs és kapcsolatépítési képességek,
5. faktor: innovációs képességek és kockázatvállalás,
6. faktor: döntéshozatali képességek.

Az itt felsorolt faktorokat alkotó tulajdonságok a 4. táblázatból kiolvashatók. Ha megvizsgáljuk a faktorok tartalmát, jól megfigyelhető a logikai kapcsolat a faktorokat alkotó tulajdonságok között. Az egyes faktorokon belül a tulajdonságok között megfigyelhető korreláció igazolja azt a feltevésemet, hogy a tulajdonságok között lehetőség nyílik a csoportosításra, és ezáltal a vizsgálat egyszerűsítésére jelentősebb adatvesztés nél-

kül. A kapott faktorok alapján az eredeti változókat átlagoltam, és az összesített értékeket hozzárendeltem az adott faktorhoz, így a későbbiekben az elemzés alapját a fenti hat faktor képezi.

Klaszteranalízis

Ahhoz, hogy a vállalkozók csoportját további alcsoportokra bonthassam a vállalkozók tulajdonságfaktoraival és a környezeti tényezők közötti kapcsolat alapján, klaszterelemzésre volt szükség. A klaszterelemzés egy dimenziócsökkentő eljárás. A K-közép klaszterezési eljárás lényege, hogy adott számú homogén csoportba szeparálja az adatmátrix eseteit. A szeparálást a kiválasztott numerikus változók alkotta vektorok euklideszi távolságai alapján hajtja végre (Ketskeméty – Izsó, 2005).

Ahhoz, hogy a klaszteranalízist végre lehessen hajtani, szükség volt néhány változó numerikussá tételére. Az iskolai végzettség esetében 1–4-ig soroltam kategóriákba a különböző végzettségi szinteket. Így például egyes értéket rendeltem a szakmunkás végzettségű vállalkozókhoz, kettes értéket a szakközépiskolát végzett és az érettségivel rendelkezőkhöz, hármas értéket a technikus, illetve a felsőfokú szakképzésű vállalkozókhoz, míg négyest a főiskolai, egyetemi végzettségűekhez. Hasonló besorolást végeztem a tevékenységi körök esetében, ahol a termelő vállalatok egyes, a kereskedelmiek kettes, a szolgáltató cégek hármas értéket kaptak. A vállalkozás típusát tekintve a mikro-vállalkozások egyes, a kisvállalkozások kettes, a középvállalatok pedig hármas értékkel szerepeltek a vizsgálatban. A családi vállalkozások esetében egyes értéket rendeltem a családi és nullás értéket a nem családi vállalkozásokhoz.

A vállalkozó neme, korcsoportja és a kényszer/lehetőség motiváció változója a szignifikanciaszintjük alapján nem kerülhettek be a vizsgálatba. A vállalkozó neme valószínűleg azért nem szerepelt szignifikáns változóként, mivel a női vállalkozók aránya nem érte el a 25%-os értéket a mintában. A korcsoportok alapján történő megkülönböztetés hasonló probléma miatt maradt ki a vizsgálatból, mivel ez esetben a fiatal korosztály csupán 15%-os részesedéssel képviseltette magát a mintában. A kutatás kibővítésével, a kutatásba bevont vállalkozók számának növelésével lehetőség nyílt a jelen kutatásból kimaradt külső tényezők hatásának vizsgálatára is. A mintaelemszám arányos növelésével a jelenleg nem szignifikáns változók véleményem szerint szignifikánssá alakíthatóak át.

A K-közép klaszterezési eljárás során a kutatást végző feladata a kialakítani kívánt klaszterek számának meghatározása. Elsőként hét, majd hat, végül pedig nyolc klaszterrel próbálkoztam. Megfigyeltem, hogy több klaszter kialakítása esetében nem a nagy elemszámú klaszterek kerültek felosztásra, hanem a kisebb elemszámúak. Ennek következtében a klaszterek számának növelése nem vezetett pontosabb eredményhez. A különböző klaszterszámmal végzett vizsgálatok eredményének összehasonlítása után hat darab klaszter mellett döntöttem, mivel ez vezetett a legjobban átlátható és elemezhető eredményhez. Az ANOVA táblázat⁷ azt mutatta, hogy a klaszterelemzésbe bevont változók mind szignifikáns (p=0,001) csoportképző elemek.

