

DÉZSI-BENYOVSZKI ANNAMÁRIA – SZABÓ TÜNDE PETRA

# VÁLLALKOZÓI AKTIVITÁS

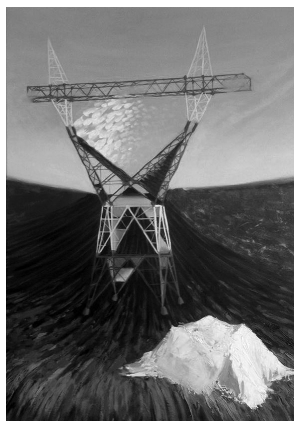
## Nemek közti különbségek

### A nemzetközi kutatás koncepcionális modellje

■ A Global Entrepreneurship Monitor (Globális Vállalkozói Monitor, GEM) a világ legnagyobb, vállalkozói adatokat tartalmazó információforrása; 1999-ben indult tíz ország részvételével a London Business School és a Babson College kezdeményezéseként; 2018-ban 49 országban zajlott kutatás. Románia 2007-ben csatlakozott, és 2015-ig minden évben részt vett a felmérésekben. Ezek eredményeiről a Dézsi-Benyovszki-Szabó-Györfy-Nagy (2017) tanulmányban olvashatunk. A standardizált adatfelvételek, valamint a minden évben azonos formában feltett kérdések teszik lehetővé az országok összehasonlítását és a változók időbeli alakulásának nyomon követését.

A GEM-kutatás adatgyűjtési célkitűzései a következők: 1) a vállalkozói attitűdök, a vállalkozói tevékenység és a vállalkozói aspirációk országok közötti különbségeinek mérése; 2) a nemzeti szintű vállalkozási aktivitás természetének és befolyásoló tényezőinek az azonosítása; 3) a vállalkozás ösztönzését elősegítő gazdaságpolitikák azonosítása és kutatása (Kelley-Singer-Herrington 2016).

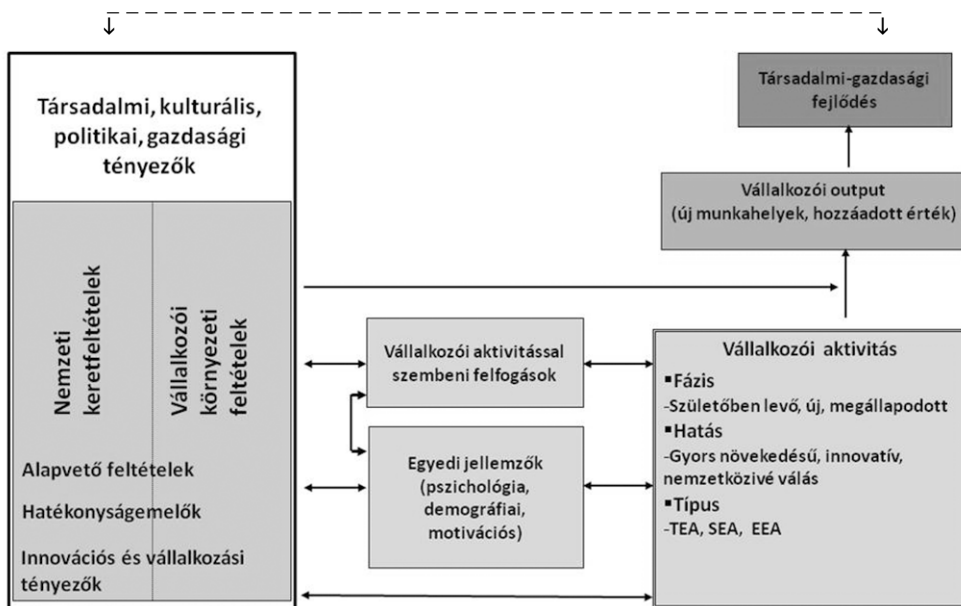
A kutatás elméleti alapjául a GEM-koncepcionális modellje szolgál (lásd 1. ábra), amely az általános társadalmi, kulturális, politikai és gazdasági tényezők, illetve és a keretfeltételek összefüggéseit ábrázolja. Ezek befolyásolják az adott ország lakosságának vállalkozáshoz fűződő attitűdjeit, a vállalkozói aktivitást, a vállalkozói adottságokat és a vállalkozói aspirációkat. A keretfeltételek az egyes országok fejlettsége függvényében eltérő



