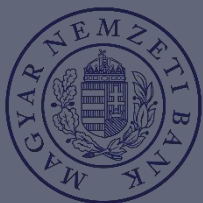




**SOPRONI
EGYETEM** |

LÁMFALUSSY SÁNDOR
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI
KAR



A konferenciát támogatta / Supported by:
Magyar Nemzeti Bank (MNB)
/ Hungarian National Bank (MNB)

NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA A MAGYAR TUDOMÁNY ÜNNEPE ALKALMÁBÓL

**International Scientific Conference
on the Occasion of the Hungarian
Science Festival**

**Sopron, 2021. november 4.
4 November 2021, Sopron**



**PANDÉMIA – FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS
– KÖRNYEZETTUDATOSSÁG / PANDEMIC
– SUSTAINABLE MANAGEMENT – ENVIRONMENTAL AWARENESS
KONFERENCIAKÖTET / Conference Proceedings**

Szerkesztette / Edited by: OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna

Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából /
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2021. november 4. / 4 November 2021, Sopron

**PANDÉMIA – FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS
– KÖRNYEZETTUDATOSSÁG /
PANDEMIC – SUSTAINABLE MANAGEMENT
– ENVIRONMENTAL AWARENESS**

KONFERENCIAKÖTET /
Conference Proceedings

(LEKTORÁLT TANULMÁNYOK / PEER-REVIEWED STUDIES)

Szerkesztette / Edited by:
OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna



SOPRONI EGYETEM KIADÓ /
UNIVERSITY OF SOPRON PRESS

SOPRON, 2022

Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából /
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2021. november 4. / 4 November 2021, Sopron



Mottó / Motto: „Tudomány: iránytű az élhető jövőhöz” / „Science: a Compass For a Livable Future”

Szervező / Organizer: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány / For the Higher Education at Sopron Foundation

A konferencia védnöke / Patron of the Conference:
Innovációs és Technológiai Minisztérium / Ministry for Innovation and Technology

Felelős kiadó / Executive Publisher: **Prof. Dr. FÁBIÁN Attila**
a Soproni Egyetem rektora / Rector of the University of Sopron

Szerkesztette / Edited by:
Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. RESPERGER Richárd, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna

A kötet tanulmányait lektorálták / Peer-reviewed by:
Dr. BARTÓK István, BAZSÓNÉ dr. BERTALAN Laura, Dr. BEDNÁRIK Éva, Dr. habil. BODNÁR Gabriella,
Dr. BRUDER Emese, Dr. HOSCHEK Mónika, Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ, Dr. JANDALA Csilla,
Dr. habil. KOLOSZÁR László, Dr. KÓPHÁZI Andrea, Dr. KOVÁCS Tamás, Prof. Dr. KULCSÁR László,
Prof. Dr. Markus MAU, Prof. Dr. Nicole MAU, Dr. MÉSZÁROS Katalin, Dr. NEDELKA Erzsébet,
Dr. NÉMETH Nikoletta, Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, PAPPNÉ dr. VANCÓS Judit, Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád,
Dr. PATAKI László, Dr. PIRGER Tamás, Dr. RESPERGER Richárd, Dr. habil. SZABÓ Zoltán,
Prof. Dr. SZÉKELY Csaba, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna, Dr. SZÓKA Károly, Dr. TAKÁTS Alexandra

Tördelőszerkesztő / Layout Editor: TAKÁCS Eszter

Borítóterv / Cover Plan: ZSIDY Emese

ISBN 978-963-334-411-8 (pdf)

DOI: 10.35511/978-963-334-411-8

© Soproni Egyetem Kiadó / University of Sopron Press
Sopron, 2022 – Minden jog fenntartva.

SZERVEZŐK

Szervezők: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

A konferencia elnöke: Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna PhD egyetemi tanár, dékán

Tudományos- és Szervező Bizottság:

elnök: Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD egyetemi tanár, Doktori Iskola-vezető

tagok: Prof. Dr. FÁBIÁN Attila PhD egyetemi tanár, rektor

Prof. Dr. SZÉKELY Csaba DSc professor emeritus

Prof. Dr. KULCSÁR László CSc professor emeritus

Dr. habil. POGÁTSA Zoltán PhD egyetemi docens

Dr. habil. TÓTH Balázs István PhD egyetemi docens, igazgató

Dr. KERESZTES Gábor PhD egyetemi docens, dékánhelyettes

Dr. NEDELKA Erzsébet PhD egyetemi docens, dékánhelyettes

Dr. HOSCHEK Mónika PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Dr. KOLOSZÁR László PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Pappné dr. VANCsÓ Judit PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Dr. KOVÁCS Tamás PhD egyetemi docens

Dr. RESPERGER Richárd PhD adjunktus, a konferencia titkára

ORGANIZERS

Organizers: For the Higher Education at Sopron Foundation
University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics

President of the Conference: Prof. Dr. Zsuzsanna SZÉLES PhD Professor, Dean

Scientific and Organizing Committee:

chair: Prof. Dr. Csilla OBÁDOVICS PhD Professor, Head of the Doctoral School

members: Prof. Dr. Attila FÁBIÁN PhD Professor, Rector

Prof. Dr. Csaba SZÉKELY DSc Professor Emeritus

Prof. Dr. László KULCSÁR CSc Professor Emeritus

Dr. habil. Zoltán POGÁTSA PhD Associate Professor

Dr. habil. Balázs István TÓTH PhD Associate Professor, Director

Dr. Gábor KERESZTES PhD Associate Professor, Vice Dean

Dr. Erzsébet NEDELKA PhD Associate Professor, Vice Dean

Dr. Mónika HOSCHEK PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. László KOLOSZÁR PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. Judit PAPP-VANCsÓ PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. Tamás KOVÁCS PhD Associate Professor

Dr. Richárd RESPERGER PhD Assistant Professor, Secretary of the Conf.

TARTALOMJEGYZÉK / CONTENTS

Plenáris előadások

Plenary Lectures

Sustainability and Higher Education from a Three-dimensional Perspective <i>Dr. Rita LUKÁCS</i>	10
A jövő vezetőinek társadalmi felelősségvállalási attitűd vizsgálata <i>Examination of Future Leaders' Social Responsibility Attitude</i> <i>Dr. NÉMETH Patrícia – KASZA Lajos</i>	20

1. szekció: Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás

Session 1: Competitiveness and Sustainable Management

Challenges and Chances for the Social and Economic Development of a Russian Border Region (the Case of the Samara Region) <i>Prof. Dr. Galina KHMELEVA – Dr. Marina KURNIKOVA</i>	33
Soy Supply and Organic Requirements for more Authenticity <i>Dr. Caspar VON DER CRONE – Prof. Dr. Nicole MAU</i>	41
The Impact of Artificial Intelligence on Leadership in the Corona Crisis <i>Thomas SOLDERITS</i>	51
Environmental Sustainability as a Strategic Reason for the Investment in Industry 4.0: The Difference between SMEs and Large Companies <i>Mohamed EL MERROUN</i>	63
Supply Chain Resilience: Lessons Learned during the COVID-19 Outbreak and its Implications for the Future <i>Johannes LITZENBURGER – Prof. Dr. Nicole MAU – Prof. Dr. Markus MAU</i>	68

2. szekció: Turizmus, marketing

Session 2: Tourism, Marketing

Felelős márkakommunikáció a koronavírus idején <i>Responsible Brand Communication during the Coronavirus Pandemic Situation</i> <i>Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád – Dr. LUKÁCS Rita</i>	74
A digitális transzformáció megjelenése a divatipari értékesítési gyakorlatokban <i>The Appearance of the Digital Transformation in Sales Practices of the Fashion Industry</i> <i>VIZI Noémi</i>	84
A turizmus fenntarthatósága a pandémia után <i>Sustainability of Tourism after the Pandemic</i> <i>Dr. JANDALA Csilla – GÁL Pál Zoltán – Dr. BÖRÖCZ Lajos – DARÁZS Fanni</i>	96
Az „Alföld Slow térség” versenyképességének vizsgálata <i>Analysis of the Competitiveness of the „Alföld Slow Region”</i> <i>SZŐKE Tünde Mónika</i>	107
Aktív lovasturizmus Magyarországon és a Fertő-tájon <i>Active Equestrian Tourism in Hungary and at Fertő Landscape</i> <i>Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla</i>	119

3. szekció: Fenntarthatóság, környezettudatosság

Session 3: Sustainability, Environmental Awareness

A vállalkozói attitűd vizsgálata bibliometriai módszer segítségével

Examining the Entrepreneurial Attitude Composite Word using Bibliometrics

Dr. FEHÉR Helga – Dr. KOZMA Dorottya Edina132

A fenntarthatóság környezeti elemeinek megjelenése a hazai nagyvállalatok gyakorlatában

The Emergence of Environmental Elements of Sustainability in the Practice of Large Hungarian Companies

Dr. KOZMA Dorottya Edina – BOSNYÁK-SIMON Nikolett149

Járvány, környezettudatosság, fenntarthatóság – mémelméleti áttekintéssel

Pandemic, Environmental Awareness, Sustainability – with a Meme Theory Overview

Dr. DÖRY István165

A home office és a szervezeti kultúra egymásra gyakorolt hatásai a magyarországi multinacionális vállalatoknál – Kutatási tervezet

Interactions between Home Office and Organizational Culture at Hungarian Multinational Companies – Research Project

IONESCU Astrid168

A könyvvizsgálók személyisége

The Personality of a Good Auditor

Dr. NEDELKA Erzsébet – Dr. HEGEDŰS Mihály.....177

A pandémia hatásainak kommunikációja a Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatoknál

Communication of the Effects of the Pandemic by Companies Listed on the Budapest Stock Exchange

Dr. BARTÓK István János185

4. szekció: Vállalati döntések a koronavírus-járvány idején

Session 4: Corporate Decisions During the Coronavirus Pandemic

Corporate Strategy in a Disruptive Economic Environment – Foremost A Strategic Alignment Topic?

