

Kerékgyártó Gábor

Fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezők

Vállalkozásfejlesztési Intézet

Témavezető: Dr. Kállay László Tibor, Ph.D.

Bíráló bizottság névsora:

© Kerékgyártó Gábor

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástani Doktori Iskola

A fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezők

doktori értekezés

Kerékgyártó Gábor

Budapest, 2021

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS	8
2. A VÁLLALKOZÓI AKTIVITÁS	11
2.1. Nemzetközi kitekintés	11
2.2. Magyar vállalkozástörténet.....	14
2.3. Vállalkozásfejlesztés-politikai javaslatok és kutatási eredmények.....	15
3. A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATÁBAN ALKALMAZOTT MODELLEK	17
3.1. Tervezett magatartás elmélet - GUESSS.....	18
3.2. Vállalkozói szándék modell.....	21
3.3. Integrált modellek	22
3.4. A vállalkozóvá válás egyéb modelljei.....	25
4. A VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁST, VÁLLALKOZÓI HAJLANDÓSÁGOT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK.....	29
4.1. AZ OKTATÁS, KÜLÖNÖSEN AZ EGYETEMEK SZEREPE A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁNAK SERKENTÉSÉBEN	29
4.1.1. Vállalkozásoktatás az Európai Unióban	29
4.1.2. Nemzetközi kitekintés.....	30
4.1.3. Magyarországi tapasztalatok és kutatási eredmények	34
4.1.4. A vállalkozásoktatás módszertani kérdései.....	37
4.2. A SZEMÉLYES JELLEMZŐK HATÁSA A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁRA	41
4.3. VÁLLALKOZÓ CSALÁDI HÁTTÉR, MINT A KÉSŐBBI VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐ.....	47
4.4. A FINANSZÍROZÁS HATÁSA A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁRA ..	50
4.5. FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁNAK GÁTLÓ TÉNYEZŐI.....	53
5. SAJÁT KUTATÁS ISMERTETÉSE.....	58
5.1. A KUTATÁS HÁTTERE	58
5.2. A KUTATÁSI KÉRDÉS ÉS A KUTATÁS MÓDSZERTANA.....	65
5.3. A MINTA BEMUTATÁSA.....	68
5.4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK.....	74
5.4.1. A vállalkozóvá válás serkentő tényezői.....	75
5.4.2. A vállalkozóvá válás gátló tényezői	83

5.4.3. Fiatal férfiak és nők vállalkozásai	90
5.4.4. Vállalkozó versenyeken és programokon való részvétel	94
5.4.5. Saját tapasztalatok alapján megfogalmazott következtetések és javaslatok	96
6. ÖSSZEGZÉS.....	101
7. FÜGGELÉK.....	105
8. HIVATKOZÁSJEGYZÉK	140

Ábrajegyzék

1. ábra : Piac helyettesítő gazdaságpolitika	16
2. ábra: A piacépítő gazdaságpolitika modellje	17
3. ábra: A tervezett magatartás elméletének eredeti modellje	19
4. ábra: A tervezett magatartás elméletének kiterjesztett modellje	20
5. ábra: A GUESS 2011 koncepciója	21
6. ábra: Vállalkozói szándék modell	22
7. ábra: A vállalkozói szándék integrált modellje	22
8. ábra: A vállalkozóvá válás komplex modellje	23
9. ábra: A vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők	25
10. ábra: A vállalkozói hajlandóságot befolyásoló tényezők kisvállalkozások esetében	26
11. ábra: Az inspiráló szerepmodellek hatása a vállalkozó válási hajlandóságra	26
12. ábra: A vállalkozás motivációi	27
13. ábra: Inspiráció és tanulás a vállalkozás oktatásban	33
14. ábra: A vállalkozóvá válást korlátozó tényezők	54
15. ábra: A négy vállalkozási alaptípus	60
16. ábra: Növekedési pályák	61
17. ábra: A mintába került válaszadók nemek szerinti megoszlása	69
18. ábra: A válaszadók iskolai végzettség szerinti megoszlása	70
19. ábra: Oktatási programok értékelése	71
20. ábra: A mintába került válaszadók megyék szerinti megoszlása	72
21. ábra: Vállalkozóvá válást segítő tulajdonságok	74
22. ábra: A vállalkozóvá válásra ható tényezők átlaga és szórása	75
23. ábra: A vállalkozóvá válást gátló tényezők átlaga és szórása	83
24. ábra: A válaszadók vállalkozásának nyereségesség szerinti megoszlás	89
25. ábra: Vállalkozóvá válást gátló tulajdonságok	90
26. ábra: A vállalkozás működési formájának megoszlása nők és férfiak szerinti bontásban	91
27. ábra: Tulajdonostársak a nemek függvényében	92
28. ábra: A nők és férfiak vállalkozásainak nyereségesség szempontjából történő megítélése	93
29. ábra: Vállalkozásindítási (startup) versenyen való részvétel településtípus szerinti bontásban	95
30. ábra: Vállalkozásindítást, működtetést támogató programban való részvétel településtípus szerinti bontásban	96

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A GUESSS kutatásban résztvevő országok száma	18
2. táblázat: A vállalkozóvá válás komplex modellje alapján vizsgált hipotézisek	24
3. táblázat: A vállalkozásindítási hajlandóságot serkentő és gátló tényezők.....	28
4. táblázat: A vállalkozásoktatási módszerek előnyei és hátrányai.....	38
5. táblázat: A vállalkozási kurzusok / programok fajtái	39
6. táblázat: a vállalkozói profil következő attitűd jellemzői	41
7. táblázat: Vállalkozói tulajdonságok.....	45
8. táblázat: Puha forrás” és a „Hallgatói spin-off” modellek.....	52
9. táblázat: A vállalkozás elméletének és a vállalkozó fogalmának fejlődése.	58
10. táblázat: Vállalkozói típusok Gerber szerint.	59
11. táblázat: A fiatalok vállalkozóvá válását vizsgáló kutatásokban alkalmazott módszerek. .	65
12. táblázat: A mintába került válaszadók születési év szerinti megoszlása	69
13. táblázat: Válaszadók 5 éves karrier tervei.....	73
14. táblázat: a KMO és Bartlett’s teszt eredménye	77
15. táblázat: Kommunalitások.....	77
16. táblázat: Magyarázott variancia.....	78
17. táblázat: Komponens mátrix.....	79
18. táblázat: Vállalkozóvá válást motiváló tényezők kategorizálása	82
19. táblázat: a KMO és Bartlett’s teszt eredménye	85
20. táblázat: Kommunalitások.....	86
21. táblázat: Magyarázott variancia.....	86
22. táblázat: Komponens mátrix.....	87

1. BEVEZETÉS

Történelmileg vizsgálva vannak olyan társadalmi és gazdasági korszakok, amikor az utasításokat végrehajtó fegyelmezett alkalmazottak sokaságára van elsősorban szüksége az adott országnak a sikerességhez. Ilyen volt például a feudalizmus vagy szocializmus időszaka is. Ilyenkor a vállalkozói szemlélettel és belülről vezérelt kezdeményező attitűddel rendelkező személyek könnyen szembe kerülhettek a vezetésükkel. Ezekben az időkben egyfajta devianciaként kezelték a vállalkozókat. Ehhez képest vannak korszakok, amikor a társadalom minél szélesebb rétegeinek az önállósága, a rugalmassága és az alulról jövő innovációja szükséges az ország sikeréhez. Jelenleg ilyen korszakot élünk, miközben a jövő kutatás elemzései alapján a digitalizáció, a mesterséges intelligencia teremtő rombolása a munkaerőpiacon, a globális verseny, a Z generáció sajátosságai, a hálózatosodásra és projekt alapú működésre épülő új üzleti modellek mind, mind az önfoglalkoztatók és vállalkozók magyar társadalmon belüli arányának növekedését igényelhetik.

A korunkat meghatározó gazdasági folyamatok elemzései alapján egyre több olyan munkaerőpiaci előrejelzés olvasható, amik a most iskolába járó fiatalok előtt álló karrierutak jelentős eltérését jósolják az eddig megszokottakhoz képest. A jövőben várhatóan egyre nagyobb jelentősége lesz a foglalkoztathatóság rugalmasságának, az önfoglalkoztatási képességeknek, a vállalkozói attitűdnek. A jelenleg mereven elkülönülő munkaügyi és vállalkozási szabályok elképzelhető, hogy konvergálni fognak, és egyre több munkakör fog kiszervezésre kerülni vállalkozói jogviszonnyal rendelkező „szabadúszók” vagy „digitális nomádok” számára.

Emellett továbbá jelenleg még emberek által betöltött munkakörök sokasága – mint például sofőrök, könyvelők munkája – kerülhet gépiesítésre a gyorsan fejlődő digitalizáció és a gépi tanulás eredményeinek köszönhetően. Ezzel párhuzamosan az előrejelzések szerint korábban még nem létező új feladatkörök sokasága jelenhet meg a gazdaságban (mint például a csak pár éve létező főállású insta influencer vagy TikTok tartalom gyártó), melyek ellátása várhatóan nagy arányban vállalkozói jogviszony keretében fog megtörténni. Mindezek az eddig felsorolt tényezők elsősorban a – dolgozatban később bemutatásra kerülő – hangya vállalkozások számának további jelentős növekedését valószínűsíti mégpedig várhatóan a munkaviszonyok rovására.

Magyarország Kormánya a most kezdődő uniós fejlesztési ciklusban a hazai felsőoktatási rendszer jelentős átalakítását tűzte ki célul, mely során ezermilliárd forintot

nagyságrendű támogatást is a megújuló rendszerbe kíván csatornázni. Ennek a felsőoktatási megújulásnak egy fontos részterülete lehet az országosan egységes és magasszintű vállalkozásoktatás és vállalkozóvá képzés rendszerének kifejlesztése. Ehhez szerencsére hallgatói oldalról már megérett a helyzet, hiszen a nagy növekedési potenciállal bíró – a dolgozatban később bemutatásra kerülő – gazella vállalkozások, vagy ahogy a hétköznapi életben manapság hívják őket, a startupok nagyon vonzóak a mai magyar egyetemisták számára.

