

ÉNHATÉKONYSÁG-ELVÁRÁS MÉRÉSE MAGYAR VÁLLALKOZÓK REPREZENTATÍV MINTÁJÁN

MEASURING SELF-EFFICACY EXPECTATION ON A REPRESENTATIVE SAMPLE OF HUNGARIAN ENTREPRENEURS

FARKAS GERGELY egyetemi tanársegéd
MÁLOVICS ÉVA egyetemi docens
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar

ABSTRACT

The construct of self-efficiency expectation from Albert Bandura is a proxy of willingness for innovation according to the literature. We measured it on a representative sample of Hungarian entrepreneurs. It was a part of a larger omnibus study at the University of Szeged. The survey was conducted by the Central Statistical Office of Hungary (KSH). The sample is representative regarding to regional distribution and number of employees of Hungarian firms. Our study compares the sole proprietorships and partnerships, furthermore the family and non-family businesses. According to the results, the self-efficiency expectation of entrepreneurs is higher than the average in the population of Hungary. This emphasizes that low innovation performance in general is not because of the personality of Hungarian entrepreneurs. Secondly, there is no difference between leaders of firms with different type or size. The equality is important especially from the viewpoint of family businesses. It disproves the so-called family business oxymoron: they avoid risk and they do not innovate but we call them entrepreneurs.

1. Bevezetés

A tanulmány a vállalkozók Bandura-féle énhatékonyság-elvárását mutatja be. Ez a szakirodalom szerint az innovációs hajlandóságnál könnyebben operacionalizálható személyiségjegy, de mégis magas korrelációt mutat vele. Írásunk az Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Karának felkérésére a Központi Statisztikai Hivatal által lekérdezett országosan reprezentatív mintán történ kutatás egy szeletét mutatja be. A reprezentativitás szempontjai a vállalkozások regionális eloszlása, és az alkalmazotti létszám voltak. Kutatásunk lehetőséget biztosított az egyéni és társas, valamint a családi és nem családi vállalkozások összehasonlítására. Utóbbi csoportosítás az, amivel kutató csoportunk már régóta foglalkozik.

A családi vállalkozás kutatások feltételezik, hogy a család befolyása különbözővé teszi ezeket a vállalkozásokat a nem családiaktól. A különbségekről a tudásunk azonban közel sem teljes. A család sajátos erőforrásai, képességei, és problémái nehezen kategorizálhatók, és mérhetők a kutatók számára. (Chua és mtsai. 2003) A legtágabb, de egyben legegyszerűbb definíciót használva azok a vállalatok számítanak családi vállalkozásnak, ahol egy család több tagja többségi tulajdonosa vagy menedzsere a vállalkozásnak, egy időben, vagy az idők során (Miller és mtsai. 2007). A kutatás során is az öndefinícióra kérdeztünk rá, tehát hogy a megkérdezett családi vállalkozásnak tartja-e a vállalkozását, amit rövid magyarázattal egészítettünk ki, ahogy az a mellékletben is látható.

Az innovatív, vállalkozó családot sokáig oximoronként kezelték az üzleti életben, mert a családi vállalkozásokat konzervatívnak, kockázat kerülőnek és pénzügyileg stagnálóknak tartották (Uhlauer és mtsai. 2012). A családi vállalkozások Meyer és Zucker (1989) szerint lassabban növekednek, és lassabb hoznak döntéseket. Laky (1998) hazai tapasztalatai szerint az ilyen vállalkozások nem növekedés, hanem fogyasztás orientáltak, ami azt jelenti, hogy fejlődésüket a háztartás igényeihez igazítják, nem pedig a lehetőségeikhez. Kellermans és Eddleston (2006) szerint kockázatkerülőbbek, ellenállnak a változásoknak, valamint sok esetben kevésbé innovatívok (Gomez-Meija és mtsai. 2003). Ez a merev, konzervatív kép él a családi vállalkozásokról a köztudatban is. Ezért a szakirodalom alapján feltételeztük, hogy az énhatékonyság-elvárás tekintetében különbség lesz családi és nem családi vállalkozók között.

