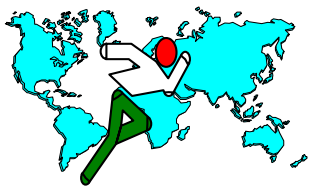
Luksander Alexandra – Mike Károly – Csite András

Maguk urai - a magyar vállalkozó lelkialkata*

A magyarországi kisvállalkozók értékvilágának néhány jellemzője

Műhelytanulmány

ELŐZETES MUNKAVERZIÓ! – A szerzők engedélye nélkül nem hivatkozható!



BCE VÁLLALATGAZDASÁGTAN INTÉZET
VERSENYKÉPESSÉG KUTATÓ KÖZPONT

* A műhelytanulmány a TÁMOP-4.2.1.B-09/1/KMR-2010-0005 azonosítójú projekt *A nemzetközi gazdasági folyamatok és a hazai üzleti szféra versenyképessége* címet viselő alprojektjének kutatási tevékenysége eredményeként készült.

MAGYARORSZÁG MEGÚJUL

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS ... **3**

A SCHWARTZ-FÉLE ÉRTÉKTESZT ... **5**

KORÁBBI KUTATÁSI EREDMÉNYEK ... **8**

Nemzetközi összehasonlító vizsgálatok eredményei ... 8

A magyar táradalom értékrendszere ... 9

A vállalkozók értékvilága ... 9

HIPOTÉZISEINK ... **11**

A VIZSGÁLT ADATBÁZISOK ... **12**

KUTATÁSI EREDMÉNYEK ... **15**

A vizsgált csoportok értékstruktúrájának illeszkedése a Schwartz-féle modellhez ... 15

Az európai vállalkozók értékrendszere ... 22
- A kisvállalkozók és a mikrovállalkozók értékrendje ... 25
- A kisvállalkozók és a nagyvállalkozók értékrendje ... 26
- A kisvállalkozók és a menedzserek értékrendje ... 26

Az európai országok értékrendszere ... 27

A magyar kisvállalkozók értékvilága ... 38
- Magyar kisvállalkozók és más európai országok kisvállalkozóinak értékrendje ... 38
- A magyar társadalom és a magyar vállalkozók értékvilágának jellegzetességei ... 49

ÉRTÉKELÉS ... **56**

IRODALOMJEGYZÉK ... **59**

MELLÉKLET ... **61**

Bevezetés

A vállalkozói kultúra és a vállalkozói társadalom tanulmányozása napjainkra a gazdaságszociológia és a közgazdaságtan fontos kutatási területévé vált (Acs – Virgill 2009, Acs – Szerb 2009, Audretsch – Thurik 2000, Audretsch 2007, Phepls 2008)). A terület neves szakértője, Audretsch 2009-es cikkében egy új tőkefajta, a vállalkozási tőke (entrepreneurship capital) fogalmának bevezetését javasolta, ami nem az egyes társadalmi szereplők „tulajdona", hanem a tágabb közösségé. Egy (térségi) társadalom vállalkozási tőkéje – a definíció szerint – az a történetileg létrejött intézményi, kulturális közeg, amelyben az új vállalkozások létrejönnek, s amely – kedvező esetben – ösztönzőleg és segítőleg hathat e vállalkozások kialakulására (Audretsch 2009). Magyarra ezt egy adott (térségi) társadalom vállalkozási infrastruktúrájaként fordíthatjuk, aminek minőségét olyan elemek befolyásolják, mint a vállalkozói tevékenység társadalmi elfogadottsága, az egyének kockázatvállalási hajlandósága, a bankok és kockázati tőketársaságok tevékenységének mértéke. Egy-egy térség vállalkozási tőkéje befolyásolja az adott térség gazdasági teljesítményét, s így a versenyképesség egyik meghatározó eleme.

Ebben a tanulmányban a magyarországi vállalkozások társadalmi környezetének és ezzel versenyképességünk jobb megértéséhez a vállalkozók által vallott értékek és ezek társadalmi elfogadottságának vizsgálatával kívánunk hozzájárulni. A vállalkozói értékek és a vállalkozói személyiségprofil kérdésköre régóta a közgazdászok és szociológusok érdeklődésének középpontjában áll. Schumpeter az 1912-ben megjelent „A gazdasági fejlődés elmélete" című könyvében (magyarul ld. Schumpeter 1980) fogalmazta meg azt a felismerését, hogy a vállalkozó nem csupán gazdasági tevékenysége révén, hanem lelki alkatát tekintve is különbözik a társadalom többi tagjától (Császár-Horváth, 2010). Schumpter a vállalkozók egyik legfontosabb karaktervonásának az innovációs képességet tekintette: a tipikus vállalkozó másoknál kevésbé támaszkodik a hagyományokra és kötődésekre, míg a rendelkezésére álló csekély szabadidő következtében hedonista motivációk nem jellemzik. A vállalkozó célja a siker felmutatása, a hódítás, a hatalom és a függetlenség elérése.

A vállalkozó karakterológiája sarokpontjai tekintve érdemben nem változott Schumpeter óta, ám néhány fontos új elemmel gazdagodott, így a teljesítményorientáltsággal, a belső kontroll fontosságával és a kockázatvállalási hajlandósággal. A teljesítményorientáltság fogalmát McClelland (1961) vezette be a vállalkozáskutatásba. Ez a motiváció arra sarkalja az egyént, hogy céljai elérése érdekében a lehető leghatékonyabban dolgozzon. Cell és szerzőtársai (1991) szerint a vállalkozói magatartás alapja a kockázatvállalási készség, bár hangsúlyozzák, a vállalkozó csak kiszámítható kockázatokat vállal,

azaz a kockázatvállalás nem összekeverendő a vakmerőséggel. A belső kontroll (Rotter 1966) azt jelenti, hogy egy egyén úgy gondolja, sorsát maga irányítja, cselekedeteivel azt befolyásolni tudja. Míg a vállalkozók kockázatvállalását tekintve egymásnak ellentmondó eredmények születtek (Brockhaus, 1980; Broehl, 1978), a teljesítményorientáció és a belső kontroll-vezéreltség kapcsán végzett kutatások kimutatták, hogy a vállalkozó e motivációk tekintetében jelentősen különbözik az „átlagpolgártól" (összefoglalásként ld. Császár-Horváth, 2010).

Vizsgálatunk fő kérdése az, hogy a hazai kisvállalkozók mit tartanak fontosnak az életben, milyen célokat, vezérlő értékeket követnek, így tanulmányunkban a hazai kisvállalkozók értékrendszerét vizsgáljuk. Elemzésünk célja annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy a magyar kisvállalkozóra mennyire illenek a vállalkozó ideáltípusára jellemző értékpreferenciák, s a hazai kisvállalkozó értékvilága mennyiben tér el a társadalom többi csoportjától. A tanulmányban elemezzük azt is, létezik-e egységes európai vállalkozói értékvilág, illetve amennyiben nem, akkor milyen régiós sajátosságok és nemzeti különbségek figyelhetők meg. Megvizsgáljuk továbbá, hogy mennyire egységes a különböző vállalkozói csoportok – mikro-, kis- és nagyvállalkozók – értékvilága, és milyen különbségek és hasonlóságok figyelhetők meg a kapitalizmus két vezetői szerepét betöltők: az alkalmazott menedzserek és a vállalkozók között.

Az elemzésekhez három adatbázist használtunk: a European Social Survey (továbbiakban ESS) 2008-as hullámának 29 országra† valamint 2010-es hullámának Magyarországra vonatkozó adatait‡, továbbá egy a HÉTFA Kutatóintézet által a hazai kisvállalkozók körében 2011-ben végzett kérdőíves kutatás adatait. Az ESS az értékek vizsgálatához a Shalom Schwartz által kidolgozott értéktesztet használja. Az összehasonlíthatóság érdekében a vállalkozói minta lekérdezése során, mi is ezt a módszert alkalmaztuk.

Tanulmányunk első részében bemutatjuk a vállalkozói értékek vizsgálatára alkalmazott Schwartz-féle értéktesztet, majd vázoljuk a külhoni és hazai értékvizsgálatok főbb releváns tapasztalatait. Ezt követően a vizsgálatnak irányt szabó hipotéziseket és a vizsgált adatbázisokat mutatjuk be. Tanulmányunk negyedik nagyobb egységében kutatási eredményeinket vesszük sorra, bemutatva az európai vállalkozók és a magyar kisvállalkozók értékvilágát. Írásunkat eredményeink összefoglalásával és értékelésével zárjuk.

† European Social Survey Round 4 Data (2008). Data file edition 4.0. Norwegian Social Science Data Services, Norway – Data Archive and distributor of ESS data

‡ A 2010-es hullám európai adatbázisa kutatásunk idején még nem készült el. A használt adatbázis elérhetősége: http://www.esshu.hu/sites/default/files/downloads/databases/ESS_5_hazai.sav. Európai Társadalomtudományi Elemzések (EUTE) – European Social Survey (ESS). Konzorcium: MTA Politikai Tudományok Intézete (MTA PTI) – MTA Szociológiai Kutató Intézete (MTA SZKI). A magyar kutatás vezetője: Füstös László, az MTA doktora (MTA SZKI).

A Schwartz-féle értékteszt

Schwartz (2006) az értékeken olyan elérendő célokat ért, amelyek a cselekvések irányító elveiként hatnak, s Ingleharthoz (1997) hasonlóan ő is a szükségletekből vezeti le az értékeket, és elkülönít egymástól biológiai, társas és jóléti szükségleteket. Schwartz az értékek hat alapvető jellegzetességét fogalmazta meg. Egyrészt az értékek olyan meggyőződések, melyek közvetlen hatással vannak érzéseinkre. De az értékek olyan kívánatos célokat és viselkedéseket is kifejeznek, melyek a cselekvéseink irányító erejeként hatnak, emiatt a számunkra fontos értékeket valószínűleg a külvilág felé is képviselni fogjuk. Emellett – ahogy azt már Rokeach (1969) is megfogalmazta – az értékek túlmutatnak a konkrét helyzeteken és cselekvéseken. Schwartz szerint az értékek egyfajta irányjelzőként működnek, vagyis hatással vannak arra, hogy adott helyzetekben hogyan viselkedünk, illetve hogyan ítéljük meg a konkrét helyzeteket és embereket. Az értékek fontosságuk szerint sorba rendezhetők, kialakítva egy egyén vagy egy társadalom értékrendszerét. A különböző értékek kölcsönhatásban vannak egymással, így az értékek olyan mértékben határozzák meg a cselekvésünket, amilyen mértékben relevánsak az adott kontextusban.

Schwartz leírta az értékek általa feltételezett működési mechanizmusát is. Véleménye szerint első lépésként, az adott szituációban az értékek aktiválódnak. Az értékek lényegében motivációk, melyek egy kívánatosnak ítélt végállapot felé irányulnak. Ezért az értékek aktiválódását követően kiválasztódnak azok a reakciók, amelyeket előnyben részesítünk a többihez képest, azaz amelyekről úgy véljük, segítenek az adott cél elérésében. A harmadik szakaszban az értékek hatással vannak a figyelmünkre, befolyásolják a percepcióinkat és az adott helyzet interpretációját. Végül, a már aktivált értékek hatással vannak a cselekvés megvalósítására. Mindezek ellenére azonban a kapcsolat az értékek és a viselkedés között nem kizárólagos, sőt, általában többféle érték együttes hatása alakítja a cselekedeteinket, amelyet természetesen még számos más tényező is befolyásol (Ságvári, 2009).

A Schwartz-teszt (Schwartz, 2001) az emberi értékek mérésére kifejlesztett kérdéssor. Schwartz értékeket mérő skáláját a korábbi értéktesztek integrálásával állította össze. Maguk a kérdések 21 különböző ember jellemzését tartalmazzák. A válaszadó egy hatfokozatú skála segítségével határozhatja meg, hogy a kérdésben jellemzett ember mennyire hasonlít őrá. A kutatás során alkalmazott kérdések, illetve az ezekhez tartozó értékek a mellékletben találhatók.

Schwartz kutatása alapján tíz univerzális, azaz minden kultúrában fellelhető értéket különböztet meg, melyek a következők: önállóság, stimuláció, hedonizmus, teljesítmény, hatalom, biztonság, konformitás, tradíció, jóindulat és univerzalizmus. Mind a tíz érték a hozzátartozó központi motivációkkal jellemezhető, melyek a következők:

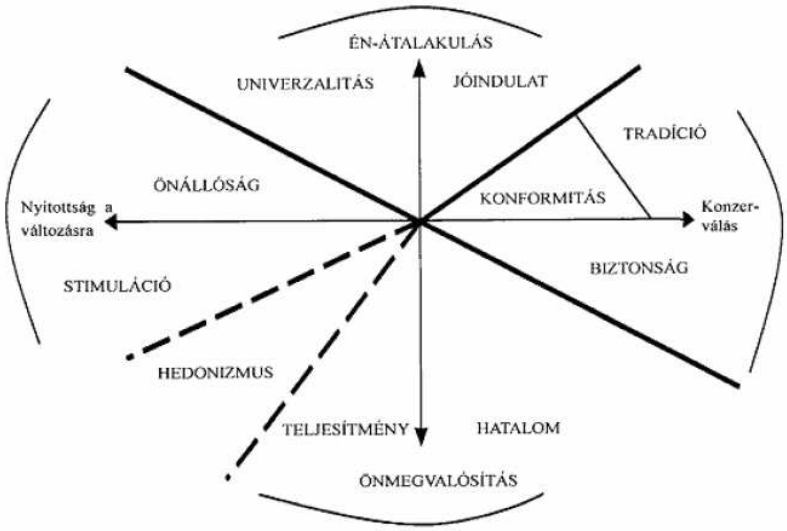
- Önállóság: önálló gondolkodás és cselekvés, alkotás, felfedezés
- Stimuláció: izgalom, újdonság, kihívás az életben
- Hedonizmus: öröm, kedvtelés
- Teljesítmény: a társadalmi standardoknak megfelelő siker
- Hatalom: társadalmi státusz és presztízs, emberek és erőforrások feletti kontroll
- Biztonság: biztonság, harmónia, az állam és a kapcsolatok stabilitása
- Konformitás: tartózkodás az olyan viselkedéstől, mely mások számára sértő vagy ártalmas lehet, illetve megsértheti a társadalmi normákat és elvárásokat
- Tradíció: a tradicionális kultúrához illetve valláshoz köthető eszmék és szokások elfogadása és tisztelete
- Jóindulat: biztosítani és növelni azok jólétét, akikkel az illető szoros kapcsolatban áll
- Univerzalizmus: megértés, megbecsülés, tolerancia, a társadalom jólétének biztosítása, a környezet védelme

A Schwartz által azonosított 10 érték közül egyesek megfeleltethetőek a vállalkozói vizsgálatok által feltárt tipikus vállalkozói értékeknek. Az 1. táblázat az általunk azonosított megfeleltethetőségeket mutatja be.

1. táblázat

Schwartz-féle érték	**Vállalkozói érték**
Önállóság	függetlenség (Schumpeter), belső kontroll (Rotter)
Stimuláció	innovációs képesség (Schumpeter), kockázatvállalás (Cell-Haworth-Brearly)
Teljesítmény	teljesítmény orientáltság (McClelland)
Hatalom	hódítási törekvés, hatalom (Schumpeter)

Schwartz a tíz alapvető értéket két egymásra merőleges tengely mentén négy csoportba – magasabb rendű értékbe – rendezi el. Ezt szemlélteti az alábbi ábra:



1. ábra Schwartz-féle értékmodell (idézi Keller 2008b)

Az első (x) tengely a változásra való nyitottság és a konzerválás értékeit állítja egymással szembe. A változásra való nyitottság magasabb rendű értékét az önállóság és a stimuláció értékeinek csoportja alkotja, míg a konzerválás magasabb rendű értékét a biztonság, a tradíció és a konformitás értékei jellemzik. A második tengely (y) az önmegvalósítástól az önmeghaladásig (angolul: self-transcendence) tartó tengely. A tengely önmegvalósításhoz közelebbi végén a teljesítmény és hatalom értékei helyezkednek el, míg az önmeghaladáshoz az univerzalizmus és a jóindulat értékei tartoznak. A hedonizmus értéke bizonyos szempontból a két tengely között helyezkedik el, azaz egyszerre tartalmaz a változásra való nyitottsághoz és az önmegvalósításhoz tartozó elemeket. Az esetek többségében Schwartz a hedonizmust a változásra való nyitottság magasabb rendű értékéhez tartozónak tekinti. Az értékek körformában történő megjelenítése lehetővé teszi, hogy szemléltetni lehessen bizonyos távolságokat közöttük.

Schwartz szerint egyes értéktípusok viszonyát konfliktus, másokét pedig összeférhetőség jellemzi. A hedonizmus és a jóindulat például nehezen összeegyeztethető értékek, ám a hedonizmus és a teljesítmény nagy valószínűséggel együtt járnak. Az értékeket így egyfajta strukturáltság jellemzi abból a szempontból, hogy az egyik érték igenlése gyakran egy másik elutasításával vagy alacsonyabb értékelésével jár együtt.

Korábbi kutatási eredmények

Nemzetközi összehasonlító vizsgálatok eredményei

Az értékvizsgálatok jelentős, nemzeteken belüli és azok közti különbségeket mutattak ki az egyének értékpreferenciáiban (Inglehart, 1997; Schwartz-Smith, 1997). Schwatz és Bardi (2001) öt kontinens 13 különböző nemzetét felölelő reprezentatív mintán vizsgálta az értékek preferencia-sorrendjét. Azt találták, hogy a jóindulat, az önállóság és az univerzalimus a legfontosabb, míg a stimuláció, a tradíció és a hatalom a legkevésbé fontosnak tekintett értékek. A sorrendben középen a biztonság, a konformitás, a teljesítmény és a hedonizmus található. Eredményeik azt mutatták, hogy az emberek között a fontos értékek megítélése tekintetében viszonylagos konszenzus van, míg a kevésbé fontos értékek esetén – mint a hedonizmus vagy a stimuláció – nagyobb mértékű különbségek mutatkoznak. Schwatz és Bardi 50 ország tanárainak és egyetemi diákjainak értékpreferenciáit vizsgálva arra a következtetésre jutott, hogy bár az egyének és a különböző társadalmi csoportok különbözhetnek az egyes értékek fontosságának megítélésében, az értékek hierarchiája ugyanakkor meglehetős hasonlóságot mutat: az egyes országok értékekre vonatkozó preferencia sorrendje átlagosan 0,92-es korrelációt mutatott a nemzetközi hierarchiával. Ez az eredmény arra utal, hogy jelentős egyetértés van az egyes nemzetek között abban a tekintetben, hogy mely értékek azok, melyek relatíve fontosak és melyek kevésbé. Schwartz és Bardi ezt azzal magyarázta, hogy minden társadalomban azok az értékek szerepelnek az értékhierarchia csúcsán, melyek a társadalom fennmaradása szempontjából fontosak, s mivel ezek az értékek azonosak a különböző nemzetek esetén, ezért az értékek fontossági sorrendje is hasonló.

Schwartz és Bardi (1997) egy másik munkájukban a volt szocialista országok értékrendszerének sajátosságait vizsgálva azt találták, hogy nem a szocialista ideológia és annak elfogadása hatott a kelet-európai országok lakosainak értékrendszerére, hanem az, hogy alkalmazkodtak a rendszer által generált életkörülményekhez. Schwartz és Bardi szerint mivel az emberek vágyaikat a lehetőségeikhez igazítják, így felülértékelik azoknak az értékeknek a fontosságát, melyek elérhetők számukra és alulértékelik azokét, melyek elérésének lehetőségétől meg vannak fosztva. Hipotézisük szerint a volt kommunista országok esetén az adaptáció következményeként fontosabb a konformitás és a biztonság, míg kevésbé fontosak az egalitáriánus valamint az autonomitáshoz fűződő értékek, ill. a hatalom, a hedonizmus és a teljesítmény. Schwartzék azonban hangsúlyozták azt is, hogy a volt szocialista országok nem tekinthetők egységes entitásnak: az egyik részt a kelet-európai, a másikat a közép-európai országok alkotják. Utóbbiak társadalmi, gazdasági fejlettségük és mezőgazdaságuk révén jelen voltak a világpiacokon már a szocializmus bukása előtt is,

és hidat képeztek Kelet- és Nyugat-Európa között. Schwartz és Bardi eredményei alapján a közép-európai országok keleti társaiknál kevésbé azonosultak a kommunista értékpreferenciákkal.

A magyar táradalom értékrendszere

Keller Tamás (2008a) az ESS 2004-es hullámának adatait használta a magyar társadalom értékrendszerének vizsgálatához és sikerült reprodukálnia a Schwartz által feltételezett értékteret. Eredményei szerint Magyarország nemzetközi összehasonlításban listavezető a biztonság és sereghajtó a stimuláció tekintetében. Az olyan tipikusan vállalkozóinak tekintett értékek, mint a kockázatvállalás, az önállóság és a teljesítmény ugyan megtalálhatók a társadalom speciális csoportjaiban, azonban társadalom egészének szintjén alacsony a fontosságuk. Mivel az értékek és a cselekvés között gyakran ellentét feszül, ezért – a Schwartz-féle értékteszt alkalmazása mellett – hipotetikus szituációk segítségével azt is megvizsgálta, hogy az értékek minként jelennek meg a cselekvés szintjén. Eredményei szerint a normakövetéssel és szolidaritással az emberek a cselekvés szintjén azonosulnak a leginkább, míg az egyéni teljesítmény és az öngondoskodás értékeit inkább a vélemények szintjén támogatják.

Füstös és munkatársai (2011) az ESS 4. hullámának adatainak elemzése során kimutatták, hogy a magyarok hedonistábbak, kevésbé konformisták, de jobban vágynak a biztonságra, mint az európaiak általában. Megvizsgálták az értékek struktúráját is (többdimenziós skálázással). Legfontosabb megállapításuk, hogy Európában és még inkább Magyarországon, az egyéni értékek – az önállóság, a stimuláció, a teljesítmény, a hatalom és a hedonizmus – és a közösségi értékek – a jóindulat, az univerzalizmus, a tradíció, a konformitás és a biztonság – szétválnak. Akik az előzőket fontosnak tartják, az utóbbiakat jellemzően nem, és fordítva.

A vállalkozók értékvilága

Számos példát találunk a vállalkozók értékvilágának a Schwartz-féle értékteszttel történő vizsgálatára. Ezek a kutatások igen sokfélék abból a szempontból, hogy milyen mintán és milyen módszer alkalmazásával próbálták megragadni a vállalkozók értékrendjét, ám megegyeznek abban, hogy kimutatták, a vállalkozói létnek vannak kultúrától független értékelemei.

Egy a spanyol egyetemisták körében végzett kutatás szerint a nyitottság és az önmegvalósítás értékei szignifikáns pozitív kapcsolatban állnak a diákok vállalkozói törekvéseivel (Moriano et al., 2010).

Az ESS 2006-os nyugat-európai országokra vonatkozó adatainak vizsgálata (Noseleit, 2008), mely az önfoglalkoztatók és az alkalmazottak értékrendszerét hasonlította össze, arra jutott, hogy előbbieket a nyitottság és az önmegvalósítás felsőbbrendű értékeinek dominanciája jellemzi. A 10 érték sorrendje igen hasonló a két csoportban, annyi különbséggel, hogy az univerzalizmus és az önállóság felcserélődik: az önfoglalkoztatók számára ez utóbbi érték előrébb kerül a rangsorban. Bár az értékek hierarchiája nagyfokú hasonlóságot mutat, a 10 értékből 8 esetén szignifikánsan különbözik a két csoport. A legnagyobb különbség a biztonság és az önállóság fontosságának megítélésében mutatkozik. Az önfoglalkoztatók számára fontosabb a stimuláció, az önállóság, a teljesítmény és az alkalmazottakénál kevésbé lényeges a biztonság, a konformitás, az univerzalizmus, a jóindulat és a hedonizmus. A hatalom és a tradíciók fontosságának megítélésében nincs szignifikáns különbség a két vizsgált csoport között.

Moriano és társai (2001) Spanyolországban egy vállalkozói és egy nem vállalkozói csoport értékrendszerét hasonlították össze a Schwartz-féle értékteszt segítségével. Eredményeik szerint a vállalkozókat az individuális értékek dominanciája jellemzi: az öt individuális érték közül négy – a hatalom, a teljesítmény, az önállóság és az stimuláció – mutatott szignifikáns pozitív kapcsolatot a vállalkozói léttel. Valencia de Lara és szerző társai (2007) összekapcsolták Schumpeter vállalkozókra vonatkozó elméletét és a Schwartz-féle értékorientációs modellt, és ez alapján magyarázták Morianoék eredményeit. Véleményük szerint Schumpeter már rámutatott, hogy a vállalkozókat nem jellemzi a hedonizmus, ellenben a hatalomvágy, az egyéni teljesítmény és a függetlenség elérésére való törekvés, a kihívások keresése valamint a kreativitás igen. Ezek pedig megfeleltethetőek a Schwartz által definiált individuális értékeknek: a hatalomnak, a teljesítménynek, az önállóságnak és az stimulációnak.

Holt (1997) a kínai és az amerikai vállalkozókat, valamint a kínai menedzsereket hasonlította össze. Talán legfontosabb megállapítása, hogy a két országbeli vállalkozók értékeiket tekintve jobban hasonlítanak egymásra, mint a kínai vállalkozók a kínai menedzserekre. Ez erős bizonyíték amellett, hogy a vállalkozói létnek vannak kultúrától független elemei. A teljesítményt és az önállóságot mindkét vállalkozói csoport többre értékelte, a tradíciót és a konformitást pedig mindkét csoport kevésbé, mint a kínai menedzserek. A szerzők ugyanakkor markáns különbségeket is azonosítottak a kínai és az amerikai vállalkozók között. Meglepő módon a kínai vállalkozók – legalábbis az amerikai társaikhoz képest – jobban megfelelnek a klasszikus vállalkozó-képnek. Kevésbé törekszenek biztonságra, jobban keresik a stimulációt, és emellett kevésbé hedonisták. Az utóbbi feltehetően a kínai kulturális környezet hatása, nem a kínai vállalkozói lét sajátossága, mivel a kínai vállalkozók hedonistábbak a kínai menedzsereknél. A vállalkozói kultúra tehát univerzális és sajátosan nemzeti (lokális) elemekből épül fel.