Mindezek miatt a jövőben a munkaerőpiacra belépő fiatalok körében egyre gyakrabban merülhet fel a saját vállalkozás indításának lehetősége, sőt esetleg akár a kényszere is. Dolgozatom célja ehhez a trendhez kapcsolódóan górcső alá venni a fiatalok vállalkozói hajlandóságára ható tényezőket. Melyek azok a faktorok, amelyek serkentik és melyek azok, amelyek gátolják a fiatalokat a vállalkozói létforma karrierként történő választásában? Sok kutatás kereste már hasonló kérdésekre a választ, de azok jellemzően a teljesen ifjúság vagy kimondottan az egyetemisták körében vizsgálta a kérdést, így a válaszadók között csak elenyésző számban voltak már ténylegesen elindult gyakorló fiatal vállalkozók. A dolgozatom saját információgyűjtésre épülő fejezetében én viszont kimondottan csak működő vállalkozással rendelkező fiatalokra fókuszálva kutattam, így a válaszadóim nem egy elképzelt esetleges vállalkozói élethelyzetről alkottak véleményt, hanem a saját megélt vállalkozói tapasztalataik alapján nyújtottak információt.

Dolgozatom témaválasztásában az vezetett, hogy jómagam is vállalkozói családban nőttem föl. Szüleim már a rendszerváltás előtt előbb főállásuk megtartása mellett, majd pedig a „biztonsági kötélt” elvágásával teljes munkaidőben a saját családi cégben dolgoztak. Az otthon „rám ragadt” gazdasági szemlélet hozott az akkori nevén Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemre, ahol egy életre szóló hatást gyakorolt rám Vecsenyi János tanár úr Kisvállalkozások indítása és működtetése című választható tárgya, majd pedig az éppen akkor először induló Kisvállalkozás főszakirányt választva Szirmai Péter, Béza Dániel, Csapó Krisztián és Petheő Attila későbbi kollégáim óráikra járva egy teljesen új, cselekvés orientált kisvállalkozás szempontú gazdaságszemléletet sajátíthattam el.

Erre a szemléletre épül azóta is a szakmai tevékenységem jelentős része, mely során egyrészt immár 16 éve tanítom a corvinusos hallgatókat iskolai keretek között vállalkozást indítani, másrészt az Ifjúsági Vállalkozásélénkítő Egyesület tagjaként, a Spin-Off Klub¹ egyik vezetőjeként, az Újbudai Hallgatói Startup Pályázat² elindítójaként és rendszeres

¹ Lásd: <https://www.facebook.com/spinoffklub>

² Lásd: <https://ujbuda.hu/ujbuda/ujbudai-hallgatoi-startup-palyazat-2019>

lebonyolítójaként, a Startup VIP program és a kapcsolódó Duna Kupa³ felkészítő mentoraként pedig az iskolai kereteken kívül is sok fiatalnak igyekeztem már segíteni a vállalkozásindítás nehézségeiben, így a disszertációm témája erősen átfedésben van a mindennapjaim gyakorlatával.

A fiatalok vállalkozóvá válását tárgyaló hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozása során arra törekedtem, hogy feltárjam a témával kapcsolatos eddigi elemzéseket és kutatásokat, azonosítsam a vizsgált kutatási kérdéseket és az alkalmazott módszereket, összegezve a téma szempontjából legfontosabb releváns eredményeket. Célom az volt, hogy minél szélesebb körben azonosítsam azon tudományos munkákat, amik a „Melyek a fiatalok vállalkozóvá válásának serkentő és gátló tényezői?” kutatási kérdésre választ adnak.

A második fejezetben nagyvonalú bemutatást adok a Magyarországon jellemző vállalkozói hajlandóságról hazai és nemzetközi kitekintésben. Ennek a fejezetnek nem volt célja, hogy teljes körű és szisztematikus áttekintését adja az elérhető nemzetközi statisztikáknak és összehasonlító vizsgálatoknak. Sokkal inkább arra törekedtem, hogy a dolgozat fő témája szempontjából érdekes eredményekre, történeti sajátosságokra hívjam fel a figyelmet.

Munkám harmadik fejezetében a fiatalok vállalkozóvá válásának kutatásában leggyakrabban alkalmazott modelleket mutatom be. A dolgozat negyedik fejezete a fiatalok vállalkozói hajlandóságára kiemelten ható tényezőkhöz kapcsolódó a hazai és nemzetközi szakirodalomban fellelhető legfontosabb eredményeket tárgyalja. Kitérek az oktatás, fókuszáltnan az egyetemek szerepére a fiatalok vállalkozóvá válásának serkentésében. A személyiség, a családi vállalkozói háttér és a finanszírozás szerepére. Külön alfejezetben elemzem a fiatalok vállalkozóvá válásának gátló tényezőit.

Az ötödik fejezet a kutatási eredmények bemutatását tűzi ki céljául, kitérve a kutatás hátterére, az alkalmazott módszertanra, a mintára és az eredmények részletes bemutatására.

A hatodik záró fejezet a disszertáció összegzését, a limitációk és jövőbeli kutatási irányok bemutatását tartalmazza.

A dolgozat elméleti fejezetinek megírása során a következő módszertant alkalmaztam. A hazai szakirodalom feltérképezése érdekében kulcsszavas keresést (vállalkozó, vállalkozás, fiatal vállalkozó) hajtottam végre az MTMT adatbázisában, a kapott találati listákat tételesen vizsgálva azonosítottam a releváns munkákat. Hasonló módszerrel hajtottam végre keresését a MATARKA adatbázisában. A Közgazdasági Szemle, a Vezetéstudomány és a Magyar Tudomány lapszámain 2010-től kezdődően tételesen is áttekintettem. A releváns nemzetközi

³ Lásd: <https://www.facebook.com/DanubeCupPitchCompetition>

szakirodalmak azonosítása érdekében a Budapesti Corvinus Egyetem Központi Könyvtárának szuperkeresőjét alkalmaztam, továbbá a téma szempontjából kiemelt jelentőséggel bíró, 2003 óta zajló GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), és az 1999 óta rendszeresen lekérdezett GEM (Global Entrepreneurship Monitor) nyomán született publikációk listáját tételesen is átvizsgáltam. A szakirodalom-kutatást magyar és angol nyelven megjelent publikációkra vonatkozóan hajtottam végre.

2. A VÁLLALKOZÓI AKTIVITÁS

2.1. Nemzetközi kitekintés

A vállalkozói aktivitás mérése nem egyszerű feladat, Szerb és Ács [2010] összegzik és értékelik a vállalkozás mérésére használt mérőszámokat. Kiemelik az OECD által gyűjtött önfoglalkoztatási adatok fontosságát, a Flash Eurobarometer felméréseit, az EUROSTAT és az European Observatory és a Világbank által szolgáltatott adatok jelentőségét. Hangsúlyozzák a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) korai fázisú vállalkozói indexének (TEA) meghatározó voltát, „amely az mutatja, hogy egy adott ország 18–64 éves munkaképes korban levő lakosainak hány százaléka van a cégalapítás fázisában, vagy tulajdonosa egy 3,5 évnél fiatalabb cégnek” (Szerb – Ács [2010], 1239. oldal).

A Világbank Doing Business felmérése évek óta 11 üzleti szabályozási terület mentén gyűjt adatokat és segíti a nemzeti kormányokat, a vállalkozásokhoz köthető adminisztratív folyamatok hatékonyabbá tételében. A felmérés üzleti élet egyszerűségét vizsgáló rangsorában Magyarország az 53. helyen szerepel a vizsgált 190 országból (World Bank Group [2019]).

A gazellák, a gyors növekedésű vállalatok a világ minden gazdaságában kiemelt figyelmet kapnak. Magyar viszonylatban többek között Vecsenyi [1999], Csapó [2009], Nagy-Palócz [2010], Papanek [2010], Szerb et al. [2017] és Békés-Muraközy [2012] vizsgálták a gyors növekedésű vállalkozások hazai sajátosságait. A gazellák foglalkoztatásban betöltött szerepe kiemelkedő és a nemzetközi tapasztalatokkal ellentétben, miszerint a gazellák a csúcstechnológiai iparágakban vannak felülreprezentálva, Magyarországon a különféle iparágakban és régiókban a cégek nagyon hasonló valószínűséggel válnak gazellává (Békés-

Muraközy [2012]). A földrajzi fekvés semleges hatását a gazellákra Szerb és munkatársainak [2017] későbbi kutatása cáfolta, amelynek eredményei alapján a gazellák jelentős része Budapesten és Pest megyében található.

A vállalkozásoktatás és a vállalkozói aktivitás és kultúra oktatáson keresztül történő fejlesztésének érdekében az OECD [2009] vállalkozói oktatási program értékelési módszertant dolgozott ki, annak érdekében, hogy objektív eszközökkel mérhetővé váljon az egyes programok teljesítménye.

Az Európai Bizottság 2013-ban cselekvési tervet dolgozott ki az európai vállalkozói szellem felélénkítése érdekében, amelyben kihívásként az európai vállalkozók számának növelését jelölték meg. A megoldást három pillérre alapozva vázolták fel. Az első pillér a vállalkozói ismeretek oktatása és képzés a növekedés és az üzleti vállalkozások alapításának támogatására. A második pillér olyan környezet kialakítása, amelyben a vállalkozók fejlődhetnek, növekedhetnek. A harmadik pillér a példaképek állítása és meghatározott csoportok megszólítása. A fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzése a harmadik pillérben jelenik meg. A program különösen a munkanélküli fiatalokra fókuszál. A vállalkozásfejlesztési támogatások fontos részét képezik a tanácsadás, az üzleti tanácsadás és a mentorálás. A cél a munkanélküli fiatalok önfoglalkoztatóvá válásának támogatása és az általuk indított vállalkozások fenntarthatóságának támogatása (Európai Bizottság [2013]).

