

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Szabó Krisztofer

„Mi befolyásolja a vállalkozói hajlamot?”

**A vállalkozói szándékot befolyásoló tényezők megértése és elemzése a családi vállalkozói
háttérrel rendelkező születőben lévő vállalkozók körében**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Aranyossy Márta

Budapest
2025

Vállalkozásfejlesztés és -menedzsment Tanszék

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Szabó Krisztofer

„Mi befolyásolja a vállalkozói hajlamot?”

**A vállalkozói szándékot befolyásoló tényezők megértése és elemzése a családi vállalkozói
háttérrel rendelkező születőben lévő vállalkozók körében**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Aranyossy Márta

© Szabó Krisztofer

Tartalomjegyzék

I. KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK ÉS A TÉMA INDOKLÁSA.....	4
I.1. KUTATÁSI RÉSEK	5
I.2. KUTATÁSI KÉRDÉSEK.....	7
II. FELHASZNÁLT MÓDSZEREK	10
III. AZ ÉRTEKEZÉS TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEI	13
III.1. SZÜLETŐBEN LÉVŐ VÁLLALKOZÁSOK – BIBLIOMETRIKUS ELEMZÉS ÉS SZISZTEMATIKUS IRODALMI ÁTTEKINTÉS	13
III.2. EGYETEMI HALLGATÓBÓL VÁLLALKOZÓ – VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS MESTERSZAKOS HALLGATÓK VÁLLALKOZÓI SZÁNDÉKÁT TÁMOGATÓ ÉS GÁTLÓ TÉNYEZŐK.....	15
III.3. A CSALÁDI VÁLLALKOZÓI HÁTTÉR HATÁSA AZ EGYÉNEK VÁLLALKOZÓI SZÁNDÉKÁRA – Kvantitatív vizsgálat a magyar egyetemi hallgatók körében.....	16
III.4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÖSSZEGZÉSE	18
IV. VÁLOGATOTT HIVATKOZÁSOK JEGYZÉKE.....	22
V. A TÉMAKÖRREL KAPCSOLATOS FŐBB SAJÁT PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE	30

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása

A kutatási téma nemzetközi és hazai szakirodalomban betöltött relevanciájából kiindulva, doktori kutatásom a vállalkozói szándék és a családi vállalkozói háttér tényezőinek kapcsolatára összpontosít, a születőben lévő vállalkozók körében.

A következő fejezetekben összegzem a kutatási megközelítésemet, kutatásom célját, az ehhez megfogalmazott kutatási kérdéseket és az alkalmazott módszereket. Ezután a kutatási eredményeim kerülnek bemutatásra, kiemelve a legfontosabb téziseket. A cikk-alapú doktori disszertáció három, korábban megjelent tanulmány alapján épül fel:

- **Szabó, K., & Aranyossy, M. (2022).** Nascent entrepreneurship – A bibliometric analysis and systematic literature review. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 53(11), 29–42. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.11.03>
- **Szabó, K., Aranyossy, M., & Bárczy, D. (2022).** From University Student to Entrepreneur – Factors Influencing the Entrepreneurial Intentions of Business Development MSc Students. *Hitelintézeti Szemle – Financial and Economic Review*, 21(2), 125-151. <https://doi.org/10.33893/FER.21.2.125>
- **Szabó, K., & Aranyossy, M. (2024).** The influence of family business background on the entrepreneurial intention of individuals – A quantitative study of Hungarian university students. *Society and Economy*, 46(4), 441-461. <https://doi.org/10.1556/204.2024.00009>

Az első tanulmány egy szisztematikus irodalmi áttekintés keretében feltárja a születőben lévő vállalkozással kapcsolatos korábbi kutatásokat és szakirodalmakat, mellyel átfogó betekintést nyújt a téma különböző területeibe. A második cikk egy kvantitatív fókuszú empirikus vizsgálatot mutat be a vállalkozói szándék tényezőiről, egyetemi hallgatók körében, hogy jobban megértsük az egyes elemek általános szerepét. A harmadik cikkben a kutatás szűkebb fókusza, egy nagymintás kvantitatív elemzésen keresztül kerül bemutatásra, ahol a családi vállalkozói háttér közvetlen és moderáló hatásai kerülnek vizsgálatra a vállalkozói szándékra vonatkozóan.

A születőben lévő vállalkozások témaköre az utóbbi két évtizedben növekvő tendenciát mutat a kutatások során. A téma fókuszált kutatása a 2000-es évek elején merült fel először, amikor egyre több és több vállalkozás jelent meg a világban (Minniti & Nardone, 2007; Renko et al, 2012; Wennekers etl al., 2015). A vállalkozói folyamat vizsgálata –mely alatt az ötlet és az új vállalkozás közötti lépések tanulmányozása értendő– számos kihívással jár, hiszen az indítás

kezdete és vége nem mindig egyértelmű (Renko, 2013). Mindemellett nem könnyű azonosítani azokat a személyeket, akik ebben a szakaszban vannak, mivel a születő vállalkozás kifejezhet mindössze egy vállalkozói ötletet is, bármiféle tényszerű eredmény nélkül (Reynolds & White, 1997). A kutatási téma másik alappillért alkotó családi vállalkozások kutatása egyre szélesebb körben elterjedt és népszerű témává fejlődött az utóbbi évtizedekben (Aronoff, 1998; Benedict, 1968; Dyer, 1989), hiszen a gazdaság egyik motorjainak tekintik világszerte ezeket a vállalkozásokat (Westhead et al., 2001; Zellweger, 2017). A téma aktualitását tekintve hazai és nemzetközi viszonylatban az elmúlt évtizedben egyaránt megnövekedett a családi vállalkozásokkal foglalkozó publikációk száma (Hernández-Linares & López-Fernández, 2018; Noszkay, 2017; Suess, 2014; Wieszt & Drótos, 2018), és a kutatások eredményei többek között azt is bizonyítják, hogy a globális gazdasági vonzatokon túl, nagy társadalmi jelentőséggel is bírnak a világban ezen vállalkozások (Noszkay, 2017; Zellweger, 2017), mégsem áll rendelkezésünkre egy egységes definíció (Kása et al., 2019; Wieszt et al., 2021). Tekintettel a kutatási téma céljára és szűk kontextusára, a vállalkozói szakirodalomban már régóta vizsgálják különböző megközelítésekből a felsőoktatásban részt vevő hallgatók szándékait ott, ahol a vállalkozói karrier egy elérhető lehetőség számukra (Farkas & S. Gubik, 2020; Jáki et al., 2019; Molnár & Jáki, 2021; S. Gubik 2021; Sieger et al., 2021). Doktori disszertációm is ehhez a kutatási tendenciához kíván hozzájárulni egy célzott fókuszú felméréssel.

Korábbi kutatási eredmények szerint az üzleti- és gazdasági tanulmányok és a vállalkozói környezet növeli az egyén vállalkozói hajlamát (S. Gubik & Farkas, 2022), továbbá a vállalkozásindítási szándékot jelentősen befolyásolhatja az egyén közvetlen környezete, különösen a családtagok hozzáállása (Csákné-Filep et al., 2022; Szerb & Márkus, 2007). A családi vállalkozások, mint a vállalkozási kutatások egyik ága iránti érdeklődés az elmúlt két évtizedben dinamikusan növekvő tendenciát mutat (Aparicio et al., 2021), és a tanulmányok olyan fókuszot jeleznek, ahol a családi vállalkozások háttérét is részterületként vizsgálják (pl. Csákné-Filep et al., 2023; Zellweger, 2011). Mindez megerősíti a cikk-alapú disszertációm relevanciáját és kutatási célját.

I.1. Kutatási rések

Egy cikk-alapú doktori disszertáció esetében nem könnyű egyetlen kutatási rést (hiányosságot) meghatározni, mivel minden egyes tanulmány más-más kutatási problémával foglalkozik, és a cikkek különböző időpontokban íródnak és jelennek meg. Mindemellett a kutatási téma fókusza

a doktori program teljesítése során többször is változhat, hiszen bizonyos esetekben az, ami korábban jelentős kutatási hiányosságnak számított, néhány évvel később már megoldhatónak tekinthető. Disszertációm célja, hogy a vállalkozói szándék jelenségének vonatkozásában egy fogami keretrendszert dolgozzon ki, és betöltsön egy olyan kutatási rést, amely a családi vállalkozói háttér, a vállalkozói szándék, valamint a vállalkozói motiváció specifikus tényezői közötti kapcsolatot vizsgálja.

A téma vonatkozásában többek között megvizsgáltam a vállalkozói orientáció és a családi vállalkozások kapcsolatával foglalkozó korábbi szakirodalmi áttekintéseket és felméréseket (Benazzouz, 2019; Debellis et al., 2021; Hernández-Linares & López-Fernández, 2018; López-Fernández et al., 2016; Montiel-Campos, 2018; Suess, 2014), hogy ezzel kontextusba helyezzem a kutatási célokat. A korábbi tanulmányok rámutattak arra, hogy mindkét terület kutatása folyamatosan fejlődik, és a jövőben új megközelítésekre van szükség a köztük lévő kapcsolat mélyebb megértéséhez (Hernández-Linares & López-Fernández, 2018).