A végső klaszterstruktúrát szemlélteti az 5. táblázat.

5. táblázat

Vállalkozói klaszterek

Megnevezés	Klaszter					
	1	2	3	4	5	6
Végzettség	3,89	1,59	3,89	1,94	3,59	3,88
Tevékenységi kör	2,41	1,79	2,61	1,85	1,65	1,24
Vállalkozás mérete	1,35	1,24	1,00	1,50	1,91	2,59
Döntéshozók száma	1,21	1,35	1,17	1,65	1,56	3,47
Családi vállalkozás	0,56	0,74	0,44	0,71	0,68	0,18
Kockázatkezelés	4,03	3,66	3,32	4,16	3,62	3,22
Teamépítés	4,36⁸	2,74	2,39	4,29	2,88	4,06
Lehetőségfelismerés	4,44	4,04	3,25	4,46	4,53	4,06
Kapcsolatépítés	4,32	3,61 ⁹	3,68	4,25	3,88	4,26
Innováció	4,04	3,31	3,37	4,14	3,86	3,75
Döntéshozatal	4,49	4,03	4,15	4,55	4,25	4,10
Vállalkozók száma (fő)	63	34	18	34	34	17

A következőkben az 5. táblázat klasztereit felhasználva mutatom be a legfontosabb vállalkozói tulajdonságok alapján homogénnek tekinthető csoportokat.

1. klaszter – A „mindenesek”

Olyan döntő mértékben felsőfokú végzettségű mikro- és kisvállalkozók alkotják a klasztert, akik kereskedelmi vagy szolgáltatócéget vezetnek. Szinte minden tulajdonság esetében ez a csoport adta a legmagasabb pontszámot, nagy hangsúlyt kapnak a változatos egyéni vállalkozói tulajdonságok, ami nem is csoda, hiszen többnyire egyedül vezetik cégüket, egyedül hozzák meg a döntéseket. Annak ellenére, hogy ezek a vállalkozók többnyire magukra számíthatnak, mégis kollegiális viszony kiépítésére törekednek az alkalmazottakkal, tehát fontos számukra a jó munkakapcsolatok kialakítása. Erre utal a magas kapcsolatépítési és teamépítési képesség. Ebbe a klaszterbe sorolhatók például a könyveléssel, oktatással foglalkozó vállalkozók.

2. klaszter – A magukba forduló vállalkozók

A klaszter tagjai tipikusan szakmunkás vagy szakközépiskolát végzett vállalkozók, akiknek elsősorban a technikai képességeik fejlettek, és főként mikrovállalkozást vezetnek. Jellemző a családtagok támogatása ebben a klaszterben. Szinte minden tulajdonság esetén alacsony, több esetben a legalacsonyabb pontszámmal értékelték a tulajdonságokat e klaszter tagjai. Ez annak köszönhető, hogy inkább a szakmai hozzáértésre és tapasztalatra alapozzák munkájukat, mintsem más képességekre. Nem fektetnek nagy hangsúlyt sem a teamépítési, sem a kapcsolatépítési képességekre. Az innovációt nem tartják fontosnak, legtöbbjük valaki más ötletét ismétli meg. Döntéshozatal szempontjából meglehetősen autokratikusak, nem szívesen osztják meg a döntési jogokat. A klaszterbe sorolható a tipikus kisiparos szakmák többsége, például a gépjárműjavítással, virágkötéssel foglalkozó vállalkozók.