Az Európai Bizottság [2011] által kezdeményezett, elsősorban a fiatalok mobilitásának vizsgálatára irányuló felmérésbe bevont 15-35 év közötti európai fiatalok 6%-ának már van vállalkozása és 43%-uk tervez vállalkozói karriert. A gátló tényezők között 14% a kockázatoságot, 13% a komplikáltságot, 8% a finanszírozási források hiányát, 7% a vállalkozói készségek hiányát jelölte meg, míg a megkérdezettek 10%-a nem formált véleményt vagy nem válaszolt a kérdésre. A felmérésben a vállalkozói hajlandóság országok közötti összehasonlításában Magyarország utolsó előtti helyen szerepel Olaszország előtt. A magyar megkérdezettek mindössze 28%-a indítana vállalkozást, ami 15% ponttal marad el az átlagos értéktől (43%), míg a legnagyobb vállalkozó kedvvel rendelkező Bulgáriában ez az érték 74%-ra rúg. A magyar fiatalokat a vállalkozásindítástól a kockázatoság tartja vissza az egész mintát jellemző 14%-os értékkel szemben a hazai megkérdezettek 27%-a értékeli úgy, hogy a vállalkozói lét túlságosan kockázatos. A felmérésben részt vevő országok közül a vállalkozás kockázatosága, mint gátló tényező a vállalkozásindításban Magyarországon volt a legmagasabb. A felmérés arra is rávilágított, hogy a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező fiatalok vállalkozó kedve nagyobb mértékű (Európai Bizottság [2011]). Az európai fiatalok alacsony szintű vállalkozói hajlandóságát az Eurofound [2015] felmérése is megerősítette.

Ebben a kutatásban az önfoglalkoztatást használták proxy változóként a vállalkozó hajlandóság mérésére. A kapott eredmények alapján a fiatal önfoglalkoztatók között többségben vannak a férfiak és természetesen az önfoglalkoztatók az alacsony belépési korláttal rendelkező iparágakban vállalkoznak (Eurofound [2015]).

Számos felmérés rávilágít, hogy az Egyesült Államokban jellemzőbb a vállalkozói státusz preferálása, mint az EU tagországokban. Hazai viszonylatban pedig különösen kiemelkedő az alkalmazotti státusz előnyben részesítése. A preferenciákat számos gazdasági, társadalmi, történelmi és kulturális körülmény befolyásolja. A vállalkozóvá válás mellett szóló leggyakoribb érvek az önállóság, önmegvalósítás és a magasabb elérhető jövedelem lehetősége (amely a volt szocialista országokban, különösen hazánkban fokozottabban jelent meg) (KSH [2006]).

A mindenáron történő vállalkozásösztönzés kritikusa Scott Shane [2009], aki szerint „téves a vállalkozói aktivitás mindenáron történő növelésére helyezni a hangsúlyt a magas minőségű, nagy növekedési potenciálú vállalkozásindítás elősegítése helyett” (Shane [2009] idézi Szerb-Ács [2010] 1238. oldal).

A vállalkozásokkal kapcsolatos felmérések közül jelentőségével kiemelkedik a Global Entrepreneurship Monitor, az 1999-ben a London Business School és a Babson College kezdeményezésre indult rendszeres adatfelvételen alapuló kutatás, amely három fő részből tevődik össze. A legjelentősebb elem az országoként a 18-64 éves felnőtt korosztály körében legalább 2000 megkérdezésen alapuló kérdőíves vizsgálat. A második elem az országoként legalább 36 fő bevonásával végrehajtott szakértői adatfelvétel, a harmadik elem pedig szekunder források elemzése (ENSZ, OECD, Világbank által elérhető adatok feldolgozása) (Szerb-Petheő [2014]).

A GEM 2001-2003-as adatfelvételének eredményei azt mutatták, hogy a kutatásban résztvevő 40 országból Ázsia fejlett országai és a kelet-közép európai régió az, ahol a legkisebb a vállalkozói hajlam. A kutatás bizonyította a vállalkozói aktivitás, a munkahelyteremtés és a gazdasági növekedés közötti pozitív kapcsolatot, továbbá megerősítette a férfiak dominanciáját a vállalkozók között, különösen a legdinamikusabban növekvő cégek körében (Szerb et al. [2004]).

Komlósi és szerzőtársai [2014] tanulmányukban a Global Entrepreneurship Monitor adatbázisa segítségével kialakított globális vállalkozási és fejlődési index (Global Entrepreneurship and Development Index, GEDI) és a regionális vállalkozási és fejlődési index (Regional Entrepreneurship and Development Index, REDI) Magyarország hét NUTS2 szintű

régiójára alkalmazva arra a következtetésre jutottak, hogy nemzetközi viszonylatban hazánk vállalkozási tevékenysége közepesnek tekinthető, fő problémákként:

- a lakosság gyenge képességét a lehetőségek felismerésére és a vállalkozásindításra,
- a vállalkozók alacsony szintű iskolázottságát,
- a rosszul megválasztott versenystratégiát és az alacsony szintű innovációs aktivitást jelölik meg.

A nemzetközi felmérésekből leszűrhető tapasztalatok alapján a hazánkat jellemző vállalkozói aktivitás világszinten nem számít rossznak, ugyanakkor az európai szint elérése érdekében még bőven akadnak fejlesztendő területek.

2.2. Magyar vállalkozástörténet

A rendszerváltást követően a vállalkozói hajlandóság első hazai felméréseiben szociológusok jártak élen. Az időszakot, amikor a vállalkozóvá válás szabaddá vált a következőképpen jellemezték: „Az önállói szféra e hirtelen kiterjedése arra emlékeztet, amikor egy túlnyomósos palack szelepét hirtelen megnyitják. (Kuczi [1998] 1. oldal)” Empirikus vizsgálatok alapján a rendszerváltást követő években a vállalkozói hajlandóság növekedett. Az 1988 –as és 1990-es felmérés közötti időszakban a vállalkozói hajlandóságra ható tényezők közötti különbséggént mutatták ki, hogy a demográfiai tényezők mellett már nemcsak a foglalkozásnak és a képzettségnek, hanem sokkal inkább a kapcsolati tőkének és a munkával való elégedettségnek volt szerepe (Lengyel – Tóth [1993]). A vállalkozói és alkalmazotti lét közötti választás, a vállalkozóvá válás motivációi különösen bizonyos szakmák és társadalmi csoportok esetében már egészen korán felkeltették a kutatók érdeklődését. Székelyi és Solymosi [1994] a mérnökök körében vizsgálták a vállalkozói, illetve alkalmazotti mentalitásra ható tényezőket, míg Frey [1995] a munkanélküliek vállalkozó válását tanulmányozta.

A rendszerváltást követő időszakban megjelenő kutatási téma a vállalkozók sikerességét befolyásoló tényezők vizsgálata, amely során a kreativitás szerepét emelte ki és vizsgálta Rimler [1998], [1999].

Róbert [1999] történeti szempontból elemezte a magyarországi vállalkozóvá válás tényezőit a rendszerváltás után. Eredményei alapján a társadalmi származás hatása időben csökkenő, a vállalkozók generációk közötti reprodukciója szintén csökkenő, míg az iskolázottság hatása növekvő trendet mutat.

Sharle [2000] az önfoglalkoztatási ráta emelkedésének hátterében álló okokat vizsgálva világított rá, hogy az önfoglalkoztatóvá válók egy része a kibővült lehetőségek miatt vált, míg vannak olyan munkavállalói csoportok, akik a munkanélküliség növekedésével egyre nehezebben tudnak alkalmazottként elhelyezkedni, így kényszerből válnak önfoglalkoztatóvá. A két hatás egymáshoz viszonyított erősségét nem sikerült elkülönítenie, azt azonban kimutatta, hogy az álláshelyek számának csökkenése erősebben hatott a nők önfoglalkoztatóvá válására, mint a férfiakéra.

2.3. Vállalkozásfejlesztés-politikai javaslatok és kutatási eredmények

Román [2007] a magyar vállalkozásokat nemzetközi összehasonlításban értékelő tanulmányában kiemeli a hazai KKV szektor foglalkoztatásban betöltött fontos szerepét, amelynek jelentőségét a jövőre vonatkozóan is meghatározónak valószínűsíti. Aggasztónak véli a hazai KKV-k termelékenység, export és innovációs területeken mutatkozó elmaradását.

A vállalkozói szellem, vállalkozói hajlandóság hazai vizsgálatának módszertanához fontos eredménnyel járultak hozzá Hofmeister-Tóth és munkatársai [2015], akik Matsuno et al. [2002] nemzetközi gyakorlatban széles körben alkalmazott vállalkozói szellemet mérő skáláját használva, arra a következtetésre jutottak, hogy a skála megbízhatósága a hazai alkalmazása során az elfogadott tartományon kívül esik. Ebből arra a következtetésre jutottak, hogy a skála validitását elsősorban a magyar vállalkozók sajátos gondolkodásmódja és szociokulturális háttere befolyásolja.