Hipotéziseink

Tanulmányunkban azt a kérdést igyekszünk megválaszolni, hogy a magyar vállalkozók rendelkeznek-e a kutatások által ideáltipikusként megjelölt vállalkozói értékekkel. Vizsgálatunk középpontjában az 5-49 főt foglalkoztató hazai vállalkozások tulajdonos-menedzsereinek értékpreferenciái állnak, akik 2011 tavaszán megkérdezett körét a hazai *kisvállalkozók* reprezentatív mintájának tartunk. Kíváncsiak vagyunk arra, hogy e kisvállalkozók által vallott értékek különböznek-e:

- a magyar társadalom egészének értékvilágától
- a magyar önfoglalkoztatók (0-x főt foglalkoztató vállalkozó-tulajdonosok) és köztük a mikrovállalkozók (0-4 főt foglalkoztató vállalkozók), illetve
- az európai kisvállalkozók és önfoglalkoztatók által vallott értékektől.

Az elméleti irodalom és az eddigi empirikus kutatások is megerősítik, hogy a vállalkozók értékrendjének vannak a lokális és nemzeti kultúrától független vonásai. Első hipotézisünk szerint az *Európa egészét vizsgálva igaz, hogy a vállalkozók az elmélet által azonosított „vállalkozói" értékeket (önállóság, teljesítmény, stimuláció, hatalom) fontosabbnak tartják, mint a társadalom egésze*. Várakozásaink szerint *a vállalkozók a menedzserektől is markánsan különböznek értékrendjüket tekintve*. A különbségek mindenekelőtt a kockázatvállaláshoz kapcsolódnak: a menedzserek az önállóságot és a stimulációt nem tartják olyan fontosnak, a biztonságot ellenben többre értékelik, mint a vállalkozók.

A vállalkozók értékrendjében ugyanakkor a tapasztalatok szerint tetten érhetőek bizonyos nemzeti sajátosságok, ezért úgy gondoljuk, hogy a magyar vállalkozói kultúra is egyedi jellegzetességeket hordoz. Az eddigi összehasonlító értékszociológiai vizsgálatokból kiindulva arra számítunk, hogy *a magyarok hedonistábbak, kevésbé konformisták, jobban szeretik a biztonságot, és kevésbé a változatos kihívásokat, mint a legtöbb európai nép. Emiatt európai társaikhoz képest a magyar vállalkozókat is fokozottan jellemzik e tulajdonságok*. Emellett arra számítunk, hogy *a magyar vállalkozók leginkább más kelet-európai (volt szocialista) országok vállalkozóihoz hasonlítanak értékrendjüket tekintve*.

A vállalkozásokról és a vállalkozókról negatív kép él a magyar társadalom többségében, kedvezőtlen a vállalkozók megítélése (Kocsis Kisantal-Szerb, 2008; Csite 2009). Feltételezésünk szerint, a vállalkozói kultúra alacsony szintje azt eredményezi, hogy *Magyarország esetében nagyobb a szakadás a vállalkozók és a társadalom többi tagjának értékvilága között, mint a nyugat- és észak-európai országokban.*

Azok a kutatások, amelyek a vállalkozói motivációkat vizsgálták a magyar népesség körében, azt találták, hogy akik Magyarországon vállalkozók lennének – hasonlóan európai társaikhoz – a személyes függetlenség és az önmegvalósítás miatt tennék ezt elsősorban (Csite, 2009). Ugyanakkor a vállalkozói lét választása mögött nagyon fontos – és egyben a régi uniós tagállamoktól, valamint az Egyesült Államoktól megkülönböztető – ok a jobbnak vélt jövedelmi lehetőség. Ezen eredmények alapján úgy tűnik, hogy a magyar vállalkozók körében a vállalkozói lét a biztonság és a kívánatos életvitel megteremtésének eszköze is. Ezért úgy véljük, hogy a *magyar vállalkozók értékrendje más módon tér el a magyar lakosságétól, mint a klasszikus elmélet sugallja. A magyar vállalkozóknak is kiemelten fontos az önállóság, a teljesítmény és hatalom, különösen annak gazdagság dimenziója, nem fontos azonban a stimuláció, vagyis a kalandos izgalmakkal teli élet*.

Kiinduló hipotéziseink megalkotásakor tehát a korábbi kutatások eredményeiből indultunk ki, s azt feltételeztük, hogy a Schwartz-féle értékteszt eredményei alapján a hazai kisvállalkozók – európai társaikhoz hasonlóan – a vállalkozókra jellemző értékpreferenciákkal rendelkeznek, s a magyar társadalom értékviláguk alapján jól elkülöníthető csoportját alkotják. Azt is feltételeztük, hogy a hazai kisvállalkozókat – európai összehasonlításban – a magyar társadalomra jellemző értékrendszerbeli sajátosságok (pl. fogyasztás-hedonizmus jelentősége) is jellemzik, vagyis értékvilágukban a magyarországiakat amúgy is jellemző nemzeti sajátosságok is fellelhetők. S mivel a vállalkozói hagyományok – a több évtizedes kommunista múlt miatt – gyengék Magyarországon, azt feltételezzük, hogy a vállalkozók értékpreferenciái jelentősen különböznek a nyugat-európaiaktól, s inkább a posztkommunista országok vállalkozóiéhoz hasonlóak. Végül, feltételezzük, hogy a magyar vállalkozókat a nyugat-európai társaiktól eltérő motivációk vezérlik, ezért az értékrendjük másképpen különbözik a magyar lakosságétól, mint ahogyan a klasszikus elmélet sugallná.

A vizsgált adatbázisok

Tanulmányunkban a vállalkozók különböző csoportjainak és a menedzsereknek az elkülönítésére a következő terminológiát alkalmazzuk:

- *önfoglalkoztató vagy általánosságban „vállalkozó”*: 0-x főt foglalkoztató tulajdonos és ügyvezető
- *mikrovállalkozó*: 0-4 főt foglalkoztató tulajdonos és ügyvezető
- *kisvállalkozó*: 5-49 főt foglalkoztató tulajdonos és ügyvezető
- *nagyvállalkozó*: 50-x főt foglalkoztató tulajdonos

- *menedzser*: 5-x fő beosztottat irányító ügyvezető vagy alsóbb szintű vezető gazdasági társaságnál (e csoport nem képezi részét az „önfoglalkoztatók/vállalkozók” csoportjának).

Az adataink egyik részét az European Social Survey 4. hullámának nemzetközi és 5. hullámának magyarországi adatai alkották. Az ESS-t 2002-től kezdve kétévente végzik el a résztvevő országok lakosságának reprezentatív mintáin. A projektben több mint 25 európai ország vesz részt. Magyarország az eddig megvalósult összes felvételi hullámban közreműködött. A kutatást itthon a Magyar Tudományos Akadémia két intézete, a Politikai Tudományok Intézete és a Szociológiai Kutatóintézet irányítja. Az elemzésünk során használt 4. és 5. hullám magyarországi adatfelvételét a Magyar Gallup Intézet végezte.

A 2008-as ESS kutatásában 29 ország – 27 európai ország valamint Törökország és Izrael – vett részt. A résztvevő országokat illetve azok mintán belüli abszolút és relatív gyakoriságát a melléklet 2. táblázata szemlélteti. Az adatbázisban 54036 megkérdezett adatai szerepelnek. A megkérdezettek 55%-a nő, 45%-a férfi. A mintában az átlagéletkor 48 év. Az iskolai végzettség esetén három kategóriába – alapfokú végzettség vagy kevesebb, középfokú illetve felsőfokú végzettség – vontuk össze a megfigyeléseket, így téve összehasonlíthatóvá őket. A megkérdezettek 18%-a alapfokú végzettséggel vagy azzal sem, 40%-a középfokú végzettséggel, 41%-a pedig felsőfokú végzettséggel rendelkezik. Az elemzésünk során az „vállalkozók” három csoportját különböztettük meg. Mikrovállalkozóknak tekintettük azokat az önfoglalkoztatókat, akik kevesebb, mint 5 alkalmazottal rendelkeznek. Megkülönböztettük továbbá a kis- és nagyvállalkozókat: előbbiek 5-49 alkalmazottal, utóbbiak pedig legalább 50 alkalmazottal dolgoznak. A vállalkozók ezen kategorizálását azért tartottuk szükségesnek, mert feltételezésünk szerint, a vállalkozók nem tekinthetők egy homogén csoportnak. A vállalkozók mellett a (nem tulajdonos) menedzsereket is azonosítottuk a mintában: azokat soroltuk ebbe a kategóriába, akik valamilyen gazdasági cégnél dolgoznak alkalmazottként és legalább 5 beosztott tartozik hozzájuk. A felmérésben részt vevők 9%-a minősül mikrovállalkozónak, 6%-a menedzsernek, 1%-a kisvállalkozónak és 0,1%-a nagyvállalkozónak.

Az ESS 2010-es hullámának magyarországi adatbázisa 1459 felnőtt válaszadó adatait tartalmazza. Közülük 45% férfi és 55% nő. A mintában az átlagéletkor 47 év. A megkérdezettek 14%-a budapesti, 22%-a megyei jogú városban, 31%-a valamely egyéb városban, míg 33%-uk falun él. A kutatásban részt vevők 24%-a alapfokú végzettséggel vagy azzal sem, 59%-uk középfokú végzettséggel, 17%-uk pedig felsőfokú végzettséggel rendelkezik. A minta 7%-a mikrovállalkozó, 3,5%-a menedzser, 0,3%-a kisvállalkozó és 0,1%-a nagyvállalkozó.

A HÉTFA megbízásából készített kutatás során háromszáz, 5-49 főt foglalkoztató kisvállalkozás tulajdonos-vezetőjével készítettek személyes interjút 2011. április 18-a és 2011. május 13-a között. A kérdőíves adatfelvétel 7 magyar nagyvárost (Budapest, Debrecen, Dunaújváros, Miskolc, Szeged, Szekszárd és Zalaegerszeg) érintett. A minta összetétele súlyozást követően ágazat, területi elhelyezkedés (Budapest-vidék) és a foglalkoztatotti létszám tekintetében reprezentatív az 5-49 főt foglalkoztató, nem mezőgazdasági vállalkozások alkotta alappopulációra. A 2011-es kisvállalkozói mintánk 300 megkérdezett válaszait tartalmazza. Közülük 49 nem tulajdonosa annak a vállalatnak, ahol dolgozik, így őket a továbbiakban a menedzserek közé soroltuk. A mintában a megkérdezettek vállalatainak 48%-a 5-9 főt, 52 %-uk 10-49 főt alkalmaz. A felkeresett kisvállalatok 29%-a az iparban, 32%-a a kereskedelemben és 39%-uk a szolgáltató ágazatokban tevékenykedik. A válaszadók 28%-a nő, 72%-a férfi, túlnyomó többségük, 64%-uk felsőfokú végzettségű, a középfokú végzettségűek aránya 36%. A válaszadók kor szerinti eloszlásánál azt látjuk, hogy a 30 évesnél fiatalabb vállalkozók aránya alacsony a mintában, csupán 1%. A középkorú, 30-50 év közötti vállalkozás-vezetők aránya 38%, míg a legtöbben az 50 évesnél idősebb korosztályból kerülnek ki, ezen válaszadók aránya 61%. Ennek megfelelően az átlag életkor a mintában 52 év.

A 2. táblázat a használt adatbázisoknak az értékteszt 21 kérdéséhez tartozó átlag értékét és szórását tartalmazza. A kérdésekre egy 6 fokozatú skála segítségével kellet válaszolniuk a megkérdezetteknek, ahol az 1-es érték jelölte a „nagyon hasonlít rám”, míg a 6-os az „egyáltalán nem hasonlít rám” válaszlehetőséget. Ezért a kisebb értékek az adott érték nagyobb fokú elfogadottságára utalnak. A legmagasabb átlagérték (3,93) a gazdagság eléréséhez és a kockázatvállaláshoz tartozik, míg a legalacsonyabb értéket (1,98) a barátokhoz való hűség esetén mértük, azaz az előbbi érékkel azonosulnak legkevésbé, míg utóbbival a leginkább a megkérdezettek.

2. táblázat. Az egyes értékkérdésekre adott válaszok átlagai a használt adatbázisokban (1–6 fokozatú skálán)

Értékek*	ESS 2008		ESS 2010 csak Magyarország		HÉTFA kisvállalkozói minta 2011	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
Fontos számára, hogy új dolgokat találjon ki, hogy kreatív legyen.	2,62	1,276	2,40	1,276	2,20	1,033
Fontos számára, hogy gazdag legyen.	3,93	1,392	3,61	1,392	4,01	1,279
Fontosnak tartja, hogy minden ember egyforma bánásmódban részesüljön.	2,10	1,049	1,93	1,053	2,76	1,382
Fontos számára, hogy megmutassa képességeit.	3,05	1,382	2,52	1,381	2,46	1,234
Fontos számára, hogy biztonságos körülmények között éljen.	2,27	1,199	1,69	1,195	1,98	1,061
Szereti a meglepetéseket, és szeret mindig új dolgokat csinálni.	3,00	1,376	2,72	1,376	3,21	1,360
Azt gondolja, hogy az embereknek azt kell csinálniuk, amit mások mondanak nekik.	3,01	1,372	3,48	1,376	3,76	1,478
Fontos számára, hogy meghallgassa azokat, akik másmilyenek, mint ő.	2,40	1,067	2,52	1,069	2,32	1,073
Fontos számára, hogy szerény és visszafogott legyen.	2,73	1,275	2,57	1,275	2,65	1,201
Fontos számára, hogy jól érezze magát.	2,99	1,374	2,47	1,371	2,69	1,120
Fontos számára, hogy saját maga döntsön arról, hogy mit csinál.	2,23	1,109	1,98	1,106	1,71	,840
Fontos számára, hogy segítsen a körülötte élő embereknek.	2,22	1,006	2,25	1,008	2,22	,967
Fontos számára, hogy nagyon sikeres legyen.	3,06	1,362	2,90	1,361	2,61	1,142
Fontos számára, hogy a kormány biztosítsa biztonságát.	2,27	1,188	1,87	1,187	2,22	1,317
Keresi a kalandokat és szeret kockázatot vállalni.	3,93	1,476	3,98	1,477	3,95	1,434
Fontos számára, hogy mindig megfelelően viselkedjen.	2,58	1,205	2,35	1,205	2,36	1,285
Fontos számára, hogy tiszteljék mások. Azt akarja, hogy az emberek azt csinálják, amit mond.	3,08	1,388	2,99	1,388	2,86	1,231
Fontos számára, hogy becsületes legyen barátaihoz.	1,98	,930	1,81	,930	1,66	,857
Komoly meggyőződése, hogy az embereknek óvniuk kell környezetüket.	2,14	1,036	1,73	1,034	1,49	,745
A hagyományok fontosak számára.	2,61	1,318	2,43	1,318	2,41	1,244
Minden lehetőséget megragad, hogy jól érezze magát.	3,14	1,426	2,28	1,424	2,36	1,097

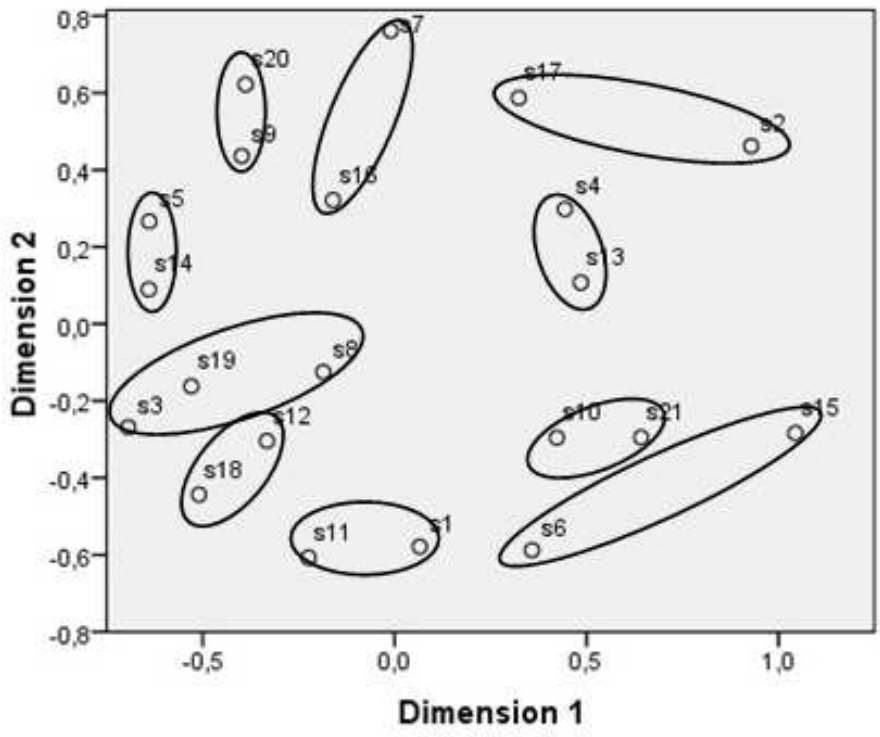
** A kérdőívben szereplő állításokat itt rövidített formában szerepeltetjük. A teljes változatot lásd a Melléklet 1. táblázatában.*

Kutatási eredmények

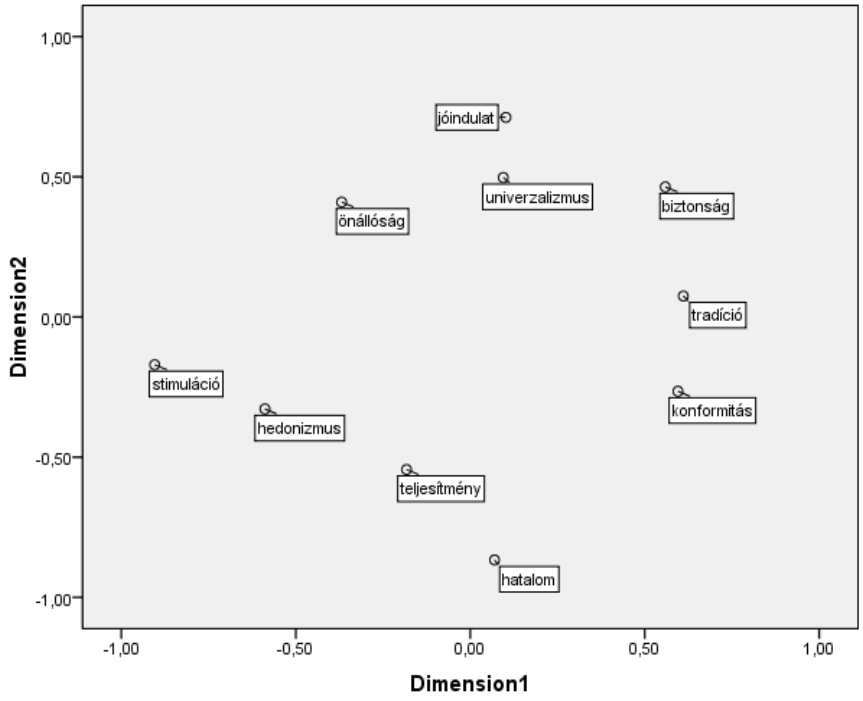
A vizsgált csoportok értékstruktúrájának illeszkedése a Schwartz-féle modellhez

Vizsgálatunk első kérdése arra irányult, hogy az adatbázisainkban szereplő válaszadók (európai felnőtt lakosság 2008-ban, magyar felnőtt lakosság 2010-ben és a magyar kisvállalkozók 2011-ben) értékstruktúrája illeszkedik-e a Schwartz-féle modellben feltételezetthez. Az értékek egymáshoz való viszonyát többdimenziós skálázás segítségével vizsgáltuk. Ez az eljárás az értékeket egy tetszőleges – esetünkben két – dimenziós térben ábrázolja oly módon, hogy a térben közel helyezi egymáshoz azokat, amelyek nagy valószínűséggel járnak együtt, és távol azokat, amelyek esetében az egyik érték helyeslése gyakran a másik elutasításával jár. Az elemzéshez az SPSS PROXSCALE funkcióját használtuk.

Elsőként a 2008-as ESS minta esetében rajzoltuk fel az értékek struktúráját. Ezt a továbbiakban, mint viszonyítási alapot használhatjuk az eredmények értelmezése során.



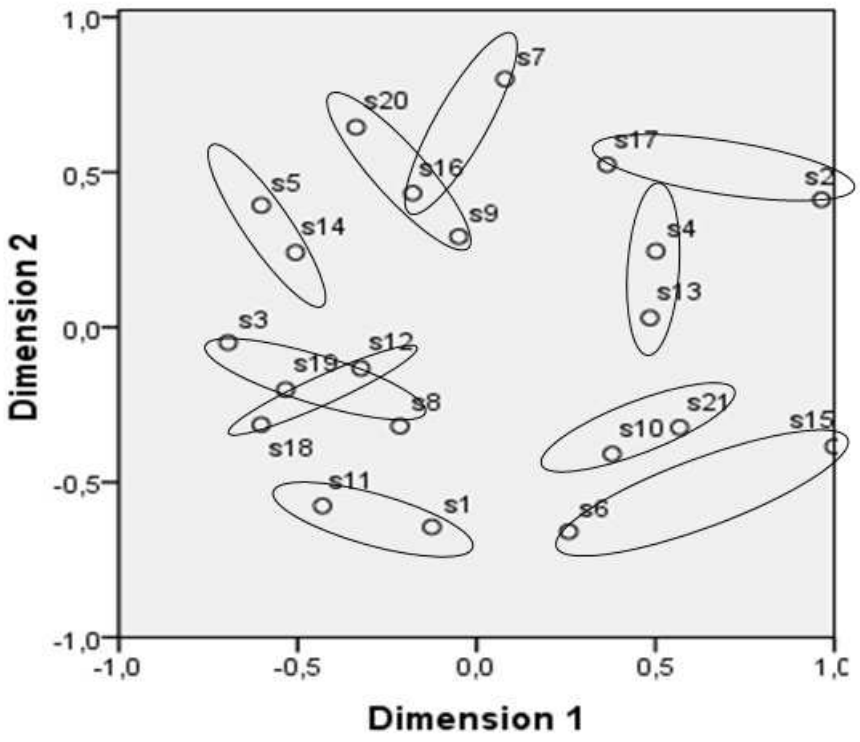
2. ábra A 21 érték struktúrája az ESS 2008-as mintájában



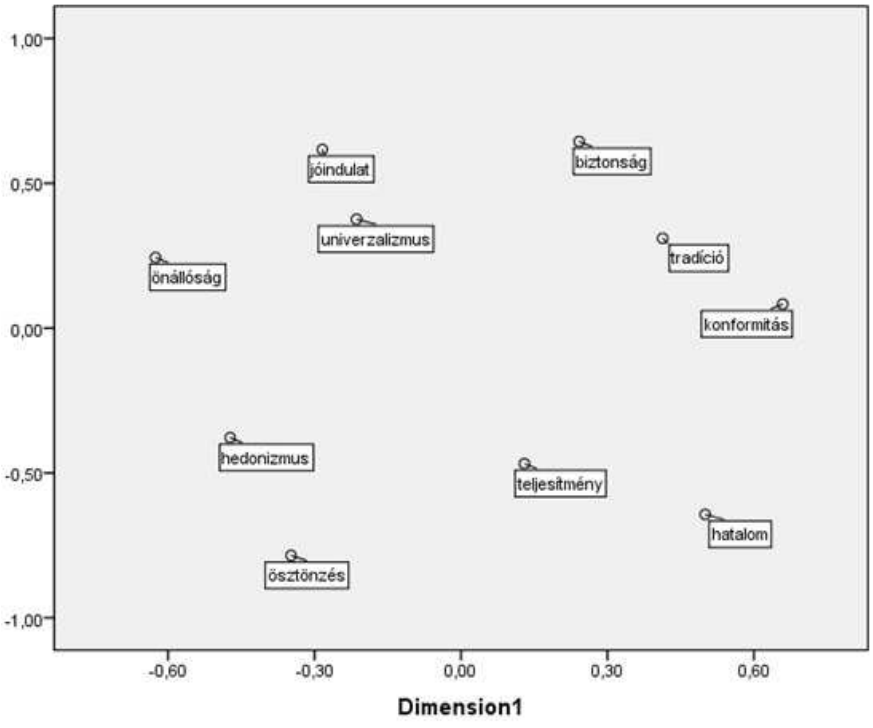
3. ábra A 10 érték struktúrája az ESS 2008-as mintájában

A 2. ábrán látható, hogy a 21 érték a Schwartz által feltételezett módon kapcsolódik egymáshoz, ezért Schwartzhoz hasonlóan mi is 10 értéket mérő mutatót hoztunk létre úgy, hogy a 21 kérdésből álló item sorból átlagoltuk az adott értéktípushoz tartozókat. A 10 értéktípus is viszonylag jól illeszkedik Schwartz modelljéhez, de néhány lényeges eltérést is észrevehetünk az ábrán. Egyrészt a biztonság és a másik két konzerváláshoz tartozó érték – a tradíció és a konformitás – felcserélődött a térben, másrészt az önállóság különválik a többi individuális értéktől, és inkább az önmeghaladás értékeihez kapcsolódik. Az értéktérben észrevehető egy törésvonal is, mely az értékeket két csoportra osztja. Az egyik oldalon a közösségi értékek találhatóak az önállósággal kiegészülve, míg a másik oldalon az individuális értékek sorakoznak fel. Az értékek ezen két csoportja között szakadék húzódik.

A 4. és 5. ábra az európai kisvállalkozók 2008-as értékstruktúráját mutatja. Az ábrák nagyon hasonlítanak az előzőekre, nincs igazán markáns különbség az európai lakosság és az európai kisvállalkozók értékstruktúrája között. Az individuális és közösségi értékek között ismét szakadék van, eltekintve attól, hogy az önállóság most is közelebb van az önmeghaladás két komponenséhez, mint a Schwartz-féle modellben. Kisebb eltérés, hogy az individuális és a közösségi értékeken belül is két-két kisebb értékcsoport fedezhető fel. Egyrészt a hedonizmus és a stimuláció értékei valamelyest eltávolodnak az önmegvalósítás értékeitől (teljesítmény és hatalom). Másrészt a konzerválás értékei (biztonság, tradíció, konformitás) elkülönülnek az önmeghaladás értékeitől (jóindulat és univerzalizmus).

