

DR. LÁNYI BEATRIX*

A STARTUP VÁLLALKOZÓK SZEMÉLYISÉGJELLEMZŐINEK HATÁSA AZ INNOVATÍV PIACI JELENLÉTRE – KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ EGÉSZSÉGÜGYI ÉS ORVOSI BIOTECHNOLÓGIAI ÁGAZATRA

THE INFLUENCE OF PERSONALITY TRAITS OF START-UP ENTREPRENEURS ON THE INNOVATIVE MARKET PRESENCE IN THE MEDICAL BIOTECHNOLOGY AND HEALTH CARE INDUSTRY

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship includes the establishment of a goal oriented organization with specific resource needs. Start-ups are innovative companies that are characterized by significant growth potential. New innovative start-ups overthrow the traditional ways of operation of long time ago established corporations, and they approach the concepts in new ways while making traditional attitudes outdated. Innovation, the process of bringing new products and services to market, is one of the most important issue today. Innovation is responsible for raising the quality and lowering the prices of products and services that have dramatically improved consumers' lives.

Medical biotechnology and healthcare industry can be mentioned among the most innovative sectors in Hungary. Start-ups are the drivers of this branch. Start-up entrepreneurs are considered innovative people who try to maximize profit and minimize costs while always carrying out something new. Personality and skills of a start-up entrepreneur have a significant effect on the innovativeness of the firm and as a consequence of this on its competitive advantage. Human factor stands in the focal point of my paper.

In the article I investigated how the personality traits of entrepreneurs influence the market appearance and the presence of the innovative start-ups. Among the analytic methods of the personality we can distinguish nomothetic and idiographic ones. In this paper, I combined these two approaches for the deeper understanding of the issue. By using personality test and in-depth interviews, I highlighted how personality traits and creativity influence the innovative behavior of start-up entrepreneurs in the medical biotechnology and healthcare industry.

1. Bevezetés

A tudásalapú gazdaságban az innováció tekinthető a gazdaság hajtóerejének. Az innovációban rejlő magas kockázat következtében, a találmányok piaci bevezetése formalizált szervezetek, főként startupok által valósul meg.

Kutatói körökben egyetértés van a tekintetben, hogy az elégtelen gazdasági körülmények megfelelő környezetet teremtenek a startupoknak. A gazdasági visszaesés következtében és flexibilitásuk megőrzésére érdekében a nagyvállalatok kevesebb embert alkalmaztak. Főként a fiatal, felsőoktatásban frissen diplomázottak számára egyre nehezebb munkahelyet találni. A startupok gazdasági szempontból erre a problémára is választ adnak. Fiatal, képzett szakemberek számára kifejezetten kedvező, ha dinamikus és nap mint nap kihívásokkal szembesülő vállalatnál dolgozhatnak.

* Dr. PhD Lányi Beatrix egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.

A Global Entrepreneurship Monitor kimutatása szerint a magas piaci potenciállal rendelkező vállalkozások háromszor több munkahelyet teremtenek, mint az átlagos piaci potenciállal rendelkezők és tizenötször többet, mint az alacsony piaci potenciállal rendelkezők, bár összességében a vállalkozások mintegy 4%-a sorolható a magas piaci potenciállal rendelkezők közé.¹ Ezen innovatív cégek szignifikánsan különböznek a tradicionális értelemben vett vállalkozásoktól. A startup tulajdonosok szinte mindig ambiciózusak és cégük jelentős potenciállal rendelkezik. Céljuk az, hogy igazi gazella vállalkozássá váljanak és gyors növekedést realizáljanak. Ezen a cégek többsége a high-tech ágazatokban tevékenykedik.

Bygrave kutatási igazolták, hogy az egyéni személyiségjegyek és a környezeti tényezők kölcsönös interakciója tekinthető a startupok létrehozásának és növekedésének kulcsának, sőt jelentős mértékben befolyást gyakorolnak az innovációs tevékenység és a piaci adaptáció sikerességére, valamint a vállalati növekedés intenzitására.² Vizsgálatom során csak a személyiségjellemzők elemzésére fókuszálok. A személyiségjellemzők a természetes (pszichogenetikai) és környezeti tényezők (tanult magatartás) együttes hatása révén formálódnak. Épp ezen interakció hatására válik a vállalkozó személyisége speciálissá és egyedivé, amely felborzolja a meglévő piaci struktúrákban uralkodó berögződéseket.³

2. A startupok jelentősége a gazdaságban

A startupok jelentős növekedési potenciállal és innovációs kapacitással rendelkező vállalkozások. Általában olyan vállalkozói környezetben működnek, ahol a tudomány állása szerinti legújabb technológiát alkalmazzák és ezáltal folyton új piacokat keresnek. Így ez a vállalkozási forma olyan kölcsönösen interaktív folyamatok összességének tekinthető, amely piaci innovációkban realizálódik.

Ries szerint a startupok olyan újonnan létrejött vállalkozások, amelyek célja, hogy új – általában innovatív – termék vagy szolgáltatás kifejlesztését és piaci bevezetését valósítsák meg bizonytalan környezeti feltételek között.⁴ Olyan új igényekre és szükségletekre adnak választ, amelyek globálisan is relevánsak és a cégek maguk is jelentős növekedési potenciállal rendelkeznek. A startupok a hagyományos vállalatokhoz képest, teljesen újszerű módon közelítik meg a piaci réseket.

A startup vállalkozások szerepe innovativitásukból adódóan elengedhetetlenül fontos a nemzetek és régiók fejlődése tekintetében. Új munkahelyeket teremtenek és versenydinamizmust visznek a gazdasági környezetbe. A tudásalapú társadalmakban a startupokat a jövőbe történő beruházás egyik formájának tekintik. A startupok olyan vállalkozásoknak tekinthetők, amelyek a következő jellegetességgel rendelkeznek:

- olyan piaci modellel működnek, amely *magas növekedési potenciált* garانتál,
- *innovatívak*, tehát olyan értéket nyújtanak, amelyek korábban a piacon még nem voltak elérhetőek, vagy az adott értelemben nem voltak megszokottak,
- globálisan skálázottak, tehát innovációjuk annyira egyedi, hogy a nemzetközi piacon relevánsak,
- magas kockázattűrő képességgel rendelkeznek, hiszen általában intenzív növekedési potenciállal rendelkező ágazatokban tevékenykednek,
- folyamatosan keresik a megfelelő üzleti modellt,
- közösségi jelleggel jellemezhetőek, mert állandó kapcsolatban állnak környezetük tagjaival.⁵

A startupok akkor sikeresebbek versenytársaiknál, ha új vagy jobb előnyöket nyújtanak ügyfeleiknek vagy jelentős mértékben megújítják portfóliójukat. Conti, Thursby és Rothaermel kutatásai igazolták, hogy egy ötlet többlépcsős folyamat során válik piacosítható termékké

vagy szolgáltatással és megfelelő mennyiségű és minőségű erőforrások megléte szükséges a sikeres bevezetéshez.⁶ Ezek közé az erőforrások közé sorolhatók az eszközök, berendezések, a szakismeret, a speciális szervezeti folyamatok és sajátos vállalatspecifikus jellegzetességek vagy éppen a piaci sikerhez szükséges információ.