**A megkérdezett személyek szerint a romániai társadalom pozitívan ítéli meg a vállalkozókat, illetve vállalkozásokat.**

módon és mértékben befolyásolják az elsődleges gazdaságot, amely már régebben alapított, 42 hónapnál idősebb, megállapodott cégekből áll. Mind a vállalkozás, mind az elsődleges gazdaság megállapodott vállalatai hatással vannak a gazdasági növekedésre. A keretfeltételek eltérő módon hatnak a különböző fejlettségű országokban. Az alapvető feltételek az erőforrás-vezérelt országok esetében elsődlegesek, a hatékonyságemelő a közepesen fejlett, hatékonyság-orientált nemzetek esetében kulcsfontosságúak. A legfejlettebb, innováció-vezérelt országoknál pedig az innováció és a vállalkozási tényezők befolyása erősödik fel (Szerb-Petheő 2014).

GEM-koncepcionális modell



Forrás: Kelley-Singer-Herrington 2016

A GEM meghatározása szerint vállalkozásnak tekinthető minden új üzleti egység létrehozási kísérlete magánszemélyek, csoportok vagy már létező üzleti vállalkozások által. A GEM által alkalmazott mutatószámok a következők (a 18–64 év közötti válaszadók százalékában kifejezve):

– *születőben levő vállalkozói ráta*: a válaszadó új vállalkozás indítása céljából az utóbbi 12 hónapban konkrét lépéseket tett (például telephely keresése, üzleti terv készítése), a tervezett vállalkozásban a válaszadó teljes vagy részleges tulajdonnal rendelkezik, a vállalkozás az utóbbi három hónapban még egyetlen alkalommal sem fizetett béreket;

– *új vállalkozói ráta*: a válaszadó jelenleg egy új vállalat tulajdonosa/menedzsere (legalább három hónapja, de legfeljebb 42 hónapja fizet béreket);

– *kezdő vállalkozói ráta*: a fenti két mutató összege, azzal a megjegyzéssel, hogy ha egy vállalkozó egyben születőben levő és új vállalkozó is, akkor csak egyszer vesszük figyelembe a mutatók kiszámításánál;

– *lehetőségmotivált kezdő vállalkozói ráta*: azon kezdő vállalkozók aránya, akik azért vállalkoznak, hogy jövedelmüket szinten tartsák, növeljék vagy függetlenséget érjenek el;

– *kényszermotivált kezdő vállalkozói ráta*: azon kezdő vállalkozók aránya, akik azért vállalkoznak, mert nincs más megélhetési lehetőségük;

– *megállapodott vállalkozói ráta*: a válaszadó jelenleg egy megállapodott vállalat tulajdonosa/menedzsere (legalább 42 hónapja fizet béreket);

– *teljes vállalkozói ráta*: a kezdő vállalkozói ráta és a megállapodott vállalkozói ráta összege (Bosma-Levie 2010. 13, 61.).

## Vállalkozói aktivitás

■ A vállalkozói aktivitás országok szerint változik, és pozitívan korrelál a gazdasági fejlettség szintjével. Az alacsony egy főre jutó GDP-vel rendelkező országokban a korai fázisú vállalkozói ráta magas, főként a kényszermotivált vállalkozók magas arányának következtében. A gazdaság fejlődésével egyre fontosabb szerepet játszanak a gazdaságban a megállapodott vállalkozások, amelyek egyre több munkavállaló számára létesítenek stabil munkahelyeket, ezáltal alternatívát biztosítanak a vállalkozásindítással szemben.