Thorsten SCHMUDE193

Sustainability and EU Law. Latest Tendencies in the Field of Public Participation in Environmental Matters

Dr. Ágnes VÁRADI207

How to Recover the Labor Force of the Tourism Industry after the Global Health Crisis? – A Study in Vietnam

Thị Phương Thảo HOÀNG.....215

The Impact of the Corona Pandemic on the Project Management Process in Jordan

Noor Ahmad Mahmood ALKHUDIERAT228

5. szekció: Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás

Session 5: Competitiveness and Sustainable Management

Is Urban Farming the Green Economy of the Future?! Investigation of the Sustainable Management of a Hungarian Startup Enterprise

Zsuzsanna VARGA – Dr. habil. Etelka KATITS – Katinka MAGYARI –

Dr. Ildikó PALÁNYI – Dr. Éva SZALKA237

Szakirodalmi áttekintés az amazóniai indián chagrák – őshonos agrárerdészeti rendszerek – ökológiai, társadalmi és gazdasági jelentőségéről <i>The Role of Indigenous Agroforestry Systems in the Conservation of the Amazon</i> LENTI Attila	252
Smart Development with Digital Intelligent Cities in Cross-Border Regions <i>Tamás GYULAI – Prof. univ. Dr. Mariana NAGY – Raluca CIBU-BUZAC</i>	264
Explaining Correlations of Digital Transformation and Adaptiveness in B2B Sales in Relation to Resilience <i>Günther MAIER</i>	278
Investor Strategy Decisions in Case of Project Implementation <i>Attila LEGOZA</i>	289
Lean Thinking Strategy <i>Peter IMRICSKO</i>	296
The Impact of Working Capital Management on Firm Profitability: Evidence from Pakistan <i>Ali Akbar SOHAIL – Abdul QUDDUS</i>	303

6. szekció: Fenntarthatóság, környezettudatosság – marketing Session 6: Sustainability, Environmental Awareness – Marketing

Társadalmi hatások és MI! <i>Social Impacts and AI!</i> <i>Dr. KÓKUTI Tamás</i>	312
A koronavírus járvány hatása a globális klímaváltozásra <i>Impact of the Coronavirus Epidemic on Global Climate Change</i> <i>NEUMANNÉ VIRÁG Ildikó – Dr. KOZMA Dorottya Edina –</i> <i>Dr. MOLNÁRNÉ dr. BARNA Katalin</i>	325
A márkaélmény és a tartalommarketing kapcsolata <i>The Relationship between Brand Experience and Content Marketing</i> <i>HAJDU Gergő</i>	341

7. szekció: Fenntartható pénzügyek Session 7: Sustainable Finances

A hazai biztosítási piac a számok tükrében: díjbevétel, szerződésszám és foglalkoztatottak <i>The Domestic Insurance Market in the Light of the Figures: Premium Income, Contract Number and Employees</i> <i>EKE Zsolt</i>	359
A pandémia hatásainak módszertani kérdései a nyugdíjbiztonságra <i>The Methodological Issues of the Effects of the Pandemic on Pension Security</i> <i>SZABÓ Zsolt Mihály</i>	366
A sikeres fordulatkezelés záloga – a pénzügyi turnaround controlling rendszer alkalmazása a magyar cégvilágban <i>Connecting the Turnaround to Success – the Application of Financial Turnarond Controlling in the Hungarian Business World</i> <i>Dr. habil. KATITS Etelka – MAGYARI Katinka – VARGA Zsuzsanna</i>	379
Gördülékeny tervezésű fenntartható vagyonkezelés hosszú- és rövid távú empirikus ütköztető analízise, a legfrissebb kutatási eredmények függvényében <i>Rolling Planned Sustainable Asset Management, Long-term and Short-term Empirical Collision Analysis Depending on the Latest Research Results</i> <i>Dr. CZIRÁKI Gábor</i>	395

8. szekció: Versenyképesség – munkaerőpiac

Session 8: Competitiveness – Labour Market

Agrár vállalkozások jövedelmezőségét befolyásoló tényezők és az innováció további kutatási lehetőségei

Factors Affecting the Profitability of Agricultural Enterprises and Further Research Opportunities for Innovation

ANGYAL Viktória – VAJAI Balázs407

A hatékony ellátási lánc megvalósulásához szükséges kompetenciák hallgatói és munkaerőpiaci szemszögből

Competencies Required for the Implementation of an Efficient Supply Chain from the Perspectives of Students and the Labour Market

MUNKÁCSI Adrienn420

Versenyképesség madártávlatból: globális kihívások és EU-válaszok a XXI. században

Competitiveness from a Bird's Eye View: Global Challenges and EU Responses in the 21st Century

Dr. SZEMPLÉR Tamás442

Hajlékonyfalú csomagolóanyagok struktúrájának elemzése flexográfiai matt lakkozási technológia esetén

Analysis of the Matt Lacquering Structure of Flexible-walled Packaging Materials in the Case of Flexographic Printing Technology

VÁRZA Ferenc – Dr. habil. HORVÁTH Csaba – JOÓBNÉ dr. PREKLET Edina448

9. szekció: Poszter-előadások

Session 9: Poster Presentations

Egészségügyi innovációk Magyarországon – startup aspektus

Healthcare Innovations in Hungary – from the Point of View of Startups

VITÉZ-DURGULA Judit455

Modeling the Customs and Logistics Framework of International Integration Processes

Prof. Dr. Roman FEDORENKO471

A faiparban foglalkoztatottak motivációjának fenntartása a pandémia árnyékában

How to Keep Maintaining the Motivation of People Working in Wood Industry during Coronavirus

NÉMETH Miklós – Dr. TAKÁTS Alexandra476

A vállalkozói attitűd vizsgálata bibliometriai módszer segítségével¹

Examining the Entrepreneurial Attitude Composite Word using Bibliometrics²

Dr. FEHÉR Helga PhD

egyetemi docens (Associate Professor)

Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar

(University of Pannonia Faculty of Business and Economics, Hungary)

Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD

egyetemi adjunktus (Assistant Professor)

Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar

(University of Pannonia Faculty of Business and Economics, Hungary)

Absztrakt

Minden embert más-más tényező motiválhat vállalkozói tevékenység indítására és folytatására. A vállalkozók egyéni személyiségjegyeinek azonosítására számos hazai és nemzetközi kutatás irányult, azonban ezek nem vezettek minden esetben tudományos konszenzusra. Mindazonáltal ezeknek a tanulmányoknak közös jellemvonása, hogy túlságosan sok, olykor kezelhetetlen számú vállalkozói tulajdonságot azonosítottak pszichológiai, szociológiai és gazdaság vetületek mentén, ahol további nehezítő körülmény a rendszerbe foglalás és az értelmezés a tudományterületek eltérő hangsúlyai miatt. Önmagában a vállalkozói attitűdöt egzakt módon mérni módszertanilag nehézkes és különösen regionális szinten nehéz adatokat gyűjteni a vizsgálatokhoz. Tanulmányunkban a vállalkozói attitűdre, mint összetett kifejezésre végeztünk vizsgálatokat bibliometriai szoftver segítségével arra vonatkozóan, hogy milyen általános és specifikus ismérvek azonosíthatók a nemzetközi felsőoktatási intézmények közötti hivatkozások tekintetében és hogyan alakulnak az országcsoportok közötti kapcsolatok. Számos, témával foglalkozó szakirodalmi tanulmány vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vállalkozói attitűd elemzésének gyakorlata a bibliometriai vetületet eddig nem véleményezte, figyelmen kívül hagyta. Tanulmányunkban kísérletet teszünk ennek összetett elemzésére.

Kulcsszavak: vállalkozói attitűd, bibliometria, citáció, hivatkozás

JEL-kódok: L2, L26

Abstract

Each person may be motivated by different factors to start and continue an entrepreneurial activity. Numerous national and international studies have been conducted to identify the individual personality traits of entrepreneurs but these have not always led to a scientific consensus. Nevertheless, a common feature of these studies is that they have identified too many, sometimes unmanageable entrepreneurial traits along psychological, sociological and economic dimensions with the further complication of systematisation and interpretation due to the different emphases of the disciplines. Measuring entrepreneurial attitudes exact in a precise way is methodologically difficult and it is particularly difficult to collect data for studies at regional level. In our study, we investigated entrepreneurial attitudes as a composite term using bibliometric

¹ Jelen publikáció/kutatás az Innovációs Technológiai Minisztérium, és a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Hivatal által támogatott NLP-08 azonosító számú „Társadalmi Innovációs Nemzeti Laboratórium” című projekt keretében jött létre.

² This publication/research has been supported by the Ministry of Innovation and Technology, and the National Research, Development and Innovation Office through the project NLP-08, titled “National Laboratory for Social Innovation”.

software to identify general and specific criteria for referrals between international higher education institutions and how the relationships between country groups evolve. Based on the examination of several literature studies dealing with the topic, it can be stated that the bibliometric dimension has been ignored in the practice of analysing entrepreneurial attitudes. In our study, we attempt a complex analysis of this.

Keywords: entrepreneurial attitude, bibliometrics, citation, reference

JEL Codes: L2, L26

1. Bevezetés

Az ezredforduló óta jól tetten érhető az a markáns folyamat, melyben tanúi lehettünk a vállalkozás létrehozása, működése és sikeres fenntartása kapcsán azonosítható tudományos terület jelentős mértékű átalakulásának. A diszciplína folyamatosan változik, fejlődik és az élet minden területén helyet talál magának (Hisrich, 2003). A releváns szakirodalom feltérképezése alapján megállapítható, hogy igen nagyszámú a témával foglalkozó tudományos igényű vizsgálatok száma (Kárpáti-Daróczi–Karlovit, 2020). A szerzők megállapítják, hogy a sikeres vállalkozót életre hívó egyéni tulajdonságok első sorban nem öröklöttek, a személy nem hordozza feltétlenül magában a vállalkozási szellemet, ugyanakkor az emberek többségében életrészekük egy bizonyos pontján erős késztetés éled arra vonatkozóan, hogy megvalósítsák egyéni elképzeléseiket. Az egyén emiatt az esetek nagy részében hajlandó keményen megdolgozni a kompetenciák elsajátításáért (Diószeginé Zentay, 2018). Megfelelő fegyelem, figyelem és kitartás birtokában a személyes, egyéni szintű beállítódásokon (attitűdökön) lehetséges akár jelentős mértékben is változtatni, de mindezek mellett elsőként fontos tisztában lenni azzal is, hogy a potenciális vállalkozó jelölt milyen egyéni, már meglévő erősségekkel rendelkezik, illetőleg melyek azok a tulajdonságok, amelyeket fejleszteni szükséges, azaz az esetében gyengébb kompetenciáknak minősülnek (Beugelsdijk–Noorderhaven, 2004). Matkó (2014) véleménye szerint a boldoguláshoz nélkülözhetetlen követelmény, hogy az egyén fel tudja mérni saját képességeit és értékeit, az esetlegesen fejlesztésre szoruló tulajdonságait, képes legyen értéket előállítani, célokat megfogalmazni és nem utolsó sorban el is érni azokat vállalkozói tevékenysége során.

1.1. Kutatási kérdések és hipotézisek

A vállalkozói attitűd szakirodalomban való előfordulásának kutatására és elemzésére számos nemzetközi adatbázis és ahhoz kapcsolódóan számtalan bibliometriai program, mint például a VOSviewer szoftver kiválóan alkalmas. Kutatásukban a szerzők arra törekedtek, hogy komplex, minden részletre kiterjedő összefoglalást adjanak, és teljes körűen azonosítsák azokat a nemzetközi kutatókat, akik a témával foglalkozó publikációik során egymásra hivatkoznak, azaz ilyen módon kapcsolatban állnak egymással. A vizsgálat másik fontos célja az volt, hogy a kapott eredmények alapján hitelt érdemlően kiderüljön, melyek a folyamatban kooperatív országok és intézmények. Ez a típusú együttműködés elengedhetetlen a tudományos teljesítmény növelése és a gyümölcsöző nemzetközi kapcsolatok kialakításához. A kutatás során a szerzők azokra a kérdésekre keresték a választ, miszerint:

K1: Melyek azok a tanulmányok (dokumentumok), amelyek az alkalmazott bibliometriai szoftver segítségével a legtöbb citációt érték el és azok milyen módon azonosítják a vállalkozói attitűdöt?

K2: Milyen tulajdonságokkal bíró és számszerűen mennyi országcsoporthoz alakítható ki az adatbázis alapján a vizsgálatba bekerült országok között?