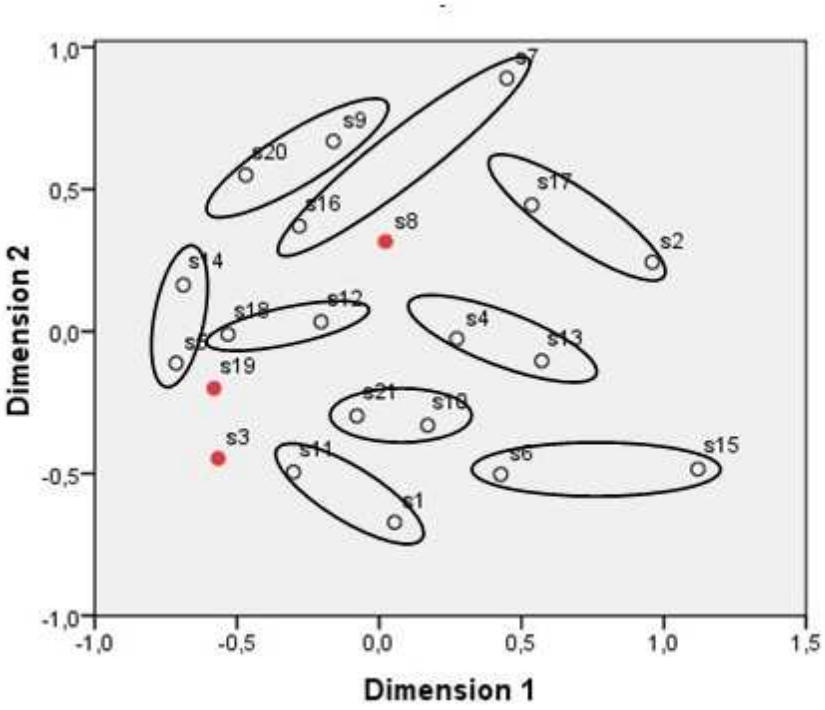


4. ábra A 21 érték struktúrája az európai vállalkozók esetén



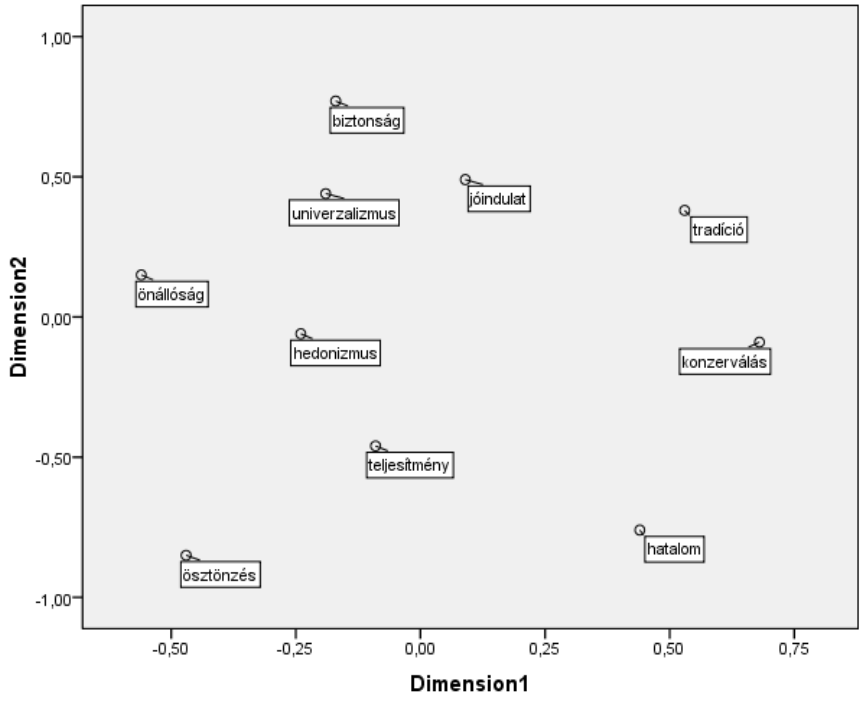
5. ábra A 10 érték struktúrája az európai vállalkozók esetén

A következő ábra a a 2010-es magyar lakossági adatokra szemlélteti a 21 érték kétdimenziós képét.



6. ábra A 21 érték struktúrája az ESS 2010-es magyar mintájában

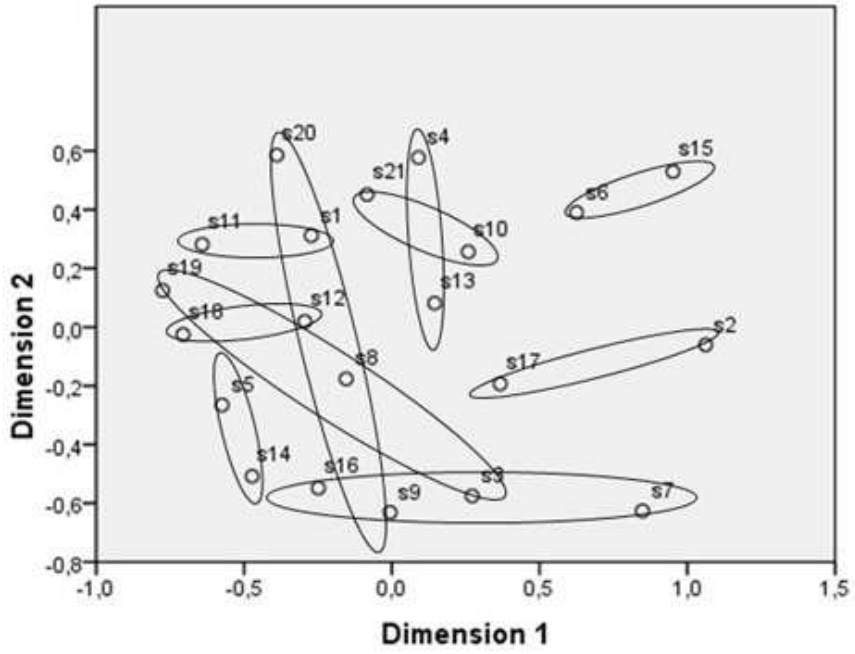
Ahogy az ábrán is látható az értékek valóban a Schwartz által összegyűjtött tíz univerzális értékbe csoportosulnak. Egyetlen kivételként a környezetvédelem említhető, mely elkülönül az univerzalizmus másik két komponensétől, de a megbízhatóság mérésére szolgáló Cronbach-alfa még ebben az esetben is eléri a szükséges (0,4) határértéket. A 10 érték struktúráját szintén többdimenziós skálázás segítségével vizsgáltuk.



7. ábra A 10 érték struktúrája az ESS 2010-es magyar mintájában

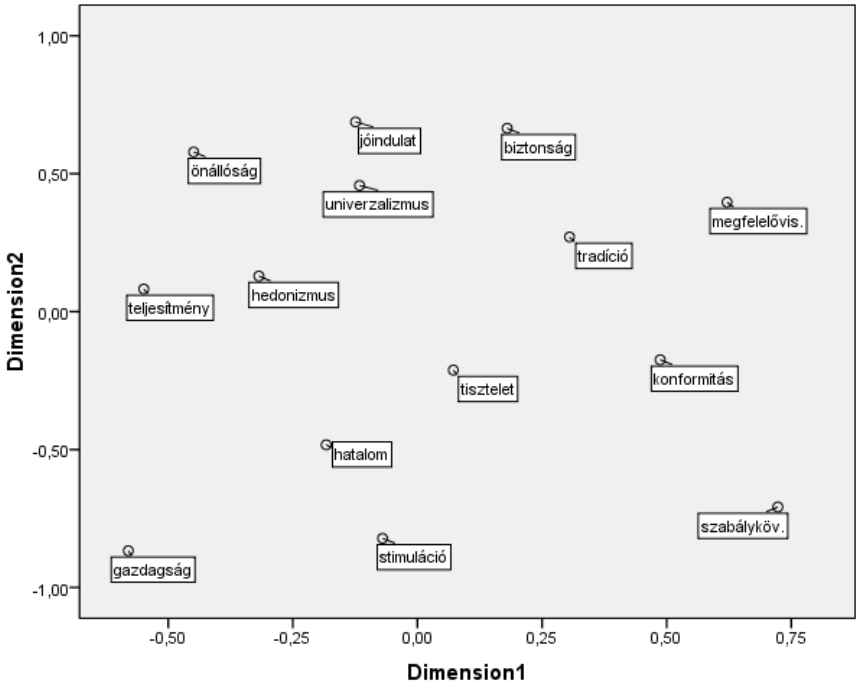
Ahogy a 7. ábrán látható a 10 érték struktúrája közelíti a Schwartz-féle értékmodellt, ugyanakkor bizonyos pontokon jelentősen eltér attól. Az egyik fontos különbség, hogy a biztonság elkülönül a konzerválás másik két komponensétől, és beékelődik a jóindulat és az univerzalizmus közé. Füstös László a 2008. évi adatokat elemezve ugyanezt az eredményt kapta, amit azzal magyarázott, hogy hazánkban az altruista értékek összefonódnak az állam szerepét hangsúlyozó nézettel (Füstös 2011). Az is a magyar értékstruktúra sajátossága, hogy a hatalom és a teljesítmény viszonylag távol helyezkedik el egymástól: a teljesítmény inkább a hedonizmus értékéhez kapcsolódik. A kapott ábrát összevetve a 2008-as ESS adatbázison végzett skálázás eredményével azt látjuk, hogy a magyar társadalom értékrendszerében *kisebb* a szakadék az egyéni és a közösségi értékek között, mint Európában általában. Különösen figyelemre méltó, hogy az önállóság, a hedonizmus és a teljesítmény összességében közelebb vannak az univerzalizmus és a jóindulat értékeihez. Ez azt jelenti, hogy azokat, akik ezeknek az egocentrikus értékeknek nagyobb jelentőséget tulajdonítanak, egyszersmind erősebb altruista motiváció is jellemzi. Más szóval, az egyéni célok követése jellemzően – legalábbis az értékorientációk szintjén – nem fordul át önzésbe.

A magyar kisvállalkozói minta esetén szintén a 21 érték struktúrájának felrajzolásával indítottuk elemzésünket (8. ábra).



8. ábra A 21 érték struktúrája a 2011-es magyarországi kisvállalkozói mintában

Bár az ábra zavarosabbnak tűnik a fentiekben közölteknél, a Cronbach alfa értéke alapján csupán a hatalom és a konformitás nem éri el a szükséges megbízhatósági szintet. Ez arra utal, hogy a hatalom értékének két komponense – a tisztelet kivívása és a gazdagság elérése – valamint a konformitáshoz tartozó két érték – a társadalmi normáknak megfelelő viselkedés és az utasítás- ill. szabálykövetés – a vállalkozók értékvilágában nem ugyanannak a felsőbbrendű értéknek az összetevőiként, hanem különálló értékekként jelennek meg. Emiatt jobbnak láttuk, ha e két érték komponenseit nem vonjuk össze, és így a továbbiakban 12 értékkel dolgozunk:: hedonizmus, önállóság, stimuláció, teljesítmény, univerzalizmus, jóindulat, biztonság, tradíció, tisztelet, gazdagság, megfelelő viselkedés és szabálykövetés. A 9. ábra mind a Schwartz-féle 10 érték, mind az előbb tárgyalt négy érték értéktérben elfoglalt helyét szemlélteti.



4. ábra A 10+4 érték struktúrája a magyar vállalkozói mintában

Azt látjuk, hogy a hazai kisvállalkozók értékvilága jelentősen eltér mind a Schwartz-féle modelltől, mind a Magyarországra és az európai lakosságra és vállalkozókra jellemző értékstruktúrától. A magyar lakosságra az európainál kevésbé jellemző az egyéni és közösségi értékek szétválása. Ez a magyar kisvállalkozókra fokozottan igaz: az értékrendszerük egyik legszembetűnőbb sajátossága, hogy bizonyos egyéni és közösségi értékek között meglehetős folytonosság mutatkozik. A jóindulat, az univerzalizmus és a biztonság, mint közösségi értékek jól összeférnek a teljesítménnyel, a hedonizmussal és az önállósággal a vállalkozók értékvilágában. Európai társaiktól eltérően a hazai kisvállalkozók értékvilágában az önállóság mellett a hedonizmus és a teljesítmény is a jóindulat és a univerzalizmus közelébe kerül, vagyis az egocentrikus értékek kevésbé különülnek el az altruistáktól. A magyar kisvállalkozóra tehát kifejezetten az egyéni és a társas célok együttes követése a jellemző.

Az európai vállalkozók értékrendszere

Elemzésünket azzal folytattuk, hogy megvizsgáltuk, milyen értékekkel jellemezhetőek az európai vállalkozók, illetve ezek mennyiben azonosak azokkal az értékekkel, amelyeket a szakirodalom tipikus vállalkozói értékeknek tekint.

3. táblázat. Az európai társadalom és az európai vállalkozók értékpreferenciái

	Európai társadalom 2008			Európai önfoglalkoztatók 2008			Európai kisvállalkozók 2008		
Érték	Átlag	Szórás	Rang	Átlag	Szórás	Rang	Átlag	Szórás	Rang
Jóindulat	-0,63	0,67	1	-0,61	0,66	1	-0,58	0,66	2
Univerzalizmus	-0,52	0,64	2	-0,49	0,63	3	-0,37	0,66	3
Biztonság	-0,46	0,85	3	-0,34	0,87	4	-0,22	0,89	4
Önállóság	-0,3	0,78	4	-0,52	0,77	2	-0,63	0,71	1
Megfelelő viselkedés	-0,16	1,07	5	-0,07	1,12	5	-0,01	1,06	5
Tradíció	-0,06	0,93	6	0,02	0,93	6	0,17	0,91	6
Szabálykövetés	0,26	1,25	7	0,35	1,35	9	0,46	1,26	10
Teljesítmény	0,33	0,92	8	0,27	0,94	7	0,23	0,97	8
Tisztelet	0,35	1,18	9	0,32	1,22	8	0,24	1,13	9
Hedonizmus	0,35	1,02	10	0,43	0,97	10	0,21	0,93	7
Stimuláció	0,73	1,02	11	0,69	1,03	11	0,53	1	11
Gazdagság	1,19	1,25	12	1,16	1,29	12	1,02	1,29	12

A fenti táblázat az európai társadalom, az európai önfoglalkoztatók és közülük az európai kisvállalkozók értékpreferenciáját mutatja (a magyar kisvállalkozókkal való jobb összehasonlíthatóság érdekében a 21 választ 12 értékbe összevonó megoldás alkalmazása mellett döntöttünk). Látható, hogy a kisvállalkozók számára a legfontosabb érték az önállóság. Az önfoglalkoztatóknál ez az érték a második, társadalmi szinten pedig csupán a negyedik helyen található. Másik lényeges eltérésként a hedonizmus emelhető ki, mely a kisvállalkozók preferencia sorrendjében a hetedik, a társadalom és az önfoglalkoztatók esetén csupán a tízedik helyet foglalja el. Ettől a két értéktől eltekintve a három vizsgált csoport értékhierarchiája meglehetős hasonlóságot mutat, amit a korrelációs értékek is megerősítenek: a társadalom és az önfoglalkoztatók esetén a rangkorreláció értéke 0,96, a társadalom és a kisvállalkozók esetén pedig 0,90.

A kisvállalkozók bizonyos jellemzők szerinti összetétele jelentősen különbözhet a társadalom többi részétől, ezen jellemzők pedig összefüggésben lehetnek az egyén értékpreferenciáival. Annak érdekében, hogy a „zavaró" hatásokat kiküszöböljük, regressziós elemzést alkalmaztunk. Mivel a tipikus európai vállalkozó értékvilágát szerettük volna vizsgálni, ezért szükség volt arra is, hogy az országok hatását kiszűrjük, ami miatt többszintű regressziós modell alkalmazása mellett döntöttünk. A többszintű elemzés lehetővé teszi annak vizsgálatát is, hogy az emberek értékrendszerét mennyire befolyásolja állampolgárságuk, illetve az, hogy Európa melyik régiójába – Észak- és Nyugat-Európa, Dél-Európa vagy Kelet-Európa – élnek. A regressziós modellekben a megkérdezett nemét, korát és iskolai

végzettségét, valamint a korábban bemutatott négy vállalkozói csoportot kódoló dummy változókat használtuk magyarázó változóként. Csoportosító változóként az egyes országokat és régiókat szerepeltettük az elemzésben. (Az eredményeket tartalmazó regressziós táblázatok a mellékletben kaptak helyet.)

A régió hatása a vizsgált 12 érték közül egyik esetén sem mutatott szignifikáns mértéket. Ezzel szemben az állampolgárság hatása – melyet a csoporton belüli korrelációs együtthatóval mértünk – eltérő mértékben ugyan, de minden érték esetén szignifikánsnak bizonyult. Ez arra utal, hogy jelentős országok közötti különbségek vannak mind a vállalkozók, mind a társadalmak egészének értékrendjét tekintve. Ennek oka elsősorban azonban nem az Európán belüli nagytérségi hatásokban, hanem az egyes (nemzet)államok kulturális sajátosságaiban rejlik.

Eredményeink szerint a kisvállalkozók számára fontosabb az önállóság, a teljesítményük mások általi elismertsége, a stimuláció, a hatalom dimenziói közül a tisztelet kivívása, továbbá a hedonizmus, mint a társadalom többi tagja számára. Ugyanakkor az univerzalizmus, a biztonság, a szabálykövetés és a hagyományok ápolása kevésbé jellemzi őket. A többi érték – így a jóindulat, a társadalmi normáknak megfelelő viselkedés és a gazdagság – megítélésében az eredmények alapján nincs szignifikáns különbség a kisvállalkozók és az európai népesség többi része között.

Eredményeink megfelelnek a szakirodalom által felvázolt vállalkozói képnek. Egyetlen kivételként a hedonizmus említhető: a kisvállalkozók fontosabbnak tekintik a szórakozást, az élet élvezetét, mint a társadalom egésze. Ez ellentétben áll az aszketikus, munkacentrikus vállalkozó klasszikus képével. Az eredményekből továbbá az is kitűnik, hogy a hatalom két komponense közül, a kisvállalkozók csak a tiszteletet megítélésében térnek el a társadalom többi tagjától, számukra ez az érték fontosabb, míg a gazdagságra nem vágynak jobban másoknál. Eredményeink a vállalkozói értékvilág „árnyoldalára” is rávilágítanak, amelyről az irodalomban ritkán esik szó: amellett, hogy az európai kisvállalkozók valóban jobban jellemezhetőek az individuális értékekkel, egyes közösségi értékek fontosságának megítélésében elmaradnak a népesség többi részétől.

A regresszió-elemzés eredményei azt is lehetővé teszik, hogy a különböző vállalkozói csoportok értékrendszerét összevessük egymással. A különböző méretű vállalkozások sikeres irányításához ugyanis nemcsak más képességekkel és készségekkel, de más attitűddel is kell rendelkezni (Jakab, 2011). Emiatt feltételezhető, hogy a mikro-, a kis- és nagyvállalkozók valamint a menedzserek értékrendje közt eltérések mutathatók ki. Vizsgálatunkat a 2008-as ESS adatbázison végeztük el. Az eredményeket a 4. táblázat foglalja össze, amelyben a lakossági értékrendtől való eltérés irányát és viszonylagos mértékét is jeleztük.

4. táblázat: Miben különbözik az európai vállalkozók és menedzserek értékekrendje a lakosságétól? (a +/– jelek a z eltérés irányát és viszonylagos mértékét jelzik a regressziós együtthatók alapján)*

	Kisvállalkozó	Mikro vállalkozó	Nagyvállalkozó	Menedzser
jóindulat	0	-	-	-
univerzalizmus	- -	-	- - -	-
tradíció	- -	-	0	-
biztonság	- -	-	- - -	+
teljesítmény	+ +	+	0	+
hedonizmus	+	+	0	+
stimuláció	+ +	+	0	0
önállóság	+ +	+	+ + +	0
gazdagság	0	+	+	+
tisztelet	+	0	0	0
megfelelő vis.	0	-	0	-
szabálykövetés	- -	0	- - -	-

* Az eltérés viszonylagos mértékén a vizsgált csoportok regressziós együtthatóinak relatív nagyságát értjük.

A kisvállalkozók és a mikrovállalkozók értékrendje

Az univerzalizmust, a tradíciók ápolását, a biztonságot és a szabálykövetést a mikrovállalkozók és a kisvállalkozók egyaránt kevesebbre értékelik, mint a társadalom többi része. Mind a négy érték esetén elmondható, hogy a kisvállalkozók még a mikrovállalkozóknál is kevésbé tekintik fontosnak azokat. Az önállóságot, a teljesítmény mások általi elismerését és a kihívásokat a kisvállalkozók és a mikrovállalkozók is lényegesebbnek tartják a társadalom többi részénél. A kisvállalkozók még a mikrovállalkozóknál is fontosabbnak tekintik az előbb említett három értéket.

A mikrovállalkozók a jóindulatot és a társadalmi elvárásoknak megfelelő viselkedést kevésbé lényegesnek, a gazdagság elérését pedig fontosabbnak ítélik, mint a többi megkérdezett. A kisvállalkozók ezen értékek alapján nem különböznek szignifikánsan a népesség többi részétől. A kisvállalkozók ellenben a tisztelet kivívását és a hedonizmust értékelik többre, mely értékek megítélése kapcsán a mikrovállalkozók nem mutatnak szignifikáns eltérést a társadalom többi részétől.

Az eredmények két fontos tanulsággal szolgálnak. Egyrészt a kisvállalkozók jobban jellemezhetőek a szakirodalom által tipikus vállalkozói értékeknek tartott motivációkkal: a teljesítményorientáltsággal, az önállósággal és a stimulációval. Másrészt a negyedik, tipikusan a vállalkozókhoz köthető érték – a hatalom – szempontjából eltérő szemléletmód jellemzi a két vizsgált csoportot: míg a mikrovállalkozók a sikert elsősorban a gazdagság elérésében látják, addig a kisvállalkozók számára a tisztelet kivívása jelenti az igazi elismerést.

A kisvállalkozók és a nagyvállalkozók értékrendje

Fontos felhívni a figyelmet arra, hogy a nagyvállalkozók igen kis számban találhatóak meg az általunk használt mintában. Ezért elsősorban arra kell összpontosítanunk, hogy melyek azok az értékek, melyek esetén – még az alacsony elemszám mellett is – szignifikáns eltérést találtunk. A szignifikancia hiánya ugyanis ebben az esetben nem feltétlenül az összefüggés hiányára utal, hanem könnyen lehet, hogy csupán az alacsony elemszám eredménye.

Amit viszonylag nagy bizonyossággal kijelenthetünk, az az, hogy mind a kisvállalkozók, mind pedig a nagyvállalkozók kevésbé tekintik fontosnak a biztonságot, az univerzalizmust és a szabálykövetést, mint a társadalom többi része. Az eredmények alapján a nagyvállalkozók az összes többi vizsgált csoporthoz képest kevésbé jellemezhetőek a fenti értékekkel. Az önállóságot mind a nagy-, mind a kisvállalkozók lényegesebbnek tartják a népesség egészénél. Ugyanakkor a nagyvállalkozók még a kisvállalkozóknál is többre értékelik az önállóságot. A nagyvállalkozók a népesség átlagánál kevésbé tartják fontosnak a jóindulatot, míg a kisvállalkozók ebből a szempontból nem különböznek szignifikánsan a népesség egészétől.

A vállalkozói értékrend „magja"

Az eredmények alátámasztják azt a feltételezést, hogy a vállalkozás mérete és a vállalkozói attitűd összefügg egymással. Ugyanakkor kirajzolódik a vállalkozói értékrendnek egy olyan „magja", amely mindhárom vizsgált csoportra jellemző. A „mag" elemei a fokozott önállóságra törekvés, valamint a biztonságnak és az univerzalizmusnak (egyenlő esélyeknek, társadalmi és környezeti toleranciának) tulajdonított kisebb jelentőség. A vállalkozás mérete pozitívan függ össze azzal, mennyire erősen jellemző ez a „mag" a vállalkozóra: minél nagyobb a vállalkozás, annál fontosabb az önállóság, és annál kevésbé fontos a biztonság és az univerzalizmus.

A kisvállalkozók és a menedzserek értékrendje

Most nézzük, miben hasonlít, illetve különbözik a kisvállalkozók és a menedzserek értékrendje Európában! Eredményeink azt jelzik, hogy a menedzsereknek és a kisvállalkozóknak egyaránt fontosabb a hedonizmus és a teljesítmény, mint a társadalom többi tagjának, ugyanakkor a kisvállalkozók még a menedzsereknél is többre tartják e két érték jelentőségét. A tradíciókat és az

univerzalizmust a menedzserek és még inkább a kisvállalkozók, kevésbé tekintik fontosnak, mint a többségi társadalom.

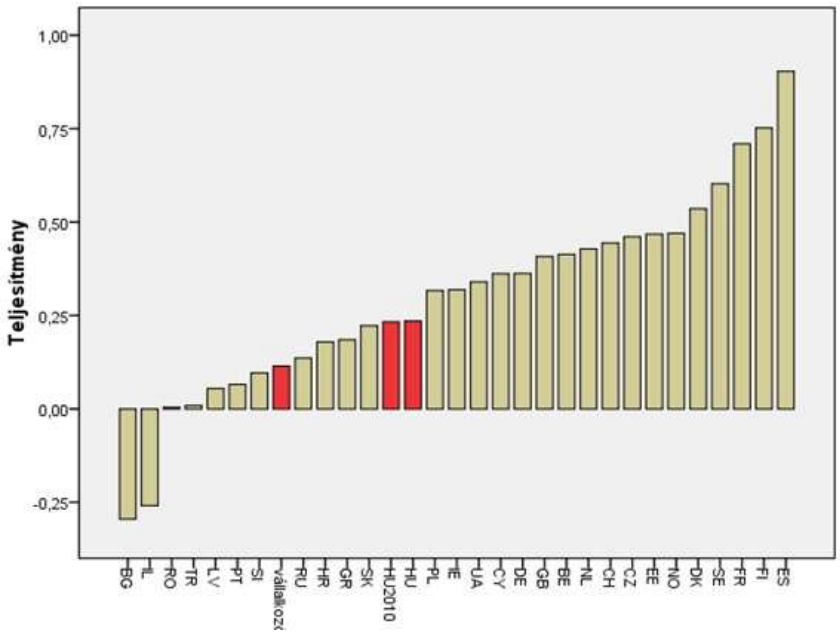
A kisvállalkozók kevésbé tartják lényegesnek a szabálykövetést és fontosabbnak tekintik a tisztelet kivívását, az önállóságot és az stimulációt a társadalom többi részénél és – mivel a menedzserek ezen értékek megítélésében nem különböznek szignifikánsan a társadalom többi tagjától, ezért – a menedzsereknél is. Míg a menedzserek a jóindulatot kevesebbre értékelik, mint a társadalom többi része, addig a kisvállalkozók esetén nem találtunk szignifikáns eltérést. A biztonság megítélése szempontjából jól elkülönül egymástól a két vizsgált csoport: míg a kisvállalkozók kevésbé tekintik fontosnak a biztonságot, mint a többségi társadalom, addig a menedzserek még a társadalom többi tagjánál is fontosabbnak ítélik azt.