Az 1. táblázat tartalmazza a fontosabb vállalkozói rátákat a 2015-ös GEM kutatásban résztvevő európai uniós hatékonyság-vezérelt országokban.

### 1. táblázat

Vállalkozói aktivitás nemzetközi összehasonlításban (2015)

Vállalkozói aktivitási ráták (18-64 év közötti népesség = 100%)	Románia	Bulgária	Horvátország	Lengyelország	Lettország	Macedónia	Magyarország
Születőben levő vállalkozói ráta	6,10	1,95	5,11	5,74	8,57	3,02	5,31
Új vállalkozások tulajdonosai/menedzserei	5,05	1,51	2,58	3,52	6,01	3,09	2,70
Korai fázisú vállalkozói ráta (TEA)	10,85	3,46	7,69	9,21	14,11	6,11	7,92
Férfi korai fázisú vállalkozói ráta (férfiak száma = 100%)	14,16	4,01	9,70	12,47	18,63	8,65	10,41
Női korai fázisú vállalkozói ráta (nők száma = 100%)	7,49	2,90	5,68	5,96	9,76	3,51	5,50
Kényszermotivált vállalkozói ráta (TEA = 100%)	27,54	33,42	40,06	28,06	17,10	52,06	23,21
Lehetőségmotivált vállalkozói ráta (TEA = 100%)	33,24	29,00	40,85	46,42	51,41	26,69	50,52
Megállapodott vállalkozói ráta (EB)	7,50	5,44	2,81	9,52	9,59	5,91	6,49

Forrás: Saját szerkesztés GEM APS 2015 alapján

Az elemzett országok közül Lettország rendelkezik a legmagasabb vállalkozói rátákkal. A születőben levő vállalkozói ráta, valamint a korai fázisú vállalkozói ráta Románia esetében a második legnagyobb, a felnőtt korú lakosság 10,83%-a korai fázisú vállalkozó. Bulgáriában és Macedóniában mérték a legalacsonyabb vállalkozói rátákat, ami alól kivételt képez a kényszermotivált vállalkozói ráta, ami Macedónia esetében a legnagyobb (52,06%). A megállapodott vállalkozói ráta értéke Horvátországban a legkisebb.

A következő táblázatban megvizsgáljuk a fontosabb vállalkozói rátákat Románia esetén, nemek szerinti bontásban, tanulmányozva, hogy ezek a különbségek statisztikailag szignifikánsak-e. Megfigyelhető, hogy minden vállalkozói ráta esetén magasabb a férfiak aránya. Egyre több nő választja a vállalkozói karriert, ennek ellenére még mindig kétszer nagyobb a férfiak aránya a vállalkozókon belül (Díaz García–Welter 2011). Csupán a megszűnt vállalkozói ráta esetén nem mutatható ki szignifikáns különbség a két arány között. A legnagyobb különbséget a nők és férfiak aránya között a korai fázisú vállalkozói ráta esetén mértük. A romániai 18–64 év közötti lakosság 7,10 százaléka férfi korai fázisú vállalkozó, míg 3,75 százaléka női korai fázisú vállalkozó. Ha a motiváció szerint vizsgáljuk a korai fázisú vállalkozókat, észrevehető, hogy kétszer több a lehetőségmotivált vállalkozók aránya, mint azoké, akik azért kezdtek vállalkozni, mert nem volt más lehetőségük a megélhetésre (kényszermotivált vállalkozók).