Ehhez kapcsolódó hipotéziseink a következők:

H1: Bibliometriai módszer alkalmazásával a keresési kritériumok alapján kapott eredmények azt mutatják, hogy a legnagyobb citációjú tanulmányok azokat az alapvetéseket tárják fel, amire a legtöbb kutató hivatkozik, tehát a téma alapműveinek számítanak.

H2: A vállalkozói attitűd keresési találatai alapján hat homogén országcsoporthat alakítható ki, melyekben a klaszterközéppontok szerepét az Egyesült Királyság, az Amerikai Egyesült Államok, Svédország, Németország, Hollandia, Dánia képviselik.

Előrevetítve kutatásunk eredményeit, elmondható, hogy mind az országok közötti kooperáció, mind pedig a verseny jól beazonosítható. Elemzésünkben tehát arra keressük a választ, hogy a releváns nemzetközi szakirodalom tekintetében melyek azok a meghatározó szerzők, országok, amelyek klaszterközéppontként viselkednek.

2. Szakirodalmi áttekintés

A sikeres vállalkozóvá válás sok esetben csak hosszabb távon tud megvalósulni, amelyben a személy megfelelő eltökéltség, kellő motiváció mellett egyéni sikereket érhet el. Tulajdonképpen ezen a (kinek-kinek) hosszabb-rövidebb úton dől el, hogy valakiből sikeres vállalkozó lesz-e vagy sem. A személyes vállalkozói tulajdonságok, a motiváció megléte erős hatással bír a vállalkozás sikerességére, tulajdonképpen meghatározza azt, egyben magába foglalja az értékek létrehozását, meghatározását és elosztását is. Timmons (2003) értelmezésében a vállalkozásra úgy is tekinthetünk, mint emberi kreatív cselekedetre. A „megfelelő” kompetenciákkal, motivációval rendelkezők alkalmasak a vállalkozások elindítására, működtetésére. A következőkben az itt megfogalmazott „megfelelőség” azonosítására tesznek a szerzők kísérletet.

2.1. Az önmegvalósítás és önmeghatározás szerepe a vállalkozás indításában és működtetésében

Rogers (1959) szerint a pozitív, egészséges növekedés és fejlődés lehetősége alapvetésként rajzolódik ki minden egyén viselkedésében, hacsak nem merülnek fel különféle gátló tényezők emellett. A *megvalósulásnak* vagy *aktualizációnak* nevezett jelenség a képességek olyan fejlesztése, amely növeli, de legalábbis fenntartja az adott szervezetet. Amennyiben ez a folyamat az egyén kiteljesedését szolgálja, akkor *önmegvalósításról* beszélhetünk, ami sikeresen segíti a személyt a nagyobb autonómia és függetlenség elérésében, az élettapasztalatok gazdagításában és a kreativitás kibontakoztatásában.

A klasszikus önmeghatározás elmélete szerint bizonyos cselekvések *önmeghatározottak* vagy *kontrolláltak* lehetnek. Az önmeghatározott tevékenységeket az egyén azért végzi, mert az adott cselekvéshez belső érdekek fűzik, esetleg valami miatt azok értékesek számára. A kontrollált tevékenységet az egyén ezzel szemben azért hajtja végre, mert cserébe jutalomban, fizetségben részesül, vagy pedig külső nyomásból eredő kényszer alatt cselekszik, esetleg próbál megfelelni a más irányból érkező követelményeknek. Abban az esetben, amikor önmeghatározottak az egyén cselekedetei, akkor az érdeklődés hosszabb ideig marad fenn, mint amikor azok kontrolláltak (Deci–Ryan, 1980). A vállalkozói magatartás egyik kulcstényezője, hogy a vállalkozó tevékenysége nagyobb részt önmeghatározott legyen, ezzel is támogatva a vállalkozás hosszú távú üzemeltetését és fenntartását, illetőleg kívánatos, hogy emellett kisebb arányt képviseljen a kontrollált cselekvés. Számos nemzetközi tanulmány igazolta (Lepper–Greene, 1975), hogy ha jutalmat ígérnek valamely tevékenység elvégzéséért, akkor csökken az egyén érdeklődése. Ez a jelenség azonban némiképpen ellentmondásban van azzal, amit a tanuláselmélet alapján sejthető lenne. Előfordul azonban, hogy a jutalom reményében növekszik a motiváció (Deci, 1971; Elliot–Harackiewicz, 1994; Harackiewicz, 1979). Ezt a látszólagos ellentmondást Deci (1975) kutatásaiban úgy oldja fel, a jutalom két fajtáját különbözteti meg. A jutalmat egyrészt kontrolelemként értelmezi, ezzel összefüggésben a szerző megállapítja, hogy az egyén cselekedetei ilyen esetben nem önmeghatározottak. Ezzel párhuzamosan a jutalom egyben megmutatja az egyén képességeit is (Rosenfield et al., 1980). Abban az esetben, ha a jutalom a nagyobb kompetencia kifejeződése, akkor az növeli az egyén motivációját (Koestner et al., 1987). Más a helyzet akkor, ha a jutalom úgy jelenik meg, hogy az értékfeltételt állít. Ez ténylegesen azt jelenti, az egyén a tevékenységet csak és kizárólag azért végzi, hogy jutalomban részesülhessen, vagyis ebben az esetben a jutalom kontrolláló szerepe kerül előtérbe, ergo a motiváció csökken.

A fenti megállapítások alapján egyszerű gondolat kísérlettel leképezhető a vállalkozói létben a jutalom szerepe. A vállalkozó esetében a jutalom megnyilvánulhat az elért profiton, eredményesen lezárt üzleti éven, tevékenységi kör bővítésén, új technológia adaptálásán, a létszám növelésén, új beruházás megvalósításán, vállalati krízis megoldásán, de egyszerűen akár a megbízható adózói minőség megszerzésén keresztül. E sikerek elérésének bármelyike tulajdonképpen a vállalkozó képességeiről hordoz információkat, tehát lényegében azt fejezi ki, hogy nagyobb kompetenciával rendelkezik (mint más), ez pedig minden bizonnyal növelni fogja motivációját.

2.2. Az attitűd általános szerepe és funkciói az egyén esetében

Az általános pszichológia szerint az attitűd pozitív és negatív irányú viszonyulást jelent valami vagy valaki iránt, ezek lehetnek tárgyak, bizonyos személy vagy személyek csoportjai, szituációk, politikai irányzatok, eszmék vagy a környezet bármely eseménye. Az attitűdöket az egyének gyakorta valamely véleményként értelmezik. Az attitűdök legtöbbször érzéseket írnak le, ugyanakkor sok esetben kapcsolódnak olyan ismeretekhez, amelyek az attitűd tárgyára vonatkoznak, ezért a szociálpszichológia az attitűd *kognitív*, *affektív*, valamint *viselkedésen alapuló elemek* összességeként határozza meg azt (Atkinson et al., 1995). Az attitűdöknek számos pszichológiai funkcióját ismerjük. Ugyanazon attitűdöt különféle személyek különböző okokból tartják fenn és nem meglepő módon ugyanazon attitűd több okból is jelen lehet. A releváns nemzetközi irodalom az attitűd számos lehetséges funkcióját ismerteti. Smith és szerzőtársai (1956), Herek (1986) munkái alapján a következő öt attitűd funkció megkülönböztetése lehetséges:

- *Instrumentális funkció*: másképpen hasznossági okokból fenntartott attitűd, ahol annak a vágnak az elérése a cél, hogy az egyén előnyöket szerezzen, jutalomban részesülhessen, illetőleg elkerülje a büntetést. Amennyiben jobb alternatíva kerül előtérbe, akkor az egyén kötöttségek nélkül hajlandó a változtatásra.
- *Ismereti funkció*: voltaképpen olyan sémák, amelyek az egyén számára a sok és összetett információ feldolgozását teszik lehetővé olyan módon, hogy emellett egyébként a részletekre is figyelni kellene. Hátránya, hogy torzíthat, mivel gyakorta túlságosan is leegyszerűsíti a valóságot.
- *Értékkifejező funkció*: az egyén értékrendjének és énképének kifejezésére szolgál, kevésbé könnyen változtatható.
- *Énvédő funkció*: mindazon attitűdöket értjük alatta, amelyek az önértékelést fenyegető veszélyektől és a szorongástól védik az egyént.
- *Szociális igazodási funkció*: ezek az attitűdök abban segítik az egyént, hogy a társadalmi közösség tagjának érezhesse magát.

Jackson és Rodkey (1994) tanulmányukban igazolták, hogy a sikeres vállalkozói tevékenység a jól működő piacgazdaság egyik legfontosabb pillérét képezi, a vállalkozó az önfoglalkoztatáson és további munkahelyek létrehozásán keresztül a munkahelyteremtés egyik fő forrása lehet.

2.3. A vállalkozói attitűd kialakulása

Az előzőekben bemutatott vállalkozói kompetenciák kiterjednek a képességekre, az ismeretekre és az általunk is vizsgált attitűdökre. Fiatal korban való kialakítására az Európai Unió különleges figyelmet fordít, melyet a 2004-ben elfogadott, az ún. „Vállalkozási Akció Terv” is hangsúlyoz, továbbá ösztönzi az új vállalkozások létrehozását (European Commission, 2004). Szerb (2017) tanulmányában leírja, hogy az aktivitások, aspirációk és attitűdök komplex kategóriákat jelentenek. Az attitűdök halmazában a vállalkozással kapcsolatos viszonyulási tényezőket (lehetőségfelismerés, cégmenedzselési képességek) tartjuk számon. Az aktivitások kategóriájában a már meglévő és a születendőben lévő cégek és azok tulajdonosainak jellemzőit, jellemvonásait foglalják magukban, míg az aspirációk a stratégiai orientációt, nemzetközivé válást, az innovatív viselkedést, finanszírozási lehetőségeket (Szerb et al., 2013).

Önmagában az attitűd definíciójára más és más leírásokat találhatunk kutatásaink során. Rozgonyi (2011) tanulmányában Allportra (1935) hivatkozik, ennek értelmében a vállalkozói

attitűd „*az attitűd tapasztalat révén szerveződött mentális és idegi készenléti állapot, amely dinamikus vagy irányító hatást gyakorol az egyén reagálására mindazon tárgyak és helyzetek irányában, amelyekre az attitűd vonatkozik*” (Rozgonyi, 2001, 36). Látható, hogy a legtöbb szerző egyetértett abban, hogy az attitűd egyfajta mentális reprezentáció, amely több és több tapasztalat segítségével jön létre, továbbá egy tárggyal kapcsolatos viszonyulásunkat, értékítéletünket összegzi. Tárgyként jelen esetben a vállalkozói létet tekintjük, az ehhez való viszonyulás pedig az attitűd. Wardana és szerzőtársai (2020) a vállalkozói attitűd fogalmát úgy határozta meg, mint az információkra, az eseményekre, a kritikákra és a meglévő lehetőségekre adott egyéni válaszok.