Amennyiben össze szeretnénk foglalni öt fő pontban, hogy miben rejlik a startupok jelentősége, akkor az a következőkkel jellemezhető:⁷

1. *Innováció*, az egyik legfőbb mozgatórugója a gazdasági fejlődésnek és a termelékenység növekedésnek a tudásalapú társadalomban. A startupok tekinthetők a legmegfelelőbb vállalkozási formának az új találmányok piaci bevezetésére és azok széleskörű megismertetésére. Általában a legújabb és legfejlettebb technológiákat alkalmazzák, így a régió – ahol tevékenykednek – fejlődését is szolgálják.
2. *Új munkahelyeket és gazdasági növekedést eredményeznek* hosszabb távon. Mivel a startupok az innováción alapulnak, így a gazdaság stabil magját jelentik. Sőt az Y generáció munkapiaci aktiválásának egyik módját jelenthetik.
3. *Új versenydinamizmust csempésznek a meglévő gazdasági rendszerbe*, hiszen jelenleg a startupok tekinthetők a legintenzívebben fejlődő gazdasági szervezeteknek a piacon. Általuk megmarad a gazdaság egészséges dinamikája, vitalitása és a vállalatok aktív szereplőkké válnak a kiélezett gazdasági versenyben.
4. *Ösztönzik a kutatásalapú innovációs rendszert*. A tudásalapú és kifejezetten a high-tech startupok szorosan kötődnek a kutatás fókuszú intézményekhez. A megfelelő vállalkozói ökoszisztéma ösztönzi a kutatás-fejlesztést és az innovációs tevékenységet a tudásalapú vállalatoknál és szervezeteknél. Sőt az egyetemeket és kutatóintézeteket is az alkalmazott kutatás irányába tereli inkább az alapkutatás felől. A startupok modellként is funkcionálnak, hiszen arra készítetik a kutatókat és diákokat, hogy ötleteiket és elképzeléseiket ilyen vállalkozási formában valósítsák meg.
5. *A proaktivitást, mint értéket honosítják meg a társadalomban*. A startup vállalkozók megváltoztatják a társadalom értékítéletét. Új perspektívába helyezik a szakismeretet és a kreativitást, mint kiemelten fontos értékeket. A társadalom tagjai számára világossá vált, hogy saját maguk is felelősséggel tartoznak munkájukért és karrierfejlődésükért.

A startupok a gazdaság egyre fontosabb szereplőivé váltak, így fokozatosan a kutatók vizsgálatának középpontjába kerültek. Sokan foglalkoztak a startup alapítási motivációkkal, azt kutatva, hogy miért indítanak ilyen jellegű vállalkozásokat. Mások pedig az üzleti siker kulcsfontosságú tényezőit elmezték.

Bár a startupok innovációorientáltak, mégis az újdonságok piaci elfogadottsága a vevőkön múlik. Az innovációk sikere a fogyasztói szükségletek megértésén és az azokon alapuló termék és szolgáltatásfejlesztésen múlik. A vevők vágyának felismerése, annak mélyebb megismerése, valamint ennek tükrében a megfelelő kínálati portfólió kialakítása nagymértékben függ a startup vállalkozó személyiségétől.

Elvitathatatlan, hogy egy startup létrehozásának és működtetésének folyamatában a vállalkozó személyisége kulcsfontosságú, hiszen a környezetével és a stakeholderekkel való kapcsolata megalapozza cége működését. Megfelelő mentalitással és képességekkel kell rendelkeznie annak az egyénnek, aki úgy dönt, hogy vállalkozóvá akar válni. Az új vállalkozók személyiségjegyei kulcsfontosságúak az üzletindítás korai szakaszában, azonban hosszabb távon is kritikus jelentőségűek a piacorientált innovációs folyamat sikere tekintetében.

3. A startup vállalkozó személyisége

Már 1934-ben Schumpeter⁸ is olyan személyként definiálta a vállalkozót, aki speciális képességekkel van megáldva annak érdekében, hogy a technológiát úgy tudja hasznosítani, hogy az jelentős piaci változásokban realizálódjon, tehát kreatív rombolást hajtson végre. A kreatív rombolás során az új termékek és termelési technológiák az innovációs hullám által áttranszformálják a piacot.

A vállalkozói szakirodalom külön figyelmet szentel a vállalkozó személyiségének vizsgálatára a cégalapítás és a vállalkozás teljesítményének összefüggésében.⁹ A vállalkozó olyan személy, aki meglátja és azonosítja problémát, majd arra reagálva egy cégalapítás kíséretében megoldási alternatívát ad. A vállalkozásindítás és a sikeres cégmenedzsment nagymértékben függ a személyes indítástól és megfontolástól, a bizonytalan gazdasági környezetben hozott döntéshozatali készségtől, a kockázatvállaló képességtől, az állhatatosságtól, a stressztűrő képességtől, a hanyatló időszakokban mutatott kitartástól, sőt a befektetőkkel, szállítókkal és vevőkkel kialakított kapcsolatrendszer menedzselésétől. Koe Hwee Nga és Shamuganathan kutatásai igazolták, hogy a személyiségjellemzők hatást gyakorolnak a vállalkozói hajlamra. A vállalkozói személyiség az egyén veleszületett tulajdonságaiban, szocializációjában és képzettségében gyökerezik, valamint az értékek, hitek és attitűdök által befolyásolt.¹⁰