## 2. táblázat

A romániai vállalkozói aktivitás nemek szerint (2015)

Vállalkozói aktivitási ráták (18–64 év közötti népesség = 100%)	Nő	Férfi	Összesen
Születőben levő vállalkozói ráta	1,85	4,25	6,10
Új vállalkozások tulajdonosai-menedzserei	1,95	3,10	5,05
Korai fázisú vállalkozói ráta (TEA)	3,75	7,10	10,85
Kényszermotivált korai fázisú vállalkozói ráta	1,00	2,00	3,00
Lehetőségmotivált korai fázisú vállalkozói ráta	2,70	4,80	7,50
Megállapodott vállalkozói ráta	2,85	4,65	7,50
Megszűnt vállalkozások	1,15	1,45	2,60

*Forrás:* Saját számítás a GEM Románia APS 2015 alapján (szignifikáns különbségek 5%-os szignifikanciaszinten félkövérr számokkal jelölve)

## A romániai vállalkozó profilja

■ A 3. táblázat a romániai vállalkozó profilját rajzolja meg. Általánosságban megfigyelhető, hogy mindegyik vállalkozói ráta esetén magasabb a férfiak aránya.

Lévesque és Minniti (2006) szerint az idősebb korosztály kisebb valószínűséggel válik vállalkozóvá, mivel az új vállalkozás indításának hasznossága a kor előrehaladtával csökken. A vállalkozóvá válás valószínűsége általában a 35–44 éves korosztály esetén a legnagyobb, ettől a korosztálytól kezdve csökkenés figyelhető meg (Parker 2009). A legmagasabb vállalkozói ráták a 25–34, illetve a 35–44-es korcsoportokban figyelhetőek meg, hiszen ők azok, akik már rendelkeznek a megfelelő ismeretekkel és tapasztalatokkal. Ebbe a két korcsoportba tartozik a korai fázisú vállalkozók közel

60, valamint a megállapodott vállalkozók több mint 50 százaléka. Az 55–64 éves korosztály legnagyobb arányban a megállapodott vállalkozók esetében figyelhető meg.

### 3. táblázat

A romániai vállalkozó profilja (2015)

%		Születőben levő vállalkozó	Új vállalkozás tulajdonosamenedzsere	Korai fázisú vállalkozó	Megállapodott vállalkozó
<b>Nem</b>	Férfi	69,7	61,4	65,4	62,0
	Nő	30,3	38,6	34,6	38,0
<b>Korcsoport</b>	18–24	21,5	14,9	18,0	6,0
	25–34	28,1	24,8	27,2	20,0
	35–44	30,6	36,6	32,7	31,0
	45–54	9,9	9,9	10,1	21,3
	55–64	9,9	13,9	12,0	21,3
<b>Végzettség</b>	Alapfokú	2,5	3,0	2,8	4,8
	Középfokú	50,8	50,0	49,8	42,2
	Főiskolai	38,3	24,0	32,1	42,2
	Felsőfokú	8,3	23,0	15,3	10,9
<b>Háztartás jövedelme</b>	Alsó 33%	22,7	16,0	20,0	25,2
	Középső 33%	31,8	30,9	30,5	19,8
	Felső 33%	33,2	53,2	49,5	55,0

*Forrás:* Saját számítás a GEM Románia APS 2015 alapján

A vállalkozástannal kapcsolatos szakirodalom szerint az iskolai végzettség negatív kapcsolatban áll a vállalkozóvá válás valószínűségével, kivételt képez ez alól néhány fejlett ország, ahol az iskolai végzettség pozitív hatását mutatták ki (Blanchflower 2004; Reynolds-Autio-Hay 2003). Kelley és társai (2015) arra a következtetésre jutottak, hogy az iskolázottság növeli az önhatékonyt és az önbizalmat, növelve annak az esélyét, hogy ezek az egyének nem csupán egy vállalkozást indítanak, hanem képesek lesznek eligazodni egy kompetitív és állandóan változó gazdasági környezetben. Legmagasabb iskolai végzettséggel a megállapodott vállalkozók rendelkeznek, több mint 50 százalékuk legalább főiskolai végzettségű. Ezek aránya a legnagyobb az új vállalkozások tulajdonosai vagy menedzserei esetén (23%). A megállapodott vállalkozók (55,0%), valamint az új vállalkozások tulajdonosai/menedzserei (53,2%) esetében a legmagasabb a háztartások jövedelme (felső 33%). Tehát 2015-ben a tipikus romániai kezdő fázisú vállalkozó a következő jellemzőkkel rendelkezett: férfi, 35–44-es korosztályba tartozik, legalább középfokú végzettséggel és magas jövedelemmel rendelkezik. A tipikus romániai megállapodott vállalkozó profilja ugyanebben az évben: férfi, ugyancsak a 35–44-es korosztályba tartozik, főiskolai végzettségű, magas jövedelemmel.