Egyes szerzők, mint van Wyk és szerzőtársai (2004) arra a következtetésre jutottak, hogy az attitűd idővel változhat. A fogalmat úgy írták le, mint egy előre meghatározott, de változtatható gondolatok, érzések és viselkedési szándékok, amelyek a szervezet létrehozását és a működtetését támogatják. Robinson és szerzőtársai (1991) szerint az attitűd egy előre meghatározott hajlam, hogy az attitűd tárgyára milyen módon reagálunk. Ezt a nézőpontot támasztja alá Kusmintarti és Ashar (2014) is. Az attitűdök felhasználása a vállalkozói magatartás előrejelzésére jövedelmezőbb megközelítés lehet, mivel az attitűdök közelebb állnak a viselkedéshez, mint a személyiségjegyekhez, könnyebben változnak és megváltoztathatók szándékosan. A vállalkozói attitűd kutatása során a legtöbb irodalom Timmons (2003) kutatására hivatkozik, melyben az attitűd hat jellemzőjét emelte ki:

- *Az elkötelezettség, eltökéltség és áldozathozatali hajlandóság* abban segíti a vállalkozót, hogy túljusson az akadályokon. Az a személy, aki rendelkezik ezzel az attitűddel, bármiféle kudarc esetén képes az újrakezdésre és folytatni tudja munkáját a vállalkozás felfuttatásában.
- A vállalkozás azonosulási folyamatában a *rögeszmés ragaszkodás a sikerhez, lehetőségekhez* attitűd kifejezi a vállalkozó azon tevékenységét, hogy mennyire adja át önmagát a tevékenységnek. Aki ilyen tulajdonsággal rendelkezik, törekszik vevői igényeinek megismerésére, figyeli versenytársait, célja a tőlük való tanulás.
- A *kockázat, kétértelműség, a bizonytalanság tolerálása* a kockázat vállalásának képességét mutatja meg. Természetesen ez az attitűd nem azt jelenti a vállalkozó számára, hogy el kell tűrnie a bizonytalanságot, de a felmerülő ellentmondásokkal számolnia kell.
- Az attitűd megmutatja a *kreativitás* (mekkora az egyéni kreativitás), illetve *adaptációs készséget*. A szokatlan ötletek, innováció és lehetőségek, az önbizalom, a cselekvésközpontú megközelítés, valamint az üzleti koncepció megújításának vágya képezik ezen attitűd lényegét.
- A *kiválóságra való törekvés*, mint jellemző, a saját normarendszernek a létrehozását és az ehhez való hűséget foglalja magában. Az attitűd a minőség szem előtt tartását és a folyamatos önvizsgálatot jelenti.
- Az utolsó attitűd – *vezetés* – a feladatok delegálására való hajlandóságát és a vállalkozó csapatépítő képességét mutatja be. Maximális teljesítmény elérése a cél a munkatársakkal szemben, mely a bizalom részét képezi.

Általánosan elfogadott nézet, hogy az egyén tetteit a vallott nézetek és gondolatok határozzák meg. De ez nem feltétlenül és szükségszerűen van így. Az attitűd, tehát ennek megfelelően lehet pozitív vagy negatív. Pozitív attitűd esetén a fő jellemzők a célok elérésére irányuló motivációk, az alkotó- és újtókézség, mely mind a munkában, mind a személyes, illetve a társadalmi életben is megjelenik (Junior Achievement Magyarország, 2017). Amikor negatív attitűdökről beszélünk, akkor első sorban az egyén esetében olyan gondolatok merülnek fel, mint „nincs semmilyen tőkém a fejlesztéshez”, „nincs semmilyen ötletem”. Látható, hogy bizonyos mértékben félelmek húzódnak meg a háttérben, továbbá a bizonytalanságnak is elég erős szerepe van a negatív attitűd kialakulásában (Bogáth, 2012). Az attitűdök vizsgálata során Bolton és Lane (2012) munkássága során számos esetben vizsgálta a vállalkozói attitűdöket. Nagyrészt arra a következtetésre jutottak, hogy mind a pozitív, mind a negatív attitűdök a hatásoknak való kitettség függvényében megváltoztathatók.

Ahogy korábban megállapításra került, a vállalkozói attitűd mérése a gyakorlatban nehézkes, ami különösen érvényes a regionális szintű elemzésekre, ahol az adatok elérhetősége meglehetősen körülményes. Beugelsdijk és Noorderhaven (2004) tanulmányukban ugyanerre a következtetésre jutottak. Összefoglalva tehát kevés azon empirikus tanulmányok száma, melyek kifejezetten a regionális kultúrát veszik figyelembe, vagy a regionális kultúra helyettesítőjeként használják a vállalkozói attitűdöt (Kangasharju, 2000), ahogy például Georgellis és Wall (2000) is utal rá. Ezen probléma a vállalkozói tevékenység mérésére megfelelő mérőszámok hiányával is magyarázható. Ajzen (2002) az attitűd mérésére, kvantifikálására bármilyen standard attitűdskálát megfelelőnek talált, mint például a Thurstone-skála³, Likert-skála⁴ vagy a szematikus (Osgood) differenciáliskála⁵. Egyúttal lehetőség van a közvetett és közvetlen mérésre is, melyben a közvetett az egyén, vállalkozó esetén arra utal, hogy mennyire hisz az esemény bekövetkezésében, mennyire tartja azt fontosnak, kezeli prioritásként. Közvetlen mérés során a megítélés a fontos, ezen belül is a személy egész cselekvésére vonatkozó megítélés emelhető ki (S. Gubik–Farkas, 2013).

Összességében véve megállapíthatjuk, hogy a vállalkozói kompetenciák és a kívánt attitűd meglehetősen fontos az egyén, így a jövőbeni vállalkozó számára. A vállalkozói kezdeményezőkészséggel és kompetenciákkal szerves kapcsolatban áll az attitűd, mely a kezdeményezőkészség, az akarat, az innováció és a motiváció együtteséből épül fel. A szerzők a szakirodalom áttanulmányozása után levonták a következtetést, hogy mind a kompetenciát, mind pedig az attitűdöt számtalan megközelítésben lehetséges definiálni. A szakirodalmi áttekintés alapján levonható általános következtetés, hogy számos tanulmány nem foglalkozik a téma teljeskörű kibontásával és megmagyarázásával. A vállalkozói attitűd és a tényleges magatartás szakirodalmi leírása nem egyértelmű, emiatt mind kvantitatív, mind pedig kvalitatív módon nehéz azonosítani és vizsgálni a vállalkozói attitűdöket.

3. Anyag és módszer

Az elmúlt évtizedekben a különböző jól kvalifikált elemző szoftverek és adatbázis felületek nagyban hozzájárultak ahhoz, hogy fejlődésnek induljanak a tudományos világ folyamatai és jellemzői azonosításával, illetve elemzésével foglalkozó tudományágak. E bámulatos ütemű fejlődés kezdetét az ezredfordulóra datáljuk, ami egyben a tudománymetria új alapelveinek levetését is indukálta. A tudományos élet teljesítményének mérésével, az általa használt mutatószámok elemzésével és fejlesztésével a tudománymetria eltérő területei foglalkoznak. A 21. századtól kezdődően a tudományos élet publikációinak tárolásával, rendszerezésével foglalkozó adatbázisok és programok használatának mellőzése elképzelhetetlen a témával foglalkozó kutatói és elemzői munka során. Nem mellesleg a digitalizáció hatására a bibliometria és a tudománymetria erőteljes keresleti növekedésnek indult (Nagy, 2016).

A bibliometria – mint a szerzők kutatásának is alapot adó módszer – statisztikai módszerek segítségével vizsgálja, elemzi a publikációkat, tanulmányokat, könyveket és egyéb tudományos írásokat. A módszeren belül különböző megközelítések alkalmazhatók, mint akár a tárgyi bibliometria is, mely a tudományos kutatási témák értékelésének elveit tárja fel és feltérképezi a szakirodalom eloszlási szerkezetét (Garfield, 2009). A bibliometriai „*Co-occurrence*” (más néven együttes előfordulás, megjelenés) egy módszer, amely a pszichológia közelségi kapcsolati szabályán, valamint a tudásszerkezet és a leképezés elvein alapul, valamint lehetővé teszi a

³ Thurstone-skála. Módszerét tekintve egy egydimenziós differenciális attitűdskála, melynek alapja az egyenlőnek látszó intervallumokon alapul. Az attitűdtárggyal összefüggésben egy 11 fokozatú (legkedvezőtlenebb – legkedvezőbb), egymástól egyforma távolságra lévő állítások szerepelnek (Forgács, 2017).

⁴ Likert-skála. Az attitűdök mérésére szolgáló skála, melyben a különböző állításokat két szélsőséges végpont közötti skálán mérik (Zerényi, 2016).

⁵ Osgood differenciál-skála. A fogalmak konnotatív jelentésének mérésére alkalmas, többdimenziós attitűdskála. Jellemzője, hogy a válaszadók egy, jellemzően hétpontos, bipoláris melléknévi jelzőkkel ellátott alskálákon értékelik a válaszlehetőségeket (Szabó et al., 2013).

tartalom és az implicit tudás feltárását a szövegkeretben (Gotelli, 2000). Ezt a módszert három típusra osztja a szakirodalom:

- „*Cocitation*” (együtt idézés, elemzés, társcitáció) – két vagy több dokumentum egyidejű idézése egy másik dokumentum által (Bornmann et al., 2008);
- „*Coword analysis*” (társszavak vagy társszó elemzés) – statisztikai elemzésen alapuló kvantitatív értékelési módszer, a „kifejezés készletek” gyakoriságának statisztikai vizsgálata. Az egyidejűleg előforduló szavak gyakoriságát használják fel a hasonlóság mérésére (He, 1999).
- „*Coterms analysis*” (társfogalmak vagy társkifejezések elemzése) – a szemantikailag rokon kifejezések együttes előfordulásának értékelése, különböző, de mégis azonos terjedelmű szövegekben (Wang et al., 2021).

A bibliometriai kutatások, térképezések két aspektusát különböztetjük meg. Az elsőt (bibliometriai térképek szerkesztése) a hasonlósági mértékek hatását vizsgálják a kutatók. Jellemzően erre fordítják a legtöbb figyelmet, továbbá a térképezési technikákkal kísérleteznek szívesen (van Eck–Waltmann, 2009). A második (bibliometriai térképek grafikus ábrázolása), lényegesen kevesebb figyelmet kap, bár néhány kutató, pl. Skupin (2004) komolyan tanulmányozta az ábrázolással kapcsolatos kérdéseket is.

A szerzők a kutatás során a vállalkozói attitűdöt vizsgálták bibliometriai módszer segítségével, az elemzés a VOSviewer program használatán keresztül valósult meg. A program térképek segítségével képes megmutatni, hogy milyen átfogó kapcsolatrendszerrel van szó az egyes témával foglalkozó kutatások között és rendkívül szemléletes módon vizualizálni képes az így kapott klasztereket. A *Dimensions* nemzetközi tudományometriai adatbázis adta a vizsgálathoz szükséges, tanulmányok adatait összefoglaló excel formátumú táblázatokat, melyek a keresés paraméterei függvényében legfeljebb 2500 találatot tartalmazhatnak. A vizsgálat szempontjából konkrét időszak nem került meghatározásra, a találatok a legnagyobb citációval (hivatkozással) rendelkező cikkek szerinti sorrend alapján kerültek letöltésre. A választott adatbázis több millió tudományos publikáció kutatható tárhelye, amelyek több mint 1,4 milliárd idézéssel, adatkészlettel, klinikai vizsgálatokkal, szabadalmakkal és szakpolitikai dokumentumokkal kapcsolódnak egymáshoz.