Emellett néhány tanulmány foglalkozott korábban is a családi vállalkozói háttér és az egyetemi hallgatók vállalkozásindítási szándékának viszonyával, mely felmérések azt találták, hogy az érintett hallgatók körében a család pénzügyi tőkéje korlátozó tényezőként hathat az utódok önmegvalósítására (önbecsületésére), míg a család társadalmi tőkéje pozitív hatással lehet az egyének vállalkozói szándékára (Edelman et al., 2016; Sieger & Minola, 2016; Zellweger et al., 2011). Emellett, Criaco és társai (2017) arra a következtetésre jutottak kutatásukban, hogy a családi vállalkozói háttér nem feltétlenül teszi vonzóvá az utódok számára a vállalkozóvá válást. Kiemelték azt is, hogy a családi vállalkozás teljesítménye és innovativitása jelentősen befolyásolja az utódok attitűdjét arra vonatkozóan, hogy a jövőben vállalkozóvá váljanak-e vagy sem (Criaco et al., 2017). Minderre a GUESSS¹ keretében végzett hazai vállalkozói motivációs kutatás is kitért, ahol S. Gubik és Farkas (2013) elemzése szerint a családi vállalkozás megléte a legmeghatározóbb tényező a fiatalok vállalkozói szándékának befolyásolásában. A 2011-ben végzett hazai felmérés eredményei azt mutatják, hogy a diákok többsége nem tervezi a családi vállalkozás átvételét, amit a vállalkozások mérete (elsősorban mikrovállalkozások) és a vállalkozás tevékenységi köre (mezőgazdaság, kereskedelem, építőipar) magyaráz. Lényeges megállapítás azonban, hogy a vállalkozó családokból származó fiatalok nagyobb hajlamot mutatnak a vállalkozóvá válásra, és ezért nagyobb valószínűséggel válnak maguk is vállalkozóvá egyetemi tanulmányaik befejezését követően (S. Gubik, 2014; S. Gubik & Farkas, 2013).

¹ Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey: további információ a nemzetközi felmérésről itt elérhető: <https://www.guesssurvey.org>.

A nemzetközi eredmények hasonló megállapításokat mutatnak, miszerint a családi vállalkozói háttérrel rendelkező diákok optimistábbak lehetnek a vállalkozói pálya iránti önhatékonyságukat illetően (Zellweger et al., 2011), továbbá a szülői példakép befolyásolhatja a vállalkozóvá válásra irányuló attitűdöt is (pl. Mahto et al., 2020; Mosolygó-Kiss et al., 2022; Scherer et al., 1989). Bár már készült néhány általános felmérés a családi vállalkozások vállalkozási szándékra gyakorolt hatásának mérésére, jelenleg nincs tudományos konszenzus arról, hogy a családi vállalkozói háttér miként van hatással a vállalkozói szándék egyes tényezőire (Aloulou-Algarni, 2022; Maresch et al., 2016; Zellweger et al., 2011). Mindezek alapján a vállalkozói szándékot befolyásoló tényezők közötti hatáskapcsolatok viszonya eddig kevésbé vizsgált terület, így jelen feltáró kutatás ezen kutatási résekre kíván téziseket alkotni.

I.2. Kutatási kérdések

A kutatás fő témájaként a „*Mi befolyásolja a vállalkozói hajlamot?*” feltáró kérdéskör került megfogalmazásra, mely téma megfelelő behatárolásához először a nemzetközi és hazai szakirodalom átfogó feltárását készítettem el. Ezzel a tág téma egy olyan alulkutatott területe került azonosításra, amely meghatározta dolgozatom fő kutatási kérdését: ***A családi vállalkozói háttér milyen hatással van a születőben lévő vállalkozók vállalkozói szándékának kialakulására?*** A kutatás célja túlmutat azon tényszerű megállapításon, miszerint a családi vállalkozói háttér jelensége befolyásolhatja az egyén vállalkozói motivációját, hiszen a dolgozat fő célja feltárni a családi vállalkozások által érintett születőben lévő vállalkozók vállalkozási szándékát befolyásoló egyéni tényezőket. A feltáró kutatás során a vállalkozói szándék tág témakörében végeztem mélyreható kutatást, több kutatási alkérdés és hipotézis vizsgálatával, melyeket a cikk-alapú disszertációt alkotó három tanulmány vonatkozásában ismertetek.

1. cikk: Születőben lévő vállalkozások – Bibliometrikus elemzés és szisztematikus irodalmi áttekintés

A szisztematikus szakirodalmi áttekintés fő célja volt a születőben lévő vállalkozások jelenségének elméleti feltárása, mely megalapozta a lehetséges kutatási hiányosságok és a felmerülő kutatási témák azonosítását. A téma feltárása során fontos, hogy a születőben lévő vállalkozások kutatása jelentősen hozzájárul a vállalkozói szándék mozgatórugóinak megértéséhez, mely egyaránt hatással van munkahelyteremtésre és a gazdasági növekedésre is. A 257 folyóiratcikkből álló szakirodalmi korpusz úgy lett összeállítva, hogy választ kapjunk az alábbi –kutatási szempontból releváns– kérdésekre:

- K1: *Hogyan értelmezik és definiálják a születőben lévő vállalkozói tevékenységet a nemzetközi és a hazai szakirodalomban?*

- K2: *Melyek a születőben lévő vállalkozói tevékenység különböző kutatási irányzatai, és ezek idővel hogyan fejlődtek? Milyen témák jelennek meg a szakirodalomban kritikus mozgatórugóként a jelenség vonatkozásában, és hogyan közelítik meg a kutatók a témát különböző elméleti és módszertani szempontok alapján?*

2. cikk: Egyetemi hallgatóból vállalkozó – Vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók vállalkozói szándékát támogató és gátló tényezők

A vállalkozói szándék, a vállalkozói motiváció és a vállalkozói orientáció elméletei közötti különbségek feltárása és empirikus vizsgálata segít azonosítani azokat az egyéni tényezőket, amelyek a születőben lévő vállalkozók esetében létfontosságúak a vállalkozói szándék kialakulásához. Jelen kutatás a hazai fiatalok vállalkozói hajlandóságát vizsgálja, azon egyetemistákra fókuszálva, akiknek képzése és ambíciói egyaránt a vállalkozói életút irányába mutatnak. Kutatási kérdéseink arra irányultak, hogy a diákok milyen karrierutat terveznek, mi motiválja és akadályozza őket a vállalkozásindításra, s miként teremt ösztönző közeget számukra az egyetem.

- K1: *Különböznek-e a BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók az általánosabb magyar kutatások megkérdezettjeitől az alábbi dimenziók mentén:*

(a) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút közvetlenül a diplomaszerezés után;

(b) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút hosszabb távon;

(c) észlelésük szerint mi akadályozza őket a vállalkozásindításban;

(d) milyen tudásterületeket tartanak fontosnak a vállalkozásindításhoz, és ezek megszerzésében mennyiben támogatja őket a mesterképzés;

(e) milyen más módon támogatja őket az egyetemi környezet?

- K2: *A nagyobb vállalkozókedvvel rendelkező BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók – az (a)–(e) dimenziók mentén – miben különböznek a nem vállalkozói karrierre készülő társaiktól?*

3. cikk: A családi vállalkozói háttér hatása az egyének vállalkozói szándékára – Kvantitatív vizsgálat a magyar egyetemi hallgatók körében

A kutatók jelentős figyelmet fordítanak a vállalkozásindítási szándék és motiváció tényezőinek, valamint az ötletgenerálástól az új vállalkozás megvalósításáig tartó folyamatot befolyásoló tényezőknek a vizsgálatára, azzal az céllal, hogy betekintést nyújtsanak a vállalkozói gondolkodásmód ösztönzésébe és a gazdasági fejlődés előmozdításába. Ezen kutatási perspektívához kapcsolódva, jelen kutatás a családi vállalkozói háttérnek a vállalkozói szándékra gyakorolt hatását vizsgálja olyan újszerű megközelítéssel, amely a családi háttér és más befolyásoló tényezők közötti összefüggés bonyolultságát vizsgálja. A tanulmány egyik újdonsága a családi vállalkozói háttér közvetlen és moderáló hatásának szigorú statisztikai feltárása, miközben a vállalkozói szándékot befolyásoló egyéb kulcsfontosságú tényezők kategóriáit is figyelembe veszi.

Ennek okán, a tanulmány célja, hogy a szakirodalomban szereplő tényezők egymásra gyakorolt hatását figyelembe véve értékelje a családi vállalkozói háttér hatását a vállalkozói szándékra. Mindezek alapján a következő kutatási kérdés és hipotézisek kerültek megfogalmazásra:

- K: A családi vállalkozói háttér milyen hatással van a fiatalok vállalkozói szándékának kialakulására?

- H1: A családi vállalkozói háttér szignifikánsan pozitív, közvetlen hatással van a vállalkozói szándékra.