## Vállalkozói attitűdök

■ A vállalkozói aktivitási ráták mellett a GEM-kutatás a vállalkozói attitűdök vizsgálatával is foglalkozik, hiszen ezen attitűdök befolyásolják a vállalkozói aktivitást. Ha egy országban pozitív az attitűd a vállalkozásokkal szemben, ez kulturális és szociális ösztönzést eredményez a potenciális és tényleges vállalkozók számára. A vállalkozói attitűdök az ország lakosságának a vállalkozókról alkotott véleményét, a vele kapcsolatos magatartását fejezik ki. A következő kérdéseken keresztül kerültek elemzésre a vállalkozói attitűdök:

– Ön ismer személyesen olyan illetőt, aki az elmúlt két évben új vállalkozást alapított?

– Az ön lakhelyének a körzetében az elkövetkező hat hónapban kedvező kilátások lesznek új vállalkozások alapításához?

– Ön rendelkezik kellő ismeretekkel, képességekkel és tapasztalatokkal ahhoz, hogy egy új vállalkozást alapítson?

– A bukástól (csődtől) való félelem akadályozza önt abban, hogy vállalkozást alapítson?

– Ön szerint a legtöbb ember úgy véli, hogy a cégalapítás (vállalkozás) jó karrierlehetőséget kínál?

– Ön szerint az emberek nagyra értékelik, ha valaki egy sikeres vállalkozást el tud indítani?

– Ön szerint az új sikeres vállalkozások gyakran jelennek meg a médiában (sajtóban, tévében stb.)?

A 4. táblázat a 2015-ben GEM-kutatásban részt vevő európai uniós hatékonyságvezérelt országok lakosságának vállalkozói attitűdjét mutatja be. Lengyelországban a lakosság 43,23 százalékának van olyan ismerőse, aki a felmérést megelőző két évben indított vállalkozást. Ez az arány a vizsgált országok esetében itt a legnagyobb. A legkisebb értéket Horvátországban mérték, itt a népesség 24,61 százaléka rendelkezik ilyen típusú ismerőssel. A legnagyobb arányban (37,77%) a macedóniai lakosság gondolja úgy, hogy a felmérést követő hat hónapban kedvező lehetőségek voltak vállalkozás indítására. Lengyelországban és Macedóniában rendelkeznek a legnagyobb arányban a megkérdezett személyek új vállalkozás indításához szükséges ismeretekkel, képességekkel és tapasztalatokkal. A leginkább kockázatvállaló lakosság Bulgáriában található, a népesség csupán 33,28 százaléka gondolja úgy, hogy a kudarctól való félelem megakadályozná az új vállalkozás indításában. Ugyanakkor Romániában a legkevésbé kockázatvállaló a lakosság, a népesség 48,63 százaléka gondolja, hogy a kudarctól való félelem gátolná új vállalkozás létrehozásában. Romániában a felnőtt korú lakosság háromnegyede (75,07%) gondolja úgy, hogy a sikeres vállalkozókat a társadalom elismeri, ezzel a legmagasabb értéket éri el a vizsgált országok közül. Romániában a lakosság 72,41 százaléka tekinti a vállalkozóvá válást jó karrierlehetőségnek. Ez az arány Magyarország esetében a legkisebb. Macedóniában és Romániában a társadalom szerint a médiában pozitívan vannak bemutatva a sikeres vállalkozói történetek (71,13%, illetve 67,33%). Magyarországon a lakosság szerint a média nem segíti elő a vállalkozói szellemet.