2. Az énhatékonysági elvárás

A felmérésben célzottan azért a vállalkozók Bandura-féle énhatékonyság elvárás (Bandura 1977) kérdeztük le, ami a szakirodalom szerint az innovációs hajlandóságnál könnyebben operacionalizálható személyiségjegy, de mégis magas korrelációt mutat vele. A személyes énhatékonyság (personal self-efficacy) meghatározó tulajdonság a viselkedés szempontjából. Meghatározza, hogy a megküzdési folyamatok elindulnak-e, illetve, hogy milyen energia ráfordítással és mennyi ideig végzi ezeket a személy akadályok, stressz esetén. Az énhatékonyság elvárás nem a siker elérésére vonatkozik, hanem hogy a személy képesnek érzi-e magát a sikerhez vezető viselkedések végrehajtására. Négy információ forrásból táplálkozik: a korábbi tapasztalatok, a modellkövető tanulás, a verbális meggyőzés, és az érzelmi arousal. A vállalkozói énhatékonyság olyan fontos tulajdonság, amivel a vállalkozók és a menedzserek elkülöníthetők (Chen és mtsai. 1998). Az énhatékonyság növeli a kockázatvállalást abban az értelemben, hogy a magas énhatékonysággal rendelkezők több lehetőséget látnak a kockázatos helyzetekben (Krueger, Dickinson, 1994). Boyd és Vozikis (1994) szintén azt hangsúlyozzák, hogy az énhatékonyság a vállalkozó válás, és a vállalkozói tevékenység során meghatározó fontosságú lehet.

Bár már történt próbálkozás kifejezetten családi vállalkozásokra vonatkozó énhatékonysági skála kifejlesztésére (DeNoble és mtsai. 2007), mi mégis az eredetihez hasonló skála mellett döntöttünk, hogy a családi és nem családi vállalkozásokat össze tudjuk hasonlítani. Bandura skáláját Kopp adaptálta először hazánkban (Kopp és mtsai. 1993).

A családi vállalkozások szakirodalomban leírt alacsonyabb innovációs hajlandósága miatt hipotézisünk, hogy az énhatékonyság-elvárás értéke is alacsonyabb lesz a családi vállalkozók körében. Alternatív hipotézisként feltételezzük, hogy a családon belüli modellkövető magatartások, a szoros kommunikációs hálózatokon keresztüli megerősítések, és a támogató pszichológiai környezet hozzásegít a magas énhatékonyság-elvárás kialakításához és fenntartásához. Ezért a családi vállalkozásokban a megkérdezett vállalkozók énhatékonysága várhatóan magasabb, mint a nem családi vállalkozásokban, ahol ez a serkentő környezet hiányzik.

2. A kutatás

A kvantitatív felmérés omnibusz kutatás keretében valósult meg. 614 vállalkozás válaszolt a KSH által feltett kérdéseinkre, amiből 312 társas vállalkozás, 302 egyéni. A mérés alkalmas reprezentatív adatok előállítására. A mintavétel országos volt, amit a KSH által

mért regionális eloszlás és alkalmazotti létszám szerinti gyakoriság alapján súlyoztunk. Az énhatékonysági-elvárás mértékét a mellékletben található kérdéssorral mértük fel. A kutatás elsőként biztosít lehetőséget a családi vállalkozások arányának hiteles megállapítására az egyéni (62,3%) és a társas (67,4%) vállalatok körében Magyarországon. Eddig csak nem reprezentatív mérések, illetve szakértői becslések álltak rendelkezésre. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a szakértői becslések, és korábbi nem reprezentatív mérések is pontosnak bizonyultak a családi vállalkozások gyakoriságát tekintve.

2.1. A minta bemutatása és leíró vizsgálata

Elsőként áttekintettük, hogy a beérkező adatok mennyire fedik le a hazai régiókat. Még a nagy minta elemszám mellett sem sikerült minden régióban közép és nagyvállalkozásokat megszólítani. Annak ellenére sem, hogy a felvétel időszakát és elemszámát a lehetőségekhez képest maximalizáltuk. A súlyok előállítását az alapsokasághoz viszonyítva a hét magyarországi régió és a létszám kategóriák szerint történt. Az egyéni vállalkozásoknál a legmagasabb létszám kategória az 50 fő feletti volt, de egyébként a KKV-k felosztása során is használt létszám kategóriákat követtük.