Az eredmények alapján a menedzserek és a kisvállalkozók értékrendje jelentős eltéréseket mutat. A menedzsereket nem jellemzi a vállalkozói értékrend fentiekben azonosított „magja": nem fontosabb számunkra másoknál az önállóság, ellenben fontosabb a biztonság. Az egyetlen közös tulajdonsága a két csoportnak, amely társadalmilag egyértelműen pozitívan értékelhető, a teljesítményközpontúság. Ugyanakkor a menedzserek osztoznak a vállalkozókkal abban, hogy a közösségi értékeket a társadalom többi tagjánál kevésbé tartják fontosnak.

Az európai országok értékrendszere

Az eddigi elemzések alapján Európában a vállalkozókat markánsan eltérő értékrend jellemzi mind a lakosság egészéhez, mind a menedzserekhez képest. Mindez nem jelenti, hogy a vállalkozók értékrendje az egyes országokban azonos lenne. A szakirodalom alapján arra számíthatunk, hogy a nemzeti sajátosságok rányomják bélyegüket a vállalkozói értékrendre is. Ahhoz tehát, hogy megértsük az egy-egy országra (így Magyarországra) jellemző vállalkozói értékrendet, először is az egyes országok értékrendjei közti különbségeket kell feltárnunk. Ezért a következőkben röviden áttekintjük az európai országok és köztük Magyarország felnőtt lakosságának értékrendszerét, és megvizsgáljuk, hogy az egyes országok – és különösen Magyarország – miként viszonyulnak az előzőekben azonosított vállalkozói értékekhez. Magyarország esetében mind a 2008-as, mind pedig a 2010-es adatokat is feltüntetjük, bár a két vizsgált év adatfelvételi eredményei közti különbségek a legtöbb érték esetében nem szignifikánsak, ami az értékek időben meglehetős stabilitását jelzik (Füstös-Szalma, 2010). A vizsgált „országok" között a magyar kisvállalkozókat is elhelyezzük a 12 érték tekintetében, így láthatóvá válik, hogy abban a hipotetikus helyzetben, ha a magyar társadalom csupán kisvállalkozókból

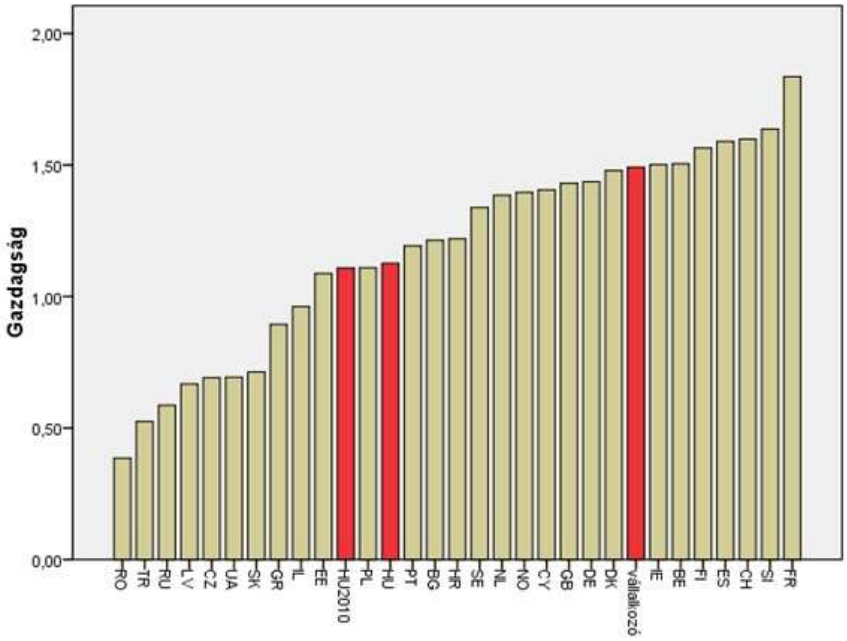
állna, melyik ország(ok) értékvilágával mutatna hasonlóságot. Schwartz ajánlása alapján minden értéket centíroztunk§, hogy az eltérő skála használatból eredő esetleges torzításokat kiküszöböljük.



5. ábra A teljesítmény fontosságának megítélése az egyes országokban

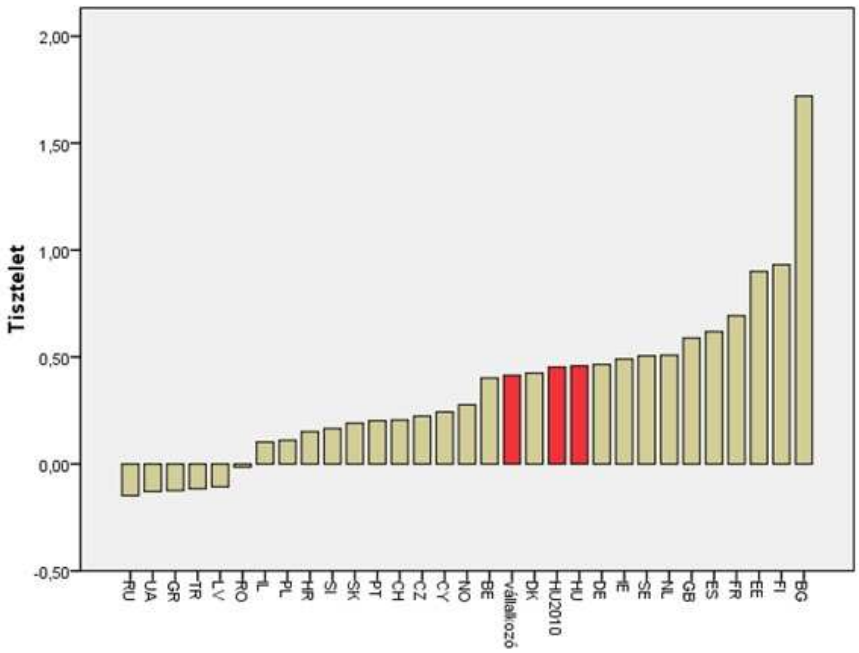
A 10. ábra a felmérésben részt vevő országok sorrendjét szemlélteti a teljesítmény fontosságának megítélése alapján. Izrael és Bulgária kivételével pozitív értékeket mértünk, ami arra utal, hogy a teljesítmény a legtöbb országban relatíve kevéssé fontos érték. Észrevehető, hogy a legtöbb kelet-európai országban – kivételt képez ez alól Észtország – a teljesítményt lényegesebbnek tekintik, mint az észak- és nyugat-európai országokban. A déli országok esetében nem figyelhető meg hasonló tendencia. A görögök és a portugálok például a legtöbb országnál fontosabbnak, míg a spanyolok a vizsgált országok közül a legkevésbé tekintik fontos értéknek a teljesítményt. A magyar társadalom körében a teljesítmény kibontakoztatása és mások általi elismertsége lényegesebb, mint a legtöbb vizsgált ország esetén. A magyar kisvállalkozók Szlovénia és Oroszország közé ékelődnek be.

§ Már Schwartz is felvetette, hogy az értéktesztben használt kérdésekre kapott válaszokat óvatosan kell kezelni, mivel azok erősen függnek attól, hogy a megkérdezett miként használja a véleménye kifejezésére rendelkezésre álló skálát. Bizonyos emberek hajlamosak arra, hogy a skála egyik vagy másik felét részesítsék előnyben, de akadnak olyanok is, akik válaszaikat a skála középső részére koncentrálják. Az ebből eredő torzítás kiküszöbölésére Schwartz a kapott értékek centírozását javasolta. Ez azt jelenti, hogy a válaszokat a megkérdezett összes válaszának átlagához viszonyítjuk úgy, hogy minden esetben kivonjuk azt a válaszokból. Ekkor a 0 érték azt jelenti, hogy az egyén számára az adott érték „átlagos" fontosságú.. Ezzel az eljárással összehasonlíthatóvá válik a megkérdezettek értékrendszere.



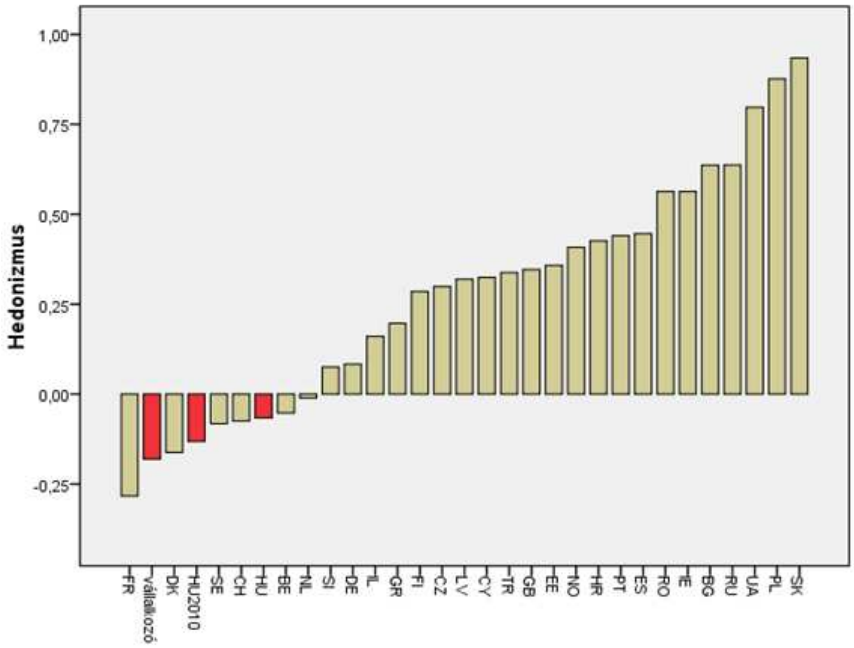
6. ábra A gazdagság fontosságának megítélése az egyes országokban

A gazdagság elérését az összes vizsgált országban relatíve – a többi értékhez viszonyítva – kevéssé lényegesnek tekintik. Itt is megfigyelhető egyfajta tendencia: a kelet-európai országok lakosai jelentősebb értéknek tekintik a gazdagság elérését, mint a nyugat-európai országoké, míg a mediterrán országok ebben az esetben is megosztottak. Magyarország a hierarchia középső részén, annak is a felső tartományában helyezkedik el. A magyar kisvállalkozók a nyugat-európai országokhoz csatlakoznak az ábrán.



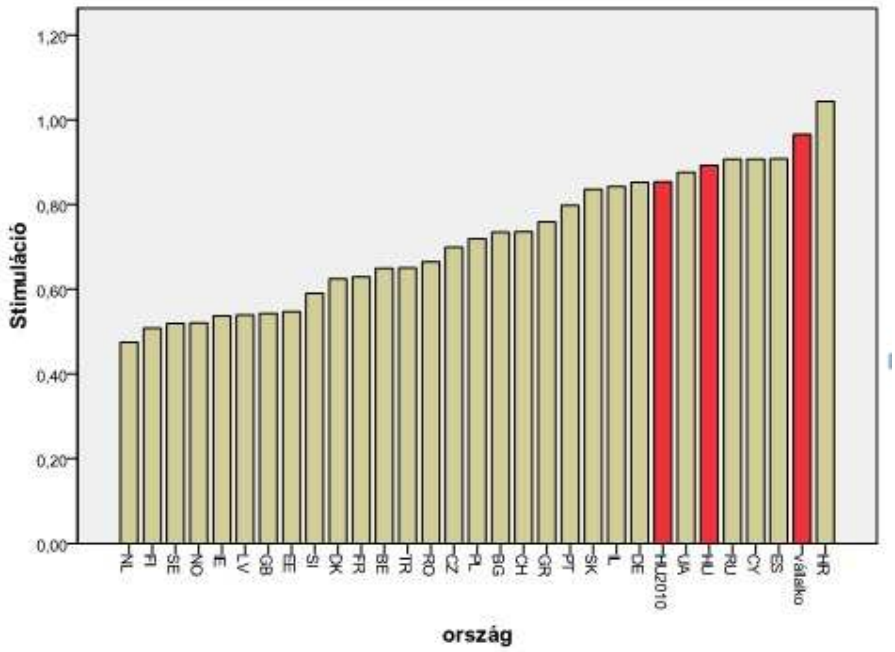
7. ábra A tisztelet fontosságának megítélése az egyes országokban

A 12. ábrán észrevehető, hogy a bolgárok messze leszakadnak a többi vizsgált országtól: számukra a tisztelet kivívása kevéssé jelentős érték. A tisztelet kivívása a többi vizsgált ország nagy részében is relatíve kevéssé fontos. Ez alól az oroszok, az ukránok, a törökök, a görögök és a litvánok jelentenek kivételt. A tisztelet fontosságának megítélésében Magyarország a középmezőnyben található a magyar kisvállalkozókkal együtt.



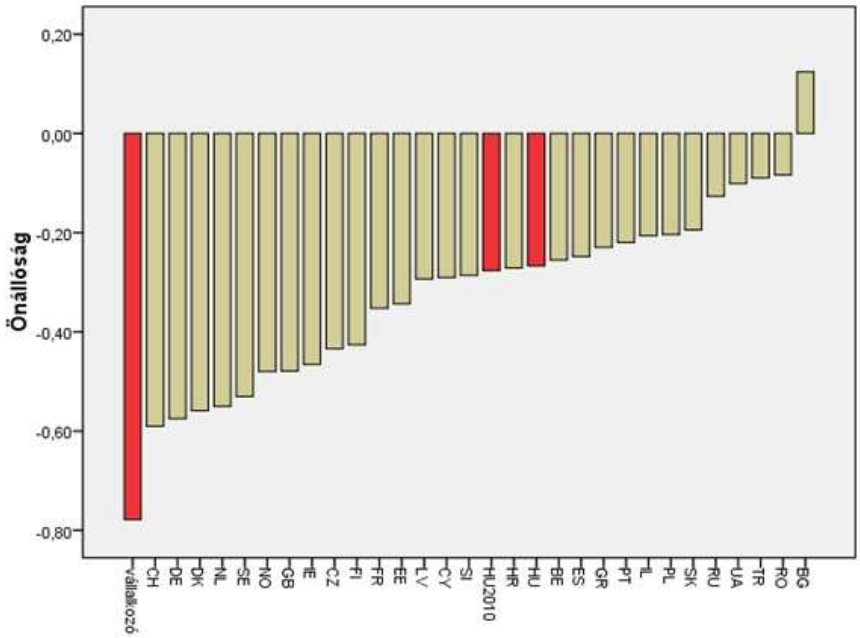
8. ábra A hedonizmus fontosságának megítélése az egyes országokban

A hedonizmus esetén Magyarország azon kevés országok közé tartozik, melyek az átlagosnál fontosabbnak tekintik ezt az értéket. A magyaroknál csak a franciák és a németek értékelik többre az élet élvezetét, a kellemes időtöltést. A magyar vállalkozók szintén a rangsor élén foglalnak helyet, de a franciák még őket is megelőzik.



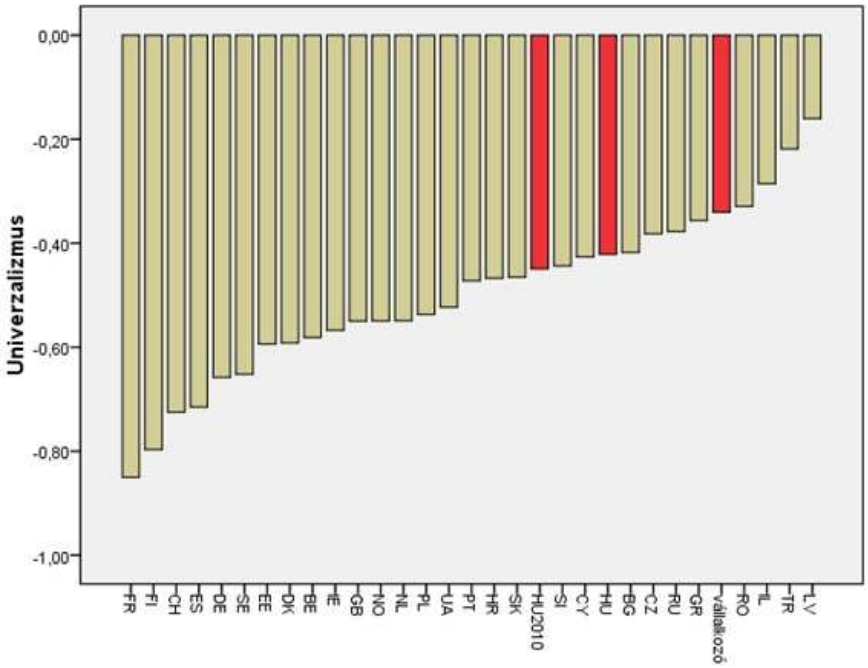
9. ábra A stimuláció fontosságának megítélése az egyes országokban

A stimuláció viszonylag magas értékei arra utalnak, hogy egy kevésbé alapvető értékről van szó. A többi országhoz képest a magyar társadalom körében kifejezetten lényegtelennek számít az újdonságokkal, kihívásokkal teli élet. A magyar vállalkozók meglepő módon, a sor legvégén találhatóak, náluk csak a horvátok tartják kevésbé lényegesnek a kihívásokat.



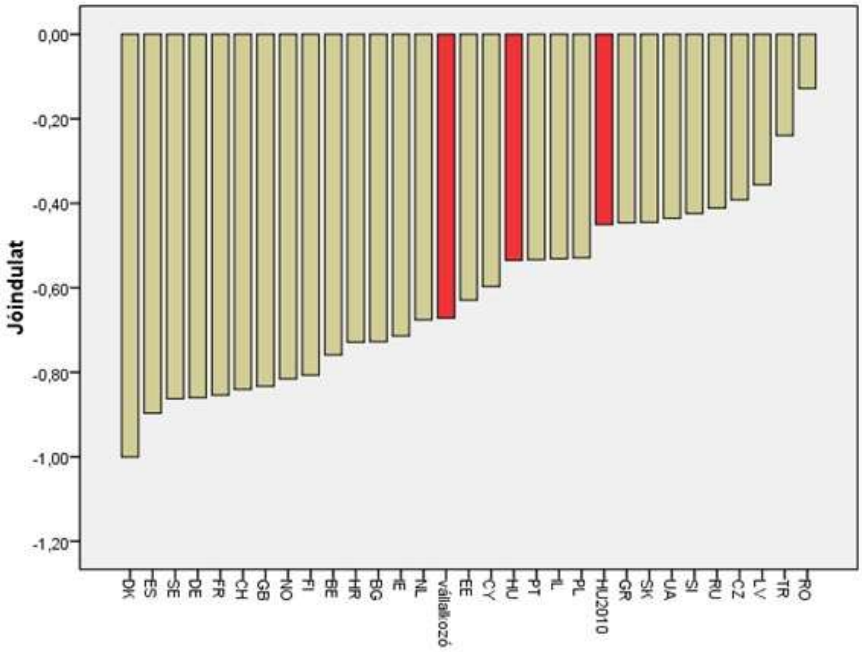
10. ábra Az önállóság fontosságának megítélése az egyes országokban

Az önállóságot a bolgárok kivételével minden társadalomban az átlagosnál fontosabbnak tekintik. Az önállóság esetében is megfigyelhető a kelet-európai és az észak- és nyugat-európai országok elkülönülése: utóbbiaknak fontosabb értéket képvisel az önállóság. Magyarország a középmezőnyben, annak is az alsó részén helyezkedik el, míg a magyar kisvállalkozók messze kiemelkednek a vizsgált országok közül.



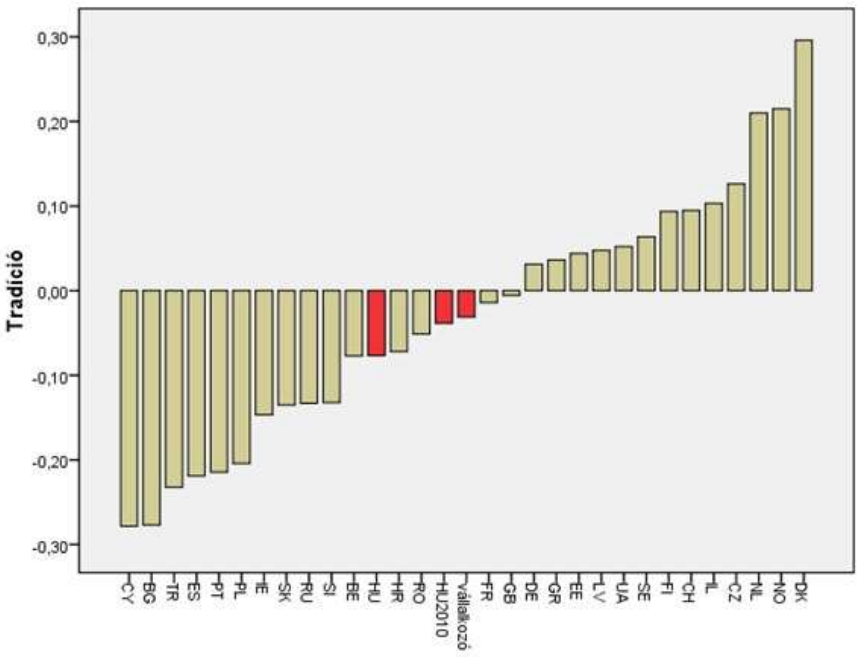
11. ábra Az univerzalizmus fontosságának megítélése az egyes országokban

Az univerzalizmus negatív értékei jól mutatják, hogy minden vizsgált országban egy relatíve lényeges értékként jelenik meg a közösség jólétének biztosítása. Az univerzalizmus esetében is kitűnik egyfajta regionális különbség az országok között: az észak- és nyugat-európai országok esetén jelentősebb, mint a kelet-európai országok esetén. A déli országok az univerzalizmus értékelése szempontjából is megosztottnak bizonyulnak. Magyarország a rangsoron belül a középmezőny alján található. A magyar vállalkozók Görögország és Románia között helyezkednek el.



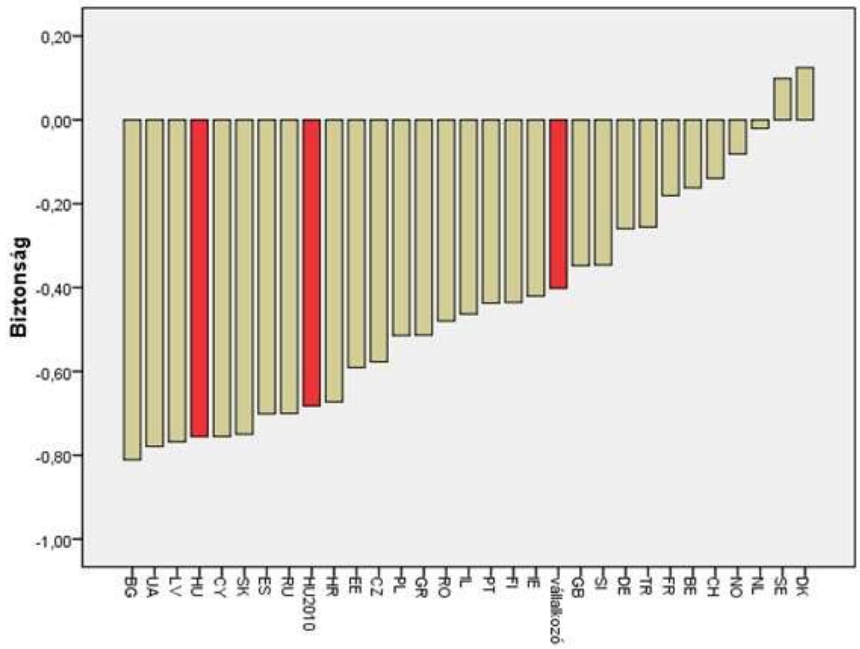
12. ábra A jóindulat fontosságának megítélése a vizsgált országokban

A jóindulat – az univerzalizmushoz hasonlóan – miden vizsgált országban alapvető fontosságúnak számít a többi értékhez képest. A jóindulat megítélése szempontjából is különbség mutatkozik az észak- és nyugat-európai, valamint a kelet-európai országok között: előbbiek esetén fontosabb értékként jelenik meg. Magyarország a középmezőny alsó részében helyezkedik el, vagy úgyis fogalmazhatnánk, hogy a kelet-európai blokknak a nyugat-európai országokhoz közelebbi részén. A magyar vállalkozók éppen egy választóvonalat képeznek a nyugat- és kelet-európai országok között az ábrán.



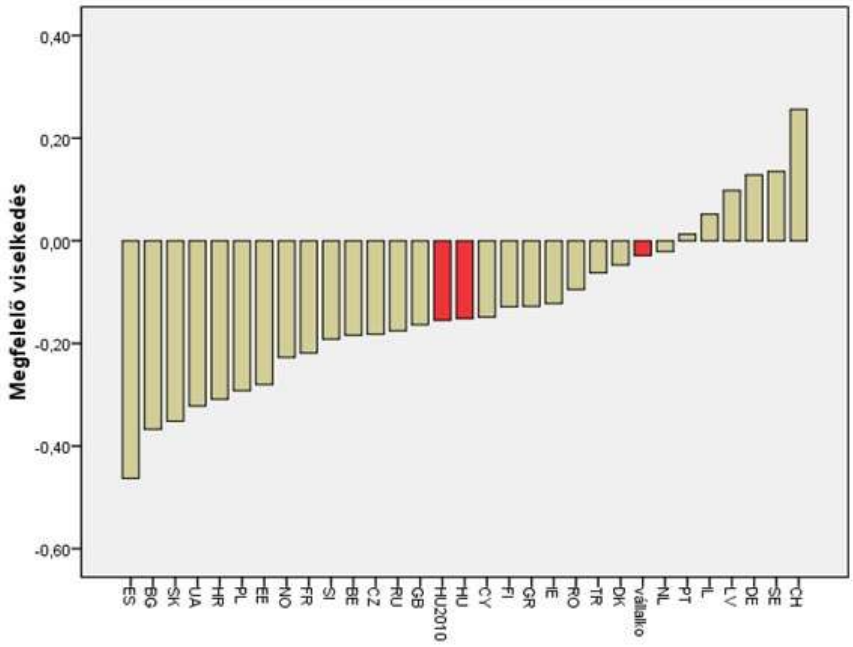
13. ábra A tradíció fontosságának megítélése az egyes országokban

A grafikon alapján a vizsgált országok igen megosztottnak tűnnek a tradíció jelentőségének megítélése szempontjából. A tradíció kapcsán elmondható, hogy a legtöbb kelet-európai országban – kivéve Csehországot és Észtországot – relatíve fontosnak számít, míg az észak- és nyugat-európai országokra ennek ellentéte igaz. A magyar vállalkozók középen, a 2010-es magyar érték és a franciák között foglalnak helyet.