3. klaszter – Az autokratikus vezetők

A klaszter fő jellemzője, hogy tagjait olyan mikrovállalkozók alkotják, akik főként felsőfokú végzettséggel rendelkeznek. Inkább a szolgáltatások, kisebb mértékben a kereskedelem területén fordulnak elő. A döntéshozatali képességekre relatíve nagyobb hangsúlyt helyeznek, míg a teamépítési, az innovációs, illetve a kommunikációs és kapcsolatépítési képességek nem jutnak nagy szerephez. A klaszter tagjai egyedül vezetik egyéni vállalkozásukat, és a döntési jogokat kizárólag saját kezükben tartják.

4. klaszter – A kereskedők

A kereskedelmi cégek általában középfokú végzettséggel rendelkező vezetői tartoznak a klaszterbe, akik

többnyire családi vállalkozást vezetnek. A kommunikációs és kapcsolatépítési képességek, a lehetőségek felismerése, valamint a döntéshozatali és kockázatkezelési képességek egyaránt fontos szerephez jutnak ebben a klaszterben. Ide sorolható valamennyi kereskedelmi tevékenység, mint például az élelmiszer- vagy az iparcikk-kereskedelem.

5. klaszter – A lehetőségfókuszúak

Magas végzettségű, elsősorban a termelés és a kereskedelem területén tevékenykedő vállalkozók tartoznak ide. A lehetőségek felismerésére és a döntéshozatalra is nagy hangsúlyt fektetnek. Ugyanakkor nem tulajdonítanak nagy fontosságot sem a team, sem a kapcsolatépítési, sem pedig a kommunikációs képességeknek. A lehetőségek felismerésében élen járnak például a mérnöki tevékenységeket végző, biotermékeket gyártó vállalkozók.

6. klaszter – A kockázatmegosztó középvállalkozók

A klaszter tagjai főként a magas végzettségű középvállalkozók közül kerülnek ki, akik jellemzően a termelési területen tevékenykednek. A család szerepe ebben a klaszterben teljes mértékben elhanyagolható. Ezek a vállalkozók nem vonakodnak a döntéshozatal delegálásától, a döntéseket többnyire vállalkozói team-et alkotva, közösen hozzák. Fontos számukra a team-építés, a kommunikáció és a kapcsolatépítés képessége, hiszen a vállalat nagy mérete miatt ez jelentheti a siker kulcsát. Legalacsonyabbra a kockázatkezelési képességeket értéklik, valószínűsíthetően azért, mert az üzleti kockázati tényezők nem jelentenek nagy fenyegetést számukra a felelősség megosztása miatt. Például bútorgyártás, gépészeti termék-gyártás területén.

A fenti csoportokat egyedi környezeti hatás- és egyéni tulajdonságkombinációk jellemzik. Annak érdekében, hogy a klasztereket a külső és belső tényezők tekintetében könnyen összehasonlíthassuk érdemes táblázatos formában szemléltetni a klaszterek fő jellemzőit (6. táblázat).

A 6. táblázat jól kifejezi, hogy fent említett hat klaszter meghatározó tulajdonságaiban és környezeti feltételeiben jól elkülönül egymástól, tehát megfelel a korábbi feltételezéseimnek. A klaszteranalízis nyomán egyértelműen megfogalmazható az a következtetés, mely szerint a vállalkozók heterogén csoportján belül lehetséges felteni 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 tényezők mentén.

6. táblázat

A vállalkozói klaszterek jellemzői

	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter	4. klaszter	5. klaszter	6. klaszter	
Külső tényezők	Végzettség	felsőfokú	szakmai	felsőfokú	középfokú	felsőfokú	
	Tevékenységi kör	keresk., szolg.	term., keresk.	szolg., keresk.	kereskedelem	term., keresk.	termelés
	Vállalkozás mérete	mikro	mikro	mikro	kis	kis	közép
	Döntéshozók száma	1	1	1	1–2	2	3–4
	Családi vállalkozás	igen/nem	igen	igen/nem	igen	igen	nem
Belső tulajdonság	1	döntéshozatal	–	döntéshozatal	döntéshozatal	lehetőség-értékelés	kapcsolatépítés
	2	teamépítés	–	–	kapcsolatépítés	döntéshozatal	döntéshozatal
	3	kapcsolatépítés	–	–	kapcsolatépítés	–	teamépítés