- H2: A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van más egyéni tényezőknek a vállalkozási szándékra gyakorolt hatására.

(a) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van az egyéni tőke vállalkozói szándékra gyakorolt hatására.

(b) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van a társas tőke vállalkozói szándékra gyakorolt hatására.

(c) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van a vállalkozói motivációnak a vállalkozói szándékra gyakorolt hatására.

II. Felhasznált módszerek

Irodalmi áttekintés

A szakirodalmi áttekintés egy adott kutatási kérdéssel, területtel vagy jelenséggel kapcsolatos eddigi releváns eredmények azonosítására, értékelésére és értelmezésére szolgál (Bapuji & Crossan, 2004). Az irodalmi áttekintésnek tartalmaznia kell a vizsgálat tárgyával kapcsolatos főbb kérdéseket, vitákat és a relevanciával kapcsolatos bizonyosságot is, ami segít tisztázni a kutató kutatási kérdéseit és/vagy hipotéziseit a tématerületen belül (Jesson et al., 2011). A doktori disszertáció során a kutatás tágabb kontextusának megértéséhez és a téma leszűkítéséhez elengedhetetlen volt a szisztematikus irodalmi áttekintés elvégzése. A cikk-alapú disszertáció első tanulmánya a születőben lévő vállalkozásokról szóló szisztematikus irodalmi áttekintés, amely a második és harmadik tanulmány megalapozásához járul hozzá. Ebben feltárom, megértem és megismertetem az olvasót a vizsgált jelenség egyes tényezőivel, valamint ennek eredményeként meghatározom az empirikus kutatás fókuszát.

A szisztematikus irodalmi áttekintésnek az összes releváns szakirodalomra ki kell terjednie, ezért a minta kiválasztása, szűrése és leírása létfontosságú, hogy más kutatók végül nyomon követhessék a kutatási folyamatot és eredményt (Briner & Denyer, 2012; Denyer & Tranfield, 2009; Jesson et al., 2011). A megfelelő tudományos cikkek azonosítása érdekében a „Scopus” online adatbázist használtam az átfogó irodalmi áttekintés elkészítéséhez, mely megbízható és jól strukturált adatforrás, sokrétű keresési és szűrési lehetőségekkel. Az adatbázisban történő kereséshez és szűréshez a „nascent entrepreneur(ship)” kulcsszót használtam abból a célból, hogy a szakirodalmi korpusz csak olyan cikkeket tartalmazzon, amelyek közvetlenül kapcsolódnak a születőben lévő vállalkozások fogalmához. Ezek alapján a tanulmány a 2000 és 2020 között megjelent, a születőbe lévő vállalkozásokra összpontosító cikkek szisztematikus irodalmi áttekintését mutatja be bibliometrikus elemzés, valamint kvantitatív és kvalitatív szövegelemzési módszerek alapján. A bibliometrikus elemzés lehetővé tette az időszerelemzést, valamint a téma szempontjából legfontosabb és legrelevánsabb tudományos folyóiratok azonosítását. Ezt követően a 30 legtöbbet idézett cikk tartalomelemzése történt meg, hogy alapos áttekintést kapjunk a korpusz legbefolyásosabb részeiről. A kiválasztott cikkek kvalitatív szövegelemzése (1) az elméleti háttérre, (2) a módszertani megközelítésre, (3) az elemzésbe bevont tényezőkre és (4) a cikkekben bemutatott jövőbeli kutatási javaslatokra összpontosított. A bibliometrikus és kvalitatív eredmények strukturált elemzését követően a tanulmány címek, kulcsszavak és absztraktok kvantitatív szövegelemzése hozzásegített ahhoz, hogy egy szélesebb perspektívájú áttekintést kapjunk a teljes korpuszban leggyakrabban előforduló

témákról. Az elvégzett szisztematikus irodalmi áttekintés alapján ismertetésre került a kvalitatív és kvantitatív eredmények szintézise.

Annak okán, hogy a disszertáció második és harmadik cikke a vállalkozói szándék, motiváció és orientáció tényezőit elemzi, a szisztematikus irodalmi áttekintést követő időszak szakirodalmának és kutatási jelentéseinek célzott áttekintését is elvégeztem, hogy széleskörűen feltárjam és megértssem a téma aktuális elméleti perspektíváit és kutatási trendjeit.

Kvantitatív kutatás

A 2. cikkben a kutatási kérdések célja az volt, hogy feltárjuk a hallgatók karrierterveit; a vállalkozásindítási motivációit, és az ezeket hátráltató tényezőket; valamint azt, hogy az egyetem hogyan teremthet bátorító környezetet a vállalkozásindításhoz. A kérdések megválaszolására egy összehasonlíthatóságot biztosító kérdőíves adatgyűjtést végeztünk vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók körében. A kutatási kérdések vizsgálatához illeszkedő statisztikai mutatókat, tesztek, korrelációs együtthatókat (Pearson-féle, Spearman-féle rho és Kendall-féle tau) és hierarchikus klaszterelemzést használtunk (Plackett, 1983; Rencher & Christensen, 2012; Szüle, 2016; Szüle, 2019). Bár a csoportátlagok szignifikáns eltérését vizsgáló ANOVA-teszt intervallum- vagy arányskálán mért változókat feltételez, amennyiben a Likert-skála szimmetrikus és egyenlő távolságú, akkor feltételezhető, hogy intervallumskálaként viselkedik (Carifio – Perla 2007), így a mi elemzési céljainkra is alkalmasnak bizonyult.

A 3. cikk kutatási célja az volt, hogy megvizsgálja a családi vállalkozói háttér hatását a vállalkozói szándéokra vonatkozóan. Az elemzés 590 egyetemi hallgató körében végzett felmérésen alapul, a hét legnagyobb hazai üzleti- és közgazdaságtudományi egyetemről. A hipotézisek tesztelésére korreláció- és lineáris regresszió statisztikai elemzéseket készítettünk, továbbá a releváns változók közötti összefüggéseket Spearman-féle korrelációs elemzéssel vizsgáltuk. Azokban az esetekben, hol szignifikáns korrelációk voltak megfigyelhetők, ott a változókat regresszióanalízissel is megvizsgáltuk, hogy megfelelően tudjuk elemezni az egyéni tényezők és a családi vállalkozói háttér hatását a vállalkozói szándéokra vonatkozóan. Emellett hierarchikus regresszióanalízist (Gelman & Hill, 2006) is végeztünk azokban az esetekben, ahol a független változók minden egyes csoportját külön-külön adtuk meg annak megállapítására, hogy a független változók az összes többi tényező figyelembevétel után a vállalkozói szándék variációjának statisztikailag szignifikáns részét magyarázzák-e meg.

A két cikkben alkalmazott kvantitatív elemzési módszerek mindegyike széles körben használt és elfogadott technika a menedzsmentkutatások során (Szüle, 2016).

1. táblázat: A kutatási koncepció összefoglalása

Nr.	1. cikk	2. cikk	3. cikk
Kutatási módszer	Szisztematikus szakirodalmi áttekintés	Kvantitatív kutatás	
Elméleti háttér	- Születőben lévő vállalkozói tevékenységgel kapcsolatos elméleti és empirikus tanulmányok	- Vállalkozói szándék és magatartás modellek - Vállalkozói folyamatmodellek	- Vállalkozói szándék elmélete és tényezői - Családi vállalati háttérrel kapcsolatos elméleti és empirikus tanulmányok
Kutatási kérdések és hipotézisek	- K1: Hogyan értelmezik és definiálják a születőben lévő vállalkozói tevékenységet a nemzetközi és a hazai szakirodalomban? - K2: Melyek a születőben lévő vállalkozói tevékenység különböző kutatási irányzatai, és ezek idővel hogyan fejlődtek? (Milyen témák jelennek meg a szakirodalomban kritikus mozgatórugóként a jelenség vonatkozásában, és hogyan közelítik meg a kutatók a témát különböző elméleti és módszertani szempontok alapján?)	- K1: Különböznek-e a BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók az általánosabb magyar kutatások megkérdezettjeitől az alábbi dimenziók mentén: (a) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút közvetlenül a diplomaszerezés után; (b) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút hosszabb távon; (c) észlelésük szerint mi akadályozza őket a vállalkozásindításban; (d) milyen tudásterületeket tartanak fontosnak a vállalkozásindításhoz, és ezek megszerzésében mennyiben támogatja őket a mesterképzés; (e) milyen más módon támogatja őket az egyetemi környezet?	- K: A családi vállalkozói háttér milyen hatással van a fiatalok vállalkozói szándékának kialakulására? o H1: A családi vállalkozói háttér szignifikánsan pozitív, közvetlen hatással van a vállalkozói szándéokra. o H2: A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van más egyéni tényezőknél a vállalkozási szándéokra gyakorolt hatására. (a) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van az egyéni tőke vállalkozói szándéokra gyakorolt hatására. (b) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van a társas tőke vállalkozói szándéokra gyakorolt hatására. (c) A családi vállalkozói háttér moderáló hatással van a vállalkozói motivációnak a vállalkozói szándéokra gyakorolt hatására.