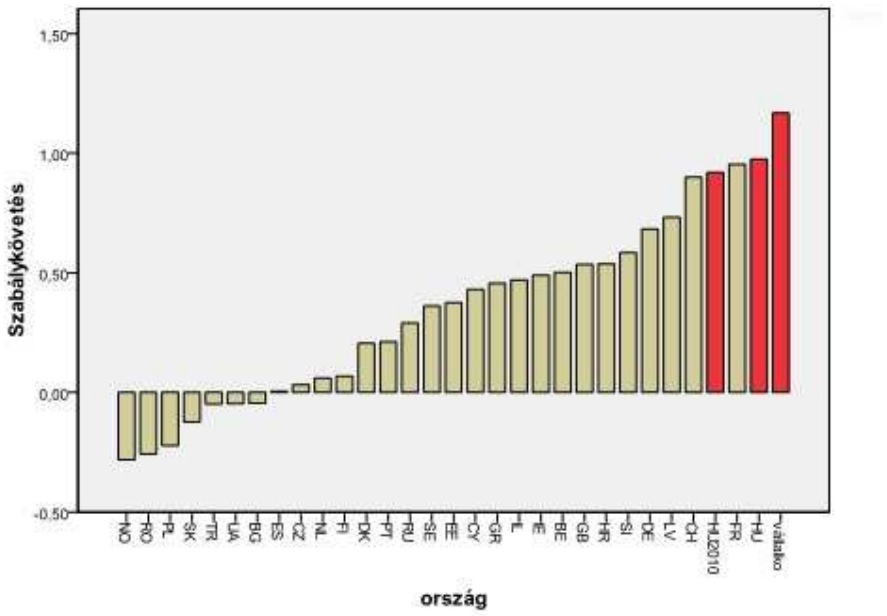
14. ábra A biztonság fontosságának megítélése az egyes országokban

A dánok és a svédek kivételével, a vizsgált országok lakossága a többi vizsgált értékhez képest fontosnak tekinti a biztonságot. A korábbi kutatási eredményekkel összhangban, a magyarok nemzetközi összehasonlításban élen járnak a biztonság fontosságának megítélése szempontjából. A magyar vállalkozók a középmezőnyben, az írek és a britek között kaptak helyet.



15. ábra A megfelelő viselkedés fontosságának megítélése az egyes országokban

A társadalmi normáknak és elvárásoknak megfelelő viselkedés esetén Magyarország éppen a hierarchia közepén helyezkedik el. Nem meglepő, hogy a sort a liberálisabb beállítottságú Svédország, Svájc és Dánia zárja. Az már igen, hogy őket éppen Izrael és Litvánia követik. A magyar vállalkozók a rangsor alján találhatóak, de akadnak olyan országok, melyek a magyar vállalkozóknál is kevesebbre tartják a társadalmi elvárásoknak megfelelő viselkedést.



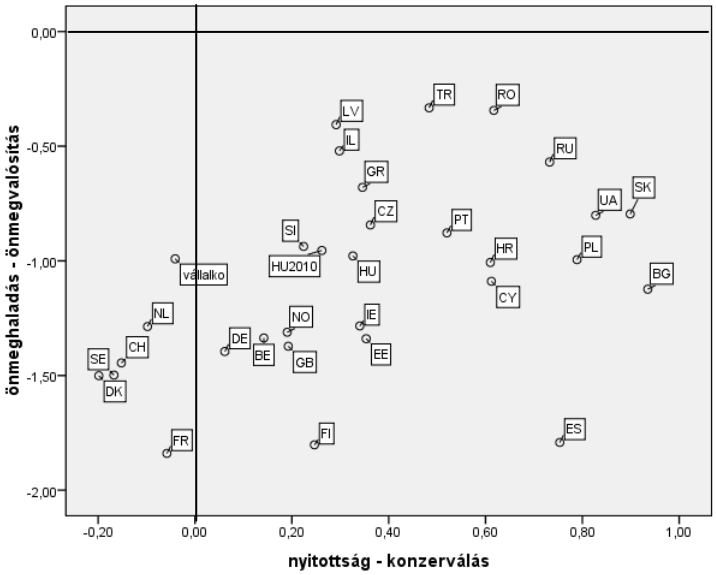
16. ábra A szabálykövetés fontosságának megítélése az egyes országokban

Az utasítások követésével és a szabályok betartásával, mint értékkel a magyar társadalom nem igazán azonosul. A legtöbb ország esetén ez az érték relatíve kevéssé fontos, de az alól akadnak kivételek: többek között Norvégia és Románia. A sort a magyar vállalkozók zárják.

Fenti eredményeink szerint a magyar társadalom a legtöbb vállalkozói érték, így a teljesítmény, az önállóság és – a hatalom két komponense – a tisztelet és a gazdagság szempontjából a középmezőnyben, az észak- és nyugat- illetve a kelet-európai országok között húzódó határon helyezkedik el. Ugyanakkor a stimuláció és a biztonság – mely a kockázatvállalás ellentétének is tekinthető – szempontjából a magyar társadalmat a vállalkozói kultúra gyengesége jellemzi. A magyar társadalom további sajátossága, hogy nemzetközi összehasonlításban a hedonizmus magas foka, valamint az utasítás- és szabálykövetés erőteljes elutasítása jellemzi. Ezek az eredmények összecsengenek Keller (2008a) valamint Füstös és munkatársai (2010) megfigyeléseivel.

Miután áttekintettük a vizsgált országoknak a 12 vizsgált érték szerinti sorrendjét, elhelyeztük őket a Schwartz által definiált kétdimenziós értéktérben is. Ehhez először a 12 értéket átlagolás segítségével a Schwartz-féle négy felsőbbrendű értékbe vontuk össze. Az értéktérben szemben lévő értékek – nyitottság vs. konzerválás, ill. önmegvalósítás vs. önmeghaladás – különbségeként állítottuk elő a megfigyelésekhez illetve az országokhoz tartozó koordinátákat. Ahogy az alábbi ábrán látható, habár különböző mértékben, de minden vizsgált országban az önmeghaladás dominál az önmegvalósítással szemben. Svédország, Svájc, Dánia, Hollandia és Franciaország a vízszintes tengely mentén a nyitottsághoz, míg a többi vizsgált ország a konzerváláshoz helyezkedik el közelebb. Megfigyelhető egy olyan tendencia is, hogy a nyugati és északi országok nyitottabbak és altruistábbak,

mint a mediterrán és a volt szocialista országok. A volt szocialista országok közül Magyarország, Szlovénia és Észtország értékrendje közelít leginkább a nyugat-európai országokéhoz. Az értékrend egészét tekintve is igaz tehát, amit a legtöbb vállalkozói értéknél láttunk: Magyarország kelet-európai (volt szocialista) országok közül a leginkább nyugatiasok közé tartozik. Az ábrán szerepelnek a magyar kisvállalkozók is. Amint látjuk, a nyugat- és észak-európai országok közelében helyezkednek el. Különösen a nyitottság vs. konzerválás dimenziójában térnek el a magyar lakosság egészétől, és sorolódnák át a nyitottabb térfélre.



17. ábra A vizsgált országok felnőtt lakosságának helye a Schwartz-féle kétdimenziós értéktérben

Tipikus vállalkozói értékekként a szakirodalomhoz hasonlóan mi is az individuális értékeket azonosítottuk. Ezek a Schwartz-féle tipológiában a nyitottság-önmegvalósítás értékkombinációnak felelnek meg. A fenti ábra alapján nem jelenthető ki egyértelműen, hogy a vizsgált országok valamely csoportjában dominánsabbak a vállalkozói értékek, hiszen az észak- és nyugat-európai országok a nyitottság szempontjából, míg a kelet-európai országok az önmegvalósítás szempontjából járnak élen. Lichték munkájára támaszkodva (2002) azonban azt feltételezhetjük, hogy a nyugat-európai országok értékvilága előnyösebb a vállalati gazdaságnak kedvező intézményi környezet szempontjából. A nyitottság és az önmegvalósítás kombinációja ugyanis olyan értékrendre vall, ami támogatja a modern vállalkozói gazdaság számára kedvező intézményi feltételek biztosító formális jogrendet és korrupciómentes kormányzást.

A magyar kisvállalkozók értékvilága

Magyar kisvállalkozók és más európai országok kisvállalkozóinak értékrendje

Elemzésünk következő lépéseként arra vagyunk kíváncsiak, hogy az európai országok értékrendjében megmutatkozó különbségek mennyire nyomják rá bélyegüket a vállalkozók értékrendjére. Elsősorban az érdekel bennünket, hogy a magyar lakosság értékrendje megjelenik-e a magyar vállalkozók körében is. Ehhez a magyar vállalkozókat közvetlenül vetjük össze más európai országok vállalkozóival, és azt vizsgáljuk, hogy ugyanazokban az értékekben különböznek-e tőlük, mint általában a magyarok más népektől.

A korábban végzett többszintű regressziós elemzés eredményei alkalmasak annak vizsgálatára is, hogy a vállalkozók között milyen Európán belüli nagytérségi és nemzetek közötti különbségek vannak az egyes értékek megítélésében. A fentiekben azt találtuk, hogy a lakosság egészét tekintve az értékek megítélésében nem mutatkozik szignifikáns regionális hatás, ugyanakkor – bár különböző mértékben – mind a 12 vizsgált érték esetén szignifikáns volt az országhatás. A következőkben – csak a kisvállalkozásokra fókuszálva – azt elemezzük, hogy ezek az országhatások a vállalkozók esetében is kimutathatók-e. Elsőként a magyar kisvállalkozókat és az összes többi (mintában szereplő) európai ország kisvállalkozóinak értékpreferenciáját hasonlítottuk össze. Elemzésünk során a 2011-es magyarországi vállalkozói adatfelvétel és az ESS 2008-as adatait használtuk fel, ez utóbbi esetében Magyarország kivételével minden ország kisvállalkozóját egy csoportba soroltuk, s arra fókuszáltunk, hogy mi a különbség a magyar és az európai „átlag” kisvállalkozó között.

5. táblázat. A magyar kisvállalkozók és a többi európai ország kisvállalkozóinak értékrendje

	magyar kisvállalkozók (2011)			többi európai kisvállalkozó (2008)		
Érték	átlag	szórás	rangsor	átlag	szórás	rangsor
Önállóság	-0,77	0,68	1	-0,71	0,71	1
Jóindulat	-0,66	0,07	2	-0,58	0,66	2
Biztonság	-0,40	0,09	3	-0,22	0,89	4
Univerzalizmus	-0,39	0,07	4	-0,37	0,66	3
Hedonizmus	-0,15	0,85	5	0,21	0,93	6
Teljesítmény	-0,06	0,91	6	0,23	0,97	7
Megfelelő vis.	-0,03	1,16	7	1,06	1,06	12
Tradíció	0,03	0,89	8	0,17	0,91	5
Tisztelet	0,04	1,09	9	0,24	1,13	8
Stimuláció	0,97	1,09	10	0,53	1,00	10
Szabálykövetés	1,17	1,51	11	0,46	1,26	9
Gazdagság	1,49	1,15	12	1,02	1,29	11

A magyar kisvállalkozók értéksorrendje sok hasonlóságot mutat a többi európai ország kisvállalkozóiéval, ugyanakkor néhány markáns különbségek is kimutatható: a magyar kisvállalkozóknál

a biztonság és az univerzalizmus felcserélődik a rangsorban, előbbi fontosabb a magyarok számára. A magyar kisvállalkozók preferencia sorrendjében előrébb találjuk a teljesítményt, a hedonizmust és a társadalmi normáknak megfelelő viselkedést is. Ez utóbbi érték 5 hellyel előrébb helyezkedik el a hierarchiában, mint a többi európai ország kisvállalkozói esetén. A magyar kisvállalkozók ugyanakkor relatíve kevésbé lényegesnek tekintik a tradíciók ápolását, a tisztelet kivívását, a szabálykövetést és a gazdagság elérését.

Annak érdekében, hogy az összetételbeli különbségek hatását kiszűrjük regresszió elemzést végeztünk a mintában található kisvállalkozókra vonatkozóan. Kontrollváltozóként a kérdezett nemét, korát és iskolai végzettségét szerepeltettük a modellben. A részletes eredményeket tartalmazó táblázatok a mellékletben kaptak helyet. A 6. táblázat az egyes értékekre (külön) felírt regressziós modellekből származó együtthatókat foglalja össze.

6. táblázat. A magyar vállalkozók értékrendje miben tér el a többi európai ország vállalkozóiétól (az egyes értékekre külön felírt regressziós modellekből származó együtthatók)

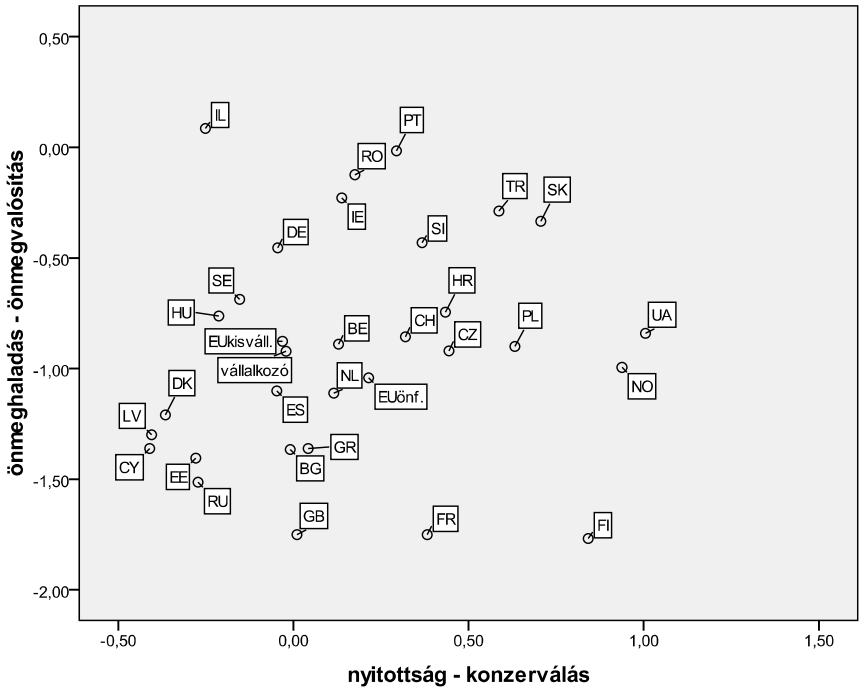
	Standardizált együttható	Szig.
	Beta	
teljesítmény	*-0,14*	*0,00*
biztonság	*-0,14*	*0,00*
hedonizmus	*-0,13*	*0,00*
tradíció	*-0,11*	*0,00*
megfelelő viselkedés	*-0,07*	*0,03*
jóindulat	-0,01	0,81
tisztelet	0,01	0,74
univerzalizmus	0,02	0,55
önállóság	0,03	0,35
gazdagság	*0,14*	*0,00*
ösztönzés	*0,21*	*0,00*
szabálykövetés	*0,24*	*0,00*

Az eredmények részben a magyar lakosság sajátos értékrendjét tükrözik. A fentiekben láttuk, hogy a magyarokat a hedonizmus és a biztonságvágy különösen magas, a stimuláció és az utasítás- és szabálykövetés kiugróan alacsony foka jellemzi. A magyar kisvállalkozókra is igaz, hogy a többi európai vállalkozónál fontosabbnak tartják a hedonizmust, a biztonságot, ugyanakkor kevésbé lényegesnek a szabályok követését és az ösztönzést. A többi értéket illetően, mint láttuk, a magyarok köztes helyet foglalnak el Európában. A magyar kisvállalkozók ugyanakkor több más értékben is eltérnek átlagos európai társuktól. Fontosabbnak tartják a teljesítményt, a tradíciókat és a megfelelő viselkedést,

kevésbé fontosnak a gazdagságot. Különösen a legutolsó eredmény meglepő, hiszen a magyarok régiós társaikhoz hasonlóan többre, nem pedig kevesebbre tartják a gazdagságot, mint a legtöbb nép Európában.

Elemzésünket azzal folytattuk, hogy összehasonlítottuk a magyar vállalkozók és más országok vállalkozóinak értékrendjét. Így árnyaltabb képet kaphatunk arról, mennyire jelentősek az imént azonosított eltérések az európai átlagtól, és hol helyezkednek a magyar vállalkozók az európai mezőnyben. Tekintettel arra, hogy az ESS 2008-as adatbázisában az egyes európai országok kisvállalkozói csak alacsony elemszámmal vannak jelen, a vizsgálatba az összes európai önfoglalkoztatót – az alkalmazottak számától függetlenül – bevontuk az elemzésbe. Az ESS adatbázisban szereplő önfoglalkoztatók mellett a 2011. évi magyar kisvállalkozói mintát is szerepeltettük az elemzésben. Így a külföldi országok önfoglalkoztatóit a magyar önfoglalkoztatókkal és a magyar kisvállalkozókkal is össze tudtuk vetni.

Első lépésként a vizsgált országok önfoglalkoztatóinak és a magyar kisvállalkozóknak az értékpreferenciáit helyeztük el a Schwartz-féle kétdimenziós értéktérben.

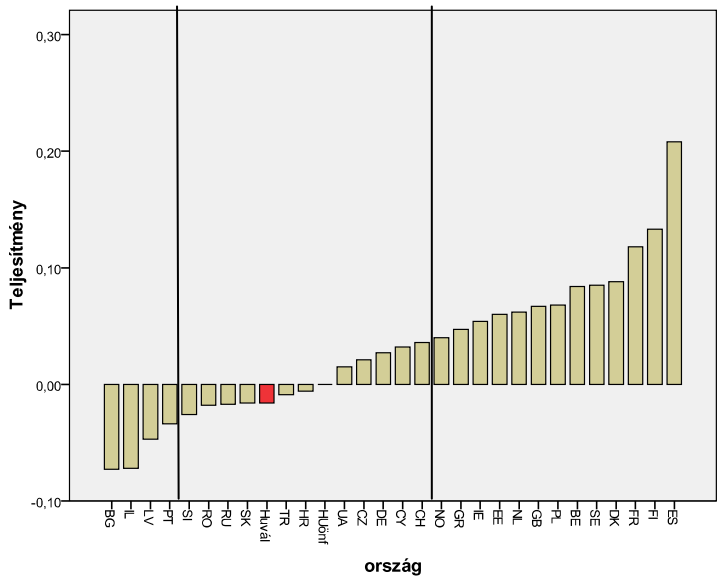


18. ábra Az európai országok önfoglalkoztatói a Schwartz-féle értéktérben

Ahogy az ábrán is látható az országok mindkét tengely mentén elszórtan helyezkednek el. Ez arra utal, hogy nemcsak az egyes társadalmak értékrendje mutat számottevő különbséget, hanem a különböző nemzetek önfoglalkoztatói is sajátos értékpreferenciákat követnek. Az 22. és 23. ábrát összehasonlítva megállapítható, hogy a különböző országok teljes lakossága és önfoglalkoztatói

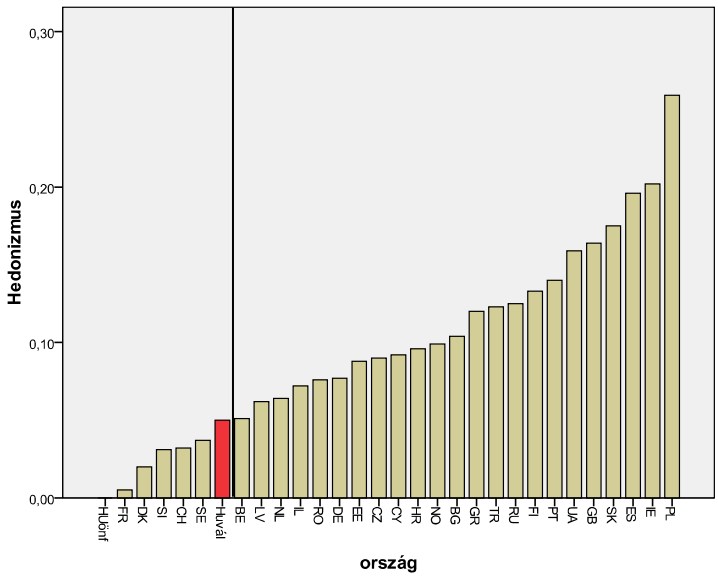
hasonlóan helyezkednek el egymáshoz viszonyítva a kétdimenziós értéktérben. Azaz az önfoglalkoztatók esetén is igaz, hogy az észak- és nyugat-európai országok nyitottabbak és jobban jellemezhetőek az önmeghaladással, mint a kelet-európai és mediterrán országok. Magyarország ezen az ábrán is központi helyet foglal el, akár a magyar önfoglalkoztatókat (2008), akár a kisvállalkozókat tekintjük (2011). Az is látható, hogy a magyar kisvállalkozók szinte pontosan ott találhatóak az értéktérben, ahol az „átlagos" európai kisvállalkozók. Az európai átlagtól való fenti eltérések tehát, amelyeket a fentiekben azonosítottunk, összességében, az értékrend egészét tekintve nem túl jelentősek.

Következő lépésként az egyes országok önfoglalkoztatóinak és a magyar kisvállalkozóknak és önfoglalkoztatóknak a 12 konkrét érték mentén mutatkozó eltéréseit vizsgáltuk. Annak érdekében, hogy a különböző nemzetiségű önfoglalkoztatók demográfiai összetételében mutatkozó eltérések hatását kiküszöböljük, regresszió elemzést alkalmaztunk az európai önfoglalkoztatókra és a magyar kisvállalkozókra. A modellben magyarázó változóként szerepelt a kérdezett neme, kora, iskolai végzettsége és nemzetisége is. Ez utóbbit dummy változók sorozataként szerepeltettük. Az egyes országokat kódoló dummy változókhoz tartozó regressziós együtthatókat a következőkben grafikonok segítségével szemléltetjük. Az elemzésben a magyar önfoglalkoztatók szerepeltek referencia kategóriaként, ezért hozzájuk minden vizsgált érték esetén 0 érték tartozik. Mivel regressziós együtthatókat ábrázolunk, nem a konkrét értékeknek van jelentőségük, hanem az országok sorrendjének és a közöttük lévő különbségeknek.



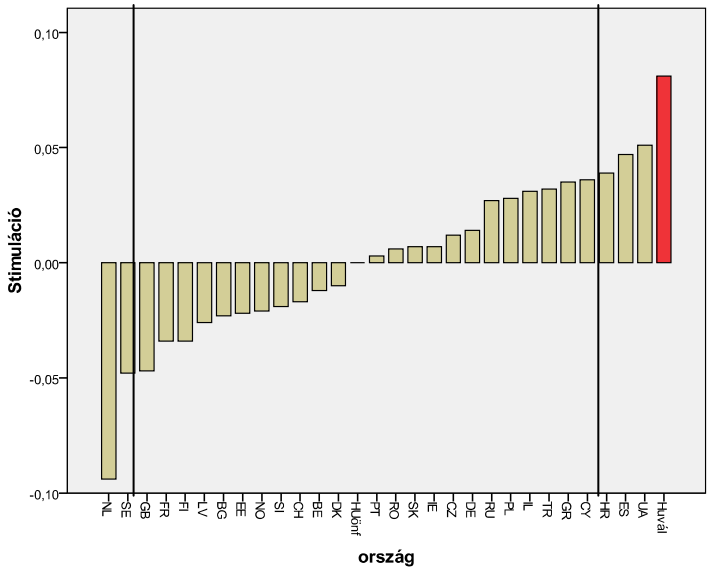
19. ábra A teljesítmény fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A magyar kisvállalkozók és a magyar önfoglalkoztatók a teljesítmény jelentőségének megítélése szempontjából a középmezőnybe tartoznak. Az eredmények alapján a kisvállalkozók számára fontosabb a teljesítmény, de a különbség nem szignifikáns (a szignifikáns tartomány az ábrán látható két vonalon kívül esik). Az ábra bal oldalán elsősorban a kelet-, míg jobb oldalán az észak- és nyugat-európai országok önfoglalkoztatóit találjuk. Tehát nem csak az egyes társadalmakra, de az önfoglalkoztatókra is igaz az a megállapítás, hogy a kelet-európai országokban fontosabb értéket jelent a teljesítmény, mint az észak- és nyugat-európai országokban.



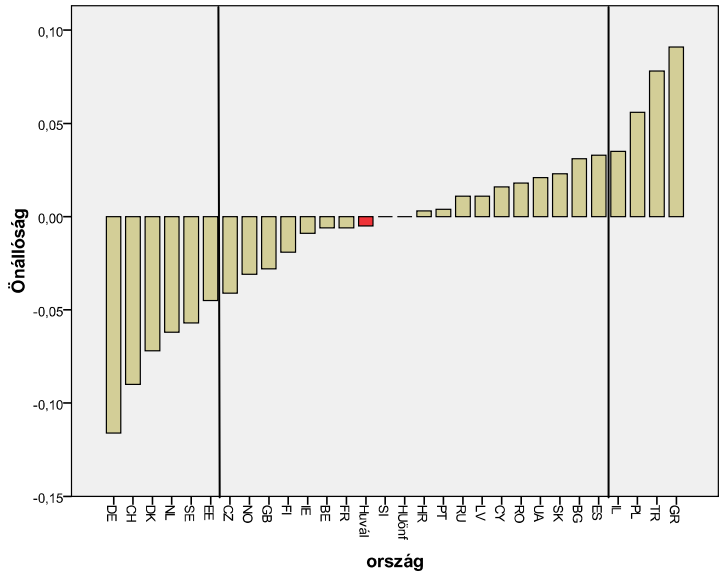
20. ábra A hedonizmus fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A magyar önfoglalkoztatók a hedonizmus fontosságának megítélése szempontjából a vizsgált országok között az első helyet foglalják el. A magyar kisvállalkozók úgy tűnik, kevésbé tekintik fontosnak az élet élvezetét, de – ahogy az ábrán is látszik – a különbség nem szignifikáns. A legkevésbé a lengyel, az ír és a spanyol önfoglalkoztatók jellemezhetőek hedonista motivációkkal.