A környezeti tényezők közül kiemelném a szektorális eltérések hatását a klaszterképzés során. A fenti táblázatból jól látható, hogy a szektorális eltérések és bizonyos tulajdonságkombinációk között egyértelmű kapcsolat áll fenn. Ezen kapcsolatok mélyebb elemzése egy további tanulmány témájául szolgálhat.

Összegzés

Ha a sikerhez szükséges vállalkozói tulajdonságokat próbáljuk feltérképezni, meglehetősen sokszínű kép tárul elénk a szakirodalmak alapján. A témával foglalkozó szerzők más-más jellemvonásokat emelnek ki, más tulajdonságokra helyezik a hangsúlyt a sikerre vezető vállalkozói jellemvonások tekintetében, ezért nehéz kiemelni a legfőbb vonásokat. Maguk a vállalkozók sem alkotnak homogén csoportot a tulajdonságok szempontjából. Más környezetből jött, más háttérrel rendelkező vállalkozók esetében más tulajdonságok dominálnak, ezért nem lehet kijelenteni egy-egy tulajdonságról, hogy a vállalkozói siker elérésében minden egyes vállalkozót tekintve jelentős szereppel bír.

A vállalkozók belső tulajdonságai és a környezeti tényezők közötti kapcsolat vizsgálata során sikerrel igazoltam, hogy a vállalkozók meglehetősen heterogén csoportja további alcsoportokra bontható, melyekre sajátos tulajdonságkombinációk jellemzőek a környezeti tényezők függvényében. Az általam létrehozott vállalkozói csoportokban jól megfigyelhető a környezeti tényezők hatása a különböző tulajdonságokra. Példaként említeném, hogy az alacsonyabb iskolai végzettség esetében a belső tulajdonságokra kevesebb hangsúly helyeződik, és ez esetben a szakmai tudás szerepe a meghatározó. Megfigyelhető továbbá, hogy bizonyos külső tényezők hatása erősebben érvényesül, mint másoké. A kényszermotiváció például nem bírt szignifikáns befolyásoló erővel a jellemző tulajdonságokra nézve, míg

a döntéshozók számának alakulása egyértelmű hatást gyakorolt a döntéshozatali képességekre.

Makrogazdasági szempontból fontosnak tekinthetők a kutatás során kimutatott összefüggések. Mivel bebizonyosodott, hogy a vállalkozók között a szektorális eltérések más jellemvonásokat, tulajdonságokat juttatnak domináns szerephez, így lényeges lenne, hogy ez az összefüggés a leendő vállalkozók oktatásában hangsúlyos szerephez jusson. Példaként említeném, hogy bizonyos kisiparos szakmákban (például autószerelő) a vállalkozás gyakorlása mesterlevél meglétéhez kötött, melyhez szakmai oktatás kapcsolódik. Az oktatás során véleményem szerint a szektorális sajátosságokat figyelembe véve kellene hozzásegíteni a leendő önfoglalkoztatókat a szükséges készségek és képességek megszerzéséhez, fejlesztéséhez, kiemelt szerephez juttatva a 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 leendő vállalkozó hatékonyan felkészülhessen az előtte álló kihívásokra. A vállalkozói oktatás ilyen irányba való fejlesztésével elő lehetne segíteni a sikeres vállalkozók számának növekedését, mely pozitívan hatna a magyar gazdaság állapotára is.