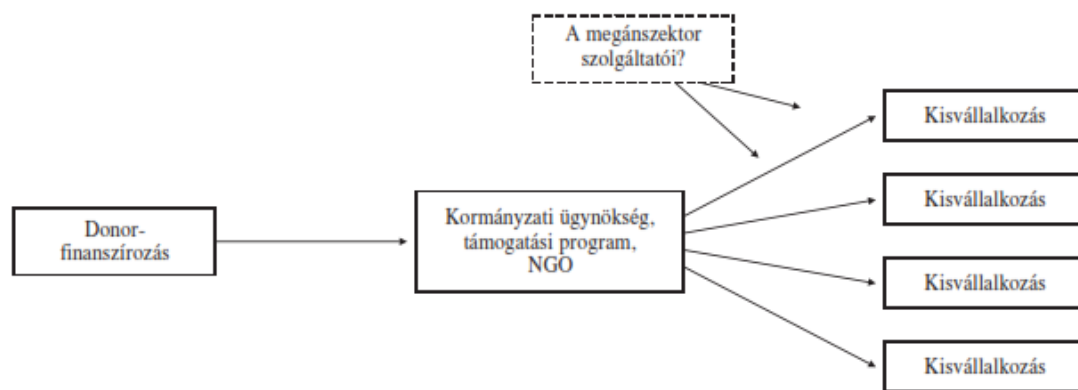
Szerb munkássága során jelentősen gazdagította a magyar vállalkozásfejlesztési szakirodalmat. Az általa megfogalmazott vállalkozáspolitikai javaslatok a következők (Szerb [2010] 182-186. oldal):

- A lehetőség észlelés emelése, mégpedig elsősorban a lakosság lehetőség-észlelésének javítása révén.
- Javítani a piaci versenyfeltételeken, oldani a gazdasági erőfölényes helyzeteket, és arra ösztönözni a vállalkozókat, hogy egyedi rés piacokat találjanak, ahelyett, hogy más erős versennyel jellemezhető iparágba lépnének be.
- A kockázati tőkefinanszírozás javítása elsősorban az informális tőkebefektetés ösztönzésével.
- Az alkalmazottak továbbképzésének javítása, ösztönzése.
- A termék innováció mind intézményi, mind egyéni tényezőinek javítása.
- A magas növekedési potenciálú cégek arányának növelése.

- A vállalkozók ismertségének és ezen keresztül hálózati kapcsolatainak javítása.
- A vállalkozók társadalmi elfogadottságának és megbecsülésének növelése.
- A vállalkozásindítási készségek és képességek növelése.
- A technológiai szektorba tartozó vállalkozásindítási gyakoriság növelése.
- A fiatal technológiák hazai alkalmazásának fokozása.

A vállalkozói kultúra népszerűsítése és a vállalkozói készség és ismeretek erősítése az ERENET 2010-ben megfogalmazott kis- és középvállalkozás-fejlesztés politikai javaslatcsomagjának is részét képezte (ERENET [2010]).

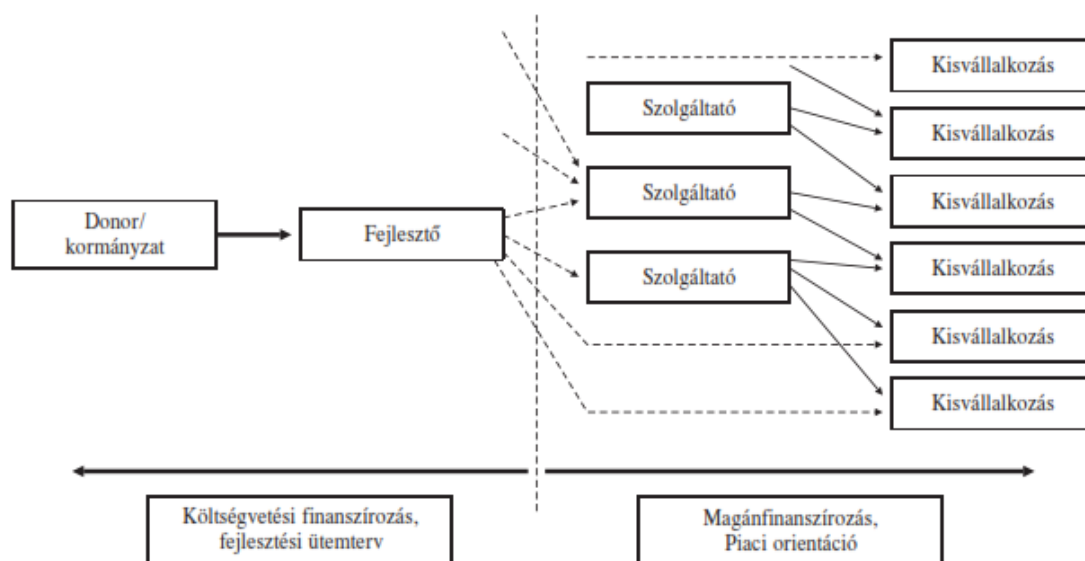
A magyar vállalkozói összetétel strukturális problémáiról és ambivalenciáról Szirmai [2008] ír részletesen. A hazai vállalkozásfejlesztési törekvések tapasztalatai alapján Kállay [2002] paradigmaváltást sürgetett a kisvállalkozás-fejlesztésben. Véleménye szerint a vállalkozásfejlesztési politikának nem célcsoportokat, hanem beavatkozási területeket kell céloznia. A piac helyettesítésére irányuló régi modellt a következőképpen szemléltette:



1. ábra: Piac helyettesítő gazdaságpolitika (Forrás: Kállay [2002] 561. oldal)

A piac helyettesítő logikában indított vállalkozásfejlesztési programoknak több gyenge pontjuk is van: statikusak, az általuk nyújtott szolgáltatások nem fejlődnek, csak a finanszírozási források emelése esetén bővülnek, a piac visszajelző ereje nem működik. Az így támogatott programok kiszoríthatják a piaci alapon működőket, fenntarthatóságuk erősen finanszírozás függő, valós gazdaságfejlesztési hatással nem bírnak. Ezzel szemben a piac kialakulásának elősegítését támogató modellben arra törekszenek, hogy a fenntartható működés feltételeit teremtsék meg a lényegi problémakezelésre koncentrálnak (Kállay [2002]).

A modell a következő módon ábrázolható:



2. ábra: A piacépítő gazdaságpolitika modellje (Forrás: Kállay [2002] 562. oldal)

Kállay [2002] piacfejlesztő modellje a kis- és középvállalkozás-fejlesztési javaslatok szemléletmódjára jelentős hatást gyakorolt. Bajmócy [2004] az üzleti inkubáció vállalkozásfejlesztésben betöltött szerepét vizsgáló tanulmányában rávilágított, fontos kérdés, hogy az inkubátorok piacfejlesztő vagy piachelyettesítő megközelítést alkalmaznak-e és a kevésbé fejlett országokban, köztük Magyarországon is kezdetben elterjedt piachelyettesítő inkubáció hogyan alakulhat át a tudásközpontok (elsősorban egyetemvárosok) köré csoportosuló, piacfejlesztő modellé. Bajmócy már 2004-ben felhívta a figyelmet a nemzetközi trendekre, amelyek a technológiai inkubáció és egyetemi szerepvállalás irányába történő elmozdulásban és a vállalati szerepvállalás fokozódó jelenlétében öltenek testet.

3. A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATÁBAN ALKALMAZOTT MODELLEK

A fiatalok vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőket vizsgálók számára hamar világossá vált, hogy a vállalkozóvá válást nem egy-egy elszeparált tényező határozza meg, hanem számos komplex, egymással kölcsönhatásban álló, egymásra is ható faktor elegye. Szerb és Lukovszki [2013] kiemelik, a vállalkozóvá válás tényezőinek kutatását nehezíti, hogy a felmérések jellemzően számos torzítást tartalmazó (pl.: önfényezés) önbevallásos kérdőíveken alapulnak,

amit tovább komplikál a vállalkozók heterogenitása és a vállalkozóvá válásra ható tényezők nagy száma.

3.1. Tervezett magatartás elmélet - GUESSS

A fiatalok vállalkozói attitűdjeit vizsgáló kutatások között nagyságrendje, jelentősége és a segítségével nyert eredmények okán kiemelkedik a Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS). Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozóvá válását vizsgáló kutatást a svájci Szt. Gallen Egyetem koordinálja. Magyarország 2006 óta vesz részt a felmérésben. Az első lekérdezésre 2003-ban került sor, akkor még csupán két ország vett részt a programban. A kutatás fő erénye, habár a nemzeti adatok önállóan is értelmezhetőek és elemezhetőek, hogy biztosítja a nemzetközi összehasonlítás lehetőségét is. A GUESSS legfontosabb célja, hogy azonosítsa a vállalkozóvá válást befolyásoló egyéni motívumokat és személyes háttérbeli jellemzőket. A kutatásban vizsgálják a vállalkozásindítási hajlandóságra ható kulturális és intézményi tényezők szerepét is (S. Gubik – Farkas [2013]). A téma jelentőségét mutatja, hogy a felmérésbe egyre több ország kapcsolódott be. Az egyes években a résztvevő országok és kitöltött kérdőívek számát összegzi a következő táblázat.

Év	Résztvevő országok száma	Kérdőívet kitöltő hallgatók száma kerekítve
2003	2	...
2004	2	5 000
2006	14	37 000
2008	19	63 000
2011	26	93 000
2013/2014	34	109 000
2016	50	122 509
2018	54	208 000

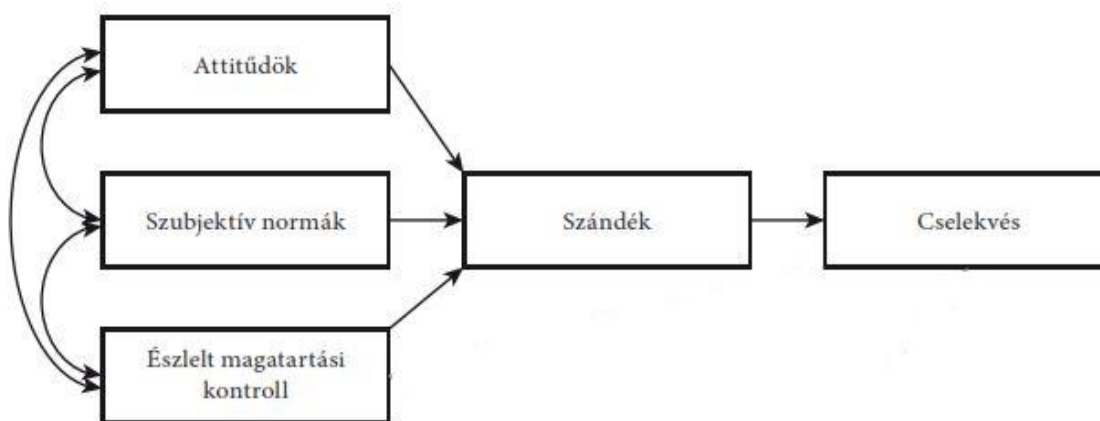
1. táblázat: A GUESSS kutatásban résztvevő országok száma (Forrás: S. Gubik – Farkas [2013] 6. oldal kiegészítve <http://www.guesssurvey.org/datacollections/> alapján)

A GUESSS felmérés töretlen népszerűségnek örvend, amelyet bizonyít a résztvevő országok és a kérdőívet kitöltők számának dinamikus növekedése. Az adatfelvétel segítségével előálló adatbázis alapján születő publikációk a téma tudományos szintű előremozdításán túl hasznos vállalkozásfejlesztés-politikai ajánlások megfogalmazására is lehetőséget biztosítanak.