		- K2: A nagyobb vállalkozókedvvel rendelkező BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók – az (a)–(e) dimenziók mentén – miben különböznek a nem vállalkozói karrierre készülő társaiktól?	
Adatgyűjtés	Scopus adatbázis	Kérdőíves felmérés a Budapesti Corvinus Egyetem vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatóinak körében	Kérdőíves felmérés aktív egyetemi hallgatók körében (a hét hazai legnagyobb üzleti- és közgazdaságtudományi egyetemről)
Minta mérete	257 folyóirat cikk, 30 kiválasztott tanulmány	n=65	n=590
Adatelemzés	- Bibliometrikus elemzés - Szöveg- és tartalomelemzés	- Statisztikai mutatók, tesztek - Korrelációelemzés - Klaszterelemzés	- Statisztikai mutatók, tesztek - Korrelációelemzés - Regresszióanalízis

Forrás: saját szerkesztés

III. Az értekezés tudományos eredményei

III.1. Születőben lévő vállalkozások – Bibliometrikus elemzés és szisztematikus irodalmi áttekintés

A tanulmány célja, hogy összefoglalja a születőben lévő vállalkozásokkal kapcsolatos különböző kutatási irányokat, feltárva és elemezve a szakirodalomban megjelenő releváns témákat, különös tekintettel a vállalkozói szándék kulcstényezőire. E cél elérése érdekében szisztematikus szakirodalmi áttekintést végeztünk a témában, a 2000 és 2020 között megjelent tudományos folyóiratcikkekre összpontosítva. Bár tágabb kontextusban az új vállalkozások létrehozásával foglalkozó szakirodalom az ezredforduló előtt sem volt szűkös (pl. Carter et al., 1996; Mazzarol et al., 1999; Reynolds, 1997; Westhead & Wright, 1998), a „nascent entrepreneurship” kifejezés ekkor még csak szórványosan jelent meg (pl. Reynolds & White,

1992). Az eredmények alapján megállapítható, hogy leginkább a vállalkozói szándékot és a vállalkozói teljesítményt befolyásoló tényezők feltárására összpontosítottak a kutatók az utóbbi 20 évben. E két kutatási irányzatot összehasonlítva jól látszik, hogy a vállalkozói szándékkal kapcsolatos kutatások sokkal változatosabbak, mely összhangban van az eredeti várakozásainkkal, mivel a születőben lévő vállalkozói tevékenység sajátos kontextusára összpontosítottunk, különösen a vállalkozói szándék, nem pedig a tényleges vállalkozásalapítás tekintetében.

A szisztematikus szakirodalmi áttekintés alapján négy meghatározó kategóriát azonosítottunk, melyek befolyással vannak a jelenségre: az emberi tőke, a társadalmi-demográfiai jellemzők, a társas környezet és a pénzügyi tőke. Az emberi tőkét és a társas környezetet tartalmazó tényezők mind a kvalitatív, mind a kvantitatív szövegelemzési fázisban többször is kiemelkedtek, számos kulcsszó és kifejezés tükrözte ezeket a tényezőket. Ezzel szemben a társadalmi-demográfiai jellemzők és a pénzügyi tőke megjelenése kevésbé hangsúlyos, kevesebb kapcsolódó szó és szópár szerepelt a tanulmányokban ezekre vonatkozóan, mely alapján úgy tűnik, hogy a kutatók célzott nyelvezetet használtak a kutatásaik során.

Elmondható, hogy a vállalkozáskutatások során fontos, hogy időről időre számba vegyük a tudomány aktuális eredményeit. Az elvégzett szisztematikus irodalmi áttekintés, –mely objektív kvalitatív és kvantitatív módszereken alapult, és 20 évnnyi áttekintést nyújt a téma kutatási tendenciáiról– elméleti és gyakorlati szempontból is hasznos eredményeket és jövőbeli kutatási irányokat tárt fel. Az eredmények azt mutatják, hogy a téma az elmúlt évtizedekben egyre növekvő tudományos érdeklődést váltott ki, egyre több tanulmány készül a születőben lévő vállalkozókról és vállalkozásokról. A legtöbb cikk rangos folyóiratokban (különösen üzleti-vállalkozói folyóiratokban) jelentek meg, amelyek a téma szakmai jellegét és korlátait is mutatják. Fontos kiemelni, hogy nincs egyetlen, mindent átfogó modell, amely alapul szolgálna a kutatási területen, ezért megfigyelhető, hogy témaspecifikusan –sokszor szerte ágazóan– jelennek meg különböző aspektusok vagy elméleti megközelítések a témában. A saját szakirodalmi áttekintés egyik fő eredménye a témát érintő különböző tényezők rendszerezésének bemutatása, mely alapján a születőben lévő vállalkozások négy fő befolyásoló tényezője került azonosításra: emberi tőke, társas környezet, társadalmi-demográfiai jellemzők és a pénzügyi tőke.

A vállalkozói szándékot –és később a sikert– befolyásoló emberi tőke és társas környezet a kutatási érdeklődés homlokterében áll, és a legtöbbet idézett cikkek közül néhány (pl. Davidsson & Honig, 2003) a terület alapvető „klasszikusaként” szolgál. Az emberi tőkét illetően az oktatás és a tapasztalat szerepe széles körben kutatott, míg a társas környezetet

illetően a legtöbbet idézett cikkek közül sokan a családban vagy a társadalmi körben lévő más vállalkozók jelenlétének befolyásoló szerepére összpontosítanak.

A témát nagyfokú szociális érzékenység jellemzi, számos tanulmány foglalkozik az etnikai és nemi sokszínűséggel, és egyre inkább a szociális vállalkozói tevékenységgel is. Az elemzés olyan kutatási irányzatokat tárt fel, amelyek a születő vállalkozók más speciális típusait vizsgálják: a családi háttérű születőben lévő vállalkozásokra és a sorozatvállalkozásokra való összpontosítás fontos jövőbeli kutatási irányokat jelenthet.

A jövőbeli kutatási ajánlások között szerepel az adatgyűjtés és a módszertani megközelítések finomítása is. Míg a robusztus és reprezentatív eredmények hatékony elérése érdekében sok kutató továbbra is nagy adatgyűjtésekre támaszkodik, a longitudinális vizsgálatok irányába történő kutatások többet mutathatnak a születőben lévő vállalkozói folyamatról.

III.2. Egyetemi hallgatóból vállalkozó – Vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók vállalkozói szándékát támogató és gátló tényezők

Kutatásunk során egyrészt igyekeztünk hozzájárulni a hazai fiatalok vállalkozási kedvét és motivációit feltáró empiria bővítéséhez, másrészt az általános magyarországi képet azzal árnyaltuk, hogy olyan egyetemistákat vizsgáltunk, akiknek ambíciói és képzése egyaránt erősen a vállalkozói életút irányába mutat.

A hasonló hazai kutatásokkal való összehasonlíthatóságot célzó kérdőíves felmérésünk megerősítette azt a feltevést, hogy a vállalkozásfejlesztés mesterszak hallgatói az átlagosnál lényegesen nagyobb arányban terveznek vállalkozásalapítást. Bár a diplomaszertést követő első években még jellemzően nagyvállalatnál szeretnének tapasztalatokat gyűjteni, az öt éven túli terveik között már minden második diák a független – saját vagy családi – vállalkozást jelölte meg karriercélként. Ezen vállalkozó kedvű hallgatók hasonlóan keresik az izgalmas munkát és az önmegvalósítást, mint társaik, ám szignifikánsan jobban vágnak a függetlenségre és az önálló döntéshozatalra. A közeljövő vállalkozói a korlátokat is némileg másként érzélik: bátrabbak, és az idő hiányát sem látják problémának. Az autonómiára törekvés, a kockázatszlelés és az időáldozat észlelése tehát a legerősebb megkülönböztető jellemzői a vállalkozást tervező fiataloknak ezen a céltudatos hallgatókat tömörítő szakon. Ez egyben arra is utal, hogy a hagyományos, tudásátadás alapú egyetemi vállalkozás ösztönző eszközök – amelyekkel egyébként mintánk válaszadói alapvetően elégedettek – kevésnek bizonyulhatnak a hathatós motivációhoz, hiszen a hallgatók kockázathoz, illetve befektetésekhez való viszonyát kevésbé tudják átalakítani. Ebben az attitűd formálásban viszont nagyobb szerepet kaphatnának

a vállalkozói példaképek (pl. vállalkozó családtagok) és mentorok a jövőben, amennyiben hitelesen tudják képviselni a vállalkozói szemléletmódot. Abban viszont a vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók és köztük a vállalkozói ambíciókat mutatók is hasonlítanak más egyetemeken végzett társaikra, hogy a vállalkozásalapítás legjelentősebb akadályaként a tőke hiányát és a saját pénzügyi kockázat nagyságát azonosítják. Nem véletlen tehát, hogy az egyetemi környezet támogató jellegét erősítendő, elsősorban finanszírozási lehetőségek biztosítását tartanák hasznosnak. Az amerikai és nyugat-európai egyetemeken ez sem szokatlan –akár egyetemi inkubátorok, akár az alumni közösség befektetői bevonása által–, és Magyarországon sem példa nélküliek a forrást is biztosító egyetemi programok –ám a hazai felsőoktatási intézmények előtt még hosszú fejlődési út áll ezen a téren–.