A vizsgált vállalkozások kora egyenletesen fedi le a rendszerváltástól a napjainkig tartó időszakot. Az egyéni és a társas vállalkozások esetében egyaránt található a mintában induló, és a generáció váltáshoz közeledő, vagy már túlesett vállalkozás. A tevékenységi terület (ipar, mezőgazdaság, szolgáltatás) szerinti felosztásban a társas vállalkozások tevékenységében nem látható jelentős eltérés a családi és nem családi vállalkozások arányában, addig az egyéni vállalkozások esetén megfigyelhető a családi kisiparosok jelenléte, ami közismert vállalkozási tevékenység (1. táblázat).

1. táblázat: A vállalkozások tevékenysége
Table 1.: Business activity

	Társas vállalkozás		Egyéni vállalkozás	
	Nem családi	Családi	Nem családi	Családi
Ipar	19,2%	19,4%	4,6%	10,6%
Mezőgazdaság	3,0%	0,5%	1,8%	1,1%
Szolgáltatás	77,8%	80,1%	93,6%	88,3%
Összesen	100%	100%	100%	100%

(saját szerkesztés)

A válaszadók fele rendelkezik valamilyen gazdasági végzettséggel az egyéni és a társas vállalkozók körében is. A legmagasabb iskolai végzettség jellemzően felsőfokú. Míg az egyéni vállalkozók kétharmada, addig a társas vállalkozók háromnegyede rendelkezik felsőfokú végzettséggel. A csak alapfokú végzettséggel rendelkezők aránya mindkét csoportban 5 százalék alatti. A gazdasági végzettség tekintetében Khí négyzet próba alapján nincs különbség a családi és a nem családi vállalkozók között sem az egyéni vállalkozások (khí=0,256), sem a társas vállalkozások esetében (khí=0,627). A vállalkozók fele rendelkezik valamilyen gazdasági végzettséggel a családi vállalkozók körében is, tehát nincs arról szó, hogy ez a vállalkozási forma gazdasági képzetlenséggel társulna. A legmagasabb iskolai végzettség esetében azonban már kimutatható, hogy az egyéni vállalkozók között szignifikánsan több az, aki nem családi vállalkozásban végzi tevékenységét felsőfokú végzettséggel (khí=0,02), míg a társas vállalkozások esetén csak tendencia figyelhető meg (khí=0,076). Bár erről nincs mélyebb információnk, de talán annak tudható be ez az eredmény, hogy akik valamilyen speciális, felsőfokú végzettséget igénylő szaktudásukat

kamatoztatják egyéni vállalkozóként, azok sok esetben nem tudják, illetve akarják bevonni a családtagokat a vállalkozásba.

A vállalkozások korát tekintve a társas családi vállalkozások szignifikánsan hosszabb ideje működnek ($p=0,005$), de egyéni vállalkozások esetén nem találtunk hasonló különbséget. A nem kategorizált kor adatok alapján a társas családi vállalkozások átlagos életkora 14 év, ami 2 évvel magasabb a nem családi vállalkozások átlagos koránál. Ez még nem jelenti azt, hogy ez a vállalkozási forma társas vállalkozások esetén hosszabb várható élettartamú lenne. Csupán arról lehet szó, hogy az ezredforduló előtt még gyakoribb lehetett a családi vállalkozási forma. Ahogy azonban eljön a generáció váltás ideje 20 év után, úgy a családi és nem családi vállalkozások gyakorisága kiegyenlítődik, mert az örökítés sok esetben nehézségekbe ütközik.

A növekedési hajlandóságot vizsgálva arra a következtetésre jutottunk, hogy a családi vállalkozások nagyobb növekedési hajlandóságot mutatnak, ha egyéni vállalkozásként működnek. Míg a nem családiak csak 31 százaléka szeretne növekedni valamilyen mértékben, addig családi vállalkozások esetén ez az arány 56 százalék körüli. Az eltérés igen jelentős: 25 százalékpont. A társas vállalkozások esetén nincs ilyen mértékű különbség, de esetükben a növekedési hajlandóság általában is magasabb (68%). Ez alapján megint következtethetünk az innovációs hajlandóságra, hiszen a növekedés leginkább piacbővítés, vagy termék-, szolgáltatásfejlesztés útján megvalósítható, ami során az innováció felbukkanása szinte elkerülhetetlen. Legkevésbé az egyéni, nem családi vállalkozók szeretnének növekedni. Ez talán megint csak annak tulajdonítható, hogy ez a vállalkozási forma az, ahol leginkább előfordul az, hogy az egyén valamely speciális szaktudását kamatoztatja a vállalkozás keretében, ezért a családi céggé bővülésre általában nincs lehetőség, a társak bevonására pedig kisebb az igény, illetve a kapacitások miatt általában kisebb a bővülésre.