A fiatalok vállalkozóvá válásának vizsgálatában a tervezett magatartás elméletének alkalmazása nyert teret, köszönhetően annak, hogy a nemzetközi Global University

Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) Ajzen [1991] tervezett magatartás elméleti keretein nyugszik.

A tervezett magatartás elmélete hasznos konceptuális keret a komplex emberi társadalmi viselkedések értelmezéséhez. A tervezett magatartás elmélete az indokolt cselekvés elméletének kiterjesztése (Fishbein – Ajzen [1975]), amit az eredeti modell olyan viselkedésekkel kapcsolatos korlátozottsága indokolt, amelyek felett az emberek hiányos akarati ellenőrzéssel rendelkeznek (Ajzen [1991]). A tervezett magatartás elméletének eredeti modelljét a következő ábra szemlélteti

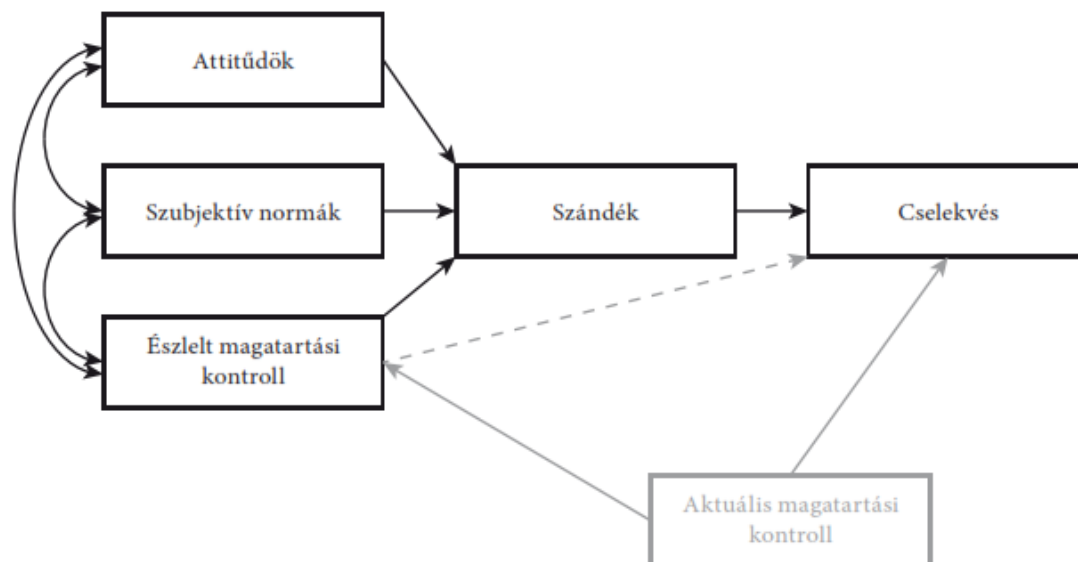


3. ábra: A tervezett magatartás elméletének eredeti modellje (Forrás: Ajzen [1991] 192. oldal)

Ahogy az indokolt cselekvés elméletében, a tervezett magatartás elméletében is a központi elem az egyén szándéka, hogy valamely magatartást végrehajtson. A szándékra a magatartást befolyásoló motivációs faktoroknak van hatása, mint az attitűdök, a szubjektív normák. Az egyén milyen energiákat hajlandó a próbálkozásba fektetni, milyen erőfeszítésekre képes az adott cselekvés megvalósulása érdekében. Általános szabály, hogy minél erősebb a szándék egy adott cselekvés megvalósítására, annak bekövetkezési valószínűsége annál magasabb. Ugyanakkor a cselekvési szándék csak abban az esetben válhat tényleges cselekvéssé, ha az az egyén kontrollja alatt áll, azaz ez egyén dönthet róla, hogy azt végrehajtja vagy sem (Ajzen [1991]). A modellben elkülönül a szándék és a cselekvés. A vállalkozóvá válás esetében például a vállalkozói szándék nem garancia a vállalkozóvá válásra. Habár komoly szándék nélkül nem várható tényleges cselekvés (S. Gubik – Farkas [2013]).

Az észlelt magatartási kontroll kompatibilis Bandura [1977], [1982] észlelt önhatékonyság koncepciójával, amelynek lényege, hogy az egyének viselkedését (cselekvését) nagyban befolyásolja az önbizalmuk arra vonatkozóan, hogy az adott cselekvést képesek-e végrehajtani.

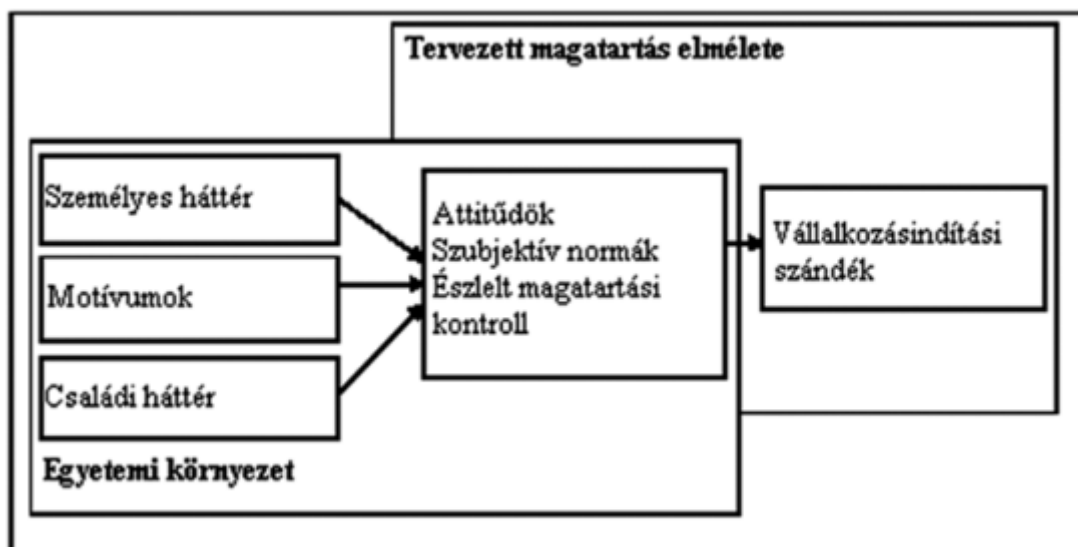
Ajzen modelljét 2006-ban kiegészítette az aktuális magatartási kontroll tényezővel, hangsúlyozva, hogy a tényleges cselekvést olyan objektív tényezők is befolyásolják, amelyek az adott szándék megvalósításához szükségesek (Ajzen [2006a], [2006b]). A vállalkozásindítás esetében ilyen például a szükséges pénzügyi erőforrások és idő (S. Gubik et al. [2018]). A kiterjesztett modellt a következő ábra szemlélteti:



4. ábra: A tervezett magatartás elméletének kiterjesztett modellje (Forrás: Ajzen [2006a] 1. oldal idézi S. Gubik et al. [2018] 77. oldal)

Ajzen [2006a 996. oldal] továbbfejlesztett modelljének vállalkozói hajlandóság tekintetében történő értelmezést S. Gubik és Farkas [2013] fogalmazza meg. A vállalkozóvá válásra irányuló attitűd és a vállalkozási szándék között a kapcsolat pozitív irányú. A kedvező vállalkozásindítással kapcsolatos beállítódás növeli a vállalkozásindítási szándékot. A támogató szociális környezet, társadalmi normák ösztönzőleg hatnak a vállalkozásindítási szándékokra. A magatartási kontroll kétféle módon van hatással a szándékokra és a cselekvésre. Ösztönzi a vállalkozói tevékenységet, ha az egyén úgy érzi, kontrollálni tudja az eseményeket. Az önhatékonyság hatása szintén pozitív, azok az egyének, akik úgy vélik, birtokában vannak a vállalkozásindításhoz szükséges képességeknek és tudásnak, inkább válnak vállalkozóvá.