Annak érdekében, hogy reprezentatívabb képet kapjunk a leginkább fogékony fiatalokról, fontos a jövőben más egyetemeken vállalkozói irányultságú szakjain tanuló diákok vállalkozói motivációit és észlelését is felmérni.

III.3. A családi vállalkozói háttér hatása az egyének vállalkozói szándékára – Kvantitatív vizsgálat a magyar egyetemi hallgatók körében

Jelen tanulmány célja az volt, hogy a családi vállalkozói háttérnek a vállalkozói szándékra gyakorolt hatását vizsgálja olyan újszerű megközelítéssel, amely a családi háttér és más befolyásoló tényezők közötti összefüggés bonyolultságát vizsgálja. A vizsgálattal további célunk volt, hogy a vállalkozói szándékkal és a családi vállalkozásokkal kapcsolatos meglévő nemzetközi szakirodalomhoz való hozzájárulás, megerősítve a családi vállalkozói háttér befolyásoló szerepének eredményeit.

Korábbi tanulmányok szerint a vállalkozási szándékot pozitívan befolyásoló egyik tényező a családi vállalati háttér (pl. Ayalew & Zeleke, 2018; Georgescu & Herman, 2020; S. Gubik & Farkas, 2016). A Magyarországon végzett GUESSS 2011-es tanulmány szerint a vállalkozó családokból származó diákok többsége nem tervezi a családi vállalkozás átvételét, ugyanakkor nagyobb hajlandóságot mutattak arra, hogy egyetemi tanulmányaik után maguk is vállalkozóvá váljanak (S. Gubik, 2014; Szerb & Lukovszki, 2013). Más nemzetközi tanulmányok hasonló eredményeket mutatnak, miszerint a családi vállalkozói háttér pozitívan befolyásolhatja a hallgatók vállalkozói szándékát (Fadillah & Thamrin, 2019; Georgescu & Herman, 2020; Saraswati et al., 2022). Ebből adódóan a családi vállalkozói háttérnek a vállalkozói szándékra gyakorolt hatása különböző tényezőkön keresztül valósulhat meg, például a családi vállalkozói háttérrel rendelkező diákok viszonylag optimistábbak lehetnek a vállalkozói karrierre

vonatkozó önhatékonyságukat illetően (Zellweger et al., 2011). Más tanulmányok eredményei azt sugallják, hogy a vállalkozó szülők, mint példaképek befolyásolhatják a hallgatók vállalkozói pálya választásának vonzerejét (pl. Mahto et al., 2020; Mosolygó-Kiss et al., 2022; Scherer et al., 1989). Mindezek ellenére nincs tudományos konszenzus arról, hogy a családi vállalati háttér hogyan függ össze a vállalkozói szándékot befolyásoló tényezőkkel (Aloulou & Algarni, 2022; Maresch et al., 2016; Zellweger et al., 2011), mivel e tényezők közötti összefüggéseket viszonylag kevésbé tárták fel mindeddig a kutatások során.

A vállalkozási szándékkal kapcsolatos kutatások (pl. Szerb & Lukovszki, 2013; Tan et al., 2021) megközelítéséhez hasonlóan a magyarországi egyetemek üzleti- és közgazdaságtudományi hallgatóinak körében vizsgáltuk a vállalkozói szándéokra ható tényezőket. Mindezzel a nemzetközi szakirodalomhoz közép-kelet-európai empirikus eredményekkel járultunk hozzá, ráadásul nem az általános kutatási megközelítést választottuk, hanem szűkített fókusszal, a családi vállalkozói háttér mély feltárásával készítettük a kvantitatív elemzést. Az eredmények azt bizonyítják, hogy a családi vállalati háttér önmagában is a vállalkozói szándék befolyásoló tényezőjének tekinthető, mely ismeretek tisztább képet adnak az egyének vállalkozásindítási szándékának előrejelzéséhez. Emellett az eredmények megerősítik azt a nézetet, hogy a családi vállalkozói háttér pozitív hatással van a vállalkozói szándéokra, és a legnagyobb valószínűséggel az egyéni tőkén keresztül fejt ki a hatását (a vállalkozói tudás, készségek és tapasztalat formájában).

Az eredmények alapján, azon üzleti- és közgazdaságtudományi egyetemek, amelyeknek célja a hallgatók felkészítése a vállalkozói pályára (Stoica et al., 2020), a hallgatók családi vállalkozói háttérének figyelembevételével (Feola et al., 2021; Hernández-Linares & López-Fernandez, 2018) személyre szabott formában motiválhatják és támogathatják a hallgatók vállalkozói terveiket. Az ilyen hallgatók a tapasztalataikat más hallgatók javára is hasznosíthatják az egyetemi környezetben. Eredményeink arra utalnak, hogy a családi vállalkozói háttér erősítő hatással lehet a vállalkozói szándékot befolyásoló tényezőkre, mely alapján úgy véljük, hogy a diákok vállalkozói motivációját ápolni és támogatni kell az oktatás során, különösen ott, ahol nagy a családi vállalkozói háttérrel rendelkező diákok aránya. Georgescu és Herman (2020) javaslatával kapcsolatban úgy véljük, hogy a formális és informális vállalkozói oktatásnak ki kell egészítenie egymást annak érdekében, hogy növelje az egyetemi hallgatók vállalkozói szándékát. Javasoljuk a hallgatók családi vállalkozásokkal és vállalkozói motivációval kapcsolatos érdeklődését és ismereteit elősegítő kurzusok bevezetését, hogy tisztában legyenek önhatékonyságukkal és azokkal az egyéni tényezőkkel, amelyek

segíthetik őket saját vállalkozásuk elindításában, a meglévő családi vállalkozások fenntartásában és fejlesztésében, vagy egy teljesen új karrierút megtalálásában.

III.4. Kutatási eredmények összefoglalása

A születőben lévő vállalkozói tevékenység és a vállalkozói szándék olyan sajátos jellemzőkkel rendelkezik, amelyek miatt különösen érdekesek a kutatók számára, és egyre többen ismerik fel, hogy érdemes mélyreható vizsgálatokat végezni ezen témákban. Doktori disszertációmban a családi vállalati háttér hatását vizsgáltam a vállalkozói szándéokra. A szisztematikus szakirodalmi áttekintés rávilágított a születőben lévő vállalkozások főbb aspektusaira és az azt leginkább befolyásoló tényezőkre. Ezt követően a második cikkben ismertetésre került a vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók vállalkozói motivációinak és szándékainak elemzése, feltárva a vállalkozói szándékaikat befolyásoló tényezőket. A harmadik tanulmány a családi vállalkozói háttérrel rendelkező egyének jellemzőinek szűkebb kontextusát tárta fel, megvizsgálva a vállalkozói szándék kialakulását befolyásoló közvetlen és moderáló tényezők mindegyikét.

2. táblázat: A legfőbb kutatási eredmények összefoglalása

Nr.	Főbb eredmények
1. cikk	<ul style="list-style-type: none"> - A nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása alapján a születendő vállalkozói tevékenység meghatározása és a vállalkozói szándékkal kapcsolatos kutatások sokszínűségének azonosítása. - A születendő vállalkozói szándékot befolyásoló tényezők azonosítása négy kategóriába csoportosítva: emberi tőke; társadalmi-demográfiai jellemzők; társas környezet; és a pénzügyi tőke.
2. cikk	<ul style="list-style-type: none"> - A hasonló hazai kutatásokkal való összehasonlíthatóságot célzó kérdőíves felmérés megerősítette azt a feltevést, hogy a vállalkozásfejlesztés mesterszak hallgatói az átlagosnál lényegesen nagyobb arányban terveznek vállalkozásalapítást. - A vállalkozókedvű hallgatók hasonlóan keresik az izgalmas munkát és önmegvalósítást (mint a vállalkozni nem szándékozó társaik), ám szignifikánsan jobban vágnak a függetlenségre és az önálló döntéshozatalra. - Az attitűd formálásban nagy szerepet nyújthatnak a vállalkozói minták (pl. családi vállalati háttér) és mentorok, amennyiben hitelesen tudják képviselni a vállalkozói szemléletmódot. - A hallgatók úgy vélik, hogy az egyetemi környezet elősegítő jellegét leginkább a finanszírozási lehetőségek biztosításával lehetne fokozni.