A vállalkozó személyisége nemcsak a döntéshozatali mechanizmusra gyakorol hatást, hanem az üzletfejlesztés irányaira is, így annak sikerességére is. Heckman et al. kutatásai igazolták, hogy a vállalkozó személyiségjegyei befolyásolják munkapiaci pozícióját és jövedelmét.¹¹ Calindeo et al. szerzőtársaival a startup vállalkozó személyiségjegyei illetve a munkanélküliség időszakának hossza közötti összefüggést analizálta.¹²

Az biztos, hogy egy új startup indításakor a vállalkozó jelentős versenyhátránnyal rendelkezik a már alkalmazásban állókhhoz képest. Mindezt fokozza még az is, hogy szigorúbb hitel elbírálási procedúra alá esik a rosszabb anyagi kondíciók és elégtelen pénzeszközök következtében. Vállalkozását sokszor a piaci szereplők humán és társadalmi érték tekintetében is alulértékelik. Mivel a startupok speciális piaci résre fókuszálnak, így a vállalkozókon nagyobb a nyomás és teljesítménykényszer, hiszen a rendelkezésre álló alternatívák száma is jóval korlátozottabb más vállalati formákhoz viszonyítva.¹³

A vállalkozói személyiség, így a startup vállalkozói jellem elemzésének egyik leggyakrabban használt módszere az öt-tényező modell, avagy szakmai körökben ahogy említik a „big five”. A modell a következő dimenziókkal rendelkezik:¹⁴

- *Az Extraverzió faktor:* az alanyok szociális nyitottságát, közösségben tanúsított viselkedését, vezetői tulajdonságait és határozottságát vizsgálja. Ez a dimenzió a dominanciával, a státusvágygal, a szociális kapacitással és a határozottsággal kapcsolatos személyiségvonásokkal jellemezhető. E tényező tekintetében a két végpont a következőkkel jeleníthető meg:
 - extrovertált az aki, határozott, társaságkedvelő, vidám, nagylelkű.
 - introvertált aki, visszahúzó, nyugodt.
- *A Kedvesség faktor:* azt mutatja meg, hogy a vizsgált személyiség mennyire rokon-szenves, jólelkű a környezete szemében, könnyű-e vele kooperálni és együttműködni. Ebben az esetben a két végpont az, hogy valaki:
 - jóindulatú, együttműködő vagy bizakodó vagy
 - hideg, kellemetlen.
- *A Megbízhatóság faktor:* arról ad felvilágosítást, hogy az állhatatosság, a felelősségteljes magatartás és a munkavégzés keménysége mennyire jellemzi a válaszadót. Ide

sorolhatjuk még az új tudás szerzésének vágyát és készségét is. A kontinuum két végpontja azzal írható le, hogy valaki:

- rendezett, következetes és van felelősségtudata, illetve
 - megbízhatatlan, felelőtlen és rendetlen.
- *Az Érzelmi stabilitás faktor:* azt sugallja, hogy az adott személy mennyire kiegyensúlyozott, nyugodt és határozott, mennyire képes ellenállni a stressznek. A vizsgálati skála két sarokpontja ennél a tényezőnél az, hogy valaki mennyire:
 - nyugodt, önbizalommal rendelkező, vidám vagy
 - ideges, aggodalmaskodó, depressziós, bizonytalan neurotikus.
 - *Az új dolgok iránti nyitottság faktor:* abból a szempontból ad jellemzést, hogy a vizsgált személyiség mennyire érdeklődő, fantáziadús, nyitott az újdonságokra. Ebből adódóan a két szélső végpont az egyén jellemében az, hogy:
 - nyitott, kreatív, érdeklődő, kíváncsi, művészet iránt érzékeny, intellektuális vagy
 - konzervatív és kényelemszerető.

Számos további tanulmány is született azt vizsgálva, hogy a vállalkozó személyisége mennyire kockázatvállaló, célorientált vagy éppen innovatív.¹⁵ Zhao et al. kutatásai kimutatták, hogy a vállalkozó magatartását pozitívan befolyásolja a tudatosság és a nyitottság.¹⁶ Calindeo szerzőtársaival kifejezetten a startupokat vizsgálja és arra a következtetésre jut, hogy az eredményesen működő startup tulajdonosok egyik tulajdonsága az extravertió és a nyitottság.¹⁷ Azonban a belső kontroll, a tolerancia és a kockázattűrési képessége is elengedhetetlen a hatékony piaci jelenlét megszerzéséhez és megőrzéséhez.¹⁸

Calindeo szerzőtársaival a férfiak és nők közötti személyiségjellemzőket is elemezte. Érdekes a nemek alapján is különbséget tenni a sikeres startup vezetők személyiségjellemzői között. Mindkét nemre jellemző a nyitottság és a kockázatvállaló képesség, azonban az extravertió és a kontroll kifejezetten a férfiak sajátossága.¹⁹

Az előzőekben említett kutatások mindegyikében az öt-tényező modellt használták a szerzők, ami igazolja a modell gyakorlati használhatóságát és empirikus jelentőségét is a személyiségvizsgálatok során. Az innovatív startupok esetén Leutner et al. vizsgálatai különös jelentőséggel bírnak, hiszen kimutatták, hogy a negatív kapcsolat igazolható az extravertió és a találmány fókuszú vállalkozás között.²⁰ Következéseit úgy fogalmazta meg, hogy „...minél inkább introvertált a személy, annál újszerűbb modelleket fejleszt, tervez és értékesít”.²¹ Azonban ebben a kérdésben nincs egyetértés, hiszen Koe szerzőtársaival épp az ellenkező következtetésre jutott, sőt még azt is igazolták, hogy a nyitottság pozitív hatást gyakorol az innovációra és a pénzügyi megtérülésre.²²

Az öt-tényező modellt a kreativitás vizsgálatára is használták. Feist, valamint Rothmann et al. vizsgálatai pozitív kapcsolatot találtak a kreativitás és a tudatosság között.²³ Viszont a kedvesség²⁴ és az érzelmi stabilitás²⁵ negatív kapcsolatban áll a kreatív tevékenységgel.