A GUESSS eredeti (2011-es) koncepciójában a személyes háttér, a motívumok és a családi háttér hatnak az attitűdökre, szubjektív normákra és az észlelt magatartási kontrollra, amelyek meghatározzák a vállalkozásindítási szándékot. A koncepciót a következő ábra szemlélteti:



5. ábra: A GUESSS 2011 koncepciója (Forrás: S. Gubik – Farkas [2013] 9. oldal Sieger et al. [2011] alapján)⁴

A tervezett magatartás elméletének felhasználásával a GUESSS felmérésben résztvevő számos ország kutatói elemezték a vállalkozói hajlandóság és szándék elemeit (Soomro - Shah, [2015]; Eid et al. [2019]; Munir et al. [2019]; Solesvik et al. [2012]; Sun et al. [2017]; Shah - Soomro [2017]; Aloulou [2016])

A GUESSS 2011-ea adatfelvételének legfontosabb tapasztalatai a következők (S. Gubik – Farkas [2013]):

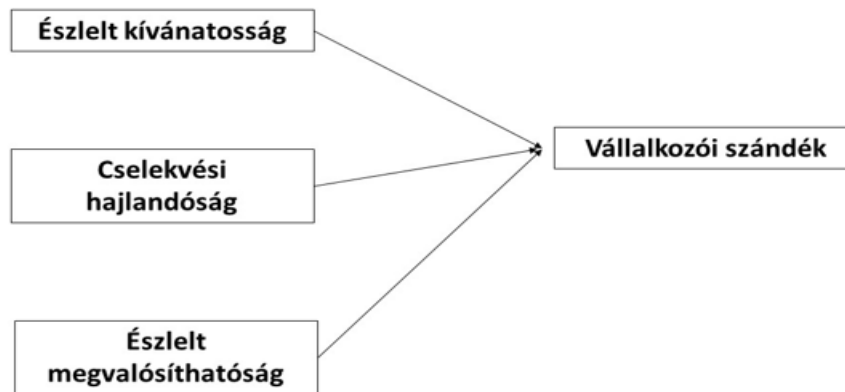
- az egyetemi, főiskolai hallgatók közvetlen végzés után inkább alkalmazotti karrierben gondolkodnak,
- a végzés után 5 évvel a vállalkozóvá válás már vonzóbb lehetőségnek számít,
- a családban szerzett vállalkozói tapasztalatok nagyban befolyásolják a vállalkozással kapcsolatos elképzeléseket, a családi vállalkozó háttérrel rendelkező fiatalok inkább válnak vállalkozóvá,
- a vállalkozásindítási szolgáltatásokat igénybe vevők többsége a gazdasági képzési területen folytatja tanulmányait.

3.2. Vállalkozói szándék modell

A vállalkozói hajlandóság kutatásában a tervezett magatartás elmélete mellett a vállalkozói szándék modellek köré épül az empirikus felmérések döntő hányada. A vállalkozói szándék

⁴ Az ábra sajnos már az eredeti forrásban is hasonlóan rossz felbontású

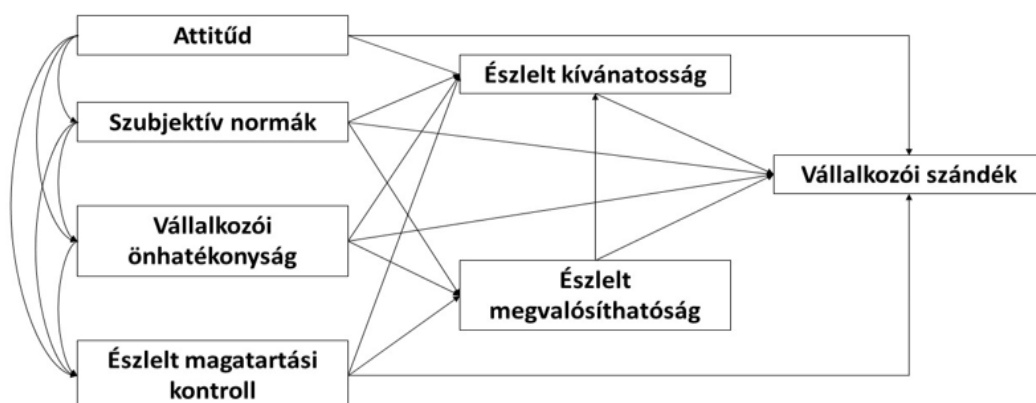
modellben a vállalkozói szándékot az észlelt kívánatosság, a cselekvési hajlandóság és az észlelt megvalósíthatóság determinálják. A vállalkozói szándék modellt a következő ábra szemlélteti:



6. ábra: Vállalkozói szándék modell (Forrás: Schlaegel - Koenig [2014] 294. oldal)

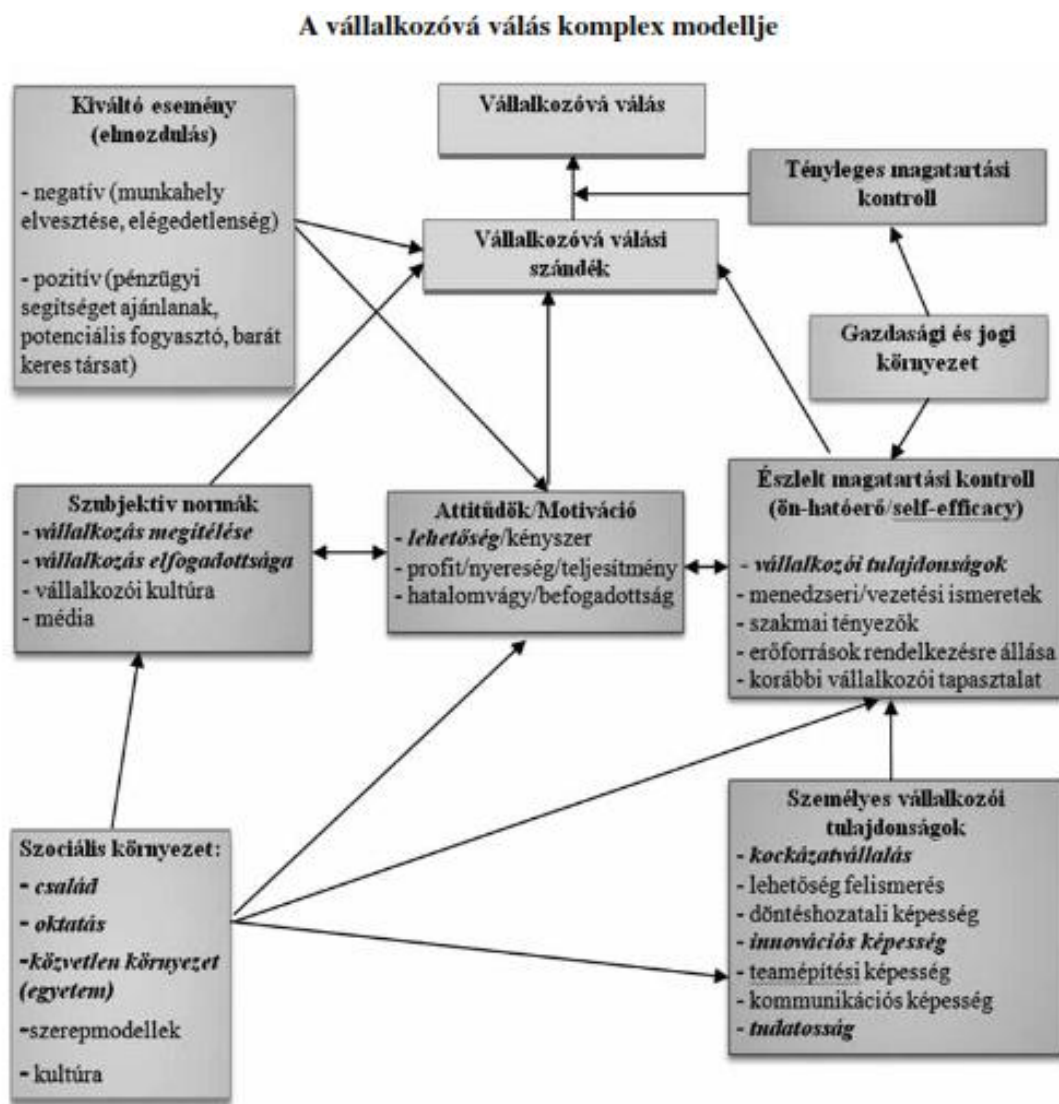
3.3. Integrált modellek

A vállalkozói hajlandóságot mérő modellek kapcsán a téma kutatói részéről igényként merült fel a különböző magyarázó modellek integrációja, amelynek hozadéka a magyarázó erő növekedése, a konzisztencia és az elméleti egyértelműség. Schlaegel és Koenig [2014] a vállalkozói hajlandóság kutatásában két leginkább alkalmazott modell a tervezet magatartás elmélet és a vállalkozói szándék modell integrálására vállalkozott. Munkájukat 98 kapcsolódó tanulmány felhasználásával és meta analitikus strukturális egyenletek segítségével hajtották végre. Az integrált modellt a következő ábra szemlélteti:



7. ábra: A vállalkozói szándék integrált modellje (Forrás: Schlaegel - Koenig [2014] 314. oldal)

Szerb és Lukovszki [2013] a magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzéséhez komplex modellt alakított ki, amely Bandura [1986] társadalmi megismerés elméletén, a Shapero [1975] által megfogalmazott az egyént a vállalkozóvá válás felé terelő hatások figyelembevételén és Ajzen [2006a] tervezett magatartás elméletén alapul. A modellt a következő ábra szemlélteti:



8. ábra: A vállalkozóvá válás komplex modellje (Forrás: Szerb - Lukovszki [2013] 32. oldal)