3. cikk	<ul style="list-style-type: none"> - Az eredmények megerősítik azt a nézetet, hogy a családi vállalkozói háttér pozitív hatással van a vállalkozói szándéokra, és a legnagyobb valószínűséggel az egyéni tőkén keresztül fejt ki a hatását (a vállalkozói tudás, készségek és tapasztalat formájában). - A családi vállalkozói háttérnek önálló pozitív hatása is lehet a vállalkozói szándéokra (részben függetlenül az emberi- és társas tőkéktől és az egyéni belső motivációtól). - A családi vállalkozói háttér moderáló hatása a vállalkozói tudás formájában megjelenő emberi tőkére jelentősnek és pozitívnak tekinthető, ami arra utal, hogy e két tényező kölcsönösen erősítik egymást. - A társas tőke és a családi vállalkozói háttér közötti kapcsolat többirányú és semleges is lehet.
----------------	--

Forrás: saját szerkesztés

Vállalkozói szándék – fogalmi keretrendszer

A fejezet célja összefoglalni az átfogó kutatási témához kapcsolódó alapfogalmakat és modelleket, melyek köre és értelmezésük széles skálán mozog. A fejezet végén bemutatásra kerül egy fogalmi keretrendszer, amelyet a saját szemszögemből, a szakirodalmi áttekintés és az empirikus kutatások alapján helyeztem kontextusba. Az én perspektívámból nézve a keretrendszer logikusan összekapcsolja az egyéni tényezőket, a vállalkozói szándékot és a születendő vállalkozókat a téma elméleti áttekintése, a korábbi kutatási eredmények és az empirikus kutatás következtetései alapján.

Mivel kutatásom célja a családi vállalkozói háttérnek a vállalkozói szándék kialakulására gyakorolt hatásának vizsgálata volt, a külső környezeti tényezők hatásának elemzése nem került a kutatás vizsgálati tárgyába. Ezek alapján az alábbi keretrendszer leírja és kategorizálja a vállalkozói szándékot befolyásoló, a kutatás során azonosított egyéni tényezőket.

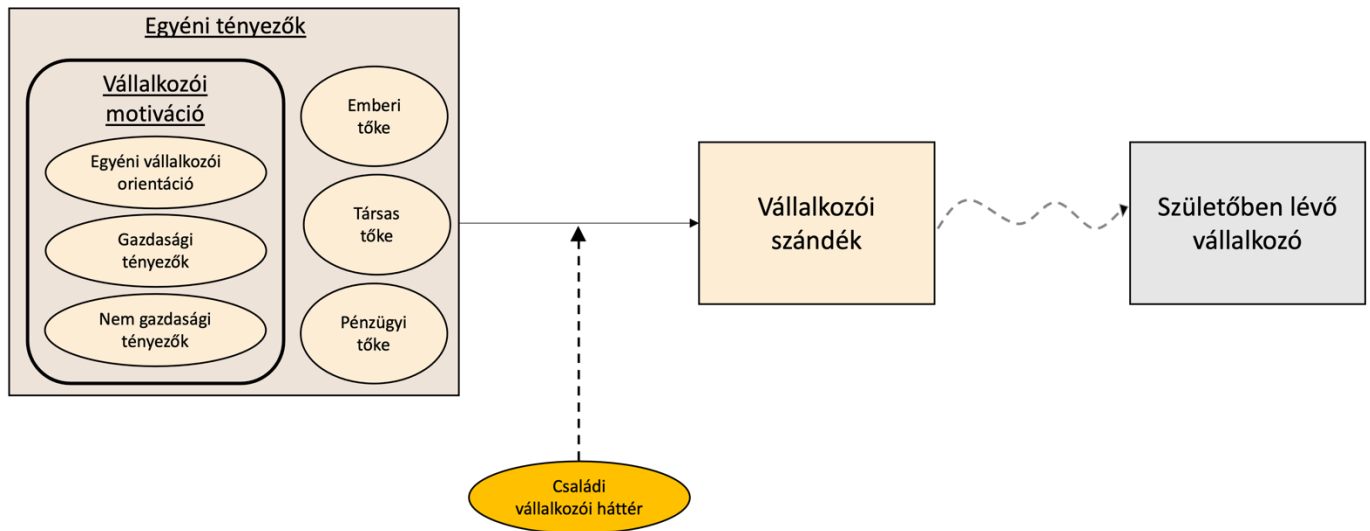
Az 1. ábra Ajzen (1985), Bandura (1977), valamint Shapero és Sokol (1982) modelljeinek logikáján alapul. Ezek a modellek egyik központi gondolataként a szándék és a cselekvés szintjét határozták meg, ami jelen esetben „születőben lévő vállalkozóként” (mint cselekvés-viselkedés) és „vállalkozói szándékként” (mint szándék) értelmezhető. Ezek a modellek bemutatták, hogy a szándéknak (vagy szűkebb értelemben a vállalkozói szándéknak) különböző mögöttes egyéni befolyásoló tényezői vannak, amelyek ebben az esetben „*egyéni tényezők*” formájában szerepelnek. Emellett a szándék megvalósulásához objektív tényezőkre van szükség (pl. a lehetőségek forrása), amit Ajzen (2006) modelljében tényleges viselkedéskontrollnak nevez. A kutatási célhoz kapcsolódva a bemutatott keretrendszer közvetlenül az „*egyéni tényezők*” és a „*vállalkozói szándék*” közötti kapcsolatra összpontosít. Az alábbi ábra a „*vállalkozói motivációt*” az „*egyéni tényezők*”-ön belüli három részhalmoz összefoglaló egységeként mutatja be. A szakirodalmat figyelembe véve megállapítható, hogy a

vállalkozói motiváció összetett jelenség, melynek tényezői között átfedések vannak. A meghatározások az innovativitást, a proaktivitást és a kockázatvállalást a vállalkozói motiváció központi elemeiként azonosítják (amelyeket az „*egyéni vállalkozói orientáció*” összetevőiként is meghatároznak) (Bolton & Lane, 2012). A szakirodalom alapján Koltai és Szalka (2013) a vállalkozói motivációt a következők szerint kategorizálja: „*gazdasági tényezők*” (anyagi függetlenség, hozzájárulás a közösség jólétéhez, egy üzleti lehetőség kiaknázása) és „*nem gazdasági tényezők*” (munka és család összeegyeztetése, családi hagyomány, példakép követése, társadalmi elismerés, fejlődés, kihívások keresése, bizonyítási vágy, függetlenség utáni vágy, saját főnököm legyenek). Jelen értelmezésben ez a fenti három elem foglalja össze a „*vállalkozói motiváció*” egészét, amely olyan tényezőkkel együtt, mint a „*humán tőke*” (személyes készségek, képességek, tudás, munkahelyi és egyéb tapasztalatok, iskolai végzettség), a „*társadalmi tőke*” (másokkal való kapcsolat, társadalmi környezet) és a „*pénzügyi tőke*” (pénzügyi biztonság, magasabb jövedelem utáni vágy, személyes vagy családi vagyon), alkotják az „*egyéni tényezők*” csoportját. Kutatásom központi témájaként a „*családi vállalkozói háttér*” kapcsolatát azonosítottam és vizsgáltam, mint a vállalkozói szándékot befolyásoló tényezőt. A kvantitatív kutatás eredményei bebizonyították, hogy az utódok motivációs tényezői, a vállalkozói szándék kialakulása és a családi vállalkozás megléte között szignifikáns összefüggés van.

Az ábrán a folytonos nyíl jelöli az elméleti áttekintés és az empirikus kutatás következtében feltárt kapcsolatokat (mely tényezők hatnak egymásra közvetlenül vagy közvetve). A szaggatott nyíl a kutatási célhoz és kérdéshez kapcsolódik, melynek során a családi vállalkozói háttér, mint befolyásoló tényező hatását vizsgáltam az egyéni tényezők elemeire, valamint a vállalkozói szándéokra. A hullámos szaggatott vonallal jelzett összefüggés a szisztematikus szakirodalmi áttekintés során azonosított kapcsolatot mutatja („*születőben lévő vállalkozó*”), azonban ez nem képezte a jelen kvantitatív kutatás vizsgálati tárgyát. Ennek további vizsgálata a jövőbeli kutatások során kerül feltárássra.

A javasolt fogalmi keretrendszer alapján az „*egyéni tényezők*” mind összességében, mind külön hatással vannak a vállalkozói szándék kialakulására. Amint az empirikus elemzések kimutatták, a családi vállalkozói háttér közvetve az egyéni tényezőkön keresztül és közvetlenül is hatással lehet az egyén vállalkozói szándékára, de a mélyreható hatásvizsgálatokhoz további kutatásokra van szükség. A vállalkozói szándék további vizsgálata során fontos figyelembe venni a keretrendszerben felsorolt egyéni tényezőket és azok moderáló hatását is, ami végső soron a születőben lévő vállalkozó szándékának kialakulásához vezet.