A személyiségjellemzők szakmai beállítódásra és magatartásra gyakorolt hatása a vállalkozók esetén szignifikánsan szorosabb, mint más területen tevékenykedők esetén. Mindez a vállalkozók személyes küldetéséből és az üzleti életben betöltött szerepéből vezethető le. A következő jellemvonások kifejezett mértékben pozitív irányban befolyásolják a vállalkozói attitűd kialakulását és az üzleti életben való érvényesülést.²⁶

- az *öntudatosság*, ami erősebb munka iránti motivációban, elkötelezettségben, állhatatosságban, és hatékonyságban nyilvánul meg,
- az *extravertió*, amit az öntudatosság magas foka jellemez és elengedhetetlen eleme a befektetőkkel, szállítókkal és vevőkkel kialakított kapcsolatok menedzselésének, valamint
- az *belső kontroll* és az *érzelmi stabilitás*, amelyek a magasabb stressz tűrő képességben, magabiztosságban mutatkoznak meg.

A startup vállalkozó kellemes személyisége a stakeholderekkel kialakított megbízható és harmonikusan együttműködő viszony záloga. Ez azonban kétélű fegyver is lehet, hiszen előfordulhat, hogy a tárgyalóképeség vagy a túléléshez szükséges üzleti keménység hiányát vélik felfedezni mögötte.²⁷ Rauch és Frese vizsgálatai azt igazolták, hogy a vállalkozók lelkiismeretessége és belső kontrollja pozitívan, míg kellemes jelleme és nyitottsága negatívan hat a startupok hosszabb távú fennmaradására és sikerességére.²⁸ A szakirodalomban nincs megegyezés arról, hogy a nyitott személyiség jobb vállalkozóvá válik-e. Főleg a vállalkozásindítás kezdeti szakaszára jellemző, hogy az innovatív gondolkodás és a kreativitás kevésbé fontos tényezők közé sorolható, mint a későbbi időszakokban.

A vállalkozók kockázattűrő és kockázatmenedzselő képessége kiemelten fontos a cég hosszú távú működése és sikeressége tekintetében. A vállalatvezetőknek ügyelniük kell arra, hogy elkerüljék az olyan kockázatos beruházásokat, amelyek hosszabb távon veszteséggé tehetik a céget, és ha az üzleti sikert függvényszerűen ábrázolnánk, akkor az egy inverz U alakú görbében realizálnánk.²⁹

Érdekes Delamar megközelítése, aki szerint a környezeti tényezők olyan gyors ütemben változnak, hogy a személyiségjellemzőket környezetükből kiragadva nem érdemes a vállalkozó magatartásának vizsgálatára felhasználni.³⁰

A személyiségjellemzők mellett és éppen azokból következően, a vállalkozó kreativitása – épp a startupok innovatív jellege miatt –, kritikus fontosságú azok létrehozásához és működtetéséhez. A kreativitás leggyakrabban használt meghatározását Guilford (1950) adta, szerinte a kreativitás alkotóképeséget, teremtőképeséget jelent, amely során a különféle készségek szerveződése lehetővé teszi az elszigetelt tapasztalatok összekapcsolását, újszerű értelmezését és új formában történő megjelenését.³¹ A pszichológiai értelmező szótárban a kreativitás beállítódásként és képességként (képességek szerveződéseként) fogalmazódik meg, még hozzá úgy hogy „a korábban elszigetelt tapasztalatok között kapcsolatokat hozunk létre, amelyek új gondolkodási sémák formájában, új tapasztalatokként, elképzeléseként, vagy produktumokként jelennek meg, akár a művészetben, akár a tudományban és technikában, akár a mindennapi életben.”³² A humanisztikus pszichológiában a kreativitás definíciója az önmegvalósítás, a csúcstelenség szinonimájává vált.³³

Amennyiben a startup vállalkozó új, korábban még nem ismert ötletekkel és megoldásokkal jelenik meg, e képessége segítségével könnyebben azonosíthatja a piaci lehetőségeket és réseket. A kreatív személyiségekkel jellemezhető egyének sokkal könnyebben válnak vállalkozóvá. Mindez genetikai adottságoknak és környezeti tényezőknek (például élettapasztalat) is betudható.

Guilford nevéhez fűződik a kreatív ember személyiségjellemzőinek meghatározása, amely a következőkkel jellemezhető:³⁴

- könnyedség (*fluency*): a szellemi aktivitás könnyedsége és gyorsasága,
- flexibilitás (*flexibility*): adottság arra vonatkozóan, hogy, hogy a meglévő ismereteket és információkat ösztönösen átalakítsa vagy rendszerbe helyezze,
- kidolgozottság (*elaboration*): részletek kidolgozásának vagy gondolati struktúrák kiépítésének képessége,
- eredetiség (*originality*): készség a világ dolgainak más szemszögből való értelmezésére,
- érzékenység (*sensibility*): nyitottság, a problémák felismerésének képessége és
- problémák újrafogalmazásának készsége (*redefinition*): adottság arra vonatkozóan, hogy a korábbiaktól eltérően, más módon is lehet a helyzetet és a vizsgált problémát magyarázni.

A kreatív személy tulajdonságait eltérő kontextusban más-más módon lehet interpretálni. Ezt mutatja be az 1. táblázat.

1. táblázat: A kreatív személyiség tulajdonságai
Table 1.: The attributes of a creative personality

A kreatív személyiség tulajdonságai	
A kognitív szférában	Mentális egészség, megismerési vágy, kíváncsiság, érdeklődés, dús fantázia, intellektuális aktivitás és hatékonyság, jó megfigyelőkészség, függetlenség a gondolkodásban és véleménynyilvánításban.
Az intellektuális és gyakorlati cselekvésben	Kísérletező és kutató hajlam, új utak keresése, a dolgok tökéletesítésére, probléma- és feladatorientáltság.
A motivációs szférában	Az önmegvalósítás vágya, az önérvényesítés motívuma, a meglévő megváltoztatására és tökéletesítésére irányuló szándék.
A környezethez való viszonyban	Nyitottság, előítélet mentesség, több szempontú és komplex megközelítések, feszültségek és ambivalenciák tűrése és keresése, paradoxonok iránti fogékonyság, irracionális tolerálása, kuriózumok kedvelése, játékoság, bohémság, humorérzék.
Az interperszonális kapcsolatokban	Konstruktív nonkonformizmus, tárgyilagosság, csoportonkívüliség és magánytűrés, csoportaktivitásban való részvétel esetén egyensúlytartás és irányítás, elnyomás elleni védekezés, mások véleményétől való függetlenedés, a korlátok, kötöttségek és konvenciók elutasítása.
Az személy önmagához való viszonyában	Magas énerő, magabiztosság, önbizalom, személyes energia, önfogadás, pozitív énkép, ugyanakkor önmagával szembeni elvárások, a személyiség szabadságába vetett hit, pszichológiai biztonság a kockázat és a veszély vállalásában.
A személy egészére jellemzően	Nem feltétlenül harmonikus személyiségfejlődés, lehetnek elmaradt területek, de a személyek ezt a diszharmóniát jól viselik.