21. ábra A stimuláció fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

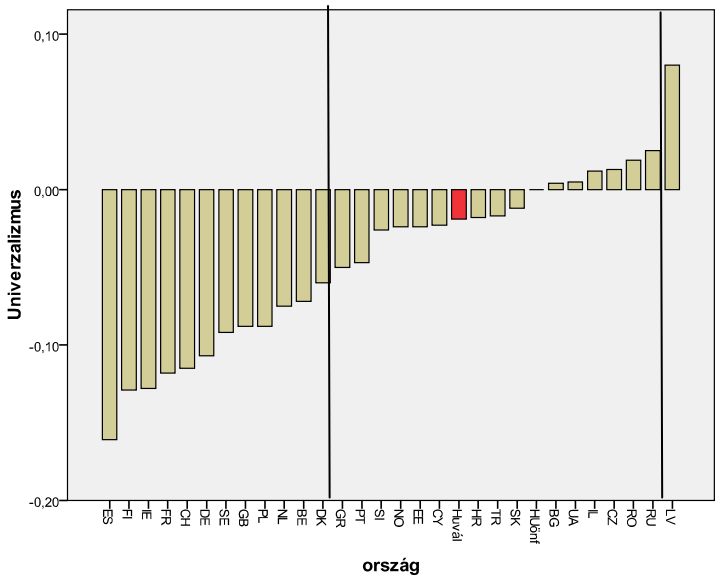
A magyar önfoglalkoztatók a stimuláció értékelése szempontjából nemzetközi viszonylatban a rangsor közepén helyezkednek el. Az ábra alapján a norvég és a svéd önfoglalkoztatók számára a legfontosabb a kihívásokkal teli élet. Ezen az ábrán is tetten érhető egyfajta tendencia: az észak- és nyugat-európai országok önfoglalkoztatói fontosabbnak tartják a stimulációt, mint a kelet-európaiak. A magyar kisvállalkozók számára – meglepő módon – minden európai önfoglalkoztatói csoportnál kevésbé fontos cél a stimulációval teli élet.



22. ábra Az önállóság fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

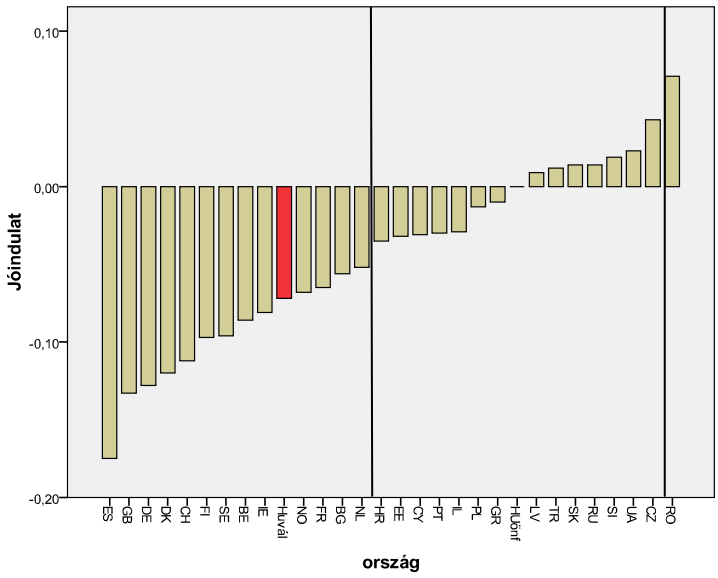
Az önállóság fontosságának megítélése szempontjából a magyar kisvállalkozók és a magyar önfoglalkoztatók egyaránt a középmezőnybe tartoznak. Az ábra alapján úgy tűnik, a kisvállalkozók

számára fontosabb az önállóság, de a különbség nem szignifikáns. Leginkább a svájci, a német, a dán és a holland, legkevésbé a görög, a török és a lengyel önfoglalkoztatók tartják fontosnak az önállóságot. Az önállóság fontosságának megítélésében is tetten érhető a régiók különválása: a nyugat- és észak-európai országok önfoglalkoztatói fontosabbnak tekintik.



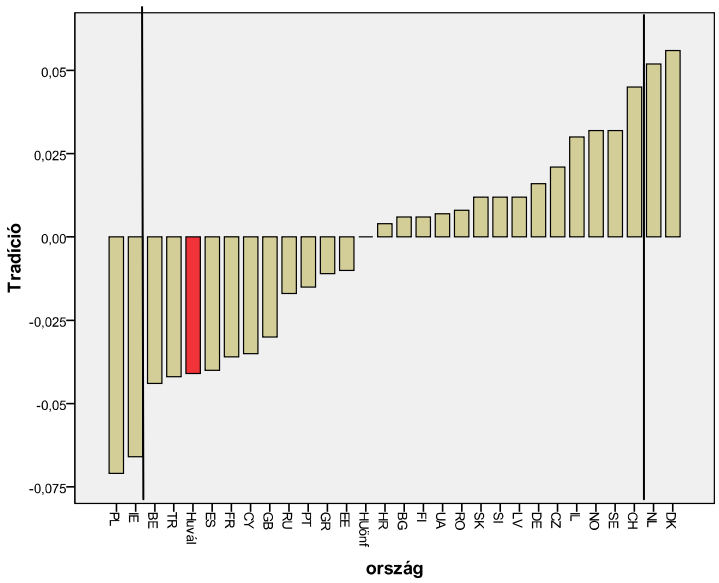
23. ábra Az univerzalizmus fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

Az univerzalizmus tekintetében a magyar önfoglalkoztatók a nemzetközi rangsorban hátul helyezkednek el, a kisvállalkozók náluk valamivel előrébb. Az univerzalizmus a spanyol és a finn önfoglalkoztatók számára a leglényegesebb, míg a litván önfoglalkoztatók értékelik a legkevésbé.



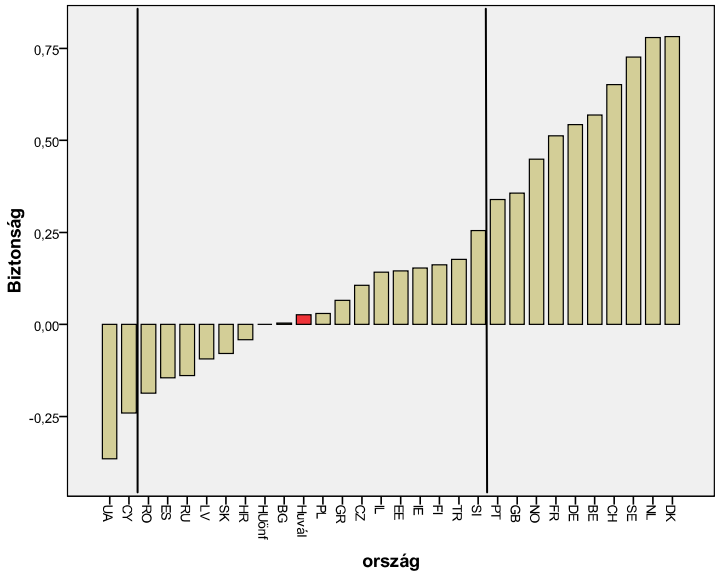
24. ábra A jóindulat fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A jóindulat értékelése szempontjából jelentős különbség van a magyar kisvállalkozók és a magyar önfoglalkoztatók között, előbbiek fontosabbnak tekintik. Itt is egyfajta régiók szerinti különbség mutatkozik. A legtöbb kelet-európai ország önfoglalkoztatói kevésbé tartják fontosnak a jóindulatot, mint az észak- és nyugat-európai vállalkozók.



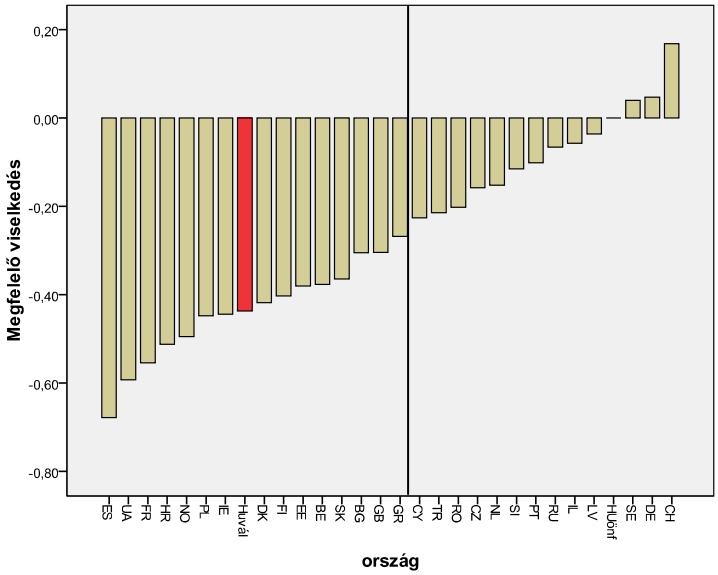
25. ábra A tradíciók fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A tradíciók ápolását és követését a magyar vállalkozók fontosabb értéknek tekintik, mint a legtöbb vizsgált ország önfoglalkoztatói, míg a magyar önfoglalkoztatók a közép mezőnyben foglalnak helyet. Tehát a magyar kisvállalkozók lényegesebbnek ítélték a hagyományok ápolását, mint a magyar önfoglalkoztatók, de az eltérés nem szignifikáns. Az ábra alapján a lengyel önfoglalkoztatók azonosulnak leginkább a tradicionális értékekkel, míg a dánok a legkevésbé.



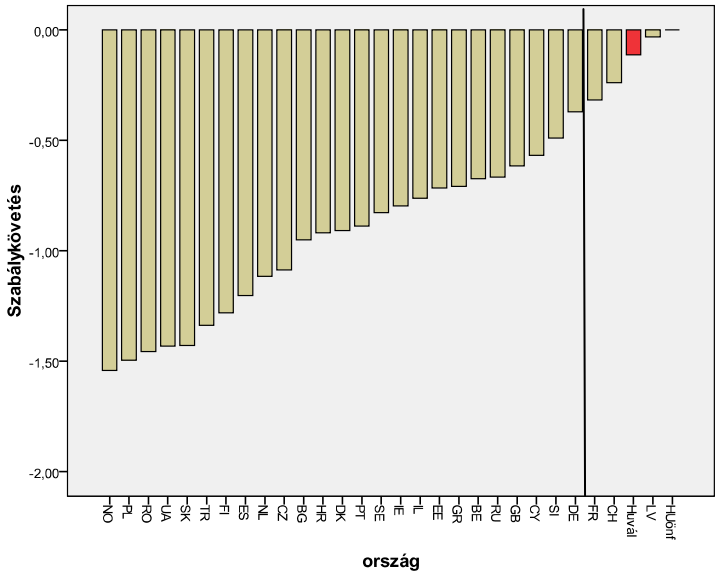
26. ábra A biztonság fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A biztonság tekintetében, mind a magyar kisvállalkozók, mind a magyar önfoglalkoztatók a középmezőnybe sorolhatóak. A biztonság fontosságának megítélésében is kirajzolódik egy törésvonal a kelet-európai és a nyugat- és észak-európai országok között: előbbiek számára lényegesebbnek mutatkozik a biztonság.



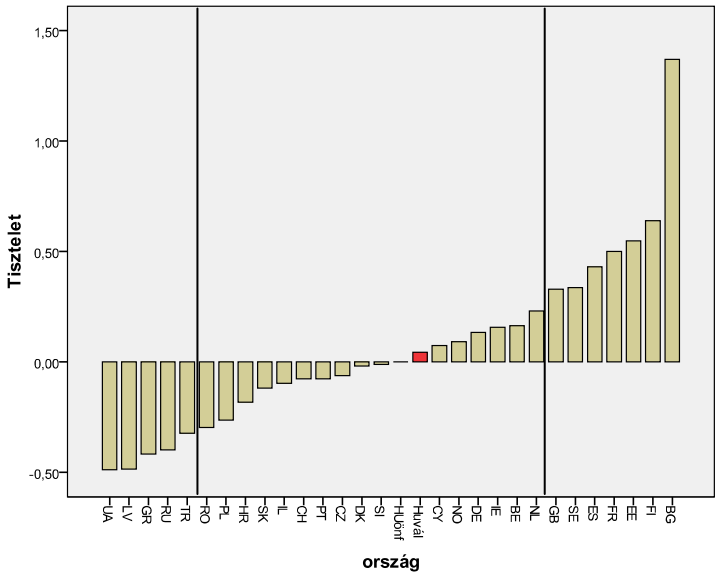
27. ábra A megfelelő viselkedés fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatói között

A megfelelő viselkedés szempontjából a magyar önfoglalkoztatók a nemzetközi rangsor alján helyezkednek el. A kisvállalkozók az eredmények alapján lényegesen fontosabbnak tartják a társadalmi normáknak megfelelő viselkedést. A megfelelő viselkedés a spanyol önfoglalkoztatók számára a leginkább és a svájciak számára a legkevésbé fontos.



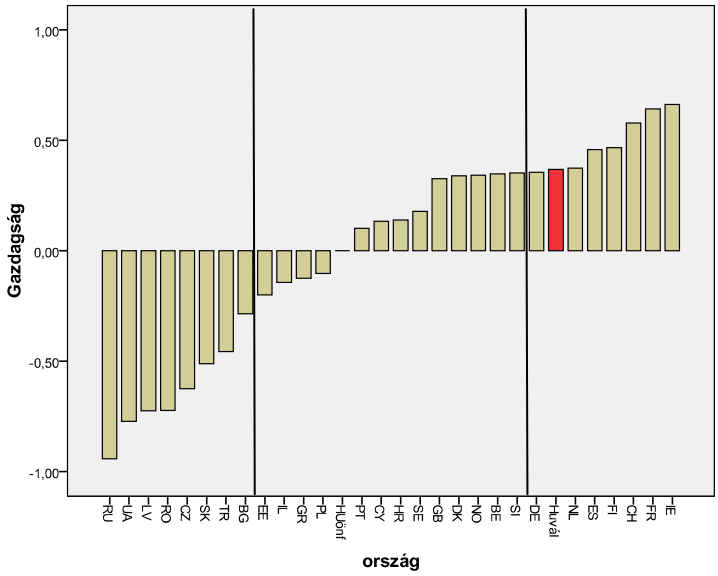
28. ábra A szabálykövetés fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

Az utasítások követését illetve a szabályok betartását a magyar vállalkozók és a magyar önfoglalkoztatók egyaránt relatíve lényegtelennek tekintik. A rangsor élén a norvég, a lengyel és a román önfoglalkoztatókat találjuk.



29. ábra A tisztelet fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A tisztelet kivívásának fontosságát szemléltető ábrán a magyar kisvállalkozók és önfoglalkoztatók egyaránt középen foglalnak helyet. Az ábra alapján úgy tűnik, a tisztelet fontosabb a kelet-európai, mint a nyugat- és észak-európai országok önfoglalkoztatóinak.



30. ábra A gazdagság fontosságának megítélése az egyes országok önfoglalkoztatóinak körében

A gazdagság elérését a magyar vállalkozók a legtöbb vizsgált ország önfoglalkoztatóinál kevésbé tekintik fontos célnak, míg a magyar önfoglalkoztatók a középmezőnyben találhatóak. A rangsor elején az orosz, az ukrán és az litván önfoglalkoztatókat találjuk, akik az eredmények alapján leginkább azonosulnak ezzel az értékkel. Az ábra másik végén az ír, a francia és a svájci önfoglalkoztatók helyezkednek el. Az ábra alapján elmondható, hogy a kelet-európai önfoglalkoztatók számára fontosabb az anyagi jólét, mint észak- és nyugat-európai társaiknak. Ez az eredmény egybecseng azzal, amit korábban az egyes társadalmak kapcsán elmondtunk.

A magyar vállalkozók értékrendjüket tekintve nagyrészt hasonló helyet foglalnak el az európai vállalkozói populációban, mint a magyarok az európai népesség körében. A vállalkozói értékek közül a teljesítmény, az önállóság és a biztonság terén a keleti országokhoz képest viszonylag „nyugatos" jellemzőkkel bírnak. Viszont a régióra nem jellemző módon kiemelkedően hedonisták, és hátrasorolják a szabálykövetést. A stimulációt illetően az eredményünk ambivalens. E téren éles különbséget látunk a magyar önfoglalkoztatók és a kisvállalkozók között. Míg az előbbiek a középmezőnyben helyezkednek el, az utóbbiak mindenkinél kevesebbre tartják a változatos kihívásokkal teli életet. További eltérés a két magyar csoport között, hogy a kisvállalkozóknak sokkal fontosabb a megfelelő viselkedés és a jóindulat, és kevésbé fontos a gazdagság, mint az önfoglalkoztatóknak. Ezek az utóbbi eredmények már azt jelzik, hogy a magyar vállalkozók nem pusztán azért különböznek más országok vállalkozóitól, mert magyarok, hanem Magyarországon belül is vannak a vállalkozói kultúrának sajátos jellemzői. A magyar vállalkozók nem ugyanúgy különböznek a magyar lakosságtól, mint más országok vállalkozói saját honfitársaiktól. Ezeknek az országon belüli viszonyoknak a vizsgálatával folytatjuk elemzésünket.

A magyar társadalom és a magyar vállalkozók értékvilágának jellegzetességei

A 7. táblázat a magyar kisvállalkozók (2011) korábban (az 5. táblázatban) már bemutatott értékpreferenciáját a felnőtt magyarországi lakosság (2010) értékrendjével veti össze, az egyes értékek átlagos értékelését és ezek szórását összefoglalva. Már a sorrenden végignézve is látható, hogy jelentős különbségek mutatkoznak a kisvállalkozók és a felnőtt lakosság értékvilága között. A vállalkozók preferencia-sorrendjében előrébb helyezkedik el a teljesítmény, a hedonizmus és az önállóság, és hátrébb a tradíció, a megfelelő viselkedés, az univerzalizmus és a biztonság. Az értékekhez tartozó szórások alapján azonban az is látható, hogy mind a társadalom, mind a vállalkozók esetén nagyobb a konszenzus a fontosabb értékek megítélésében. A két rangsor közötti rangkorreláció értéke 0,92.

7. táblázat. A magyar kisvállalkozók (2011) és a magyar felnőtt lakosság (2010) értékpreferenciái

	Magyar kisvállalkozók (2011)			Magyar felnőtt lakosság (2010)		
Érték	Átlag	szórás	rangsor	Átlag	szórás	Rangsor
Önállóság	-0,77	0,68	1	-0,27	0,75	4
Jóindulat	-0,66	0,07	2	-0,53	0,62	2
Biztonság	-0,40	0,09	3	-0,76	0,71	1
Univerzalizmus	-0,39	0,07	4	-0,42	0,57	3
Hedonizmus	-0,15	0,85	5	-0,07	0,76	6
Teljesítmény	-0,06	0,91	6	0,24	0,87	8
Megfelelő viselk.	-0,03	1,16	7	-0,15	1,07	5
Tradíció	0,03	0,89	8	0,08	0,92	7
Tisztelet	0,04	1,09	9	0,46	1,26	9
Stimuláció	0,97	1,09	10	0,89	1,06	10
Szabálykövetés	1,17	1,51	11	0,98	1,42	11
Gazdagság	1,49	1,15	12	1,13	1,22	12

Mivel a kisvállalkozók bizonyos jellemzők szerinti összetétele különbözik a társadalométól, és ezek a jellemzők összefüggésben lehetnek az emberek értékrendszerével, többváltozós regresszió elemzéssel is megvizsgáltuk a magyar társadalom és a magyar vállalkozók értékrendszerét. Kontroll változóként a kérdezett nemét, korát, iskolai végzettségét és lakóhelyének típusát vontuk be az elemzésbe. (Az eredményeket tartalmazó táblázatok a mellékletben találhatók.)

A megkérdezettek e tulajdonságait kontrollálva azt találtuk, hogy a vállalkozók számára fontosabb az önállóság, a tisztelet kivívása és a jóindulat, ugyanakkor a stimuláció, az univerzalizmus, a biztonság és a gazdagság kevésbé fontos számukra, mint a felnőtt lakosság egésze számára.

8. táblázat. Miben tér el a kisvállalkozók értékrendje Magyarországon és Európában?

	magyar kisvállalkozók vs. lakosság	európai kisvállalkozók vs. lakosság
önállóság	**+**	**+**
jóindulat	+	0
biztonság	**-**	**-**
univerzalizmus	**-**	**-**
hedonizmus	0	+
teljesítmény	0	+
megfelelő viselkedés	0	0
tradíció	0	-
tisztelet	**+**	**+**
stimuláció	-	+
szabálykövetés	0	-
gazdagság	-	0

Vessük össze a magyar kisvállalkozókra vonatkozó regressziós eredményeinket az európai kisvállalkozókra vonatkozó korábbi eredményeinkkel!

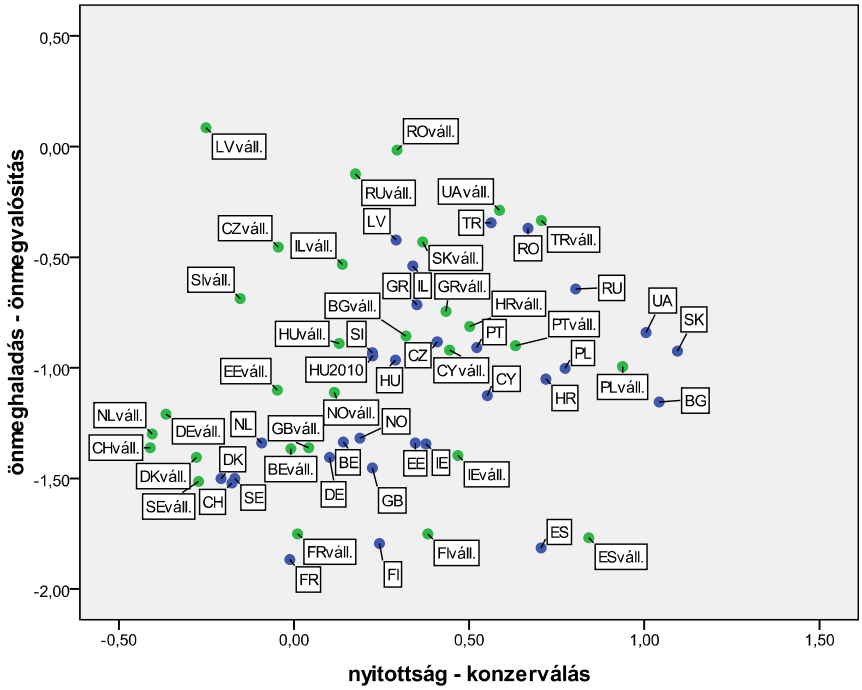
Először is azt látjuk, hogy a magyar kisvállalkozókra is jellemző az, amit az európai vállalkozói értékrend „magjaként" azonosítottunk: az önállóságot fontosabbnak, a biztonságot és az univerzalizmust pedig kevésbé fontosnak tekintik, mint a felnőtt lakossága többi része. További közös pont a magyar és az európai kisvállalkozók között, hogy más társadalmi csoportoknál jobban törekednek a tisztelet kivívására. E lényegi hasonlóságok mellett számos eltérést is látunk. Míg az európai kisvállalkozók összességében nagyobb mértékben hedonisták, teljesítményközpontúak, és inkább keresik a stimulációt, mint a lakosság többi része, a magyar kisvállalkozókra nem jellemzők jobban ezek az individuális értékek, mint más magyarokra. Sőt, a stimulációt *kevésbé* tartják fontosnak. A hedonizmus és a teljesítményelv esetében erre részben magyarázat lehet, hogy a magyar lakosság egésze viszonylag fontosnak tartja ezeket az értékeket. A stimulációra vonatkozó eredmény azonban meglepő, hiszen a magyar – nemzetközi összehasonlításban – eleve szélsőségesen kevésre értékeli a változatos életet, a kalandokat és a kockázatokat. Az európai mintától a magyar kisvállalkozók a közösségi értékek megítélésében is eltérnek: a hagyományok ápolását és a szabályok követését *nem* értékelik kevesebbre, mint más magyarok, a jóindulatot pedig kifejezetten fontosabbnak tartják. Végül, a magyar kisvállalkozói értékrend sajátos vonása a gazdagság mint cél hátrasorolása. Ez különösen meglepő annak fényében, hogy a magyar vállalkozóknak (és társadalomnak) európai viszonylatban alacsony a jövedelmi szintje, és korábbi kutatásokból az derült ki, hogy a vállalkozásindítás egyik fontos motivációja a jövedelem növelése (Csite 2009).

Összességében azt látjuk, hogy a magyar kisvállalkozókra is jellemző ugyan a klasszikus európai vállalkozói értékrend „magja”, de csak korlátozottan érvényes az a megállapítás, hogy az individuális értékek előtérbe kerülnek a közösségi értékek rovására. Arról van inkább szó, hogy a hatalom, az önmeghaladás és a nyitottság egyik komponensét fontosabbnak, míg a másikat kevésbé fontosnak tekintik, mint a társadalom többi tagja. A hatalom dimenziói közül a kisvállalkozó a sikert inkább a tisztelet kivívásával azonosítja, míg a felnőtt átlagpolgár a gazdagság elérésével. Az önmeghaladáshoz tartozó értékek az emberek jólétéről való gondoskodásra, illetve ennek elősegítésére utalnak. A kisvállalkozók esetén a jóindulat dominál, amely érték motivációs célja a szűkebb, mindennapi interakcióban tételezi fel mások jólétének elősegítését, vagyis azokkal kapcsolatban, akikkel az illető személyes kapcsolatban áll.