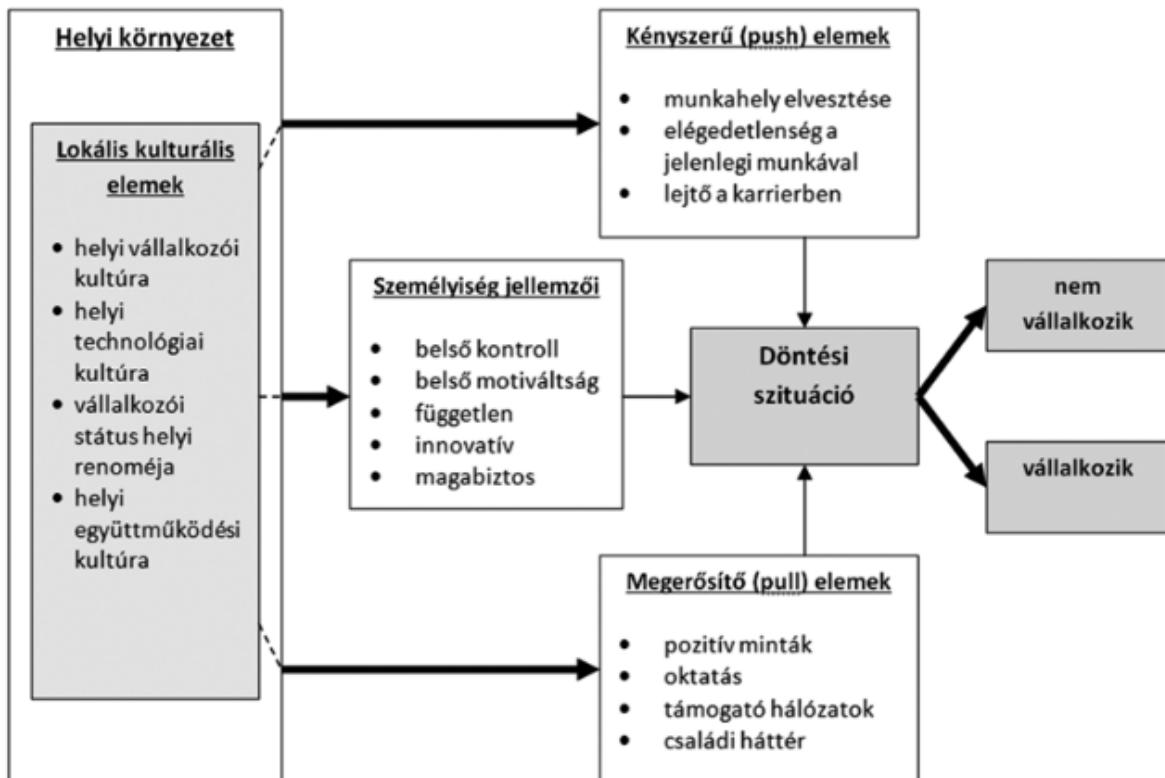
A Szerb – Lukovszki [2013] féle vállalkozóvá válás komplex modelljében helyet kapnak a Bandura [1986] által hangsúlyozott vállalkozói tulajdonságok, magatartás és külső környezet, amelyek kölcsönösen hatnak egymásra. Shapero [1975] az elmozdulás, a kiváltó esemény fontosságát hangsúlyozza a vállalkozóvá válásban, amely lehet pozitív vagy negatív, de elengedhetetlen feltétele annak, hogy az egyén elinduljon a vállalkozóvá válás útján. Ajzen

[2006a] tervezett magatartás elmélete a vállalkozóvá válási szándék jelentőségét emeli ki, amely három tényezőtől, a szubjektív normától, az attitűdöktől és az észlelt magatartási kontrolltól függ (Szerb – Lukovszki [2013.] 32. oldal). A komplex modell alapján vizsgált hipotéziseket a következő táblázat tartalmazza:

Hipotézis	Eredmény
1. hipotézis: A tudatosság pozitívan hat a vállalkozóvá válási szándékra.	Nem nyert bizonyítást
2. hipotézis: Az innovációs képességek pozitívan hatnak a vállalkozóvá válási szándékra.	Teljesült
3. hipotézis: A kockázattal boldogulás képessége pozitívan hat a vállalkozóvá válási szándékra.	Nem nyert bizonyítást
4. hipotézis: A vállalkozást pozitívan felfogó, pozitívan viszonyuló, támogató egyetemi klíma és egyetemi társak pozitívan befolyásolják a vállalkozói szándékot.	Nem nyert bizonyítást
5. hipotézis: A vállalkozói kurzusokon történő részvétel pozitívan befolyásolja a vállalkozói szándékot.	Teljesült
6. hipotézis: A vállalkozói kurzusokon történő részvétel szignifikánsan erősebben befolyásolja a vállalkozói szándékot azok körében, akik gyengébb vállalkozói szándékkal rendelkeznek.	Teljesült
7. hipotézis: A családban meglevő vállalkozó pozitívan befolyásolja a vállalkozói szándékot.	Teljesült
8. hipotézis: A családban meglevő vállalkozó szignifikánsan erősebben befolyásolja a komolyabb vállalkozói szándékot, ugyanakkor ez a hatás kisebb a gyengébb preferenciákkal rendelkezők csoportjában.	Teljesült

2. táblázat: A vállalkozóvá válás komplex modellje alapján vizsgált hipotézisek (Forrás: Szerb - Lukovszki [2013] 33-37. oldal alapján saját szerkesztés)

Bajmócy [2004] Mueller – Thomas [2000] és Shane et al. [2003] alapján alkotta meg a vállalkozóvá válást befolyásoló tényezőket leíró modelljét.



9. ábra: A vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők (Forrás: Bajmócy [2004] 232. oldal)

3.4. A vállalkozóvá válás egyéb modelljei

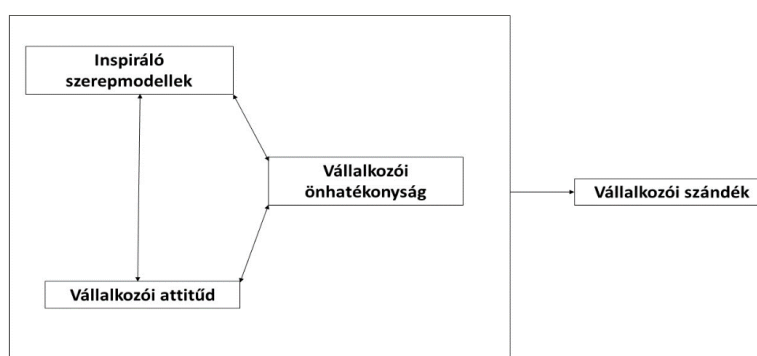
Aloulou és Fayolle [2005] kisvállalkozók esetében foglalták konceptuális modellbe a vállalkozói hajlandóságot befolyásoló tényezőket.



10. ábra: A vállalkozói hajlandóságot befolyásoló tényezők kisvállalkozások esetében (Forrás: Aloulou – Fayolle [2005] 32. oldal idézi Hofmeister-Tóth et al. [2015] 42. oldal)⁵

A gyakorlati vállalkozásoktatásban gyakran találkozhatunk az inspiráció kifejezéssel, ám a tudományos munkákban csak ritkán jelenik meg a szerepe, pedig Soutaris et al. [2007] rávilágítanak, hogy valójában az inspiráció a vállalkozásoktatás azon eleme, amely pozitív kapcsolatot mutat a vállalkozói hajlandósággal.

Nowinski és Haddoud [2019] az inspiráló szerepmodellek hatását vizsgálták a vállalkozóvá válási hajlandóságra egyetemi hallgatók körében. Kutatási modelljüket a következő ábra szemlélteti:



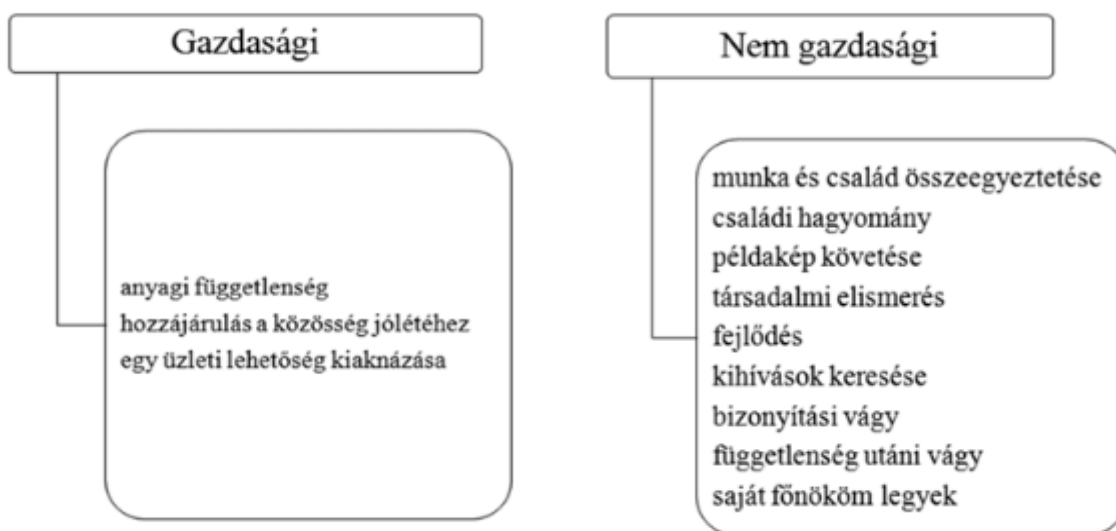
11. ábra: Az inspiráló szerepmodellek hatása a vállalkozó válási hajlandóságra (Forrás: Nowinski és Haddoud [2019] 186. oldal)

⁵ Sajnos már az eredeti forrásnál ilyen rossz a kép felbontása.

A modell segít megérteni az inspiráló szerepmodellek hozzájárulását a vállalkozói hajlandóság növeléséhez, hangsúlyozva, hogy a vállalkozó szándékra ható tényezők komplex elegyet alkotnak, amelynek része a vállalkozói attitűd, a vállalkozói önhatékonyság és az inspiráló szerepmodellek is. Az elemek hatása nem egyedi, hanem összjátékuk az, ami a vállalkozói hajlandóságra serkentőleg hat.

A komplex modellek mellett a fiatalok vállalkozóvá válási hajlandóságának kutatásához a feltárt tényezőket rendszerbe foglaló munkáknak is jelentősége van.