1.ábra: A vállalkozói szándék fogalmi keretrendszerének összegzése



Forrás: saját szerkesztés az empirikus kutatás és Ajzen (1985, 2006); Bandura (1977); Bolton & Lane (2012); Capelleras et al. (2019); Davidsson & Honig (2003); Karabulut (2016); Koe (2016); Koltai & Szalka (2013); Lee & Jones (2015); Martins & Perez (2020); Muller (2006); Parker (2011); Pearson & Carr (2011); Shapero & Sokol (1982); Shaver & Scott (1991); Taatila & Down (2012); Vinogradova et al. (2023); Westhead et al. (2005)

Összegzésként fontos kiemelni, hogy bár a keretrendszer összefoglalja az elméleti szakirodalomból azonosított tényezőket, és azokat egy külön kontextusban mutatja be a feltáró kutatásom alapján, azonban minden egyes kutatás más és más, ezért a kutatóknak fokozott alaposággal kell kezelniük az általam bemutatott fogalmi keretrendszer használatát. Mindemellett jelen fogalmi keretrendszer alapot nyújt a témával kapcsolatos jövőbeli kvantitatív és kvalitatív kutatásokhoz.

A disszertációm kutatásának egyik gyakorlati aspektusa, hogy a fiatalok választ kaphatnak arra a kérdésre, hogy mely területeket kell erősíteni, ha valaki nem érzi magát még késznek arra, hogy vállalkozó legyen. Mindazonáltal lényeges figyelembe venni, hogy a családi vállalkozás és a vállalkozói szándék hosszú távú jelenség, ezért pontos képet arról, hogy hosszú távon a családi vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok saját vállalkozást építenek-e, átveszik-e a családi vállalkozást, vagy más pályát választanak, csak mélyreható vizsgálatok (pl. longitudinális felmérések) révén lehet kapni.

IV. Válogatott hivatkozások jegyzéke

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: Kuhi, J., & Beckmann, J. (eds.): *Action Control: From cognition to behavior*. 11-39. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire*. https://www.researchgate.net/publication/235913732_Constructing_a_Theory_of_Planned_Behavior_Questionnaire.
- Aloulou, W. J., & Algarni, E. A. (2022). Determinants of social entrepreneurial intention: empirical evidence from the Saudi context. *Social Enterprise Journal*, 18(4), 605-625. <https://doi.org/10.1108/SEJ-11-2021-0086>
- Aparicio, G., Ramos, E., Casillas, J. C., & Iturralde, T. (2021). Family Business Research in the Last Decade. A Bibliometric Review. *European Journal of Family Business*, 11(1). 33-44. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v11i1.12503>
- Aronoff, C. E. (1998). Megatrends in family business. *Family Business Review*, 11(3). 181–186. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00181.x>
- Ayalew, M.M., & Zeleke, S.A. (2018). Modeling the Impact of Entrepreneurial Attitude on Self-Employment Intention among Engineering Students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(10), 8–35. <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0088-1>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs <https://doi.org/10.1177/105960117700200317>
- Bapuji, H., & Crossan, M. (2004). From Questions to Answers: Reviewing Organizational Learning Research. *Management Learning*, 35(4), 397–417. <https://doi.org/10.1177/1350507604048270>
- Benazzouz, N. M. (2019). Entrepreneurial orientation and Innovation Intensity: A synthetic literature review. *International Entrepreneurship Review* (previously published as *International Entrepreneurship|Przedsiębiorczość Międzynarodowa*), 5(2), 23-36. <https://doi.org/10.15678/IER.2019.0502.02>
- Benedict, B. (1968). Family Firms and Economic Development. *Southwestern Journal of Anthropology*, 24(1), 1–19. <https://doi.org/10.1086/soutjanth.24.1.3629299>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2-3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>

- Briner, R. B., & Denyer, D. (2012). Systematic Review and Evidence Synthesis as a Practice and Scholarship Tool. In: Denise M. R. (ed.), *The Oxford Handbook of Evidence-Based Management*. (pp. 112-129), Oxford Library of Psychology. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199763986.013.0007>
- Capelleras, J. L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs' Human Capital and Growth Aspirations: The Moderating Role of Regional Entrepreneurial Culture. *Small Business Economics*, 52(1), 3–25. <http://doi.org/10.1007/s11187-017-9985-0>.
- Carifio, J., & Perla, R. (2007). Ten Common Misunderstandings, Misconceptions, Persistent Myths and Urban Legends about Likert Scales and Likert Response Formats and their Antidotes. *Journal of Social Sciences*, 3(3), 106–116. <https://doi.org/10.3844/jssp.2007.106.116>
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring Start-Up Event Sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166. [http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00129-8](http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(95)00129-8)
- Csákné-Filep, J., Gosztonyi, M., Radácsi, L., Szennay, Á., & Timár, G. (2022). *Vállalkozási Környezet és Attitűdök Magyarországon, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Nemzeti Jelentés Magyarország 2021-2022*. BGE, Budapest. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-24-9>
- Csákné-Filep, J., Radácsi, L., Szennay, Á., & Timár, G. (2023). *Taking Initiative and Earning a Living: Entrepreneurial Motivations and Opportunity Perception in Hungary*. Global Entrepreneurship Monitor National Report – Hungary. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-65-2>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting High-Impact Entrepreneurial Orientation Research: Some Suggested Guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3-18. DOI: 10.1177/1042258718773181
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., & Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a “double-edged sword” for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49, 841–864. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9854-x>
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)

- Debellis, F., Rondi, E., Plakoyiannaki, E., & Massis, A. (2021). Riding the waves of family firm internationalization: A systematic literature review, integrative framework, and research agenda. *Journal of World Business*, 56(1), 101144. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101144>.
- Denyer, D., & Tranfield, D. (2009). Producing a systematic review. In: D. A. Buchanan, & A. Bryman (Eds.), *The Sage handbook of organizational research methods*. (pp. 671–689). Sage Publications Ltd. ISBN 978-1-4462-0064-3
- Dyer, W. J. (1989). Integrating Professional Management into a Family Owned Business. *Family Business Review*, 2(3), 221–236. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1989.00221.x>
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities, *Journal of Business Venturing*. 31(4), 428-448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>.
- Fadillah, M. N., & Thamrin, T. (2019). The influence of entrepreneurial motivation and family environment to the public university student's toward entrepreneurial intention. *Jurnal Ecogen*, 2(1), 78-83. <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v2i1.6136>
- Farkas, S., & S. Gubik, A. (2020). Vállalkozói elképzelések és aktivitás a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatói körében–Az elmúlt tíz év változásai. *Multidiszciplináris Kihívások Sokszerű Válaszok*, 1, 28-44. <https://doi.org/10.33565/MKSV.2020.01.03>
- Feola, R., Parente, R., & Cucino, V. (2021). The Entrepreneurial University: How to Develop the Entrepreneurial Orientation of Academia. *Journal of the Knowledge Economy*, 12, 1787–1808. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00675-9>.
- Gelman, A., & Hill, J. (2006). *Data analysis using regression and multilevel/hierarchical models*. Cambridge University Press.
- Georgescu M. A., & Herman E. (2020). The Impact of the Family Background on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 12(11), 4775. <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Hernández-Linares, R., & López-Fernández, M. C. (2018). Entrepreneurial Orientation and the Family Firm: Mapping the Field and Tracing a Path for Future Research. *Family Business Review*, 31(3), 318–351. <https://doi.org/10.1177/0894486518781940>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship*. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin. ISBN 10:1260043738
- Jáki, E., Molnár, E. M., & Kádár, B. (2019). Characteristics and challenges of the Hungarian startup ecosystem. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 50(5), 2-12. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.05.01>

- Jesson, J., Matheson, L., & Lacey, F.M. (2011). *Doing your literature review: Traditional and systematic techniques*. London: Sage. ISBN 1446242390
- Karabulut, T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kállay, L., & Szabó, K. (2023). A családi gazdasági társaságok azonosítása és teljesítménymutatóinak összehasonlító elemzése Magyarországon. *Közgazdasági Szemle – Economic Review*, 70(10), 1108-1130. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.10.1108>
- Kása, R., Radácsi, L., & Csákné-Filep, J. (2019). Családi vállalkozások definíciós operacionalizálása és hazai arányuk becslése a kkv-szektoron belül. *Statistikai Szemle*, 97(2), 146–174. <https://doi.org/10.20311/stat2019.2.hu0146>
- Koltai, J. P., & Szalka, É. (2013). A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon (Research of entrepreneurial intentions of the Hungarian female students). *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 44(7-8), 71-79. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.07>
- Lee, R., & Jones, O. (2015). Entrepreneurial Social Capital Research: Resolving the Structure and Agency Dualism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 21(3), 338–363. DOI: 10.1108/IJEBR-02-2014-0025
- López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, M. A., & Pérez-Pérez, M. (2016). Entrepreneurship and Family Firm Research: A Bibliometric Analysis of An Emerging Field. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 622-639. DOI: 10.1111/jsbm.12161
- Mahto, R. V., Vora, G., McDowell, W. C., & Khanin, D. (2020). Family member commitment, the opportunity costs of staying, and turnover intentions. *Journal of Business Research*, 108(C), 9-19 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.013>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intention of Students in Science and Engineering Versus Business Studies University Programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104 (March), 172–179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Martins, I., & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 771–791. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2019-0505>