Schwartz a változásokra való nyitottság két dimenziójaként az önállóságot és a stimulációt azonosította. A magyar kisvállalkozók az önállóságot többre, a stimulációt kevesebbre értékelik a többi magyarnál. Idézzük fel, pontosan mit jelent ez! Fontosabb nekik, hogy „új dolgokat találjanak ki, kreatívak legyenek, a dolgokat saját egyéni módon intézzék”, és „maguk döntsenek arról, amit csinálnak, szabadon, függetlenül”. Ugyanakkor kevésbé „szeretik a meglepetéseket, szeretnek új dolgokat csinálni”, kevésbé tartják fontosnak, hogy „különféle dolgokat csináljanak az életükben”, továbbá kevésbé „keresik a kalandokat, a kockázatokat, az izgalmas életet”. A magyar kisvállalkozókat tehát nem a könnyed, kalandkereső kockázati attitűd jellemzi, hanem az önállóság iránti erős igény (a „magad uram” szemlélete) és a kreativitást is keretek közé szorító, mérlegelő kockázatvállalás. A bevezetőben idézett szakirodalom is hangsúlyozza, hogy a vállalkozókat elsősorban a *józan, mérlegelő* kockázatvállalás jellemzi. A kalandos, izgalmas kockázatok elutasítása ugyanakkor arra utal, hogy a magyar kisvállalkozókat egyfajta visszafogottság, bátortalanság jellemzi.

A társadalom és a vállalkozók értékvilágának eltérései más országokban

A következő lépésben a vizsgálatban részt vevő országok kisvállalkozóit és ezen országok lakosságát helyeztük el a kétdimenziós értéktérben. Ennek eredményeit szemlélteti az alábbi ábra.

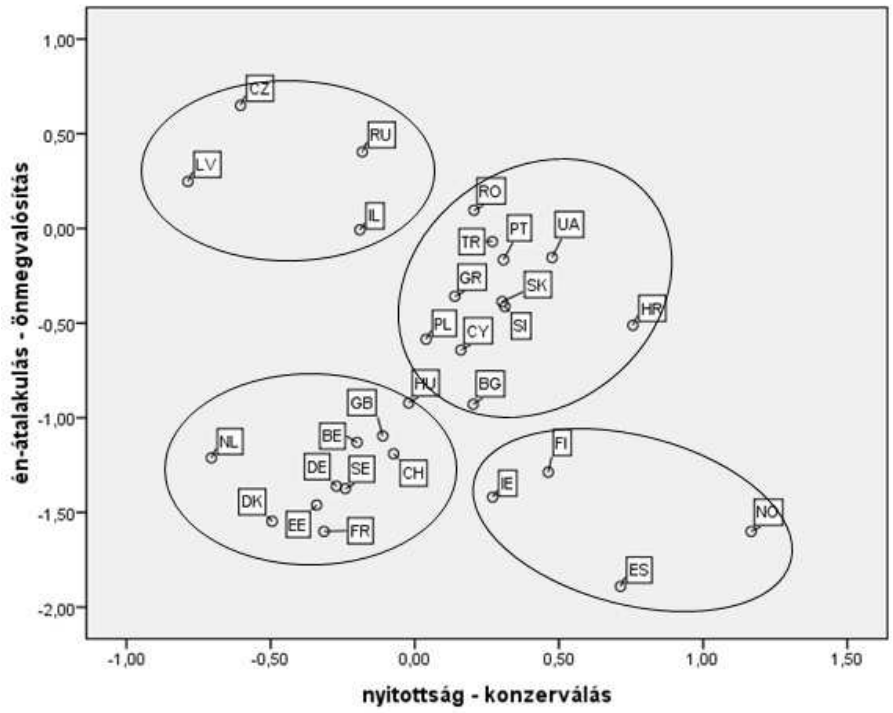


31. ábra A vizsgált országok válaszadóinak és kisvállalkozóinak helye az értéktérben

Az ábrán két dologra érdemes figyelnünk: (1) a lakossági és a vállalkozói értékrend távolságára, és (2) a vállalkozói értékrend eltérésének irányára. Először is szembetűnik, hogy a lakossági és a vállalkozói értékrend távolságában jelentős különbségek vannak. Különösen a kelet-európai országokra jellemző az igen nagy távolság, így többek között Bulgáriára, Csehországra, Szlovákiára, Szlovéniára, Romániára, Ukrajnára és Oroszországra. Induló hipotézisünk szerint a magyar lakosság értékrendje viszonylag messze esik a magyar vállalkozókétól, mivel a lakosságot a vállalkozásokkal szembeni negatív előítéletek jellemzik. Ez a várakozásunk nem igazolódott: a magyar lakosság és vállalkozók között kifejezetten kicsi az értékrendi különbség. Ez annak ellenére így van, hogy mint láttuk, a magyar kisvállalkozók értékrendje a kétdimenziós térben csaknem pontosan ugyanott helyezkedik el, mint az „átlagos” európai vállalkozóé (23. ábra). Ami a lakosság és a vállalkozók közötti eltérés irányát illeti, a legtöbb ország esetében a kisvállalkozók nyitottabbak és jobban jellemzi őket az önmegvalósítás, mint a társadalom többi részét. Ez igaz a magyar lakosság és vállalkozók viszonyára is, bár mint hangsúlyoztuk, az eltérés nem túl nagy, sőt a legtöbb volt szocialista országhoz képest kifejezetten kicsi.

Az eredmények interpretációjában azonban óvatosan kell eljárnunk az egyes országok kisvállalkozóinak alacsony mintabeli esetszáma miatt. E nehézséget úgy próbáltuk kiküszöbölni, hogy klaszteranalízis segítségével a kisvállalkozók értékvilága alapján országcsoportokat képeztünk. Először hierarchikus klaszteranalízist alkalmaztunk, ami azt hozta, hogy az országok négy csoportba rendeződnek el – a 4. klaszter után jelentősen megnő a távolság mértékét jelző koefficiens értéke –,

majd nem-hierarchikus klaszter analízis segítségével azonosítottuk a konkrét ország csoportokat. Az első csoportot nevezzük a nyitott-önmegvalósító vállalkozók csoportjának. Ide tartoznak a cseh, a lett az orosz és az izraeli vállalkozók. A második csoportot a nyitottság és önmeghaladás értékeivel jellemezhető vállalkozók alkotják. Ide sorolható a legtöbb nyugat-európai ország, valamint Észtország és Magyarország is. A harmadik csoport a konzerválás-önmegvalósítás dichotómiával jellemezhető vállalkozókat tömöríti. Ebbe a csoportba található a legtöbb kelet-európai ország valamint Ciprus, Görögország és Törökország. Végül a negyedik csoportba azok az országok kerültek, melyeknek kisvállalkozói az értéktér jobb alsó – azaz a konzerválás és az önmeghaladás által definiált – negyedébe esnek. Idetartoznak a spanyol, az ír, a norvég és a finn vállalkozók. Bár a klaszter analízis Magyarországot a második csoportba sorolta, az alábbi ábrán látható, hogy szinte a négy csoport határán helyezkedik el.



32. ábra Az európai országok kisvállalkozóinak helye a Schwartz-féle értéktérben

Elemzésünket a négy klaszterrel folytattuk tovább, annyi különbséggel, hogy Magyarországot egyik klaszterben sem szerepeltettük, hanem külön „csoportba" soroltuk. Ezután az egyes országcsoportokra lebontva vizsgáltuk meg, hogy a társadalom-kisvállalkozó illetve a társadalom-önfoglalkoztató kettős értékvilágában milyen eltérések mutatkoznak. Ismét regresszió elemzést alkalmaztuk, amit ezúttal külön-külön futtattunk le az egyes klaszterekre illetve Magyarországra úgy, hogy viszonyítási alapként mindig a felnőtt társadalom egésze szerepelt. Kontroll változóként a

kérdezett nemét, korát és iskolai végzettségét szerepeltettük a modellben. A következő táblázatban a kapott eredményeket (béta együttható) tüntettük föl.

5. táblázat. A kisvállalkozói és önfoglalkoztatói értékrend eltérése a lakosság értékrendjétől négy országcsoportban és Magyarországon (kiemelve a magyar kisvállalkozókra jellemző értékeket)

	1.klaszter		2.klaszter (főként Nyugat- és Észak-Eu.)		3.klaszter (főként Kelet-Eu.)		4.klaszter		Magyaro.	
	kisváll.	önf.	kisváll.	önf.	kisváll.	önf.	kisváll.	önf.	kisváll.	Önf.
teljesítmény	-0,38 ***	-0,266 ***	-0,091	-0,137 ***	-0,187 *	-0,049 *	0,095	-0,083	-0,074	-0,097
hedonizmus	-0,279 *	-0,178 ***	-0,099	0,032	-0,091	-0,128 ***	0,058	0,052	-0,143	-0,211 *
stimuláció	-0,224	-0,081	-0,308 ***	-0,198 ***	-0,009	-0,072 ***	-0,171	-0,016	0,194 *	-0,246 *
önállóság	-0,32 ***	-0,283 ***	-0,318 ***	-0,32 ***	-0,218 ***	-0,17 ***	0,071	-0,109 ***	-0,189 *	-0,158
univerzalizmus	0,384 ***	0,111 ***	0,146 ***	0,043 *	0,144 ***	0,071 ***	0,1	0,03	0,154 *	0,124
jóindulat	0,05	0,022	0,014	0,031	0,118 *	0,059 ***	-0,012	0,016	-0,119 *	0,107
tradíció	0,341 ***	0,21 ***	0,149 *	0,122 ***	0,276 ***	0,143 ***	-0,003	0,06	-0,093	0,089
biztonság	0,108	0,181***	0,326 ***	0,251 ***	0,066	0,09 ***	-0,089	0,006	0,141 *	0,102
szabálykövet.	0,793 ***	0,244 ***	0,185 *	0,228 ***	0,051	0,158 ***	-0,028	0,02	-0,138	0,374 *
megfelelő vis.	0,359 *	0,274 ***	0,153 *	0,155 ***	0,211 *	0,153 ***	-0,137	-0,004	-0,092	0,294
tisztelet	-0,174	0,099 *	-0,031	-0,034	-0,22 *	-0,16 ***	-0,148	-0,003	-0,210*	-0,157
gazdagság	-0,637 ***	-0,173 ***	-0,093	-0,044	-0,352 ***	-0,126 ***	0,158	0,041	0,242 *	-0,039

***szign.<0,05, *szign.<0,001

A nyugat- és észak-európai országok többségét tartalmazó klaszterrel összevetve a következőket látjuk. A vállalkozói értékrend „magját" (önállóság, biztonság, univerzalizmus) tekintve ugyanaz az eltérés iránya. Ellentétes előjelű együtthatót azonban csak a stimuláció esetében találunk.

A volt szocialista országok többségét tömörítő klaszterrel közös pont az értékrendi magból az önállóság pozitív és az univerzalizmus negatív megítélése. A biztonság dimenziójában érdekes módon a klaszterbe tartozó országok vállalkozói nem térnek el szignifikáns mértékben (negatív irányba) a lakosságtól. További egyezés a tisztelet kivívásának tulajdonított kiemelt jelentőség. Különbség van ugyanakkor a jóindulat, a stimuláció, és a gazdagság dimenzióiban – mindhárom ellentétes előjelű együtthatókat találunk. Míg a magyar vállalkozóknak honfitársaiknál fontosabb a jóindulat, és kevésbé fontos a gazdagság és a stimuláció, a kelet-európai országok többségében éppen ellenkezőleg. Érdemes megemlíteni azt is, hogy a 3. klaszterre jellemző fokozott teljesítményelv és a közösségi értékek (tradíció, megfelelő viselkedés) háttérbe szorulása, a magyar vállalkozóknál nem jelenik meg.

A három kelet-európai ország (Csehország, Litvánia és Oroszország – Izraellel együtt) az 1. klaszterbe esik. Azt látjuk, hogy ezek szinte minden értékben megegyeznek a 3. klaszter országaival. A legfőbb különbség az, hogy ezen országok vállalkozói még kevésbé tisztelik a tradíciókat és a megfelelő viselkedés előírásait, sőt emellett a szabálykövetést sem tartják sokra.

Ezek az összehasonlítások egyrészt megerősítik, hogy a magyar vállalkozói kultúra a kelet- és nyugat-európai vállalkozói kultúrával is mutat közös vonásokat. Nem „simul be" a kelet-európai országok közé, sőt valamivel közelebb ál a nyugat- és észak-európai vállalkozói kultúrához (ahogyan ezt eleve a klaszterelemzés is kimutatta). Ugyanakkor a magyar vállalkozói kultúra sajátos, idioszinkratikus vonásokkal is bír: egyfelől a személyes jóindulat előtérbe helyezése, másfelől a stimuláció leértékelése jellemzi. E téren Magyarország a kelet- és nyugat-európai országoktól is különbözik. A tisztelet kivívásának fontossága a jelek szerint a vállalkozói kultúra regionális sajátossága Kelet-Európában. Ez a magyar vállalkozókra is érvényes. A régióra jellemző többi tipikus vonás: a gazdagság mint kiemelten fontos cél, valamint a közösségi értékek háttérbe szorulása azonban a magyar vállalkozók körében nem jellemző.

Értékelés

Vizsgálatunkkal azokhoz az elmúlt években egyre nagyobb tudományos figyelmet kapó a kutatási irányokhoz kívántunk csatlakozni, melyek a vállalkozói kultúrát, a vállalkozói értékeket lassan változó, nehezen látható gazdasági erőforrásként azonosítják. E kutatások egy része arra hívta fel a figyelmet, hogy a nemzetek, régiók gazdasági felemelkedése és lesüllyedése illetve a vállalkozói kultúra sajátosságai között összefüggés mutatható ki.

Mivel Magyarország vállalkozói hagyományai gyengék, a vállalkozók társadalmi megbecsülése pedig rossznak ítélhető, vizsgálatunk kezdetén azt feltételeztük, hogy jelentős különbségekre fogunk bukkanni a hazai kisvállalkozók és a hazai társadalom értékvilágának összehasonlításakor. Azt is feltételeztük, hogy a magyar kisvállalkozó értékvilága nyugat-európai társaitól is eltér, s inkább fog hasonlítani a posztkommunista világban működő vállalkozókéhoz.

Elemzési eredményeink megerősítették a szakirodalom azon feltevését, miszerint a vállalkozókat (köztük a vizsgálatunk középpontjában álló magyar kisvállalkozókat) nemcsak tevékenységük, de személyiségük, értékrendszerük is megkülönbözteti a társadalom többi tagjától.

Tanulmányunkban először – Európa egészét vizsgálva – a vállalkozók és a társadalom értékrendszere közötti eltérések azonosítására fókuszáltunk. Megállapítottuk, hogy a vállalkozók általában nyitottabbak és jobban jellemző rájuk az önmegvalósítás, mint a társadalom többi csoportjára. Az önállóság, a stimuláció, a teljesítmény, és a biztonságra törekvés hiánya terén a kisvállalkozók valóban a szakirodalom által jelzett irányban térnek el a társadalom többi részétől, ám a vállalkozói létnek mintegy árnyoldala a közösségi orientációk gyengesége (pl. az univerzalizmus, a tradíció és a szabálykövetés relatíve alacsonyabb fontossága). A 21. századi Európa kisvállalkozójának értékrendszerében a hedonizmus és a tisztelet kivívása erősen van jelen, miközben a gazdaságra törekvés alig jellemző. A hedonizmus értékének fontossága alapján úgy látjuk, hogy a 21. század európai kisvállalkozója jelentősen eltér Max Weber (1982) által megrajzolt takarékos, fogyasztását – idő hiányában és a vallási szabályok követése miatt – korlátozó vállalkozó képétől. Napjaink európai vállalkozója sokat és sokfélét fogyaszt, élvezni akarja az evilági élet adta örömöket. A vállalkozás ma már nem a transzcendes hanem az evilági, jóléttel, kényelmes élettel kapcsolatos célok elérésének eszköze.

Európai szinten összehasonlítottuk a mikro-, a kis- és a nagyvállalkozók értékvilágát. Eredményeink szerint a mikro- és nagyvállalkozókra – hasonlóan a kisvállalkozókhoz – is jellemző az önállóság értékének átlagosnál nagyobb, a biztonság és az univerzalizmus pedig alacsonyabb

megbecsülése. Ezek az értékvilágbeli különbségek tűnnek a vállalkozókra leginkább, legtágabban jellemző vállalkozói értéksajátosságoknak, noha láttuk, hogy vannak különbségek a vállalkozói csoportok között.

A vállalkozók és a menedzserek értékvilágának közös pozitív vonása a teljesítményelv, viszont nagy különbség, hogy a menedzserek a társadalmi átlagnál jobban vágynak biztonságra, és kevésbé önállóságra valamint stimulációra. Ugyanakkor a vállalkozói lét fonákja (a közösségi orientáció gyengesége) rájuk is jellemző, sőt talán még a vállalkozóknál is több dimenzióban.

A magyar felnőtt lakosság értékvilágában a Schwartz-teszt eredményei szerint a biztonságra törekvés különösen fontos szerepet tölt be. Az önállóság és a teljesítmény terén Európán belül a keleti és nyugati térségek „határán" helyezkedik el értékrendszerünk. Amiben kiugrunk, az a hedonizmus és a szabály- és utasításkövetés hiánya. Mindkettő európai szinten a vállalkozók jellemzője, eszerint nem feltétlenül hátrányos a vállalkozás alapú gazdaság megerősödése szempontjából. Azonban a hedonizmus és a biztonságkeresés együtt van erőteljesen jelen a magyar lakosságban, ami vélhetően nem kedvez a vállalkozói gazdaság sikeréhez elengedhetetlen hosszú távú, visszafogott, ésszerű kockázatvállalásnak. A formális szabályok szabályokkal és utasításokkal szembeni ellenállás a személyes autonómia iránti igény megnyilvánulásaként is felfogható, ám megnehezítheti a vállalkozásokat támogató formális jogrend működését, illetve maguknak a vállalkozásoknak a belső hierarchikus irányítását. Összességében tehát a magyarok értékrendjére jellemző, hogy a magunk urai akarunk lenni, nem keressük a változatos kihívásokat, ám jól akarunk élni, igaz nem különösebben gazdagon, de élvezve az életet.

Ha az európai vállalkozók populációját nézzük, abban a nemzeti különbségek dominálnak, s a magyar vállalkozók ennek megfelelően a lakossághoz hasonlóan Kelet és Nyugat határán vannak. Amiben „kilógnak", azok a nemzeti sajátosságok: a biztonság, a hedonizmus, és a szabálykövetés hiánya. Emellett a magyar kisvállalkozók értékrendszere bizonyos – nemzetközi viszonylatban – sajátos jellegzetességeket is hordoz: abban az individuális és közösségi értékek nem különülnek el, az eredmények szerint összeférhetőség jellemzi őket. Ezt bizonyítja az is, hogy bizonyos individuális értékek mellett, a jóindulatot is fontosabbnak tekintik a társadalom többi tagjánál.

Az európai vállalkozókra jellemzőkkel összhangban a magyar kisvállalkozót az önállóság magasabb, illetve a biztonság és az univerzalizmus alacsonyabb fontossága teszi a magyar társadalom jól elkülöníthető csoportjává. A teljesítményelv és hedonizmus tekintetében a vállalkozók nem különböznek a hazai átlagtól, ám ezek az értékek minden magyarra nagyon jellemzők. Érdekes sajátosság, hogy a stimulációt, az izgalmakat nem különösebben keresi a magyar kisvállalkozó és nem jellemzi az sem, hogy gyengébb lenne másoknál közösségi orientációja, sőt jóindulatúbb, mint a többiek,

és kevésbé pénzéhes. A jóindulat a személyes kapcsolatokban tanúsított méltányosságot és segítőkészséget jelenti. Ennek fontossága összhangban van azzal, hogy a vállalkozói kapcsolatokban Magyarországon különösen fontosak a személyes kapcsolatok (Mike – Müller, 2011).

Európai kontextusban a hazai kisvállalkozó inkább nyugat-európai mint a kelet-európai társaihoz hasonló módon tér el honfitársaitól. A magyar és más kelet-európai vállalkozók közös vonása, hogy nagy hangsúlyt helyeznek a tisztelet kivívására. A régióra jellemző többi tipikus vonás, a gazdagság mint kiemelten fontos cél, valamint a közösségi értékek háttérbe szorulása azonban a magyar vállalkozók körében nem jellemző.

Irodalomjegyzék

Acs, Zoltan – Nicola Virgill (2009): Entrepreneurship in Developing Countries. Jena Economic Research Papers in Economics 2009-023, Friedrich-Schiller-University Jena, Max-Planck-Institute of Economics, Thueringer Universitaets- und Landesbibliothek

Acs, Zoltán .J. – László Szerb (2009): The global entrepreneurship Index (GEINDEX). Foundations and Trends in entrepreneurship Vol 5. No. 5 pp. 341-435

Audretsch, David B. (2007). The entrepreneurial society. New York: Oxford University Press.

Brockhaus, Robert H. (1980): Risk taking propensity of entrepreneurs. Academy of Management Journal, 23.(3): 509–520.

Broehl, Wayne G. JR. (1978): The Village Entrepreneur: Change Agents in India's Rural Development. Cambridge: Harvard University Press.

Chell, Elizabeth; Haworth, Jean; Brearley, Sally A. (1991). The entrepreneurial personality: Concepts, cases and categories. London: Routledge.

Császár, Melinda; Horváth, Gergely K. (2010): Lélek, érték, stratégia: A vállalkozói lét alapdimenzióiról. Budapest: HÉTFA Kutatóintézet.

Csite, András (2009): Boldogtalan Kapitalizmus? In Szalai Ákos (szerk.): Kapitalista elvárások. Budapest: Közjó és Kapitalizmus Intézet. 257-308.

European Social Survey Round 4 Data (2008). Data file edition 4.0. Norwegian Social Science Data Services, Norway – Data Archive and distributor of ESS data.

Füstös László – Szalma Ivett szerk. (2010): Értékváltozás Magyarországon 1978-2009. Budapest: MTA SZKI

Füstös, László (2011) Európa értékrendszere: Magyarország értéktere – Európa értéktere. In: Füstös László – Guba László (szerk.): A változó értékrendszer 2011/1. Budapest: MTA PTI – MTA SZKI

Holt, David H. (1997): A comparative study of values among Chinese and U.S. entrepreneurs: Pragmatic convergence between contrasting cultures. Journal of Business Venturing, 12.(6): 483-505.

Inglehart, Ronald (1997): Modernization and Postmodernization. Princeton: Princeton University Press

Keller, Tamás (2008a): Értékrend és társadalmi pozíció. Századvég Új folyam 47.(1): 151-187.

Keller, Tamás (2008b): Létezik-e európai értékrend? In: Füstös László – Guba László – Szalma Ivett (szerk.): Társadalmi regiszter 2008/1. pp.39-46

Kocsis-Kisantal, Orsolya – Szerb, László (2008): Vállalkozói kultúra Magyarországon két napilap tükrében. Közgazdasági Szemle, 55.(3): 243-262.

Licht, Amir N.; Goldchmidt, Chanan; Schwartz, Shalom H. (2002): Culture Rules: The Foundations of the Rule of Law and Other Norms of Governance. Journal of Comparative Economics, 35.(4): 659-688.

Max Weber (1982): A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme. Budapest: Gondolat

McClelland, David (1961): The Achieving Society. New York: Van Nostrand.

Mike Károly; Müller Mónika (2011). A vállalkozások kapcsolatai, bizalmi infrastruktúrája Magyarországon. Kutatási jelentés. Hétfa Intézet.

Moriano, Juan A., Palací, Francisco J., Trejo, Enrique (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudion desde la perspectiva de los valores. Revista de Psicología Social, 16.(2): 229-242.

Moriano, Juan A.; Linan Francisco; Jaen, Inmaculade; (2010): Personal values and entrepreneurial intention: an empirical study. ESU Conference

Noseleit, Florian (2008): The Enterpreneurial Culture: Guiding Priciples of the Self-Employed. In Freytag A., Thurik A. R. (szerk.): Enterpreneurship and Culture. 41-54.

Phepls, Edmund (2008): Gazdasági kultúra és gazdasági teljesítmény. In: Progresszív politika Vol. 1 No. 4, pp. 5-37

Rokeach, Milton (1969): The Role of Values. Public Opinion Quarterly, 32.(4): 547-559.

Rotter, Julian B. (1966): Generalised expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological monographs: general and applied, 80.(1): 26-28.

Ságvári, Bence (2009): Kultúra és gazdaság. Az értékek szerepe a gazdasági fejlődésben Elmélet és empíria. Doktori Disszertáció

Schumpeter, Joseph A. (1980): A gazdasági fejlõdés elmélete: Vizsgálódás a vállalkozói profitról, a tõkérõl, a hitelrõl, a kamatról és a konjunktúraciklusról. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

Schwartz, Shalom H. – Bardi, Anat (1997): Influences of Adaptation of Communist Rule on Value Priorities in Eastern Europe. Political Psychology, 18.(3): 385-410.

Schwartz, Shalom H. (2001): A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations.

Schwartz, Shalom H. (2006): Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald, & G. Eva (szerk.): Measuring attitudes cross-nationally - lessons from the European Social Survey. London: Sage

Schwartz, Shalom H.; Bardi Anat (2001), Value Hierarchies across Cultures: Taking a Similarities Perspective. Journal of Cross-Cultural Psychology, 32.(3): 268-290.

Smith, Peter B; Schwartz, Shalom H. (1997): Values. In J. W. Berry; M. H. Segall; C. Kagicibasi (szerk.): Handbook of Cross-Cultural Psychology. Vol.3.: Social Behavier and Applications. London: Allyn & Bacon. 77-118.

Valencia de Lara, M.P., García Villaverde, P.M.; Jiménez Moreno, J.J. (2007): Factores determinantes en la creación de una empresa: Valores culturales, redes sociales y ayudas públicas. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro / coord. por Juan Carlos Ayala Calvo, 1141-1155.