A tudományos publikációk klaszterezése (heterogén esetek homogén csoportokba sorolása) fontos ökonometriai módszer a bibliometriai kutatásokban. Ezeket a klasztereket „rokon”, egymáshoz valamilyen jellemző elv vagy tulajdonság alapján publikációk, szerzők vagy folyóiratok, tanulmányok csoportjainak azonosítására használják. Jellemző, hogy a bibliometrikusok többnyire nem fejlesztenek ki saját klaszterezési technikákat, hanem a már meglévő elvi sablonokkal dolgoznak (van Eck–Waltman, 2017). A klaszterezendő objektumok korlátozott száma esetén (pl. néhány száz), az eredmények elemzése és értelmezése nem okoz jelentősebb nehézséget, ellentétben azzal, ha nagy az elemzés alá vont adatbázis, akkor komoly kihívást jelenthet a kapott eredmények értelmezése.

2009 óta szabadon elérhető a VOSviewer (bibliometriai szoftvereszköz), a folyamatos, aktív fejlesztés alatt álló elemző és vizualizáló program. Kidolgozása és egyben algoritmusa (VOS – Visualization of Similarities) van Eck és Waltman nevéhez fűződik. Lényegében az entitások közötti közvetett és közvetlen kapcsolatot jeleníti meg a szoftver térképek segítségével (Williams, 2020). A vizualizáció során a klaszterek közötti idézettségi kapcsolat válik ténylegesen láthatóvá, tehát a klaszterhez tartozó publikációkban előforduló legfontosabb kifejezések közötti kapcsolatot vizualizált módon jeleníti meg a program. A módszer lényege, hogy meg kell határozni a publikációk rokonságát, mely történhet az idézettségi kapcsolatokon vagy akár a szókapcsolatokon keresztül is. Idézettség esetén a módszer igény szerint tovább bontható, tehát különbséget lehet tenni bibliográfiai-, közvetlen idézettségi- és társidézettségi kapcsolatok között is (van Eck–Waltman, 2014). A VOSviewer a térképek segítségével különböző módokon képes megjelölni a kapcsolatokat, melyek egy-egy aspektust hangsúlyoznak a kirajzolódó színes éleken és csomópontokon keresztül. A bibliometriai térképezéshez használt legtöbb számítógépes program nem képes megjeleníteni ilyen részletességgel a szerzői kapcsolatokat. A

program a VOS leképezési technikát használja, ahol a VOS a hasonlóságok vizualizációjának rövidítése (van Eck–Waltman, 2007).

4. Kutatási eredmények

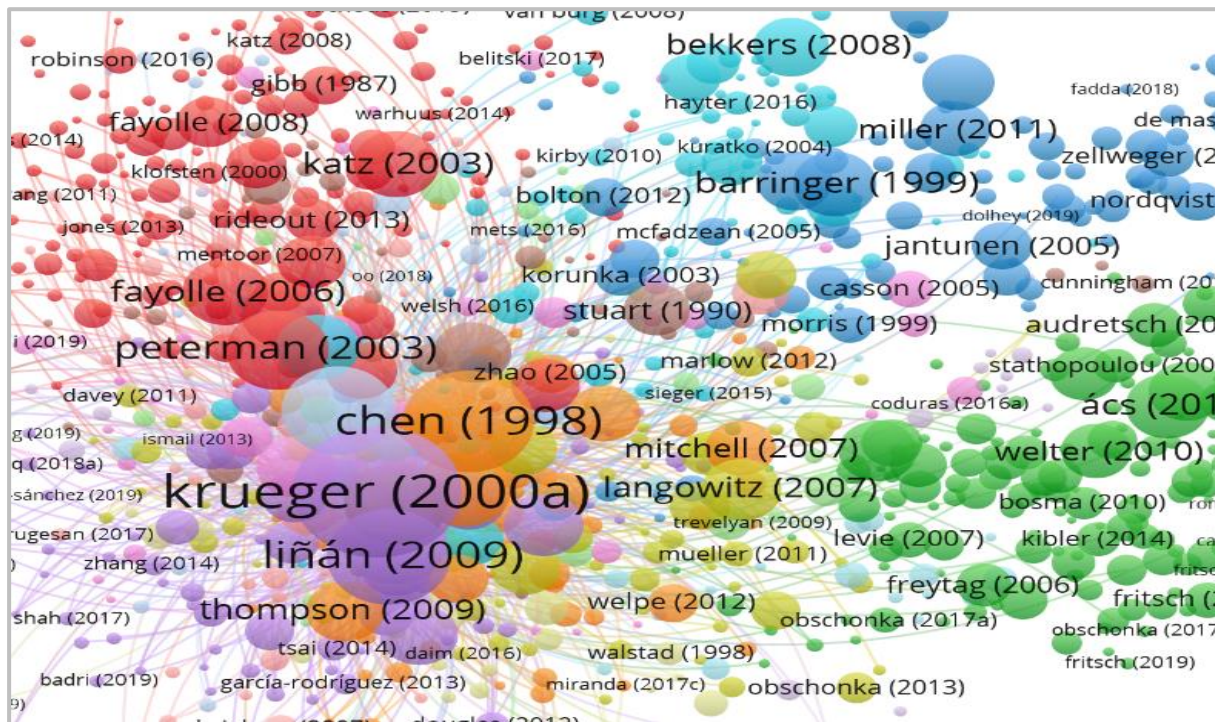
A legtöbb hasonló elvek mentén folytatott kutatás során és kifejezetten Ferch (1977) tanulmányában felmerül a kérdés, miszerint van-e értelme egyáltalán annak, hogy olyan vizsgálatok történjenek, melyekben a különböző nemzetiségű tudósok, kutatók, szakemberek publikációs tevékenysége kerüljön összehasonlításra egy adott témában? Véleményünk szerint van létjogosultsága a hasonló jellegű elemzéseknek, ugyanis az együttműködés fényt deríthet olyan szerzői tudományos kapcsolatokra, melyek kevésbé voltak ismertek és nyilvánvalók ezidáig. Ennek okán a szerzők kutatásokat végeztek a vállalkozói attitűd – „*entrepreneurial attitude*” – szókapcsolatra, kifejezésre a nemzetközi és hazai szakirodalomban egyaránt. A kapcsolatok összességében véve négy szempont alapján kerültek meghatározásra, melyek közül jelen tanulmányban az első és második kerülnek bemutatásra:

1. dokumentumok közötti citációk;
2. országok közötti citációk;
3. szervezetek közötti citációk;
4. szerzők közötti citációk.

Az itt felsorolt irányok közül első sorban a dokumentumok és országok közötti citációkat elemezték a szerzők. A Dimensions adatbázisából az *entrepreneurial attitude* szókapcsolatra összesen 2500 találat exportálására került sor.

4.1. Dokumentumok (tanulmányok) közötti citációk

Az adatbázis beolvasás és a megfelelő paraméterek kiválasztása után látható, hogy megközelítőleg 3 szerző rendelkezik 1000 és 2127 közötti citáció számmal (a többi szerző 1000 alatti értékkel rendelkezik), melyek változó számú kapcsolatot fednek le, ezt mutatja az *1. ábra*. A kapott adatok alapján megállapítható, hogy összességében 14 szerzőnek van 500-nál több hivatkozása. A vizsgált dokumentumokban a szerzők közötti citációkat tekintve gyakran nagy különbségek adódhatnak az élek, kapcsolatok számát nézve, mely az *1. ábrából* is látható.



1. ábra: A dokumentumok (tanulmányok) közötti hivatkozások

Forrás: A szerzők saját szerkesztése VOSviewer segítségével

A népszerű csomópontok, amelyek ebben az esetben a sokat idézett szerzőket ábrázolják, nagyságrendekkel több kapcsolattal rendelkeznek, mint a kevesebb citációval rendelkező társaik. Általánosan levonható következtetés, hogy azok a csomópontok, jelen esetben szerzők, akik távolabb helyezkednek el egymástól, ők gyengébb hivatkozási kapcsolattal rendelkeznek, míg azok, melyek egymáshoz viszonyítva közelebb vannak egymáshoz, a közöttük levő publikációs tevékenység, citáció erősebb.

Alapértelmezés szerint a csomópontokat klaszterekhez rendeli a program, ennek megfelelően a meglévő adatokból összesen 15 klasztert hozott létre az algoritmus vagy leképezési technika segítségével, amely azt jelenti, hogy a hálózatok több száz vagy ezer csomópontból is állhatnak. A program kidolgozói, van Eck és Waltman (2014) leírják, hogy a térkép létrehozásakor a cél, hogy csomópontok címkéi ne fedjék egymást, a címkék csak az összes csomópont egy kiválasztott részéhez jelenjenek meg. A fontosabb (több éllel) rendelkezők „elsőbbséget” élveznek a megjelenítés során.

A kutatásnak ebben a részében a klaszterek azon tanulmányairól szeretnénk következtéseinket levonni a vállalkozói attitűddel kapcsolatosan, melyek rendkívül erős hatással rendelkeznek, tehát jelenleg a citációk számában vezető szerepet látnak el. Tulajdonképpen ez a tizennégy tanulmány felosztható aszerint is, hogy a szerzők milyen módon, milyen értelemben foglalkoznak a vállalkozói attitűddel. Krueger és szerzőtársai (2000) tanulmánya az új vállalkozások alapításával kapcsolatos szándékot, a vállalkozói szellemet, a lehetőségek felismerését mutatja be. Kérdésként megfogalmazza, hogy „*ugye nem reflexből indítunk vállalkozást?!*” Krueger és szerzőtársai (2000) a vállalkozói tevékenységet tervezett viselkedésként írja le, melyre a szándékmodellek kiválóan alkalmasak. A tanulmány az attitűdökről azt állítja, hogy a szándékokra gyakorolt hatásuk révén befolyásolják a viselkedést, valamint a szándékok és az attitűdök a helyzettől és a személytől függenek. A szándékokon alapuló modellek gyakorlati betekintést nyújthatnak bármely tervezett viselkedés megértéséhez. A példaképek csak akkor befolyásolják a vállalkozói szándékot, ha megváltoztatják az attitűdöket és a meggyőződéseket.

További két, 1993-ban írt tanulmány is Kruegerhez nevéhez és szerzőtársaihoz kapcsolódik. Kruger (1993) tanulmányában útelemzés segítségével arra a következtetésre jutott, hogy a megvalósíthatóság és a kíváncsiság észlelése, valamint a cselekvésre való hajlandóság a vállalkozási szándék szignifikáns előzményének bizonyultak. Erős összefüggést vélt felfedezni Shapero (1975) szándékalapú vállalkozói tevékenység folyamatmodelljeivel. Krueger és Carsrud (1993) az önfoglalkoztatással kapcsolatos szakirodalom egyéni vállalkozói tevékenységre vonatkozó részét vizsgálták, ezen belül is a vállalkozói oktatás és partnerségi vállalkozásalapítás közötti kapcsolatot. Tanulmányuk megállapította, hogy a vállalkozói oktatás pozitívan befolyásolja a partnerségi vállalkozás létrehozásának szándékát. Az érdekelt feleknek, az akadémiai és képzési intézményeknek úgy kellene strukturálniuk vállalkozói programjaikat, hogy azokban kiemelten szerepeljen a partnerségi vállalkozás létrehozása.