Forrás: <http://pszichologus-budapest.eu/pszichologus-budapest-cikkek/pszichologus-budapest-alkotokeszseg-kreativitas.pdf>

E fejezetben bemutatott elméleti vizsgálatok egyértelműen igazolják, hogy a személyiségjellemzők és a kreativitás innovatív magatartásra gyakorolt hatása komplex. Mivel az orvosi biotechnológia és az egészségügy a leginnovatívabb szektorok közé sorolhatók Magyarországon, érdemes megvizsgálni, hogy az ott tevékenykedő startup vállalkozók személyiségjegyei és kreativitásuk miként befolyásolja azok üzleti profilját és piaci jelenlétét.

4. Kutatás az orvosi biotechnológiában és az egészségügyben tevékenykedő startup vállalkozók személyiségjellemzőiről és kreativitáshoz való viszonyáról

4.1. A kutatás módszertana

A személyiségvizsgálatokat két felfogás, a nomotetikus és idiografikus szemlélet köré csoportosíthatjuk (lásd. 2. ábra). Ez képezi kutatásom alapját is.

2. táblázat: A nomotetikus és az idiografikus személyiség felfogás
Table 2.: The nomotetic and ideographic views of the personality

Nomotetikus szemlélet	Idiografikus szemlélet
Pozitivistá felfogás	Fenomenológiai felfogás
A viselkedés általános szabályait keresi	A viselkedés egyedi
Nagy csoportok statisztikai vizsgálatán alapul	Az egyént vizsgálja
Kérdőívet használ	Projektív tesztek használ, naplót, dokumentumokat, interjúkat eleméz
Az egyén tulajdonságaiból típusokat alkot	Az egyént saját értelmezésében írja le
A személyiség kis darabokból áll (a tulajdonságok típusokat képeznek)	Az egyén egyedi, megismételhetetlen egész
A személyiség adott születéskor	A személyiséget elsősorban a társadalmi folyamatok alakítják
A személyiség nem változik	Változhat, a tapasztalat alakíthatja

Forrás: Kispál-Vitai Zsuzsanna (2013): Szervezeti viselkedés. Pearson Education Limited. 21. old.

A mélyebb elemzés érdekében kombináltam e két módszertant. Nomotetikus megközelítést alkalmaztam a személyiségtesztek által és idiografikus szemléletmódot használtam a mélyinterjúk tekintetében.

Az elméletben felvázoltak arra inspiráltak, hogy megvizsgáljam az öt-tényező modell segítségével, hogy a startup vállalkozóknál milyen személyiségjellemzők dominálnak. Az öt-tényező modell személyiségtesztje az IPIP (International Personality Item Pool) tulajdonosa. A szervezettől engedélyt kértem a vizsgálatomhoz, és azt meg is kaptam.

A személyiségteszt eredményét mélyinterjúkkal egészítettem ki. A mélyinterjúk a startup vállalkozók kreativitásának vizsgálatára irányultak. Érdekes volt megvizsgálni, hogy a személyiségjellemzők miként függnek össze a vállalkozók önmagukról és kreativitásukról alkotott képével, hiszen ezek a tényezők hatással vannak a vállalkozói innovativitásra és a sikeres üzletmenetre. A kutatás eredményeit nem lehet általánosítani, mert hat startup vállalkozót elemeztem. Azért esett a választásom ezekre a vállalkozókra, mert jelentős képviselői az általam vizsgált ágazatoknak és hiteles képet adnak az ott tevékenykedő startupperek személyiségről. Az elemzett startupok a piros biotechnológia és az egészségügy területén tevékenykednek. Nevük elhallgatását kérték az interjúalanyok, így 1., 2., 3., 4, 5., 6-os számokkal jelölöm őket.

4.2. A kutatás eredményei

Az öt-tényező modell alapján a következő eredményeket kaptam:

1. ábra: 1., 2., 3., 4., 5., 6. interjúalany faktorai az öt-tényező modell alapján
Figure 1.: Personality test factors of the 1st, 2nd, 3rd, 4th, 5th and 6th interviewees based on the Big Five Model

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	45
II.	Érzelmi stabilitás	97
III.	Kedvesség	32
IV.	Megbízhatóság	84
V.	Új dolgok iránti nyitottság	59

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	81
II.	Érzelmi stabilitás	97
III.	Kedvesség	56
IV.	Megbízhatóság	96
V.	Új dolgok iránti nyitottság	84

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	7
II.	Érzelmi stabilitás	87
III.	Kedvesség	51
IV.	Megbízhatóság	96
V.	Új dolgok iránti nyitottság	65

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	92
II.	Érzelmi stabilitás	91
III.	Kedvesség	35
IV.	Megbízhatóság	89
V.	Új dolgok iránti nyitottság	84

Az 1. ábra folytatása

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	96
II.	Érzelmi stabilitás	95
III.	Kedvesség	67
IV.	Megbízhatóság	72
V.	Új dolgok iránti nyitottság	84

Faktor	Faktor név	Százalék érték
I.	Extraverzió	86
II.	Érzelmi stabilitás	98
III.	Kedvesség	87
IV.	Megbízhatóság	89
V.	Új dolgok iránti nyitottság	70

Forrás: saját szerkesztés

Az 1. ábra illusztrálja, hogy mindegyik vállalkozó esetén az érzelmi stabilitás értéke rendkívül magas. Az érzelmi stabilitás arra utal, hogy az adott személyiség mennyire nyugodt, amikor stressz hatása alatt áll. Az érzelmileg bizonytalan ember ingatag és amikor nagyobb kockázatnak van kitéve, akkor heves és robbanékonyan reagál. Mivel a mindennapok során a startupok nagy kockázatnak vannak kitéve, ezért az érzelmi stabilitás a kiélezett versenyben működő vállalkozások vezetőinek kritikus jellemvonása. A megkérdezettek többsége extrovertált személyiség. Ez egyezést mutat Koe és szerzőtársai megállapításaival, akik kimutatták, hogy a nyitottság pozitív hatást gyakorol az innovativitásra.³⁵ Az első és harmadik interjúalanyom esetén az extrovertáltság alacsony értéket kapott, hiszen ők inkább tudósoknak tekintik magukat, mintsem piacorientált személyiségnek. Ez az eredmény hasonlóságot mutat Leutner et al. kutatási következtetéseivel.³⁶ E két interjúalanyom valóban nyugodt habitusú és saját magából merít energiát.