2.2. Az énhatékonyság-elvárás vizsgálata

A két minta énhatékonyság-elvárás skála átlaga nem különbözik jelentősen (társas=22,89 és egyéni=22,06). A szórás az egyéni vállalkozók esetén kicsit magasabb (társas=3,91 és egyéni=5,28). A skála értéke 0-tól (egyáltalán nem) 30-ig (teljes mértékben) terjedt. A minta átlaga az elméleti átlagnál (átlag=15) magasabb, valamint a magyar sztenderd minta értékeinél (18,592) (Scholz és mtsai., 2002) is szignifikánsan ($p<0,001$) mértékben magasabb. Illetve például a Brassai és Pikó (2008) erdélyi serdülők körében mért értékeinél is (átlag 19). Az eloszlás vizsgálata alapján 10, vagy az alatti értéket csak néhány outlier eset kapott. Sem padló, sem plafon hatás nem figyelhető meg.

Az énhatékonyság elvárás vizsgálata során skála reliabilitás mutatóit is megvizsgáltuk. Társas vállalkozások esetén a Cronbach alfa mutató értéke 0,833, egyéni vállalkozóknál 0,916, ami megfelel a pszichometriai elvárásoknak. A skála azért is működik jól a reliabilitás mutató alapján, mert az itemek törlése bármely esetben csökkentené a reliabilitást.

Vizsgálataink alapján a családi és nem családi vállalkozók között sem az egyéni, sem a társas vállalkozók körében statisztikai eltérés nem mutatható ki az énhatékonyság-elvárás kérdésében, ahogy a két vállalkozói minta között sem találtunk különbséget ($p=0,429$). Sem a skála értékek eloszlása, sem a szakirodalomban elterjedt csoportosító módszerek alapján.

Mivel az énhatékonyságot a korábbi tapasztalatok befolyásolják, ezért a gazdasági végzettség tekintetében is ellenőriztük, hogy van-e különbség a vállalkozók között, azonban nem találtunk szignifikáns különbséget. Úgy tűnik, hogy a korábban iskolarendszerben szerzett szakértelem önmagában nem vezet jelentős eltéréshez a vállalkozás működése

során az énhatékonyság-elvárásban. A különbség akkor sem lett szignifikáns, ha a legfeljebb 3 éves vállalkozói tapasztalattal rendelkező egyéni vállalkozók körére szűkítettük a vizsgáldást ($p=0,465$), tehát a gazdasági végzettség a kezdeti időszakban sem növeli az énhatékonyság-elvárást.

A vállalkozási idő hossza szintén nem befolyásoló tényező (társas $p=0,402$ és egyéni $p=0,218$). Meghatározó viszont a tapasztalatok minősége. Egy, az üzleti eredményekkel való elégedettségre vonatkozó kérdés alapján az énhatékonyság-elvárás szignifikáns ($p<0,001$) eltér az elégedettek és az elégedetlenek csoportjai között. Eszerint a közelmúlt sikerélményi valóban kihatnak az énhatékonyság-elvárás szintjére.

Végül elvégeztük egy főkomponens elemzést is a skálán, amivel igyekszünk tovább erősíteni az eszköz validitását. Megerősítő faktor elemzésre nem volt mód megfelelő szoftver hiányában, ezért a feltáró módszert követtük. A KMO és Bartlett teszt értékek mindkét minta esetén azt mutatták, hogy az adatok alkalmasak a választott módszerrel történő vizsgálatokhoz. A társas vállalkozások esetén 2 faktoros megoldást javasolt az elemző szoftver, a második faktor eigen értéke (1,054) nagyon közel van az egyes értékhatárhoz. Egy komponensű megoldást választva a megmagyarázott variancia 47%. Az egyéni vállalkozások esetén nem volt hasonló dilemma. Ott a kezdeti próbálkozás is csak egyetlen komponens létét igazolta. Eredményeink megerősítik Sholz és társai (2002) validálási folyamatának hasonló eredményeit.