Souitaris és szerzőtársai (2007), valamint Peterman és Kennedy (2003) a vállalkozói szándék megismerésére végeztek kutatásokat középiskolai és egyetemi hallgatók körében. Különösen annak a kérdésnek a megválaszolására fókuszáltak, hogy a vállalkozási oktatási programban való részvétel milyen hatással van a vállalkozásindításra és az ott tanultak megvalósítására. A következőkben ismertetésre kerülő kutatás Ajzen tervezett viselkedés elméletét használja fel egy vállalkozói szándék kérdőív kialakításához. Liñán és Chen (2009) a szándék pszichometriai tulajdonságait elemezte két, meglehetősen eltérő ország, Spanyolország és Tajvan mintáján. Lényeges megállapítások születtek arról, hogy a kulturális értékek hogyan módosítják a társadalom egyedeinek vállalkozási tevékenységéről alkotott képét. Peterman és Kennedy (2003) lényegében egy változás-elemzést hajtott végre és arra a következtetésre jutottak, hogy a programokban való részvétel szignifikánsan magasabb hajlandóságot és megvalósíthatóságot eredményezett a tesztalanyok között. A jó eredmény egyben annak is köszönhető, hogy az oktatási programban pozitív tapasztalatokat szereztek a vizsgált alanyok.

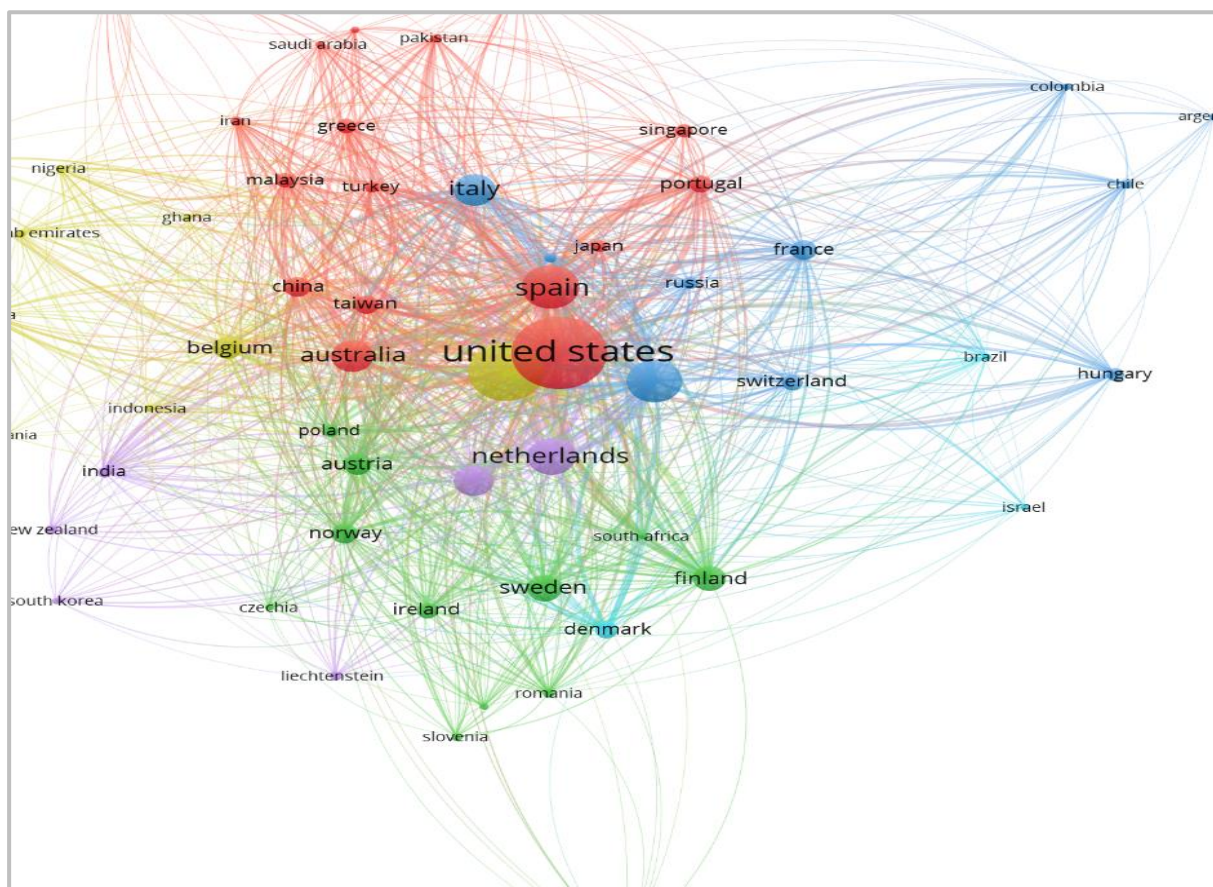
Souitaris és szerzőtársai (2007) következtetése majdhogynem megegyezik az előzőekben bemutatott tanulmányéval, ugyanis kutatási eredményeik szerint a vállalkozásindítási programok növelik az egyes attitűdöket és az általános vállalkozói szándékot. Chen és szerzőtársai (1998) az egyéni jellemzőket, attitűdöket keresve vállalkozói önhatékonysági módszert javasoltak. Két vizsgálatot hajtottak végre, egyiket a diákok, másikat pedig a kisvállalkozások vezetőinek körében. Megállapításra került, hogy az általuk létrehozott módszer a vállalkozói szakos hallgatókat megkülönbözteti a menedzsment és szervezetsz pszichológia szakos hallgatóktól a saját vállalkozás létrehozásának szándékában. Megállapították, hogy a vállalkozói szakos diákok magasabb önhatékonysággal rendelkeztek a marketing, a menedzsment és a pénzügyi ellenőrzés terén. Az eredmények bebizonyították, hogy a vállalkozói önhatékonyságban, mint különálló jellemzőben nagy lehetőségek rejlenek. Számos további kutató is, mint Bae és szerzőtársai (2014), Katz (2003), Fayolle és szerzőtársai (2006), Martin és szerzőtársai (2013), a vállalkozói attitűdöt az oktatáshoz kötődően vizsgálta.

Katz (2003) az Amerikai Egyesült Államok vállalkozói oktatását vizsgálta az 1876 és 1999 közötti időszakban. A vállalkozói ismeretek oktatására irányuló programok számának növekedésével Fayolle és szerzőtársai (2006) arra tettek kísérletet, hogy megalkossanak egy olyan keretrendszert, amely ezeket a programokat összefogja, keretbe foglalja a tervezett viselkedés elméletén keresztül. Lényegében ez az elmélet a vállalkozói szándék pedagógiai folyamatokon keresztül történő fejlesztéséhez járul hozzá. A kutatási eredmények rávilágítottak arra, hogy a rendszer erős, mérhető hatást gyakorolt a hallgatók vállalkozási szándékára, míg a viselkedéskontrollra nem túl szignifikáns hatást sikerült igazolni. Martin és szerzőtársai (2013) a vállalkozói oktatás és képzés révén történő hatékony humántőke-képzést vizsgálták. A kutatási kérdés értelmében a szerzők arra keresték a választ, hogy szignifikáns kapcsolatot találnak-e az oktatás, képzés és a vállalkozással kapcsolatos humántőke-eszközök esetén. Szintén a vállalkozói oktatás – vállalkozói szándékok – kutatása jelent meg Bae és szerzőtársai (2014) tanulmányában is, bár vizsgálati módszerében eltér az eddigiektől. Metaanalízist végeztek a kutatók 73 tanulmányon, ezen belül összesen 37.285 fős mintán, melynek eredményeként szignifikáns, kis mértékű összefüggést találtak a vállalkozói oktatás és a vállalkozói szándékok között.

Acs és szerzőtársai (2014) a Nemzeti Vállalkozói Rendszerek újszerű fogalmát, megközelítését mutatják be munkásságuk során, amelyet saját indexmódszertan segítségével elemeztek. Barringer és Bluedorn (1999) a vállalkozási intenzitást és öt konkrét stratégiai menedzsmentgyakorlat közötti kapcsolatot vizsgálták egy 169 amerikai feldolgozóipari vállalatból álló mintán. A szerzők által létrehozott eredmények gyakorlati hasznára lehetnek azoknak a vállalatoknak, amelyek megpróbálnak vállalkozóbbá válni és egyben segíthetnek megérteni a stratégiai menedzsment és a vállalkozói szellem közötti kapcsolódási pontokat. A témát fenntarthatósági szempontból Schaltegger és Wagner (2011) elemezte. Keretrendszert javasoltak a fenntartható vállalkozói szellem és a fenntarthatósági innováció viszonylatában és egyben módszertanilag kidolgozták a méréshez szükséges rendszert is. Az eredmények rávilágítottak arra, hogy a meglévő kutatásokat ki kell bővíteni az innovációra való hajlandósággal, motivációival és a fenntartható vállalkozói szellem korábbi modelljét is finomítani szükséges.

4.2. Országok közötti citációk

Mint korábban említésre került, a vállalkozói attitűd szókapcsolatot négyféle módon vizsgálhatjuk, melyek közül már bemutatásra került a dokumentumok közötti hivatkozások eredménye. Az elemzésbe bekerült adatbázis alapján vizsgálatot folytattak a szerzők arra vonatkozóan, hogy melyek azok az országok, melyek csomópontként vagy más néven klaszterközpontként viselkednek, azaz hozzájuk kapcsolódik a legtöbb citáció vagy dokumentum. Ez ténylegesen azt jelenti, hogy súlyozási módszerként a hivatkozások és a dokumentumok száma került elsődlegesen megkülönböztetésre.



2. ábra: Az országok közötti hivatkozások

Forrás: A szerzők saját szerkesztése VOSviewer segítségével

Mindkét módszerrel ugyanazokat a klaszterközepeket sikerült azonosítani, így lényegében ezek az országok reprezentálják a legtöbb hivatkozást és az együttműködés során egy homogén csoportba, klaszterbe⁶ tartoznak. Ezek szemléltetését szolgálja a klaszterközéppontokból induló összeköttetések összesített ábráját (2. ábra). A tanulmány szerzői két változatot dolgoztak ki az országok közötti hivatkozások szemléltetésére. Az elsőben nem kerültek változtatásra a VOSviewer által meghatározott klaszterbe rendelt országok csoportján. Összességében hét klasztert hozott létre a program, melyek közül az utolsó kettő (6. és 7.) a klaszterezés általános szabályainak nem felelt meg, tehát nem tartalmazott minimum 3-4 elemet. Ezek a klaszterek „outliereknek” (kiugró esetnek) is nevezhetők. A VOSviewer engedélyezi azt a beállítási lehetőséget, hogy ezeket a klaszterek módosításra kerüljenek, így nem a jelenlegi formában maradtak a kutatásban. A második szemléltetésben tehát módosításra kerültek az országok klaszterekben való elhelyezkedései, ami azt jelenti, hogy az outlierek is bekerültek az elemzésbe. A hat klaszter középpontjában, az Amerikai Egyesült Államok, Svédország, Németország, az Egyesült Királyság, Hollandia és Dánia helyezkednek el, ugyanis ezek az országok rendelkeznek a legtöbb citációkkal.