Lábjegyzet

¹ Ezúton szeretnék köszönetet mondani konzulensemnek, dr. Szerb László egyetemi docensnek fáradozásaiért és segítő tanácsaiért.
² Ezzel kapcsolatban ld Róbert Péter (1999), a családi beágyazottságról Aldrich – Cliff (2003) munkáit.
³ Abban az esetben, ha volt jogelődje a vállalkozásnak, akkor a jogelőd bejegyzési ideje szerepelt az alapítás éveként.
⁴ Equamax rotáció: egyszerre csökkenti az egy faktorra jutó magas faktorsúlyú változók számát és az egy változó értelmezéséhez szükséges faktorok számát.
⁵ Vastag betű: p=0,05 szinten szignifikáns.

⁶ A kommunalítások 0,347 (tárgyalási és megegyezési képességek) és 0,786 (üzleti lehetőségek azonosítási képessége) között mozogtak, a kalkulált kockázatvállalás esetében 0,507 volt.
⁷ Bővebben: ld Székely – Barna (2005).
⁸ A vastagon szedett értékek a tulajdonságra adott legmagasabb értékeket jelölik.
⁹ A dőltten szedett értékek a tulajdonságra adott legalacsonyabb értéket mutatják.

Felhasznált irodalom

Aldrich, H. – Cliff, J. (2003): The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18 (2003), p. 573–596.
 Bajmócy Z. (2004): Helyi társadalmi környezet a kisvállalkozások inkubációjában. In: Czagány László – Garai László (szerk.): A szociális identitás, az információ és a piac, SZTE Gazdaságtudományi Kar közleményei, JATEPress, Szeged, 229–242. old. <http://www.eco.u-szeged.hu/tudkozlemeny/pdf/2004/Bajmocy.pdf>, letöltve: 2008.03.22.
 Baumbach, C.M. – Lawyer, K. (1979): How to Organize and Operate a Small Business. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
 Bowler, A. (1995): Entrepreneurship: an introduction. Nasou, Cape Town
 Burch, J.G. (1986): Entrepreneurship, John Wiley & Sons, New York
 Burns, P. – Dewhurst, J. (1989): Small business and entrepreneurship. MacMillan Press, London
 Burns, P. – Dewhurst, J. (1993): Small business and entrepreneurship. MacMillan Press, London
 Bygrave, W. (1997): The Portable MBA in Entrepreneurship, John Wiley & Sons Inc., New York
 Callon, M. (1987): Society in the Making: the Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis, In: Bijker, W.E. – Hughes, Th.P. – Pinch, T. J. (eds.): The Social Construction of Technological Systems, Cambridge, Mass.: The MIT Pr., p. 83–103.
 Casson, M. (1991): The entrepreneur. Gregg Revivals, London
 Chell, E. – Haworth, J. – Brearley, S. (1991): The Entrepreneurial Personality. Routledge, London and New York
 Czakó Á. – Kuczi T. – Lengyel Gy. – Vajda Á. (1995): A kisvállalkozások néhány jellemzője a kilencvenes évek elején. *Közgazdasági Szemle*, XLII. évf., 1995. 4. sz., p. 399–419.
 Deschoolmeester, D. – Izquierdo, E. (2008): „What Entrepreneurial Competencies should be emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate Level?“, <http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/Renc2008/band2008.html>, letöltve: 2008. 11. 15.
 Driver, A. – Wood, E. – Segal, N. – Harrington, M. (2001): Global Entrepreneurship Monitor, South African Executive Report, Graduate School of Business, Cape Town
 Endres, A.M. – Woods, C.R. (2006): Modern Theories of Entrepreneurial Behavior: A Comparison and Appraisal. *Small Business Economics*, Vol. 26, p. 189–202.