A szakirodalom szerint a vállalkozói attitűdök nagymértékben befolyásolják annak a valószínűségét, hogy egy egyén új vállalkozást indít, hiszen a pozitív attitűddel rendelkező egyének közül kerülnek ki a jövő vállalkozói, valamint ugyancsak ők nyújthatnak támogatást a potenciális vállalkozóknak (Arenius–Minniti 2005; Koellinger–Minniti–Schade 2013; Ewald–Klyver–Christensen 2011). A vállalkozóvá válás folyamatának kulcsfontosságú eleme a lehetőségek felismerésének képessége (Ozgen-Baron 2007). A vállalkozástannal kapcsolatos szakirodalomban több kutatás

## 4. táblázat

Vállalkozói attitűdök nemzetközi összehasonlításban (2015)

18–64 év közötti népesség = 100%	Románia	Bulgária	Horvátország	Lengyelország	Lettország	Macedónia	Magyarország
Vállalkozó személyes ismertsége	32,07	39,79	24,61	43,23	32,75	35,19	31,45
Lehetőség felismerése	33,26	15,84	22,30	32,89	34,73	37,77	25,34
Vállalkozásindítási képesség	46,30	35,17	47,52	55,92	49,08	54,44	38,67
Kudarctól való félelem	48,63	33,28	34,42	47,80	38,60	34,33	41,82
Vállalkozás mint jó karrierlehetőség	72,41	57,53	61,46	60,45	57,70	67,10	48,35
Sikeressé váló vállalkozások magas társadalmi elismertsége	75,07	71,51	42,34	55,69	58,18	57,07	68,39
A média vállalkozásokhoz fűződő viszonya	67,33	49,28	47,48	51,50	54,85	71,13	33,36

Forrás: Saját szerkesztés GEM APS 2015 alapján

kimutatta, hogy a lehetőség felismerésének képessége növeli az egyén vállalkozóvá válásának valószínűségét (például, Baron–Ensley 2006; Clarysse–Tartari–Salter 2011). A vállalkozónak képesnek kell lennie kockázatos körülmények kezelésére, ezért nagyobb kockázatvállalási hajlandósággal rendelkezik (Arano–Parker–Terry 2010; Minniti 2009).

Az 5. táblázatban megvizsgáljuk a romániai lakosság azon jellemzőit, amelyek meghatározzák a vállalkozókhoz és vállalkozásokhoz fűződő viszonyukat nemekre lebontva. Általánosságban elmondható, hogy a férfiak pozitívabb vállalkozói attitűdökkel rendelkeznek: nagyobb arányban ismernek személyesen olyan vállalkozót, aki az elmúlt két évben indított új vállalkozást (36,63%); nagyobb arányban látnak kedvező vállalkozásindítási lehetőséget lakóhelyük körzetében (35,67%); nagyobb arányban rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges ismeretekkel, képességekkel és tapasztalatokkal (55,36%); kisebb arányban gondolják úgy, hogy a bukástól való félelem megakadályozná őket egy új vállalkozás indításában (42,40%). Ezen vállalkozói attitűdök esetében a különbség nők és férfiak között szignifikáns 5 százalékos szignifikanciaszinten.

A társadalom vállalkozásokhoz fűződő viszonyát, illetve a megkérdezett személy ezzel kapcsolatos véleményét a karrierlehetőség, a társadalmi elismertség és a média vállalkozási attitűdök mérik. A megkérdezett személyek szerint a romániai társadalom pozitívan ítéli meg a vállalkozókat, illetve vállalkozásokat. A vállalkozókat a társadalom elismeri, a vállalkozóvá válás magas társadalmi státuszt biztosít, a vállalkozóvá válást kedvező karrierlehetőségnek látják, valamint a média hozzájárul a vállalkozókról alkotott pozitív kép kialakításához.