5. Összegzés

Eredményeink alapján a vállalkozók énhatékonyság-elvárás erősebb a lakosság körében mértnél a szekunder forrásból származó sztenderd értékekkel összehasonlítva. Emellett azonban a különböző típusú és méretű vállalkozások vezetői között nincs mérhető különbség. Ebből az következik, hogy a vállalkozói személyiségre általában jellemző egy magasabb énhatékonysági-elvárás. Az iskolában szerzett tudás, a vállalkozásban eltöltött idő sem befolyásolja ezt, legfeljebb a közelmúlt pozitív tapasztalatai. Így tehát sem hipotézisünk, sem alternatívája nem nyert bizonyítást.

Ellenben a különbség hiányának bizonyítása kiemelten fontos a családi vállalkozások körében, mert cáfolja azokat a hiedelmeket, amit a szakirodalom családi vállalkozás oximoronként emleget, tehát hogy a családi vállalkozás egy kockázatkerülésre, pénzügyi stagnálásra, az innováció kerülésére hajlamos vállalkozási forma. Annyit biztosan kijelenthetünk, hogy a családi és nem családi vállalatvezetők énhatékonyság-elvárása nem különbözik, tehát az innovációs hajlandóságuk is hasonló lehet.

Kutatásunk konklúziója tehát, hogy az énhatékonysági-elvárása a magyar vállalkozóknak magas, de ez a személyiségjegye mégsem vezet ahhoz a gyakorlatban, hogy kockázatot vállaljanak, az innovációs teljesítmény, vagy a mobilitás magas legyen. Egyetértünk azzal a megállapítással, miszerint: „Beindulhat akárhány kampány, kidolgozhatnak akármilyen látványosnak tűnő innovációs stratégiát, áramoltathatnak akár jelentős finanszírozási forrásokat is e területre, ha nem kapcsolják ezeket össze az innovációt akadályozó intézményi környezetre és magatartásformákra ható intézkedésekkel, akkor az előbbiektől önmagukban nem várható áttörés.” (Hámori, Szabó 2012:894) A magyar vállalkozók viselkedésében akkor is jelentős eltérés figyelhető meg például ausztriai társaikhoz képest, ha a pénzügyi források egyébként hozzáférhetőek (Filser és mtsai. 2014). Amennyiben az énhatékonyság-elvárásuk magas, az erőforrások rendelkezésre állnak, akkor valamilyen rajtuk, illetve vállalkozásukon kívül álló oka lehet annak, hogy az innovációs hajlandóság általában alacsony.