A kedvesség faktora egyik interjúalanyomnál sem kapott magas pontszámot. Ez a következtetés egyezést mutat King et al. megállapításával, amely szerint a kedvesség negatívan korrelál a kreativitással.³⁷ Az alacsony kedvesség faktorértékkel rendelkező személyekben nagyon erős a versenyszellem és állandó kihívást támasztanak másokkal szemben.

A megbízhatóság, a felelősségtudat és a következetesség mindegyik megkérdezett vállalkozó esetén magas értéket mutat és mindegyik személyt nagymértékben jellemez. Ez nem meglepő, hiszen az üzleti életben, főleg a kis startup vállalkozások esetén az adott szó hatalma és a pontosság elvitathatatlannal fontos. Az előző fejezetben bemutattam Rothmann és Coetzer kutatási eredményét, ahol pozitív kapcsolat fedezhető fel a megbízhatóság és a kreativitás között.³⁸ Következtetéseink párhuzamot mutatnak egymással, hiszen a megbízhatóság magas értéke indikátora lehet annak, hogy a vizsgált alanyok rendkívül kreatívak és innovatív startupok tulajdonosaiként funkcionálnak.

Váratlan volt számomra, hogy az új dolgok iránti nyitottság faktor esetén nem mutattak egyértelműen magas pontszámot interjúalanyaim. Ez abból adódhat, hogy érdeklődők ugyan az új dolgok iránt, de az adott szakterület tekintetében ragaszkodnak az általuk elért eredményekhez, azt kívánják hosszabb távon hasznosítani, ezért még kicsit zárkóztak az esetleges újítások iránt.

A mélyinterjúk során megpróbáltam a személyiségjellemzők kreativitással való összefüggéseire rávilágítani. Mindegyik vállalkozó a kreativitás kulcsát az egészséges kíváncsiságban látja. Őt cégvezetőt a tudományos kíváncsiság hajtott, amíg a negyedik esetben a

saját életének eseménye és a családja iránt érzett erős kötelék, az ami a fejlesztés felé vitte. „Mindig is hajtott az új utak megismerése” – hangzott el az interjú során a negyedik interjúalanytól. Az ötlet megszületésétől az első prototípusig, tehát a megvalósítása során sokat számított a válaszadó mérnöki végzettsége is, de mindig a vágyai és álmai vezérelték a termék megalkotása során.

Érdekes, hogy a megkérdezettek véleménye alapján nem egyértelmű a csoport, illetve más kutatókkal való együttműködés hatása. A második és harmadik interjúalanyom kifejezetten magányos kutatónak vallja magát. Ötleteinek forrásai is saját maguk és már régóra érlelődik bennük. A harmadik interjúalanyom orvos és kutató biotechnológus is egyben. Kutatásait mindig bizalmasan kezelte és kizárólag magában bízott az innovációs folyamat során. A másik négy megkérdezett startup vállalkozó a kooperációt a versenyelőny forrásának tekinti és általa könnyebben tudták termékeiket és szolgáltatásaikat piacra dobni.

Mindegyik interjúalanyomat a tudományos szakismeret, valamint a műszaki kreativitás biotechnológiai és egészségügyi alkalmazása ösztökélte. A „szakmai közeg, amely inspirálóan hatott” – nyilatkozta az ötödik interjúalany és valószínűnek tartja, hogy a későbbi ötleteihez is az ihletet így szerzi meg.

Majdnem mindegyik megkérdezett startupper nagy önbizalommal jellemezte saját magát. Egyedül a harmadik válaszadónál az önbizalom faktora jóval szerényebb volt társainál. Ez abból is adódhat, hogy ő egyedül valósította meg vállalkozását, a többiek pedig társukkal együtt osztoztak a sikereken és a kockázatokon. A másik ok az lehet, hogy ő inkább kutatónak, mintsem üzletembernek vallotta önmagát.

A környezetével való kapcsolat különösen a negyedik interjúalany számára volt fontos, és ahogy ő nyilatkozott, „az energiát is abból nyeri”. Az azonban elvitathatatlan, hogy mindegyik esetben a vállalkozók saját magukkal szembeni elvárásaik rendkívül magasak voltak.

Összefoglalva mindegyik interjúalanyomról elmondható, hogy az újdonság megismerése folyamatosan hajtja őket és a saját szakterületükön nem mindennapi megoldásokat keresnek a kielégítetlen piaci igények és rés piacok számára. Napjainkban a startup világban nélkülözhetetlen a felelősség és a következetesség az üzleti kapcsolatok során. Ez az általam megkérdezett vállalkozók számára is kiemelt fontosságot képviselt.

5. Összefoglalás és következtetések

A startupok olyan fiatal innovatív cégek, amelyek a fejlődés és a növekedés fázisában vannak. Az új technológia és az innováció inkubátoraiként funkcionálnak. A startupot alapító vállalkozót olyan kezdeményezőként definiálhatjuk, ahol a vállalat alapítást a siker kiaknázásának eszközeként lehet értelmezni. Érdemes megismerni a startup vállalkozók magatartását és gondolkodásmódját, hogy miként látják meg azt az egyedülálló lehetőséget, amire aztán cégük fő profilját építik, hiszen mások elmennek e lehetőségek mellett, vagy ha belekezdnek is, akkor elbuknak. A személyiségjellemzők vizsgálata épp ezekre a kérdésekre ad választ. A startupok azon vállalati formák közé tartoznak, ahol az alapítók személyiségjellemzői és ezen jellemzők által meghatározott értékek determinálják a vállalkozás működését és piaci kapcsolatait. A startup vállalkozó személyisége nemcsak a vállalkozóvá való válás során meghozott döntésekben tükröződik, hanem hosszabb távon cégének fejlődésére is hatással van. Az új üzleti vállalkozás létrehozása és hatékony menedzselése szorosan összefügg a személyes kezdeményező képességgel, amely magában foglalja a bizonytalan környezeti feltételek közötti kockázatos döntéshozatalt, akadályok felmerülése esetén a kitartást, a stressztűrő képességet, sőt a vevőkkel, beszállítókkal és befektetőkkel kialakított kapcsolat fenntartását is.