## 5. táblázat

Vállalkozói attitűdök nemek szerint Romániában (2015)

	Nő (összes nő = 100%)	Férfi (összes férfi = 100%)	Románia (18–64 év közötti népesség = 100%)
Vállalkozó személyes ismertsége	27,52	36,63	32,07
Lehetőség felismerése	30,78	35,67	33,26
Vállalkozásindítási képesség	37,32	55,36	46,30
Kudarctól való félelem	54,85	42,40	48,63
Vállalkozás mint jó karrierlehetőség	73,94	70,88	72,41
Sikerés vállalkozások magas társadalmi elismertsége	77,00	73,13	75,07
A média vállalkozásokhoz fűződő viszonya	68,83	65,89	67,33

Forrás: Saját számítás GEM APS 2015 alapján (szignifikáns különbségek 5%-os szignifikanciaszinten félkövér számokkal jelölve)

## ■ IRODALOM

- Arano, Kathleen – Parker, Carl – Terry, Rory: *Gender-based risk aversion and retirement asset allocation*. *Economic Inquiry* 2010. 48 (1). sz. 147-155.
- Arenius, Pia – Minniti, Maria: *Perceptual variables and nascent entrepreneurship*. *Small Business Economics* 2005. 24. sz. 233-247.
- Baron, Robert A. – Ensley, Michael D.: *Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs*. *Management Science* 2006. 52 (9). sz. 1331-1344.
- Blanchflower, David G.: *Self-employment: More may not be better*. NBER Working Paper 2004. No. 10286.
- Bosma, Niels – Levie, Jonathan: *Global Entrepreneurship Monitor. 2009 Executive Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Reykjavik University, London Business School and Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA). 2010.
- Clarysse, Bart – Tartari, Valentina – Salter, Ammon: *The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship*. *Research Policy* 2011. 40 (8). sz. 1084-1093.
- Dézsai-Benyovszki Annamária – Szabó Tünde Petra – Györfy Lehel-Zoltán – Nagy Ágnes: *Entrepreneurship in Romania, Country Report 2015*. Presa Universitară Clujană, Kvár. 2017.
- Díaz García, Cristina – Welter, Friederike: *Gender identities and practices: interpreting women entrepreneurs' narratives*. *International Small Business Journal* 2011. <http://dx.doi.org/10.1177/0266242611422829>.
- Evald, Majbritt Rostgaard – Klyver, Kim – Christensen, Poul Rind: *The effect of human capital, social capital and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intention*. *Journal of International Entrepreneurship* 2011. 9 (1). sz. 1-19.
- Kelley, Donna – Singer, Silvea – Herrington, Mike: *2015/16 Global Report*. 2016 <http://www.gemconsortium.org/report>
- Kelley, Donna – Brush, Candida G. – Greene, Patricia – Herrington, Mike – Ali, Abdul – Kew, Penny: *Women's entrepreneurship. Special Report*, Global Entrepreneurship Monitor. 2015.
- Koellinger, Philipp – Minniti, Maria – Schade, Christian: *Gender differences in entrepreneurial propensity*. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 2013. 75 (2). sz. 213-234.
- Minniti, Maria: *Gender issues in entrepreneurship*. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 2009. 5 (7-8). sz. 497-621.
- Lévesque, Moren – Minniti, Maria: *The effect of aging on entrepreneurial behavior*. *Journal of Business Venturing* 2006. 21. sz. 177-194.
- Ozgen, Eren – Baron, Robert A.: *Social sources of information in opportunity recognition: effects of mentors, industry networks, and professional forums*. *Journal of Business Venturing* 2007. 22 (2). sz. 174-192.
- Parker, Simon C.: *The economics of entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press. 2009.
- Reynolds, Paul – Autio, Erko – Hay, Michael: *Global Entrepreneurship Monitor Report* (Kansas City, MO: E. M. Kauffman Foundation). 2003.
- Szerb László – Pethő Attila: *A „Globális Vállalkozói Monitor” kutatás adatfelvételei*. *Statistikai Szemle* 2014. 92 (1). sz. 5-32.