Fentiek miatt szükségesnek tartjuk a vállalkozások további vizsgálatába több külső, intézményi tényező bevonását, hogy a magyar vállalkozások innovációs hajlandósága növekedési pályára legyen állítható a jövőben, ezáltal Magyarország versenyképessége növekedjen.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Bandura, Albert (1977): Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, LXXXIV. évfolyam. 2. szám. pp. 191–215.
- Boyd, Nancy. G.–Vozikis, George. S. (1994): The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, XVIII. évfolyam, 1. szám. pp. 63–77.
- Chen, Chao. C.–Greene, Patricia Greene–Crick, Ann. (1998): Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, XIII. évfolyam, 4. szám, pp. 295–316.
- Chua, Jess. H.–Chrisman, James. J.–Steier, Lloyd. P. (2003): Extending the Theoretical Horizons of Family Business Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, XVII. évfolyam, 4. szám, pp. 331–338.
- Brassai László–Pikó Bettina (2008): Egyéni és családi pszichológiai tényezők szerepe a serdülők testmozgásának rendszerességében. *Alkalmazott Pszichológia*, X. évfolyam, 3–4. szám, pp. 5–20.
- DeNoble, Alex–Ehrlich, Sanford–Singh, Gangaram (2007): Toward the Development of a Family Business Self-Efficacy Scale: A Resource-Based Perspective. *Family Business Review*, XX. évfolyam, 2. szám, pp. 127–140.
- Filser, Matthias–Eggers, Fabian–Kraus, Sascha–Málovics Éva (2014): The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: an empirical analysis from Austria and Hungary. *Journal of East European Management Studies*, XIX. évfolyam, 1. szám, pp. 7–30.
- Kellermanns, Franz. W.–Eddleston, Kimberly A. (2006): Corporate Entrepreneurship in Family Firms: A Family Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, XXX. évfolyam, 6. szám, pp. 809–830.
- Gomez-Mejia, Luis R.–Larrazza-Kintana, Martín–Makri Marianna (2003): The Determinants of Executive Compensation in Family-controlled Public Corporations. *Academy of Management Journal*, XLVI. évfolyam, 2. szám, pp. 226–237.
- Hámori Balázs–Szabó Katalin (2012): A gyenge hazai innovációs teljesítmény intézményi magyarázatához. *Közgazdasági Szemle*, LVII. évfolyam. 10. szám, pp 876–897.
- Kopp Mária S.–Schwarzer, Ralf – Jerusalem, Matthias. (1993): Hungarian Questionnaire in Psychometric Scales for Cross-Cultural Self-Efficacy Research. *Zentrale Universitäts Druckerei der FU, Berlin*.
- Krueger, Norris–Dickson, Peter R. (1994): How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, XXV. évfolyam, 3. szám, pp. 385–400.
- Laky Teréz (1998): A kisvállalkozások növekedésének korlátai. *Szociológiai Szemle*, VIII. évfolyam, 1. szám, pp. 23–40.
- Meyer, Marshal W., Zucker, Lynee G. (1989): *Permanently Failing Organizations*. Sage, Newbury park, CA.
- Miller, Danny–Le Breton-Miller, Isabelle–Lester, Richard, H.–Canella, Albert. A. (2007): Are Family Firms Really Superior Performers?, *Journal of Corporate Finance*, XIII. évfolyam, 5. szám, pp. 829–858.
- Uhlaner, Lorraine M.–Kellermanns, Franz W.–Eddleston, Kimberly A.–Hoy, Frank (2012): The entrepreunering family: a new paradigm for family business research. *Small Business Economics*, XXXVIII. évfolyam, 1. szám, pp. 1–11.

- Scholz, Urte-Doña Benitio Gutiérrez-Sud, Shonali-Schwarzer, Ralf (2002): Is general self-efficacy a universal construct? Psychometric findings from 25 countries. European journal of psychological assessment, XVIII. évfolyam, 3. szám, pp. 242–251.
- Schwarzer, Ralf-Jerusalem, Matthias (1995): Generalized Self-Efficacy scale. In: Weinman, John-Wright, Stephen C.-Marie, Johnston szerk. (1995) Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs. Windsor, England. Nfer-Nelson. pp. 35–37.

MELLÉKLET

Az omnibusz kérdőív elemzéshez kapcsolódó részlete Survey items relevant for the study

Véleménye szerint a vállalkozása családi vállalkozásnak tekinthető? (A döntési hatalom többsége egy családhoz köthető, továbbá legalább egy családtag formálisan is részt vesz a vezetésben.)

- Igen
 Nem

A vállalkozására vonatkozóan kérjük, jelölje meg, mennyire igazak Önre az alábbi állítások!

	Egyáltalán nem	Inkább nem	Inkább igen	Teljes mértékben
Mindig sikerül megoldanom a nehéz feladatokat, ha nagyon akarom.				
Ha valamilyen akadályba ütközöm, megtalálom a módját, hogy elérjem, amit szeretnék.				
Nem esik nehezemre, hogy kitartsak számdékaim mellett és elérjem céljaimat.				
Ötletességemnek köszönhetően tudom, miként kezeljem a váratlan helyzeteket.				
Biztos vagyok benne, hogy jól tudok boldogulni a váratlan helyzetekben.				
Megfelelő erőfeszítéssel majdnem minden problémára találok megoldást.				
Meg tudom őrizni nyugalmamat a nehézségekkel szemben, mert támaszkodni tudok megoldó képességemre.				
Ha szembesülök egy feladattal, általában több ötletem támad a megoldásra.				
Ha sarokba szorítanak, rendszerint kitalálom, mitévő legyek.				
Bármilyen történik, általában kezelni tudom a helyzeteket.				

(Schwartz, Jerusalem 1995:37)