Önmagában a hivatkozások száma határozta meg az országok helyét a klaszterben. Megvizsgálva az elhelyezkedést és csoportosulást a különböző klaszterekben, láthatóvá vált, hogy melyek azok az országok, amelyek egymás között nagyobb hivatkozási, azaz citáció számmal

⁶ A kialakított klaszterek országonként. 1. klaszter: Ausztrália, Kína, Horvátország, Egyiptom, Görögország, Irán, Japán, Jordánia, Malajzia, Pakisztán, Portugália, Szaúd-Arábia, Szingapúr, Spanyolország, Tajvan, Törökország, USA. 2. klaszter: Ausztria, Csehország, Észtország, Finnország, Írország, Norvégia, Lengyelország, Románia, Szlovákia, Szlovénia, Dél-Afrika, Svédország. 3. klaszter: Argentína, Kolumbia, Franciaország, Németország, Magyarország, Olaszország, Mexikó, Oroszország, Svájc. 4. klaszter: Belgium, Ghána, Indonézia, Kenya, Nigéria, Tanzánia, Uganda, Egyesült Arab Emírátságok, Egyesült Királyság. 5. klaszter: Kanada, India, Liechtenstein, Hollandia, Új-Zéland, Dél-Korea. 6. klaszter: Brazília, Dánia, Izrael.

rendelkeznek. Ez egyben arra is enged következtetni, hogy ezek az országok nemzetközi szinten a legtöbb citációval rendelkeznek, tehát nem csak az egymás közötti együttműködés fontos. Ezt támasztja alá a Scimago top 50-es világranglistájának első 15 helyezettje is, melyben az Amerikai Egyesült Államok, Kína, az Egyesült Királyság, Németország, Japán, Franciaország, India, Olaszország, Kanada, Ausztrália, Spanyolország, Oroszország, Dél-Korea, Brazília és Hollandia vezetik az országgrangsort. A szerzők kutatása szempontjából az országok közötti citációk klaszterközéppontjai a Scimago rangsorával magyarázhatók, illetve Mester (2016) is a Scimago világrangsorával nevezi meg a világ legtöbb hivatkozásával rendelkező országokat.

Bartneck és Hu (2009) a Google Tudós (Google Scholar) által összegyűjtött hivatkozások adataiból dolgoztak és ezekből állították össze sorrendjüket a vizsgált országokra vonatkozóan. Ezekből is arra következtethetünk, hogy mind az általunk, mind pedig a szerzőpáros által vizsgált témakörben hasonló országok helyezkednek el az élen. Aksnes et al. (2012) a nemzeti kutatási rendszereket elemezték a citációk tekintetében, mely során két elemzési módszer (teljes és töredékszámítás) használtak. Az ezekhez tartozó eredmények is arra világítottak rá, hogy a sorrendet vezető országok nagy része megegyezik kutatásunk eredményével, például Ausztrália, az Amerikai Egyesült Államok és az Egyesült Királyság is a rangsor élen található.

A témához kevésbé relevánsan kötődik Liu és szerzőtársai (2005) tanulmánya, melyben a szerzők arról írnak, hogy a világ egyetemeinek tudományos rangsorát az interneten és világszerte is nagy figyelem kíséri. Jelen tanulmány szempontjából azért fontos kiemelni ennek jelentőségét, mert az országok, klaszterközéppontok és további klaszteralkotó elemek gyakran hibákból adódóan válnak „vezetőkké” a hasonló jellegű rangsorokban. A halmozódásnak egészen banális okai is lehetnek: például sok egyetemnek önmagában is több megnevezése van (Universittat zu Koln vagy University of Koeln vagy University of Cologne), tehát a publikációkat és citációkat is adott esetben más-más helyhez köthetik.

5. Következtetések

A dokumentumok közötti citációkat vizsgálva a szerzők arra a következtetésre jutottak, hogy a vállalkozói attitűd szókapcsolat számtalan formában fordul elő és emellett a kutatók a szókapcsolatot számtalan értelemben használják. Krueger önállóan, de szerzőtársaival is „maradandót” alkotott, mivel a legtöbben az ő munkásságára hivatkoznak, ahol az új vállalkozások alapításával kapcsolatos szándékot, a vállalkozói szellemet, attitűdöt, a lehetőségek felismerése kerül bemutatásra. A megvalósíthatóság és a kíváncsiság észlelése, valamint a cselekvésre való hajlandóság a vállalkozási szándék szignifikáns előzményének tekintették. Szintén vállalkozási szándékot vizsgáltak Souitaris és szerzőtársai (2007), tanulmányukban előkerül a már jól ismert Ajzen-féle tervezett viselkedés. A vizsgált szakirodalom másik jelentős részét képezik azok a tanulmányok, melyek a különböző oktatási, képzési programokkal foglalkoznak annak érdekében, hogy a vállalkozóvá válás egyre sikeresebbé váljon. Ezek a kutatások és azok megállapításai lényegében a vállalkozói attitűdöt a vállalkozóvá váláshoz kötik. Katz (2003) rendkívül hosszú intervallumot (1876–1999) vizsgált, míg Fayolle és szerzőtársai (2006) egy sajátos keretrendszer segítségével igyekeztek összefoglalni a különböző programokat. A tanulmányok egy része nem oktatási programok vagy szándékmodellek szerint vizsgálta a vállalkozói attitűdöt, hanem a stratégiai menedzsment szempontjából vagy akár a fenntarthatóság irányából. Összességében véve látható, hogy a vizsgált tanulmányokban a vállalkozói attitűd szóösszetétel rendkívül szerteágazó forráskörnyezetben lelhető fel és igen változatos területeket fed le.

6. Összefoglalás

A kutatás rávilágított arra, hogy nemzetközi szinten számtalan szerző vizsgálta és azonosította a vállalkozás elindítását motiváló tényezőket, azonban ezek a témával foglalkozó elemzések legtöbbször nem feltétlenül jutottak azonos eredményekre. A vállalkozások létrehozásának támogatása minden ország számára fontos feladat, mely gazdasági szempontból és társadalmi szinten számos előnnyel járhat. Az Európai Unió Lisszaboni Európai Tanácsának 2000-ben

megtartott ülésének kifejezett célkitűzése az EU gazdasági versenyképességének megőrzése, fejlesztése és javítása, nem utolsó sorban pedig a *lifelong learning* kompetenciáinak, mint kezdeményezőkézség és a vállalkozói kompetenciának a támogatása. A vállalkozói kompetenciából származó attitűd egy meglehetősen komplex pszichológiai, szociológiai fogalom, melyben a vállalkozással kapcsolatos viszonyulási tényezőket, mint a lehetőségfelismerési, cégmenedzselési folyamatokat tartjuk számon. Úgy fogalmazhatunk, mint a kezdeményezőkézség, az akarat, az innováció és a motiváció együtteséből felépülő elvi és gyakorlati keretek együttesét. Összességében mind a kompetencia, mind az attitűd nagy hatást fejt ki az egyénre és a jövőbeni vállalkozóra.

Jelen tanulmány arra fókuszált, hogy a vállalkozói attitűdöt egy teljesen új szemszögből vizsgálja, tehát nem a megszokott Globális Vállalkozói Index (GEI) vagy az attitűdskálák alapján kerültek megállapításra a következtetések, hanem bibliometriai elemzéseket végeztek a szerzők. A bibliometria statisztikai módszerek segítségével vizsgálja, elemzi a publikációkat, tanulmányokat, könyveket és egyéb tudományos írásokat. Jelen kutatásban a vállalkozói attitűd – entrepreneurial attitude angol kifejezés került górcső alá a nemzetközi szakirodalmak tekintetében. Az elemzés a VOSviewer szoftver segítségével történt és a kapott eredmények alapján következtetést vontak le a szerzők a vállalkozói attitűd szakirodalmi előfordulása kapcsán.

A publikációs és idézettségi rangsorok a tudományos érték fő mutatóivá váltak, melyek nagymértékben meghatározzák az egyetemek, kutatók, tudósok munkásságát. Jelen kutatásban a dokumentumok (tanulmányok) közötti citációk és az országok közötti hivatkozások közötti összefüggések kerültek bemutatásra. A dokumentumok közötti citációs kapcsolatok 14 klaszter kialakítását tették lehetővé, amelyek a vállalkozói attitűd szókapcsolatra épülnek és érintik az oktatási és képzési programokat, a szándékmodelleket, a stratégiai menedzsmentet vagy akár a fenntartható fejlődést, fenntarthatóságot is.

Az országok közötti citációkkal kapcsolatban levonhattuk azt a következtetést, hogy azok az országok kerültek egy-egy klaszterbe, melyek a legnagyobb citációs „forgalmat” bonyolítják egymás között. Átvizsgálva a különböző nemzetközi vagy világrangsorokat arra a következtetésre jutottak a tanulmány szerzői, hogy a kapott kutatási eredmények alapján létrehozott klaszterek klaszterközéppontja kivétel nélkül azok az országok kerültek, melyek a rangsor alapján is a „legtermékenyebbek” a tanulmányok számát tekintve. A hat kialakított klaszter középpontjában az Amerikai Egyesült Államok, Svédország, Németország, az Egyesült Királyság, Hollandia és Dánia található. Ezek az országok pedig kivétel nélkül a Scimago által is a legtöbbet publikáló országok körébe tartoznak a vállalkozói attitűd fogalmát tekintve. Összességében megállapítható, hogy azon országok szerzői rendelkeznek a legtöbb citációkkal, hivatkozásokkal, melyek egyben az ország alapú vizsgálat eredményeként is klaszterközépponttá váltak. A vállalkozói attitűd vizsgálat bármilyen módon is történjen – empirikusan vagy bibliometriai módszer segítségével – mindig lesznek olyan tudományterületek, melyek újdonságot, új kutatási lehetőséget és kihívást jelentenek a témával foglalkozó és abban jártas kutatói társadalom számára.

Irodalomjegyzék

- Ács, Z. J. – Autio, E. – Szerb, L. (2014): National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43, 479-494.
DOI: <https://doi.org/10.16/j.respol.2013.08.016>
- Ajzen, I. (2002): Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Aksnes, D. W. – Schneider, J. W. – Gunnarsson, M. (2012): Ranking national research systems by citation indicators. A comparative analysis using whole and fractionalised counting methods. *Journal of Informetrics*, 6, 36-43. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2011.08.002>
- Allport, G. W. (1935): Attitudes. In: Murchison, C. (Eds.): *A handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.