Elemzésemhez Magyarország leginnovatívabb ágazatait, az orvosi biotechnológiát és az egészségügyet választottam. A startup vállalkozók személyiségének vizsgálatához és a kreativitáshoz való viszonyuk elemzéséhez mind nomotetikus, mind pedig idiografikus megközelítést is alkalmaztam. Az legszélesebb körben alkalmazott személyiségvizsgálati tesztet, az öt-tényező modellt kombináltam mélyinterjúkkal.

A legfontosabb következtetéseként lehet számon tartani azt, hogy egy startup vállalkozás indításához és menedzseléséhez elengedhetetlen a nyitott vállalkozói személyiség és az extroverzió. Az innovatív startup sikeres irányításához nélkülözhetetlen az érzelmi stabilitás magas szintje és a megbízhatóságot a piaci siker zálogának lehet tekinteni. Mindegyik interjúalanyom a kreativitás essenciáját az egészséges kíváncsiságban látja, amely a folyamatos és fenntartható innovációk állandó fókuszát képezi.

JEGYZETEK

1. Kelley Donna, Singer Slavica, Herrington Mike (2016): Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurship Research Association. London. 26–27. old.
2. Bygrave William D., Zacharakis Andrew (1997): The Portable MBA in Entrepreneurship. John Wiley & Sons Inc. New York. 4. old.
3. Calindeo Marco, Künn, Steffen, Weißenberger Martin (2016): Personality traits and the evaluation of start-up subsidies. IZA Discussion Paper. No. 9628. January. 24–25. old.
4. Ries Eric (2013): Lean Startup. How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses? Random House. New York. 37–38. old.
5. Piac & Profit (2015): Nem minden induló vállalkozás startup – de akkor mi az? http://www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/nem-minden-indulo-vallalkozas-startup-de-akkor-mi-az (letöltve: 2016. február 11.).
6. Conti Annamaria., Thursby Marie C., Rothaermel Frank (2013): Show me the right stuff: signals for high-tech startups. *Journal of Economics & Management Strategy*. 22(2). 341–364. old.
7. Shabangu Sandile (2014): The importance of startup companies for economic development. <http://wancareer.blogspot.hu/2014/12/sandile-shabangu-importance-of-startup.html> (letöltve: 2016. február 16.).
8. Schumpeter Joseph A. (eredei kiadás 1934, magyarul 1980). A gazdasági fejlődés elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest. 110–144. old.
9. Park John S. (2005): Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation*. 25. 739–752. old.
10. Koe Hwee Nga Joyce, Shamuganathan Gomathi (2010): The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*. 95(2). 259–282. old.
11. Heckman James J., Stixrud Jora, Urzua Sergio (2006): The effects of cognitive and noncognitive abilities on labor market outcomes and social behaviour. *Journal of Labor Economics*. 24 (3). 411–482. old.
12. Caliendo Marco, Cobb-Clark Deborah A., Uhlendorff Arne (2015): Locus of control and job search strategies. *Review of Economic Statistics*. 97(1). 88–103. old.
13. Storey David J. (2003): Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public policies. In: Acs Zoltan J., Audretsch David B. (eds.) *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers. London. 473–511. old.
14. Kispál-Vitai Zsuzsanna (2013): Szervezeti viselkedés. Pearson Education Limited. Harlow. 25. old.; Mirnics Zsuzsanna (2006): A személyiség építőkövei. Típus-, vonás- és biológiai elméletek. Bölcsész Konzorcium. Budapest. 59–60. old.
15. Chell Elisabeth, Harworth Jean, Brearley Sally (1991): The search for entrepreneurial traits. In: Chell Elisabeth, Harworth Jean, Brearley Sally (eds.) *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. Routledge. London. 29–53. old.; Heunks Felix J. (1998): Innovation, creativity and success. *Small Business Economics*, 10(3), 263–272. old.

16. Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*. 36(2). 381–404. old.
17. Caliendo Marco, Fossen Frank M., Kritikos Alexander S. (2014): Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*. 42(4), 787–814. old.
18. Cramer Jan, Hartog J., Jonker N., Van Praag C. (2002): Low risk aversion encourages the choice for entrepreneurship: an empirical test of a truism. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 48(1). 29–36. old.; Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): i. m.
19. Caliendo Marco, Fossen Frank M., Kritikos Alexander S. (2009): Risk attitudes of nascent entrepreneurs: new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*. 32 (2). 153–167. old.
20. Leutner Franziska, Ahmetoglu Gorkan, Akhtar Reece, Chamorro-Premuzic Tomas (2014): The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*. 63. 58–63. old.
21. Leutner Franziska, Ahmetoglu Gorkan, Akhtar Reece, Chamorro-Premuzic Tomas (2014): i. m. 62. old.
22. Koe Hwee Nga Joyce, Shamuganathan Gomathi (2010): i. m.
23. Feist Gregory J. (1998): A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*. 2(4). 290–309. old.; Rothmann Sebastiaan, Coetzer Elize P. (2003): The Big Five personality dimensions and job performance. *SA Journal of Industrial Psychology*. 29 (1). 68–74. old.
24. King Laura A., Walker Lori McKee, Broyles Sheri J. (1996): Creativity and the five-factor model. *Journal of Research in Personality*. 30 (2). 189–203. old.
25. Rothmann Sebastiaan, Coetzer Elize P. (2003): i. m.
26. Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): i. m. 392. old.
27. Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): i. m. 392–393. old.
28. Rauch Andreas, Frese Michael (2000): Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. In: Cooper Cary L, Robertson Ivan T. (Eds.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. Wiley and Sons Inc. Chichester. 101–142. old.
29. Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): i. m. 389. old.
30. Delamar Frederic (2000): The psychology of the entrepreneur, In: Carter Sara, Jones-Evans Dylan (eds.) *Enterprise and Small Business, Principles, Practice and Policy*. Prentice Hall. London. 132–154. old.
31. Guilford Joy Paul (1950): Creativity. *American Psychologist*. 5. 444–454. old. In: Kurtzberg, Terri R., Amabile Teresa M. (2000–2001): *From Guilford to Creative Synergy: Opening the Black Box of Team-Level Creativity*. *Creativity Research Journal*. 13(3-4). 285–294. old.
32. Bartha Lajos (1981): *Pszichológiai értelmező szótár*. Akadémiai Kiadó. Budapest. 123. old.
33. Landau Erika (1974): *A kreativitás pszichológiája*. Tankönyvkiadó. Budapest. 38. old.
34. Landau Erika (1974): i. m. 46–47. old.
35. Koe Hwee Nga Joyce, Shamuganathan Gomathi (2010): i. m. 278–279. old.
36. Leutner Franziska, Ahmetoglu Gorkan, Akhtar Reece, Chamorro-Premuzic Tomas (2014): i. m. 60. old.
37. King Laura A., Walker Lori McKee, Broyles Sheri J. (1996): i. m. 196. old.
38. Rothmann Sebastiaan, Coetzer Elize P. (2003): i. m. 72. old.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Bartha Lajos (1981): Pszichológiai értelmező szótár. Akadémiai Kiadó. Budapest. 123. old.
- Bygrave William D., Zacharakis Andrew (1997): The Portable MBA in Entrepreneurship. John Wiley & Sons Inc. New York. 4. old.
- Caliendo Marco, Cobb-Clark Deborah A., Uhlenborff Arne (2015): Locus of control and job search strategies. *Review of Economic Statistics*. 97(1). 88–103. old.
- Caliendo Marco, Fossen Frank M., Kritikos Alexander S. (2009): Risk attitudes of nascent entrepreneurs: new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*. 32 (2). 153–167. old.
- Caliendo Marco, Fossen Frank M., Kritikos Alexander S. (2014): Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*. 42(4), 787–814. old.
- Caliendo Marco, Künn, Steffen, Weißenberger Martin (2016): Personality traits and the evaluation of start-up subsidies. IZA Discussion Paper. No. 9628. January. 24–25. old.
- Chell Elisabeth, Harworth Jean, Brearley Sally (1991): The search for entrepreneurial traits. In: Chell Elisabeth, Harworth Jean, Brearley Sally (eds.) *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. Routledge. London. 29–53. old.
- Conti Annamaria., Thursby Marie C., Rothaermel Frank (2013): Show me the right stuff: signals for high-tech startups. *Journal of Economics & Management Strategy*. 22(2). 341–364. old.
- Cramer Jan, Hartog J., Jonker N., Van Praag C. (2002): Low risk aversion encourages the choice for entrepreneurship: an empirical test of a truism. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 48(1). 29–36. old.
- Delamar Frederic (2000): The psychology of the entrepreneur, In: Carter Sara, Jones-Evans Dylan (eds.) *Enterprise and Small Business, Principles, Practice and Policy*. Prentice Hall. London. 132–154. old.
- Feist Gregory J. (1998): A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*. 2(4). 290–309. old.
- Guilford Joy Paul (1950): Creativity. *American Psychologist*. 5. 444–454. old. In: Kurtzberg, Terri R., Amabile Teresa M. (2000-2001): From Guilford to Creative Synergy: Opening the Black Box of Team-Level Creativity. *Creativity Research Journal*. 13(3-4). 285–294. old.
- Heckman James J., Stixrud Jora, Urzua, Sergio (2006): The effects of cognitive and noncognitive abilities on labor market outcomes and social behaviour. *Journal of Labor Economics*. 24 (3). 411–482. old.
- Heunks Felix J. (1998): Innovation, creativity and success. *Small Business Economics*, 10(3), 263–272. old.
- Kelley Donna, Singer Slavica, Herrington Mike (2016): Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurship Research Association. London. 26–27. old.
- King Laura A., Walker Lori McKee, Broyles Sheri J. (1996): Creativity and the five-factor model. *Journal of Research in Personality*. 30 (2). 189–203. old.
- Kispál-Vitai Zsuzsanna (2013): Szervezeti viselkedés. Pearson Education Limited. Harlow. 21–25. old.
- Koe Hwee Nga Joyce, Shamuganathan Gomathi (2010): The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*. 95(2). 259–282. old.
- Landau Erika (1974): A kreativitás pszichológiája. Tankönyvkiadó. Budapest. 38., 46–47. old.
- Leutner Franziska, Ahmetoglu Gorkan, Akhtar Reece, Chamorro-Premuzic Tomas (2014): The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*. 63. 58–63. old.
- Mimics Zsuzsanna (2006): A személyiség építőkövei. Típus-, vonás- és biológiai elméletek. Bölcsész Konzorcium. Budapest. 59–60. old.
- Park John S. (2005): Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation*. 25. 739–752. old.
- Piac & Profit (2015): Nem minden induló vállalkozás startup – de akkor mi az? http://www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/nem-minden-indulo-vallalkozas-startup-de-akkor-mi-az

- (letöltve: 2016. február 11.); <http://pszichologus-budapest.eu/pszichologus-budapest-cikkek/pszichologus-budapest-alkotokeszseg-kreativitas.pdf> (letöltve: 2016. február 18.)
- Rauch Andreas, Frese Michael (2000): Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. In. Cooper Cary L, Robertson Ivan T. (Eds.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. Wiley and Sons Inc. Chichester. 101–142. old.
- Ries Eric (2013): *Lean Startup. How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses?* Random House. New York. 37–38. old.
- Rothmann Sebastiaan, Coetzer Elize P. (2003): The Big Five personality dimensions and job performance. *SA Journal of Industrial Psychology*. 29 (1). 68–74. old.
- Schumpeter Joseph (eredeti kiadás 1934, magyarul 1980). *A gazdasági fejlődés elmélete*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest. 110–144. old.
- Shabangu Sandile (2014): The importance of startup companies for economic development. <http://wancareer.blogspot.hu/2014/12/sandile-shabangu-importance-of-startup.html> (letöltve: 2016. február 16.)
- Storey David J. (2003): Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public policies. In. Acs Zoltan J., Audretsch David B. (eds.) *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers. London. 473–511. old.
- Zhao Hao, Seibert Scott E., Lumpkin G. T. (2010): The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*. 36(2). 381–404. old.