Melléklet

***1**. táblázat A Schwartz-féle értékteszt kérdései és az ezekhez tartozó értékek*

Schwartz-féle értékkérdés (a kérdőívben szereplő kérdések)	**10 elemű értékdimenzió**	**4 elemű értékdimenzió**
V1 Fontos számára, hogy új dolgokat találjon ki, hogy kreatív legyen. Szereti a dolgokat a saját egyéni módján intézni.	Önállóság (self-direction)	Nyitottság a változásra (openness to change)
V2 Fontos számára, hogy gazdag legyen. Azt akarja, hogy sok pénze és drága dolgai legyenek.	Hatalom (power)	Önmegvalósítás (self-enhancement)
V3 Fontosnak tartja, hogy minden ember egyforma bánásmódban részesüljön. Azt gondolja, hogy mindenkinek egyenlő lehetőséggel kellene rendelkeznie az életben.	Univerzalizmus (universalism)	Altruizmus (self-transcendence)
V4 Fontos számára, hogy megmutassa képességeit. Azt akarja, hogy az emberek nagyra becsüljék azért, amit tesz.	Teljesítmény (achievement)	Önmegvalósítás (self-enhancement)
V5 Fontos számára, hogy biztonságos körülmények között éljen. Elkerül mindent, ami veszélyezteti biztonságát.	Biztonság (security)	Megőrzés (conservation)
V6 Szereti a meglepetéseket, és szeret mindig új dolgokat csinálni. Fontosnak tartja, hogy az ember különféle dolgokat csináljon életében.	Ösztönzés (stimuláció)	Nyitottság a változásra (openness to change)
V7 Azt gondolja, hogy az embereknek azt kell csinálniuk, amit mások mondanak nekik. Azt gondolja, hogy az embereknek mindig be kell tartaniuk a szabályokat, akkor is, amikor senki sem figyeli őket.	Konformitás (conformity)	Megőrzés (conservation)
V8 Fontos számára, hogy meghallgassa azokat, akik másmilyenek, mint ő. Még akkor is, ha nem ért egyet velük, meg akarja érteni őket.	Univerzalizmus (universalism)	Altruizmus (self-transcendence)
V9 Fontos számára, hogy szerény és visszafogott legyen. Megpróbál úgy élni, hogy ne vonja magára mások figyelmét.	Hagyomány (tradition)	Megőrzés (conservation)
V10 Fontos számára, hogy jól érezze magát. Szereti kényeztetni magát.	Hedonizmus (hedonism)	Nyitottság a változásra (openness to change)
V11 Fontos számára, hogy saját maga döntsön arról, hogy mit csinál. Szeret szabad lenni és nem függni másoktól.	Önállóság (self-direction)	Nyitottság a változásra (openness to change)
V12 Nagyon fontos számára, hogy segítsen a körülötte élő embereknek. Törődik mások jóllétével.	Jóakarat (benevolence)	Altruizmus (self-transcendence)
V13 Fontos számára, hogy nagyon sikeres legyen. Reméli, hogy az emberek elismerik teljesítményeit.	Teljesítmény (achievement)	Önmegvalósítás (self-enhancement)
V14 Fontos számára, hogy a kormány biztosítsa biztonságát mindenfajta fenyegetéssel szemben. Azt akarja, hogy az állam erős legyen, hogy meg tudja védeni polgárait.	Biztonság (security)	Megőrzés (conservation)
V15 Keresi a kalandokat és szeret kockázatot vállalni. Izgalmas életet akar élni.	Ösztönzés (stimuláció)	Nyitottság a változásra (openness to change)
V16 Fontos számára, hogy mindig megfelelően viselkedjen. El akarja kerülni, hogy olyat tegyen, ami más ember szemében helytelen.	Konformitás (conformity)	Megőrzés (conservation)
V17 Fontos számára, hogy tiszteljék mások. Azt akarja, hogy az emberek azt csinálják, amit mond.	Hatalom (power)	Önmegvalósítás (self-enhancement)
V18 Fontos számára, hogy becsületes legyen barátaihoz. A hozzá közel álló embereknek akarja szentelni életét.	Jóakarat (benevolence)	Altruizmus (self-transcendence)
V19 Komoly meggyőződése, hogy az embereknek óvniuk kell környezetüket. Fontos számára, hogy vigyázzon a környezetére.	Univerzalizmus (universalism)	Altruizmus (self-transcendence)
V20 A hagyományok fontosak számára. Megpróbálja követni azokat a szokásokat, amelyeket a vallási vagy családi hagyományok hagytak rá.	Hagyomány (tradition)	Megőrzés (conservation)
V21 Minden lehetőséget megragad, hogy jól érezze magát. Fontos neki, hogy olyan dolgokat csináljon, amelyek örömet okoznak neki.	Hedonizmus (hedonism)	Nyitottság a változásra (openness to change)

2. táblázat Az ESS 2008-as hullámában résztvevő országok

Ország	Elemszám	Százalékos arány
BE	1744	3,2
BG	2135	4,0
CH	1777	3,3
CY	1207	2,2
CZ	1965	3,6
DE	2729	5,1
DK	1574	2,9
EE	1625	3,0
ES	2556	4,7
FI	1900	3,5
FR	2060	3,8
GB	2266	4,2
GR	2021	3,7
HR	1393	2,6
HU	1425	2,6
IE	1735	3,2
IL	2246	4,2
LV	1962	3,6
NL	1711	3,2
NO	1379	2,6
PL	1588	2,9
PT	2281	4,2
RO	1979	3,7
RU	2448	4,5
SE	1546	2,9
SI	1244	2,3
SK	1785	3,3
TR	1997	3,7
UA	1758	3,3
Összesen	54036	100,0

3. táblázat. A többszintű elemzés eredményei (függő változó: teljesítmény)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-0,80	0,18	16,86	-4,45	0,00
nem	0,17	0,01	50110,40	21,51	0,00
középfok	-0,05	0,01	50123,39	-3,91	0,00
felsőfok	-0,16	0,01	50105,43	-13,57	0,00
mikrovállalkozó	-0,13	0,01	50120,64	-8,90	0,00
menedzser	-0,02	0,01	50129,29	-2,27	0,02
nagyvállalkozó	-0,21	0,14	50107,35	-1,52	0,13
kisvállalkozó	-0,16	0,03	50127,81	-5,21	0,00
kor	0,01	0,00	50127,82	55,52	0,00

4. táblázat. A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: teljesítmény)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,71	0,00	158,28	0,00
Régió	variancia	0,03	0,03	0,85	0,40
Ország	variancia	0,05	0,02	3,46	0,00

5. táblázat. A többszintű elemzés eredményei (függő változó: hedonizmus)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-0,83	0,19	14,85	-4,28	0,00
nem	0,12	0,01	50117,65	15,11	0,00
középfok	-0,12	0,01	50134,72	-9,69	0,00
felsőfok	-0,10	0,01	50123,52	-7,87	0,00
mikrovállalkozó	-0,01	0,02	50126,20	-0,33	0,74
menedzser	-0,04	0,01	50134,26	-4,51	0,00
nagyvállalkozó	-0,21	0,15	50115,23	-1,42	0,16
kisvállalkozó	-0,07	0,03	50132,89	-2,06	0,04
kor	0,02	0,00	50132,98	67,72	0,00

6. táblázat. A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: hedonizmus)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,81	0,01	158,30	0,00
Régió	variancia	0,03	0,04	0,82	0,41
Ország	variancia	0,08	0,02	3,46	0,00

6. táblázat. A többszintű elemzés eredményei (függő változó: ösztönzés)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-0,69	0,17	138,31	-4,11	0,00
nem	0,15	0,01	50120,12	18,01	0,00
középfok	-0,10	0,01	49739,74	-7,53	0,00
felsőfok	-0,16	0,01	49346,41	-11,77	0,00
mikrovállalkozó	-0,10	0,02	50133,58	-6,15	0,00
menedzser	-0,00	0,01	50118,05	-0,43	0,66
nagyvállalkozó	-0,22	0,15	50111,88	-1,46	0,15
kisvállalkozó	-0,11	0,03	50119,18	-3,21	0,00
kor	0,02	0,00	50105,41	78,59	0,00

7. táblázat. A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: ösztönzés)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,86	0,01	158,29	0,00
Régió	variancia	0,01	0,01	0,73	0,46
Ország	variancia	0,02	0,01	3,39	0,00

8. táblázat. A többszintű elemzés eredményei (függő változó: önállóság)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-1,51	0,14	37,38	-10,54	0,00
nem	0,07	0,01	50125,05	10,86	0,00
középfok	-0,19	0,01	49916,60	-18,28	0,00
felsőfok	-0,36	0,01	49751,39	-33,43	0,00
mikrovállalkozó	-0,20	0,01	50140,94	-15,94	0,00
menedzser	0,01	0,01	50114,61	1,15	0,25
nagyvállalkozó	-0,36	0,12	50116,00	-2,97	0,00
kisvállalkozó	-0,24	0,03	50113,86	-8,80	0,00
kor	0,00	0,00	50126,19	13,51	0,00

9. táblázat. A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: önállóság)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,54	0,00	158,30	0,00
Régió	variancia	0,01	0,01	0,91	0,36
Ország	variancia	0,01	0,00	3,39	0,00

10. táblázat. A többszintű elemzés eredményei (függő változó: univerzalizmus)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	0,16	0,12	21,84	1,30	0,21
nem	-0,13	0,01	50138,97	-24,37	0,00
középfok	-0,03	0,01	50112,10	-3,86	0,00
felsőfok	-0,09	0,01	50060,50	-10,68	0,00
mikrovállalkozó	0,05	0,01	50153,55	4,91	0,00
menedzser	0,03	0,01	50158,18	5,84	0,00
nagyvállalkozó	0,23	0,10	50133,60	2,36	0,02
kisvállalkozó	0,16	0,02	50156,74	7,30	0,00
kor	-0,01	0,00	50158,55	-47,36	0,00

11. táblázat. A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: univerzalizmus)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,35	0,00	158,32	0,00
Régió	variancia	0,01	0,01	0,89	0,37
Ország	variancia	0,01	0,00	3,43	0,00

12. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: jóindulat)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-0,08	0,15	8,47	-0,53	0,61
nem	-0,18	0,01	50129,11	-32,37	0,00
középfok	0,01	0,01	50145,39	1,44	0,15
felsőfok	0,00	0,01	50134,20	0,13	0,90
mikrovállalkozó	0,05	0,01	50140,23	4,45	0,00
menedzser	0,03	0,01	50148,81	4,66	0,00
nagyvállalkozó	0,33	0,10	50125,38	3,32	0,00
kisvállalkozó	0,03	0,02	50147,83	1,09	0,27
kor	0,00	0,00	50147,90	-25,96	0,00

13. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: jóindulat)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,38	0,00	158,31	0,00
Régió	variancia	0,03	0,03	0,93	0,35
Ország	variancia	0,02	0,01	3,44	0,00

14. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: tradíció)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	1,38	0,15	113,91	9,04	0,00
nem	-0,14	0,01	50134,33	-18,22	0,00
középfok	0,19	0,01	49784,91	15,89	0,00
felsőfok	0,32	0,01	49435,05	26,91	0,00
mikrovállalkozó	0,12	0,01	50148,59	8,33	0,00
menedzser	0,02	0,01	50130,75	2,26	0,02
nagyvállalkozó	0,18	0,14	50125,89	1,35	0,18
kisvállalkozó	0,13	0,03	50131,13	4,27	0,00
kor	-0,02	0,00	50122,91	-73,14	0,00

15. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: tradíció)

Paraméter	Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.

Reziduális		0,70	0,00	158,31	0,00
Régió	variancia	0,01	0,01	0,76	0,45
Ország	variancia	0,02	0,01	3,39	0,00

16. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: biztonság)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	0,79	0,19	7,91	4,18	0,00
nem	-0,16	0,01	50118,57	-22,77	0,00
középfok	0,07	0,01	50130,43	6,29	0,00
felsőfok	0,23	0,01	50116,14	20,61	0,00
mikrovállalkozó	0,11	0,01	50130,54	8,50	0,00
menedzser	-0,02	0,01	50138,59	-3,01	0,00
nagyvállalkozó	0,38	0,13	50114,35	3,04	0,00
kisvállalkozó	0,18	0,03	50137,70	6,04	0,00
kor	-0,01	0,00	50138,11	-50,35	0,00

17. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: biztonság)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		0,60	0,00	158,29	0,00
Régió	variancia	0,05	0,05	0,94	0,35
Ország	variancia	0,03	0,01	3,43	0,00

18. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: szabálykövetés)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	2,06	0,21	1821,88	9,72	0,00
nem	-0,02	0,01	49735,62	-1,43	0,15
középfok	-0,18	0,02	49750,63	-10,84	0,00
felsőfok	-0,35	0,02	49727,58	-20,71	0,00
mikrovállalkozó	-0,12	0,02	49748,14	-5,91	0,00
menedzser	-0,01	0,01	49754,95	-0,55	0,58
nagyvállalkozó	-0,48	0,19	49733,37	-2,53	0,01
kisvállalkozó	-0,17	0,04	49749,81	-3,94	0,00
kor	-0,01	0,00	49755,77	-45,59	0,00

19. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: szabálykövetés)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		1,36	0,01	157,69	0,00
Régió	variancia	,000000[a]	0,00	.	.
Ország	variancia	0,14	0,04	3,59	0,00

20. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: megfelelő viselkedés)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	0,75	0,18	510,43	4,12	0,00
nem	-0,06	0,01	49919,44	-5,91	0,00
középfok	0,10	0,01	49278,70	6,67	0,00
felsőfok	0,20	0,01	48521,68	13,67	0,00
mikrovállalkozó	0,13	0,02	49922,59	7,44	0,00
menedzser	0,02	0,01	49907,80	2,08	0,04
nagyvállalkozó	-0,14	0,17	49912,11	-0,86	0,39
kisvállalkozó	0,07	0,04	49927,67	1,82	0,07
kor	-0,01	0,00	49873,96	-53,80	0,00

21. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: megfelelő viselkedés)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		1,03	0,01	157,97	0,00
Régió	variancia	0,00	0,01	0,50	0,61
Ország	variancia	0,03	0,01	3,44	0,00

22. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: tisztelet)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	0,33	0,21	67,41	1,61	0,11
nem	0,12	0,01	49825,10	11,35	0,00
középfok	0,14	0,02	49803,22	8,78	0,00
felsőfok	0,10	0,02	49717,25	5,96	0,00
mikrovállalkozó	0,00	0,02	49831,91	0,04	0,97
menedzser	0,00	0,01	49836,11	0,27	0,79
nagyvállalkozó	-0,24	0,18	49823,32	-1,34	0,18
kisvállalkozó	-0,13	0,04	49837,34	-3,05	0,00
kor	0,00	0,00	49836,12	-9,70	0,00

23. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: tiszelet)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		1,23	0,01	157,83	0,00
Régió	variancia	0,00	0,02	0,08	0,94
Ország	variancia	0,16	0,05	3,45	0,00

24. táblázat A többszintű elemzés eredményei (függő változó: gazdagság)

Paraméter	Becslés	Szórás	df	t	Szig.
tengelymetszet	-0,17	0,25	11,97	-0,66	0,52
nem	-0,26	0,01	49972,88	-25,15	0,00
középfok	-0,06	0,02	49987,96	-3,65	0,00
felsőfok	-0,07	0,02	49973,71	-4,21	0,00
mikrovállalkozó	0,11	0,02	49983,79	5,55	0,00
menedzser	0,08	0,01	49992,54	6,91	0,00
nagyvállalkozó	0,67	0,18	49969,33	3,62	0,00
kisvállalkozó	0,08	0,04	49991,21	1,79	0,07
kor	0,01	0,00	49991,38	48,66	0,00

25. táblázat A többszintű elemzéshez tartozó variancia komponensek (függő változó: gazdagság)

Paraméter		Becslés	Szórás	Wald Z	Szig.
Reziduális		1,29	0,01	158,06	0,00
Régió	variancia	0,07	0,08	0,90	0,37
Ország	variancia	0,08	0,02	3,44	0,00

26. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: teljesítmény)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,52	0,22		-2,36	0,02
nem	0,07	0,07	0,03	0,96	0,34
kor	0,01	0,00	0,18	5,40	0,00
középfok	0,04	0,15	0,02	0,27	0,78
felsőfok	-0,01	0,14	0,00	-0,04	0,97
HU	-0,28	0,07	-0,14	-4,25	0,00

27. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: hedonizmus)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,03	0,21		0,15	0,88
nem	0,02	0,07	0,01	0,22	0,83
kor	0,00	0,00	0,07	2,05	0,04
középfok	-0,09	0,14	-0,05	-0,67	0,50
felsőfok	-0,08	0,14	-0,05	-0,60	0,55
HU	-0,24	0,06	-0,13	-3,84	0,00

28. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: ösztönzés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,48	0,25		-1,96	0,05
nem	0,25	0,08	0,11	3,22	0,00
kor	0,01	0,00	0,17	5,14	0,00
középfok	0,03	0,16	0,01	0,18	0,85
felsőfok	-0,02	0,16	-0,01	-0,13	0,89
HU	0,45	0,07	0,21	6,21	0,00

29. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: önállóság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,35	0,17		-2,06	0,04
nem	0,08	0,05	0,05	1,52	0,13
kor	0,00	0,00	0,01	0,27	0,79
középfok	-0,39	0,11	-0,27	-3,49	0,00
felsőfok	-0,48	0,11	-0,34	-4,40	0,00
HU	0,05	0,05	0,03	0,94	0,35

30. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: univerzalizmus)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,38	0,15		2,46	0,01
nem	-0,16	0,05	-0,11	-3,34	0,00
kor	-0,01	0,00	-0,17	-5,10	0,00
középfok	-0,11	0,10	-0,08	-1,06	0,29
felsőfok	-0,14	0,10	-0,11	-1,39	0,17
HU	0,03	0,05	0,02	0,60	0,55

31. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: jóindulat)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,25	0,15		1,66	0,10
nem	-0,17	0,05	-0,12	-3,47	0,00
kor	-0,01	0,00	-0,22	-6,49	0,00
középfok	-0,07	0,10	-0,05	-0,70	0,48
felsőfok	-0,11	0,10	-0,09	-1,13	0,26
HU	-0,01	0,04	-0,01	-0,24	0,81

32. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: tradíció)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,85	0,21		4,07	0,00
nem	-0,09	0,07	-0,04	-1,32	0,19
kor	-0,02	0,00	-0,24	-7,14	0,00
középfok	0,22	0,14	0,12	1,61	0,11
felsőfok	0,31	0,14	0,17	2,28	0,02
HU	-0,21	0,06	-0,11	-3,33	0,00

33. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: biztonság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,09	0,21		-0,43	0,67
nem	-0,19	0,07	-0,09	-2,78	0,01
kor	0,00	0,00	0,00	0,05	0,96
középfok	0,01	0,14	0,01	0,10	0,92
felsőfok	0,17	0,14	0,10	1,24	0,21
HU	-0,25	0,06	-0,14	-4,06	0,00

34. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: megfelelő viselkedés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,60	0,26		2,27	0,02
nem	0,05	0,08	0,02	0,62	0,54
kor	-0,01	0	-0,19	-4,55	0
középfok	0,08	0,17	0,03	0,45	0,65
felsőfok	0,10	0,17	0,04	0,57	0,57
HU	-0,17	0,08	-0,07	-2,18	0,03

35. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: szabálykövetés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	0,22	0,31		0,69	0,49
nem	0,09	0,10	0,03	0,90	0,37
kor	0,00	0,00	-0,05	-1,44	0,15
középfok	0,35	0,21	0,12	1,66	0,10
felsőfok	0,47	0,20	0,17	2,29	0,02
HU	0,68	0,09	0,24	7,19	0,00

36. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: tisztelet)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,51	0,27		-1,89	0,06
nem	0,18	0,09	0,07	2,04	0,04
kor	0,01	0,00	0,08	2,26	0,02
középfok	0,22	0,18	0,10	1,25	0,21
felsőfok	0,20	0,17	0,09	1,16	0,25
HU	0,03	0,08	0,01	0,33	0,74

37. táblázat A magyar kisvállalkozókat és a többi ország kisvállalkozóit összehasonlító regressziós modell (függő változó: gazdagság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,75	0,29		-2,57	0,01
nem	0,18	0,09	0,06	1,92	0,06
kor	0,03	0,00	0,30	8,99	0,00
középfok	0,13	0,19	0,05	0,69	0,49
felsőfok	0,09	0,19	0,04	0,49	0,63
HU	0,36	0,09	0,14	4,13	0,00

38. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: teljesítmény)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható	t	Szig.
	B	standard hiba	Beta		
Konstans	-0,52	0,22		-2,36	0,02
nem	0,07	0,07	0,03	0,96	0,34
kor	0,01	0,00	0,18	5,40	0,00
középfok	0,04	0,15	0,02	0,27	0,78
felsőfok	-0,01	0,14	0,00	-0,04	0,97
HU	-0,28	0,07	-0,14	-4,25	0,00

39. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: hedonizmus)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	-0,29	0,13		-2,34	0,02
nem	-0,10	0,04	-0,07	-2,67	0,01
kor	0,01	0,00	0,16	6,28	0,00
középfok	-0,10	0,06	-0,07	-1,85	0,07
felsőfok	-0,14	0,06	-0,09	-2,46	0,01
vállalkozó	0,14	0,08	0,07	1,79	0,07
megye	0,23	0,09	0,09	2,47	0,01
város	0,34	0,17	0,05	2,05	0,04

40. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: ösztönzés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	-0,78	0,13		-6,02	0,00
nem	0,23	0,05	0,11	4,99	0,00
kor	0,03	0,00	0,42	19,24	0,00
középfok	0,00	0,06	0,00	-0,09	0,93
felsőfok	0,02	0,07	0,01	0,32	0,75
vállalkozó	0,19	0,08	0,06	2,38	0,02
megye	0,02	0,08	0,01	0,32	0,75
város	0,01	0,08	0,00	0,07	0,94

41. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: önállóság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	-1,00	0,10		-10,35	0,00
nem	0,13	0,03	0,09	3,97	0,00
kor	0,01	0,00	0,19	8,48	0,00
középfok	-0,13	0,04	-0,09	-2,99	0,00
felsőfok	-0,32	0,06	-0,18	-5,77	0,00
vállalkozó	-0,19	0,06	-0,08	-3,10	0,00
megye	0,23	0,06	0,11	3,98	0,00
város	0,26	0,06	0,15	4,46	0,00

42. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: univerzalizmus)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	0,04	0,08		0,45	0,65
nem	-0,13	0,03	-0,11	-4,47	0,00
kor	-0,01	0,00	-0,21	-8,88	0,00
középfok	0,02	0,04	0,02	0,50	0,62
felsőfok	-0,02	0,05	-0,01	-0,38	0,70
vállalkozó	0,15	0,05	0,09	3,02	0,00
megye	0,06	0,05	0,04	1,30	0,19
város	0,09	0,05	0,07	1,87	0,06

43. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: jóindulat)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	-0,25	0,09		-2,84	0,00
nem	-0,05	0,03	-0,04	-1,74	0,08
kor	-0,01	0,00	-0,16	-6,46	0,00
középfok	0,07	0,04	0,05	1,70	0,09
felsőfok	0,04	0,05	0,02	0,69	0,49
vállalkozó	-0,12	0,06	-0,06	-2,12	0,03
megye	0,13	0,05	0,08	2,49	0,01
város	0,13	0,05	0,09	2,44	0,01

44. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: tradíció)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	1,44	0,11		12,90	0,00
nem	-0,11	0,04	-0,06	-2,78	0,01
kor	-0,02	0,00	-0,46	-21,01	0,00
középfok	0,01	0,05	0,01	0,20	0,85
felsőfok	0,07	0,06	0,03	1,04	0,30
vállalkozó	-0,09	0,07	-0,03	-1,32	0,19
megye	-0,12	0,07	-0,05	-1,76	0,08
város	-0,23	0,07	-0,11	-3,52	0,00

45. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: biztonság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	-0,08	0,10		-0,77	0,44
nem	-0,25	0,04	-0,17	-7,01	0,00
kor	-0,01	0,00	-0,14	-6,06	0,00
középfok	0,03	0,05	0,02	0,73	0,46
felsőfok	0,28	0,06	0,16	4,75	0,00
vállalkozó	0,14	0,06	0,06	2,19	0,03
megye	-0,03	0,06	-0,02	-0,53	0,59
város	0,05	0,06	0,03	0,76	0,45

46. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: megfelelő viselkedés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	0,71	0,14		5,00	0,00
nem	0,02	0,05	0,01	0,49	0,63
kor	-0,01	0,00	-0,25	-10,47	0,00
középfok	0,07	0,06	0,04	1,16	0,25
felsőfok	0,21	0,08	0,09	2,59	0,01
vállalkozó	-0,14	0,09	-0,04	-1,55	0,12
megye	-0,27	0,08	-0,10	-3,21	0,00
város	-0,28	0,08	-0,11	-3,29	0,00

47. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: szabálykövetés)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	1,55	0,19		8,22	0,00
nem	0,07	0,07	0,02	1,00	0,32
kor	-0,01	0,00	-0,13	-5,30	0,00
középfok	0,02	0,09	0,01	0,25	0,80
felsőfok	0,12	0,11	0,04	1,09	0,27
vállalkozó	-0,09	0,12	-0,02	-0,76	0,45
megye	-0,07	0,11	-0,02	-0,65	0,52
város	-0,22	0,11	-0,07	-1,93	0,05

48. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: tisztelet)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	0,66	0,17		3,88	0,00
nem	0,05	0,06	0,02	0,84	0,40
kor	0,00	0,00	-0,05	-2,03	0,04
középfok	0,06	0,08	0,02	0,74	0,46
felsőfok	0,02	0,10	0,01	0,23	0,82
vállalkozó	-0,15	0,11	-0,04	-1,38	0,17
megye	-0,13	0,10	-0,04	-1,26	0,21
város	-0,24	0,10	-0,08	-2,31	0,02

49. táblázat A magyar kisvállalkozókat a társadalom többi tagjával összehasonlító regresszió (függő változó: gazdagság)

	Standardizálatlan együtthatók		Standardizált együttható		
	B	standard hiba	Beta	t	Szig.
Konstans	0,19	0,17		1,09	0,27
nem	0,16	0,06	0,06	2,69	0,01
kor	0,01	0,00	0,19	7,99	0,00
középfok	0,15	0,08	0,06	1,93	0,05
felsőfok	0,16	0,10	0,05	1,58	0,12
vállalkozó	0,24	0,11	0,06	2,24	0,03
megye	-0,10	0,10	-0,03	-1,02	0,31
város	-0,07	0,10	-0,03	-0,72	0,47

Jelen tanulmány a VERSENYKÉPESSÉG KUTATÁS MŰHELYTANULMÁNYSOROZAT kötetét képezi.
BCE Versenyképesség Kutató Központ
Kiadásért felelős: Chikán Attila igazgató
ISNN 1787-6915