Faragó K. – Kiss O. (2005): Vállalkozók kockázatvállalása: a bizonytalanság, a tét és a keretezés szerepe. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 2005. LX. 1., p. 203–223.
 Farkas Sz. – Rab K. – Szabó J. – Takács L. (2000): Kihívás – siker. Széchenyi István Főiskola, Győr
 Gartner, W.B. (1990): What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing* 5 (1), p. 15–28.
 Gerdes, L.C. (1988): The developing adult, 2nd Edition, Butterworths, Durban
 Gnyawali, D. – Fogel, D. (1994): Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer
 Goodman, J.P. (1994): What makes an entrepreneur. *INC*, vol. 16, October, 29
 Hair, J.F. – Anderson, R.E. – Tatham, R.L. – Black, W.C. (1998): Multivariate Data Analysis. Prentice-Hall, New Jersey
 Hatten, T.S. (1997): Small Business: Entrepreneurship and Beyond. Prentice-Hall, New Jersey
 Hébert, R.F. – A.N. Link (1989): In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, p. 39–49.
 Hellriegel, D. – Jackson, S.E. – Slocum, J.W. (1999): Management. 8th Edition, South-Western College, Cincinnati
 Hjelle, L.A. – Ziegler, D.J. (1992): Personality theories: basic assumptions, research and applications. 3rd Edition, McGraw-Hill, Singapore
 Hisrich, R. – Peters, M. (1991): Vállalkozás. Akadémiai Könyvkiadó, Budapest
 Hughes, Th.P. (1983): Networks of Power: Electrification in Western Society 1880–1930. John Hopkins UP, Baltimore
 Hughes, Th. P. (1987): The Evolution of Large Technological Systems. In: Bijker, W.E. – Hughes, Th. P. – Pinch, T.J. (eds.) The Social Construction of Technological Systems, Cambridge, Mass.: The MIT Pr., p. 51–82.
 Juhász M. (2002): A személyiség és a képesség szerepe a teljesítmény előrejelzésében. *Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Ergonómia és Pszichológia Tanszék*, Bp.
 Kao, J. (1989): Entrepreneurship, Creativity & Organisation, Text, Cases and Readings, Prentice-Hall International Editions, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, NJ
 Ketskemény L. – Izsó L. (2005): Bevezetés az SPSS programrendszerbe. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest
 Kirzner, I.M. (1979): Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship. University of Chicago Press, Chicago
 Knight, F.H. (1921): Risk, Uncertainty and Profit. Houghton Mifflin, New York
 Kovács Gy. (2004): Innováció, technológiai változás, társadalom: újabb elméleti perspektívák. *Szociológiai Szemle*, 2004/3. 52–78. old.
 Krasz K. (2007): A hatékony vezetés jellemzői. In: Krasz Katalin (szerk.): Alapismeretek a vezetői gyakorlathoz. *Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság és Társadalomtudományi Kar Ergonómia és Pszichológia Tanszék*, Budapest