- Atkinson, R. L. – Atkinson, R. C. – Smith, E. E. – Bem, D. J. (1995): *Pszichológia*. Budapest: Osiris.
- Bae, T. J. – Qian, S. – Miao, C. – Fiet, J. O. (2014): The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217-254. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Barringer, B. R. – Bluedorn, A. C. (1999): The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20(5), 421-444.
DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199905\)20:5<421::AID-SMJ30>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199905)20:5<421::AID-SMJ30>3.0.CO;2-O)
- Bartneck, C. – Hu, J. (2009): *Scientometric Analysis of the CHI Proceedings*. CHI, April 4-9. Boston, USA, MA. DOI: <https://doi.org/10.1145/1518701.1518810>
- Beugelsdijk, S. – Noorderhaven, N. (2004): Entrepreneurial attitude and economic growth: A cross-section of 54 regions. *The Annals of Regional Science*, 38, 199-218.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s00168-004-0192-y>
- Bogáth Á. (2012): *A vállalkozói attitűd szerepe a vállalkozásfejlesztésben*. Tanulmánykötet – Vállalkozásfejlesztés a XXI. században II. Óbuda University. Budapest: Keleti Faculty of Business and Management.
- Bolton, D. L. – Lane, M. (2012): Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2-3), 219-233.
DOI: <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Bornmann, L. – Mutz, R. – Neuhaus, C. – Daniel, H.-D. (2008): Citation counts for research evaluation: Standards of good practice for analyzing bibliometric data and presenting and interpreting results. *Ethics in Science and Environmental Politics*, 8(1), 93-102.
DOI: <https://doi.org/10.3354/esep00084>
- Chen, C. C. – Greene, P. G. – Crick, A. (1998): Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
DOI: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Deci, E. L. (1971): Effects of Externally Mediated Rewards on Intristic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18, 105-115. DOI <https://doi.org/10.1037/h0030644>
- Deci, E. L. (1975): *Intrinsic motivation*. New York, Plenum Press.
DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9>
- Deci, E. L. – Ryan, R. M. (1980): The Empirical Exploration of Intristic Motivational Processes. *Advances in Experimental Socialpsychology*, 13, 39-80.
DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60130-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60130-6)
- Diószeginé Zentay É. (2018): Vállalkozói készségek fejlesztési mérnök hallgatók körében. *International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS)*, 3(4), 1-17.
DOI: <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.19>
- Elliot, A. J. – Harackiewicz, J. M. (1994): Goal Setting, Achievement orientation, and Intristic Motivation: A Mediational Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 968-980.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.5.968>
- European Commission (2004): Entrepreneurship Action Plan. Letöltve: 2020. október 3.
http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/action_plan.htm
- Fayolle, A. – Gailly, B. – Lassac-Clerc, N. (2006): Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30, 701-720.
DOI: <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Ferch M. (1977): A tudományos szakirodalom összehasonlító elemzése az Egyesült Államokban. *Tudományos és műszaki tájékoztatás*, 24(2), 68-69.
- Forgács A. (2017): *Fejezetek a kommunikáció szociálpszichológiájából*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
DOI: <https://doi.org/10.1556/9789634541059>

- Garfield, E. (2009): From the science of science to Scientometrics visualizing the history of science with HistCite software. *Journal of Informetrics*, 3(3), 173-179.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2009.03.009>
- Georgellis, Y. – Wall, H. (2000): What makes a region entrepreneurial? Evidence from Britain. *The Annals of Regional Science*, 34, 385-403. DOI: <https://doi.org/10.1007/s001689900014>
- Gotelli, N. J. (2000): Null model analysis of species co-occurrence patterns. *Ecology*, 81(9), 2606-2621. DOI: [https://doi.org/10.1890/0012-9658\(2000\)081\[2606:NMAOSC\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1890/0012-9658(2000)081[2606:NMAOSC]2.0.CO;2)
- Harackiewicz, J. M. (1979): The Effects of Reward Contingency and Performance Feedback on Intrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1352-1363.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.8.1352>
- He, Q. (1999): Knowledge discovery through co-word analysis. *Library Trends*, 48, 133–159.
- Herek, G. M. (1986): The Instrumentality of Attitudes: Toward a neofunctional theory. *Journal of Social Issues*, 42, 99-114. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1986.tb00227.x>
- Hisrich, R. D. (2003): A model for effective entrepreneurship education and research. In Walterscheid, K. (Eds.), *Entrepreneurship in Forschung und Lehre: Festschrift für Klaus Anderseck* (pp. 241-253). Frankfurt am Main: Lang.
- Jackson, J. E. – Rodkey, G. R. (1994): The attitudinal climate for entrepreneurial activity. *Public Opinion Quarterly*, 58(3), 358-380. DOI: <https://doi.org/10.1086/269432>
- Junior Achievement Magyarország. (2017): *Vállalkozási ismeretek pedagógusok részére. 8. Vállalkozói kompetencia*. Letöltve 2021. szeptember 4.
http://ejam.hu/wp-content/uploads/2018/05/8_V%C3%81LLALKOZ%C3%93I-KOMPETENCIA.pdf
- Kangasharju, A. (2000): Regional variation in firm formation. Panel and cross-section data evidence from Finland. *Papers in Regional Science*, 79, 355-373.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1435-5597.2000.tb01762.x>
- Kárpáti-Daróczi J. – Karlovitz J. T. (2020): Vállalkozói kompetenciák komparatív vizsgálata albán és magyar közgazdász hallgatók között. In: Vágány J. N. – Fenyvesi É. (Eds.): *Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok* (pp. 45-60). Budapest: BGE.
DOI: <https://doi.org/10.33565/MKSV.2020.01.04>
- Katz, J. (2003): The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
DOI: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00098-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00098-8)
- Koestner, R. – Zuckermann, M. – Koestner, J. (1987): Praise, Involvement, and Intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 383-390.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.2.383>
- Krueger, N. F. (1993): The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
DOI: <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Krueger, N. F. – Carsrud, A. (1993): Entrepreneurial Intentions: Applying the theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330.
DOI: <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F. – Reilly, M. D. – Carsrud, A. L. (2000): Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
DOI: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kusmintarti, A. – Ashar, K. (2014): The Relationship among Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25-32. DOI: <https://doi.org/10.9790/487X-16622532>

- Lepper, M. R. – Greene, D. (1975): Turning Play into Work: Effects of Adult Surveillance and Extrinsic Rewards on Children's Intrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 479-486. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0076484>
- Liñán, F. – Chen, Y.-W. (2009): Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593-617. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liu, N. C. – Cheng, Y. – Liu, L. (2005): Academic rankin of world universities using scientometrics – A comment to the „Fatal Attraction”. *Scientometrics*, 64(1), 101-109. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-005-0241-z>
- Martin, B. C. – McNally, J. J. – Kay, M. J. (2013): Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- Matkó A. (2014): Az önmenedzselés, mint hatékony eszköz a munkavállalók számára. *Debreceni Műszaki Közlemények*, 13(2), 31-43.
- Mester, Gy. (2016): Rankings scientists, journals and countries using h-index. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 14(1), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.7906/indecs.14.1.1>
- Nagy A. M. (2016): *Nemzetközi publikációs verseny a közgazdaságtudományban. Módszertani javaslatok a tudománymetria területéről*. Doktori (PhD) értekezés. Letöltve a Pannon Egyetem adatbázisából: https://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2016/Nagy_Andrea_Magda_dissertation.pdf
- Peterman, N. E. – Kennedy, J. (2003): Enterprise Education: Influencing Student's Perceptions of Entrepreneurship, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(2), 129-144. DOI: <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Robinson, P. B. – Stimpson, D. V. – Heufner, J. C. – Hunt, K. N. (1991). An attitude approach tot he prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(4), 13-31. DOI: <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Rogers, C. R. (1959): A Theory of Therapy, personality and Interpersonal Relationships as Developed in the Client-centered Framework. In Koch, S. (Eds.), *Psychology: A Study of a Science. Formulations of the Person and the Social Context* (pp. 184-256). New York: McGraw-Hill.
- Rosenfield, D. – Folger, R. – Adelman, H. F (1980): When RewardsReflect Competence: A qualification of the Overjustification effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 368-376. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.3.368>
- Rozgonyi T. (2011): Személypercepció és attitűd. A társas világ kognitív és érzelmi vonatkozásai. „Tanár kockázati program”, *Jegyzet és szemelvénygyűjtemény*, 2, 1-74.
- S. Gubik A. – Farkas Sz. (2013): Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 44(7-8), 5-17. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.01>
- Schaltegger, S. – Wagner, M. (2011): Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business Strateg and the Environment*, 20(4), 222-237. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Shapero, A. (1975): The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83-88.
- Skupin, A. (2004): The world of geography: Visualizing a knowledge domain with cartographic means. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101(1), 5274–5278. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.0307654100>
- Smith, M. B. – Bruner, J. S. – White, R. W. (1956): *Options and Personality*. New York: Wiley.
- Soutaris, V. – Zerbinati, S. – Al-Laham, A. (2007): Do Entrepreneurship Programme Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>

- Szerb, L. (2017): A vállalkozói ökoszisztéma Magyarországon a 2010-es években. Helyzetértékelés és szakpolitikai javaslatok. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 48(6-7), 1-13.
DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.06.01>
- Szerb L. – Aidis R. – Ács Z. J. (2013): *Magyarország vállalkozói teljesítményének összehasonlító elemzése a Globális Vállalkozói Monitor és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index módszertanai alapján*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
- Szabó É. – Németh R. – Náfrádi L. (2013): A Semantic Selection Test – SST – bemutatása: egy új eljárás az attitűdök érzelmi aspektusának, valamint az attitűd tárgyak asszociációs kapcsolatainak vizsgálatára. *Alkalmazott Pszichológia*, 13(2), 59-74.
- Timmons, J. A. (2003): *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin: McGraw-Hill.
- van Eck, N. J. – Waltman, L. (2007): VOS: A new method for visualizing similarities between objects. In: Lenz, H-J. – Decker, R. (Eds.): *Advances in data analysis: Proceedings of the 30th annual conference of the German Classification Society* (pp. 299-306). Heidelberg, Springer.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-540-70981-7_34
- van Eck, N. J. – Waltman, L. (2009): Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- van Eck, N. J. – Waltman, L. (2014): Visualizing bibliometric networks. In: Ding, Y. – Rousseau, R. – Wolfram, D. (Eds.): *Measuring scholarly impact: Methods and practice*. Berlin: Springer.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8_13
- van Eck, N. J. – Waltman, L. (2017): Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7>
- van Wyk, R. – Boshoff, A. B. – Bester, C. L. (2003): Entrepreneurial Attitudes: What are Their Sources? *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 6(1), 1-24.
DOI: <https://doi.org/0.4102/sajems.v6i1.3323>
- Wang, R.-L. – Hsu, T.-F. – Hu, C.-Z. (2021): A Bibliometric Study of Research Topics and Sustainability of Packaging in the Greater China Region. *Sustainability*, 13(10), 1-19.
DOI: <https://doi.org/10.3390/su13105384>
- Wardana, L. W. – Narmaditya, B. S. – Wibowo, A. – Mahendra, A. M. – Wibowo, N. A. – Harwida, G. – Rohman, A. N. (2020): The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6, 1-7.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- William, B. (2020): Dimensions & VOSviewer Bibliometrics in the Reference Interview. *code{4}lib Journal*, 47, 1-11.
- Zerényi K. (2016): A Likert-skála adta lehetőségek és korlátok. *Opus et Educatio*, 3(4), 470-478.
DOI: <https://doi.org/10.3311/oep.39>