- Marques, C. S., Ferreira, J. J., & Ferreira, F.A. (2013). Entrepreneurial orientation and motivation to start up a business: evidence from the health service industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 77–94. DOI:10.1007/s11365-012-0243-2
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups: A comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63. <https://doi.org/10.1108/13552559910274499>
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223-238. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9017-y>
- Molnár, E. M., & Jáki, E. (2021). What qualities do government-owned venture capital investors seek in a new venture? A comparison of investment criteria across pre-seed, seed, and expansion stage startups. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 51(11), 64–76. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.11.06>.
- Montiel-Campos, H. (2018). Entrepreneurial orientation and market orientation: Systematic literature review and future research. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(2), 292-322. <https://doi.org/10.1108/JRME-09-2017-0040>
- Mosolygó-Kiss, Á., Heidrich, B., & Chandler, N. (2022). Apám nehéz álmodni? A társas-érzelmi vagyoni prioritásainak változása a generációváltó családi vállalkozásokban. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 53(8–9), 115-129. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.08-09.09>
- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs?. *Small Business Economics*, 27(1), 41-58. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-6951-7>
- Noszkay, E. (2017). Tapasztalatok a családi vállalkozások átörökítésének dilemmái kapcsán. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 48(6–7), 64–72. <https://doi.org/10.14267/veztud.2017.06.08>.
- Noszkay, E. (2017). Tapasztalatok a családi vállalkozások átörökítésének dilemmái kapcsán. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 48(6–7), 64–72. <https://doi.org/10.14267/veztud.2017.06.08>.
- Pearson, A. W., & Carr, J. C. (2011). The central role of trust in family firm social capital. In: R. L. Sorenson (Ed.): *Family business and social capital*. (pp. 32–44). Cheltenham, UK: Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781849807388.0002>

- Plackett, R. L. (1983). Karl Pearson and the chi-squared test. *International Statistical Review*, 51(1), 59-72. <https://doi.org/10.2307/1402731>
- Rencher, A. C., & Christensen, W. F. (2012). *Methods of Multivariate Analysis. (3rd Edition)*. Wiley, John Wiley & Sons, Inc. DOI:10.1002/9781118391686
- Renko, M. (2013). Early Challenges of Nascent Social Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1045-1069. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00522.x>
- Renko, M., Kroeck, K.G., & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(3), 667–684. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9354-3>
- Reynolds, P. D. (1997). Who Starts New Firms? – Preliminary Explorations of Firms-In-Gestation. *Small Business Economics*, 9(5), 449-462. <https://doi.org/10.1023/A:1007935726528>
- Reynolds, P. D., & White, S. (1992). Finding the Nascent Entrepreneur: Network Sampling and Entrepreneurship Gestation. In: Churchill, N., et al. (Eds.), *Frontiers in Entrepreneurship Research*, Wellesley: Babson College.
- Reynolds, P. D., & White, S. (1997). *The Entrepreneurial Process*. Westport, CT: Quorum Books.
- S. Gubik, A. (2014). Hungarian Students' Career Aspirations. *Marketing & Management of Innovations*, 2014(2), 196–207. https://www.academia.edu/8380253/Hungarian_Students_Carrier_Aspirations
- S. Gubik, A. (2021). Entrepreneurial Career: Factors Influencing the Decision of Hungarian Students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(3), 43–58. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090303>
- S. Gubik, A., & Farkas, Sz. (2013). Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 44(7–8), 5–17. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.01>
- S. Gubik, A., & Farkas, Sz. (2016). A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 47(3), 46-55. DOI 10.14267/VEZTUD.2016.03.05
- S. Gubik, A., & Farkas, S. (2022): *Entrepreneurship intentions and activity of students in Hungary*. Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey National Report. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2021/GUESSS_Report_2021_Hungary.pdf

- Saraswati, T. T., Sudarmiatin, & Hermawan, A. (2022). Entrepreneurship motivation behind entrepreneurship intention with a family business background. *Literacy: International Scientific Journals of Social, Education, Humanities*, 1(3), 35-47. <https://doi.org/10.56910/literacy.v1i3.286>.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-72. <https://doi.org/10.1177/104225878901300306>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent, C.A. et al. (Eds.): *Encyclopedia of entrepreneurship*. (pp. 72–90). Englewood Cliffs: Prentice-Hall. <https://ssrn.com/abstract=1497759>
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: the Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23–45. <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Sieger, P., & Minola, T. (2016). The Family's Financial Support as a Poisoned Gift: A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 55(S1), 179-204. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12273>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U. Global GUESSS Report, 3. https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2021_Global_Report.pdf
- Stoica, O., Roman, A., & Rusu, V. D. (2020). The Nexus Between Entrepreneurship and Economic Growth: A Comparative Analysis on Groups of Countries. *Sustainability*, 12(1186), 1–19. <http://doi.org/10.3390/su12031186>.
- Suess, J. (2014). Family governance – Literature review and the development of a conceptual model. *Journal of Family Business Strategy*, 5(2), 138-155. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.02.001>
- Szerb, L., & Lukovszki, L. (2013). Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 44(7-8), 30-40. DOI: 10.14267/VEZTUD.2013.07.03
- Szerb, L., & Márkus, G. (2007). A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. Nemzetközi összehasonlító elemzés, 2006. *Közgazdasági Szemle – Economic Review*, 54(3), 248-273. <http://www.kszemle.hu/tartalom/cikk.php?id=902>

- Szüle, B. (2016). *Introduction to data analysis*. Budapest: Corvinus University of Budapest, Faculty of Economics. <https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2317/>
- Szüle, B. (2019). Klaszterszám-meghatározási módszerek összehasonlítása. *Statistikai Szemle*, 97(5), 421-438. <https://doi.org/10.20311/stat2019.5.hu0421>
- Taatila, V., & Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8-9), 744–760. DOI: 10.1108/00400911211274864
- Vinogradova, N., Novac, A., Jáki, E., & Aranyossy, M. (2023). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions and competencies of students in Moldova. *Society and Economy*, 45(1), 33-52. <https://doi.org/10.1556/204.2022.00026>
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1994-8>
- Westhead, P., & Wright, M. (1998). Novice, portfolio, and serial founders: are they different?. *Journal of Business Venturing*, 13(3), 173-204. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)90002-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)90002-1)
- Westhead, P., Cowling, M., & Howorth, C. (2001). The Development of Family Companies: Management and Ownership Imperatives. *Family Business Review*, 14(4), 369-385. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2001.00369.x>
- Westhead, P., Ucsabaran, D., Wright, M., & Binks, M., (2005). Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behaviour and Contributions. *Small Business Economics*, 25(2), 109–132. <https://doi.org/10.1007/s11187-003-6461-9>
- Wiesz, A., & Drótos, Gy. (2018). Családi vállalkozások Magyarországon. In: *Társadalmi Ríport 2018*. (pp. 233-247), Társadalomkutatási Intézet Zrt: TÁRKI, Budapest. <http://real.mtak.hu/id/eprint/180452>
- Wiesz, A., Martos, T., Sallay, V., Varga, Sz., & Vékás, P. (2021). *Családi vállalatok utódlása Magyarországon. Project Report*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/7092/1/ResearchReport_hu.pdf
- Zellweger, T. (2017). *Managing the Family Business – Theory and Practice*. Edward Elgar, Cheltenham. ISBN 1783470704
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I Stay or Should I Go? Career Choice Intentions of Students With Family Business Background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521-536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>

V. A témakörrel kapcsolatos főbb saját publikációk jegyzéke

Folyóiratcikkek:

- Szabó, K., & Aranyossy, M.** (2024). The influence of family business background on the entrepreneurial intention of individuals – A quantitative study of Hungarian university students. *Society and Economy*, 46(4), 441-461. <https://doi.org/10.1556/204.2024.00009>
- Szabó, K., Aranyossy, M., & Bárczy, D.** (2022). From University Student to Entrepreneur – Factors Influencing the Entrepreneurial Intentions of Business Development MSc Students. *Hitelintézeti Szemle – Financial and Economic Review*, 21(2), 125-151. <https://doi.org/10.33893/FER.21.2.125>
- Szabó, K., & Aranyossy, M.** (2022). Nascent entrepreneurship – A bibliometric analysis and systematic literature review. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, 53(11), 29–42. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.11.03>
- Kállay, L., & **Szabó, K.** (2023). A családi gazdasági társaságok azonosítása és fő teljesítménymutatóinak összehasonlító elemzése Magyarországon. *Közgazdasági Szemle – Economic Review*, 70(10), 1108-1130. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2023.10.1108>

Konferenciakötetek:

- Szabó, K.** (2022). Entrepreneurial Orientation and Family Business: Bibliometric Analysis. In: Dankó et al. (eds.): *Embracing change and transformation: Conference proceedings* (pp. 145-155.), Budapest: Corvinus University of Budapest. <https://doi.org/10.14267/CP202201>
- Szabó, K.** (2021). Nascent Entrepreneurship: Exploratory Research Based on Systematic Literature Review and Text Analysis. In: Baksa et al. (eds.): *New Horizons in Business and Management Studies. Conference Proceedings* (pp. 149-159), Budapest: Corvinus University of Budapest. https://doi.org/10.14267/978-963-503-867-1_14