- Kreitmer, R. – Kinicki, A.* (1998): Organisational behaviour. 4th Edition, Richard D. Irwin, Boston, MA
- Kuratko, D.F. – Hodgets, R.M.* (2004): Entrepreneurship: A Contemporary Approach. Sixth edition, South-Western, Thomson Learning, Orlando
- Lambis* (1995): Entrepreneurship. Unpublished Business Management class notes, University of Potchefstroom, Potchefstroom
- 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, p. 2–9.
- Marx, S. – Reynders, H.J.J. – Van Rooyen, D.C. – Bosch, J.K.* (1998): Business Management, 2nd Edition, Van Schaik, Pretoria
- McClelland, D.C.* (1967): The achieving society. The Free Press, New York
- Münnich Á. – Nagy Á. – Abari K.* (2006): Többváltozós statisztika pszichológus hallgatók számára. Debrecen, Bölcsész Konzorcium (<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.
- Nieman, G. – Bennet, A.* (2002): Business management – a value chain approach. Van Schaik, Pretoria
- North, E.* (1995): Entrepreneurs: Winners tell it all. Kagiso, Bloemfontein
- Rab K. – Szabó J.* (2001): Sikerkönyv. Történetek sikeres emberekről. PMS 2000 Kft., Budapest
- Rimler J.* (1998): Kreativitás és vállalkozás. Közgazdasági Szemle, XLV. évf., 1998. április, 353–369. o.
- Róbert P.* (1999): Kikből lettek vállalkozók? Közgazdasági Szemle, XLVI. évf., 1999. május, 403–427. o.
- Rotter, J.B.* (1966): Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological Monographs, vol. 80, p. 1–28.
- Rotter, J.B.* (1990): Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable. American Psychologist, 45, p. 489–493.
- Sajtos L. – Mitev A.* (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest
- Shackle, G.L.S.* (1979): Imagination and the Nature of Choice. Edinburgh University Press, Edinburgh
- Schumpeter, J.* (1934): The Theory of Economic Development, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Schumpeter, J.* (1950): Capitalism, Socialism, and Democracy. 3rd edition, Harper and Row, New York
- Shane, S. – S. Venkataraman* (2000): The Promise of Entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 2000, vol. 25, p. 217–226.
- Siropolis, N.C.* (1990): Small business management: a guide to entrepreneurship, 4th Edition, Houghton Mifflin, Boston, MA
- Soós – Tuska* (2002): A munkaszervezeti kommunikáció két meghatározó aspektusa. Emberi Erőforrás Menedzsment, 1–2. szám, 7–47. oldal
- Szelényi L.* (1993): Többváltozós módszerek. In: Harnos Zsolt (szerk.): Biometriai módszerek és alkalmazásai Minitab programcsomaggal, Gödöllő, 163–184. old.
- Szerb L.* (2000): Kisvállalati gazdaságtan és vállalkozástan. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs
- Szerb L.* (2006): Kisvállalati gazdaságtan – előadás-vázlatok
- Szerb L.* (2007): A kis- és középvállalkozások növekedési lehetőségei: külső és belső támogató és gátló tényezők. Piactudomány Alapítvány, Budapest, 2007. július
- Szerb L. – Kocsis-Kisantal O.* (2008): Vállalkozói kultúra Magyarországon két napilap tükrében. Közgazdasági Szemle, LV. évf., 2008. március, 243–261. old.
- Székelyi M. – Barna I.* (2005): Túlélőkészlet az SPSS-hez. Typotex Kiadó, Budapest
- Timmons, J.A.* (1990): New Venture Creation, Entrepreneurship in the 1990's, Irwin, Boston, MA
- Timmons, J.A.* (1999): New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. Irwin-McGraw-Hill, Boston, MA
- Timmons, J.A. – Spinelli, S. Jr.* (2003): New venture creation – Entrepreneurship for the 21st century, 6th Edition, Irwin McGraw-Hill, Boston, MA
- Tóth L.* (2003): A siker és a bizalom egy nagyközség vállalkozói körében. Szociológiai doktori értekezés, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Szociológia PhD-program
- Van Eeden, Shelley* (2005): Entrepreneurial traits of undergraduate Commerce students: an international comparison. University of Port Elizabeth, <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
- Vecsenyi J.* (2009): Kisvállalkozások indítása és működtetése. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó, Budapest
- Venkataraman, S.* (1997): The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor's Perspective. In: J. Katz – R. Brockhaus (eds.): Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Vol. 3, Greenwich: JAI Press, p. 119–138.
- Wennekers, S. – Thurik, R.* (1999): Linking Entrepreneurship and Economic Growth. Small Business Economics, Vol. 13, p. 27–55.
- Wickham, P.A.* (1998): Strategic entrepreneurship: a decision-making approach to new venture creation and management. Pitman, London
- Zimmerer, T.W. – Scarborough, N.M.* (1998): Entrepreneurship and New Venture Creation. 4th Edition, Harcourt Brace College, Fort Worth
- Zimmerer, T.W. – Scarborough, N.M.* (1998): Essentials of entrepreneurship and small business management. 2nd Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ

Cikk beérkezett: 2010. 10. hó

Lektor vélemény alapján véglegesítve: 2011. 1. hó