Koltai és Szalka [2013] a nemzetközi szakirodalom alapján a vállalkozóvá válás motivációit gazdasági és nem gazdasági motivációra bontotta szét. A besorolást a következő ábra szemlélteti:



12. ábra: A vállalkozás motivációi (Forrás: Koltai - Szalka [2013] 73. oldal, (Cromie [1987]; Holmquist – Sundin [1990]; Birley [1989]; Morris et al. [2006]; Gatewood et al. [1995]; Hébert – Link [1982]; Barba-Sánchez – Atienza - Sahuquillo [2012] alapján)

Scheiner és munkatársai [2008] a kutatásuk megalapozásához a következő táblázatban szemléltetett vállalkozásindítást serkentő és gátló tényezőket azonosították:

Vállalkozásindítást serkentő tényezők	Vállalkozásindítást gátló tényezők
Önmegvalósítás	Hiányzó üzleti tudás
Függetlenség	Konkrét üzleti ötlet hiánya
Tanultak gyakorlati alkalmazása	Hiányzó kezdő tőke
Nagyobb döntési autonómia	Elégtelen gyakorlati tapasztalatok
Kedvező gazdasági környezet	Általános érdeklődés hiánya
Üzleti ötlet megvalósítása	Alapítótárs / csapat hiánya
Tapasztalatszerzés	Üzleti kapcsolatrendszer hiánya
Felelősségvállalás	Piacismeret hiánya
Magasabb presztízs, társadalmi státusz	Üzleti transzparencia hiánya
Magasabb jövedelem	Házastárs, partner rosszállása
Potenciális nyereség	Magas pénzügyi kockázat
Családi vállalkozás folytatása	Alacsony jövedelem
Családi, baráti motiváció	Túl sok munka, túl kevés pénzért
	Túl sok munka, kevés szabadidő
	Kedvezőtlen üzleti környezet
	Saját céghez kötöttség
	Csőd kockázata
	Hiányzó társadalmi elismerés

**3. táblázat: A vállalkozásindítási hajlandóságot serkentő és gátló tényezők (Forrás: Scheiner et al. [2008]
42. oldal)**

Holienka és munkatársai [2017a] kifejezetten a Visegrádi országok (Csehország, Magyarország, Lengyelország, Szlovákia) esetében vizsgálták a már az egyetemi tanulmányaik alatt vállalkozást indító hallgatók vállalkozói hajlandóságára ható tényezőket. A GUESSS felmérés 2016-os adatai alapján kimutatták, hogy a nem (a férfiak vállalkozói hajlandósága magasabb), a növekvő életkor, a közeledés a tanulmányok befejezéséhez (minél kevesebb idő van hátra a diplomaszerezésig), a vállalkozói oktatás intenzitása az üzleti tanulmányokban és a vállalkozó szülői háttér mind pozitív hatással bírnak a vállalkozóvá válásra. A kutatók úgy vélik, azon hallgatók, akik már tanulmányaik alatt is vállalkoznak, a jövőben hosszú távon is nagyobb valószínűséggel választják a vállalkozói életformát.

4. A VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁST, VÁLLALKOZÓI HAJLANDÓSÁGOT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

4.1. AZ OKTATÁS, KÜLÖNÖSEN AZ EGYETEMEK SZEREPE A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁNAK SERKENTÉSÉBEN

4.1.1. Vállalkozásoktatás az Európai Unióban

A vállalkozásoktatás kiemelkedő szerepére a vállalkozóvá válás ösztönzésében az Európai Unióban is felfigyeltek. Nemzetközi kutatások világítanak rá a felsősoktatás szerepére a vállalkozóképzésben, a téma kutatói, pedig egyaránt hangsúlyozzák az oktatás jelentőségét a vállalkozóvá válásban és szolgálnak jó gyakorlatok leírásával.

A vállalkozásoktatás, a vállalkozó válás ösztönzésének fontosságát Európai Unió szinten elsősorban a munkahelyteremtés (különösen a fiatalok munkanélkülisége csökkentése), a versenyképesség és gazdasági növekedés serkentése indokolja. A vállalkozói készségek elsajátítása illeszkedik az élethosszon át tartó tanulás koncepciójába. A vállalkozási ismeretek oktatásának szükségessége már egyre fiatalabb korban megjelenik. A felsőoktatási intézmények vállalkozási ismeretek elsajátítására irányuló kurzusain, programjain túl egyre inkább hangsúlyozzák a vállalkozási ismeretek általános és középiskolai oktatásának szükségességét is (European Commission [2002]). Az Európai Bizottság vállalkozásoktatásra irányuló kutatási programjai között többek között feltárta és elemezte a vállalkozói ismeretek megjelenését az egyes országok tanterveiben (European Commission [2004]). Az Európai Bizottság vállalkozási ismeretek oktatását vizsgáló szakértői csoportja egyrészt üdvözli azon kulturális változást, amely a vállalkozások oktatásának szükségességét hangsúlyozza, másrészt hiányolja azon koherens struktúra meglétét, amely lehetővé tenné a vállalkozási ismeretek oktatási rendszerbe történő integrálását. Főbb megállapításaik a következők (European Commission [2002] 7-8. oldal):

- szinte minden vizsgált országban megfelelő mértékű vállalkozásfejlesztés politikai elkötelezettség tapasztalható a vállalkozási ismeretek oktatásának irányába,
- nincsenek indikátorok és nem állnak rendelkezésre adatsorok a terület elemzéséhez,
- az intézkedések értékelése többnyire korlátozott és esetleges,
- a vállalkozói szellem általános iskolások körében történő népszerűsítésre vonatkozó programok ritkák, annak ellenére, hogy ennek számos jó gyakorlata lelhető fel,

- a vállalkozói ismeretek középiskolai szintű bevezetése gyakoribb, ám ez gyakran az intézmények önálló kezdeményezésein alapul,
- a közép és felsőfokú szakképzés rendszere nem kellő mértékben orientál az önfoglalkoztatóvá, illetve vállalkozóvá válásra,
- egyetemi szinten a vállalkozói kurzusok elsősorban a gazdasági és üzleti szakokon tanuló hallgatók számára érhetők el,
- a „learning by doing” módszertan, ahol a fiatalok mini vállalkozásokat alapítanak és működtetnek, így sajátítva el a legfontosabb vállalkozói ismereteket a legtöbb országban bevett gyakorlatnak számít,
- elégtelen a vállalkozási tárgyakat tanító pedagógusok továbbképzésének kínálata,
- erősítendőek az oktatási intézmények és az üzleti világ szereplői közötti kapcsolatok,
- hiányoznak a magánfinanszírozású vállalkozói programok.

Szakértői anyag készült a vállalkozási ismeretek oktatásáról a felsőoktatásban, a nem üzleti tanulmányokat folytatókat helyezve a középpontba, hiszen az életképes üzleti elképzelések feltehetően inkább a műszaki, természettudományos és kreatív jellegű tanulmányokból erednek. A jelentés felhívja a figyelmet arra, hogy jelenleg túl kevés vállalkozási ismereteket oktató egyetemi tanár áll rendelkezésre és a gyakorlatban jellemzően alkalmazott módszerek nem a témában eddigi tapasztalatok alapján leghatékonyabbnak ítélt megközelítéseket alkalmazzák (Európai Bizottság [2008]).

4.1.2. Nemzetközi kitekintés

Az egyetemekről induló vállalkozások erejét szemléletesen érzékelteti Lüthje és Franke [2002], akik kimutatták, ha az amerikai MIT diplomásai és tanári kara által alapított négyezer cég egy önálló nemzetet alkotna, az lenne a világ huszonnegyedik legnagyobb gazdasága. Ahhoz, hogy a felsőoktatási intézményekből sikeres cégek induljanak, szisztematikus munkára van szükség. A vállalkozóvá válást segítő oktatás és tréning nemzetközi szinten elégtelen volta miatt a GEM 2008-as felmérésében a téma kiemelt figyelmet kapott. Kimutatták, hogy a vállalkozás oktatás, tréning és a vállalkozás indítási hajlandóság pozitív kapcsolatban állnak, ám a hatás különböző az eltérő fejlettségű országokban (Bosam et al. [2008]). A GUESSS felmérések adatai szintén hangsúlyozzák a vállalkozói ismeretek oktatásának pozitív hatását a vállalkozóvá válásra, kiemelve a szándék és a valós cselekvés közötti különbséget és kutatva a megvalósításra ható tényezőket, amelyek közül a nem (a férfiak inkább jutnak el a tényleges cégalapításig) és az

iskolázottság szerepét sikerült empirikusan is igazolni (Solesvik [2013]; Jonesou-Salo [2015]; Varamaki et al. [2015]; Galvao et al. [2018]).

Joensuu és munkatársai [2013] kiemelik, hogy a fiatalok vállalkozóvá válásának támogatása nem egyszerű feladat, hanem egy bonyolult folyamat, amely során a hallgatók felismerik a bennük rejlő vállalkozói potenciált és olyan üzleti lehetőséget találnak, amelyben ez kiteljesedhet.

A GUESSS 2011-es adatfelvétele a szociális vállalkozások indítási szándékának vizsgálatát is célul tűzte ki. Az adatokat a dél-afrikai egyetemek hallgatóra vonatkozóan Viviers és munkatársai [2012] elemezték, mely alapján a mintába került fiatalok 54,8%-a indítana szociális vállalkozást, bár mindössze 9,4%-uk rendelkezett konkrét környezeti vagy társadalmi misszióval.

Morris és munkatársai [2017] az egyetemi ökoszisztéma hatását vizsgálták a hallgatók vállalkozóvá válási hajlandóságának befolyásolásában. Elemzésük alapján a vállalkozói tantervbe épített programok és tanterven kívüli programok pozitívan hatottak a vállalkozóvá válásra, míg az egyetemtől kapott pénzügyi támogatás negatív hatással bírt. A hallgatók által korábban szerzett vállalkozói tapasztalatok mérsékeltek a tantervi és tanterven kívüli programok serkentő erejét, csakúgy, mint az egyetemtől kapott pénzügyi támogatás kedvezőtlen hatását.

Maresch és munkatársai a GUESSS 2011-es felmérésének ausztriai adatai alapján vizsgálták a vállalkozói ismeretek oktatásának hatását az üzleti-gazdasági területen és a természettudományos-mérnöki területen tanuló hallgatók körében. Eredményeik szerint, míg az üzleti területeken tanulók vállalkozásindítási hajlandóságára pozitív hatása van a vállalkozói ismeretek oktatásának, addig a természettudományos és műszaki területek hallgatói körében a vállalkozói ismeretek oktatásának vállalkozásindításra gyakorolt pozitív befolyása kisebb jelentőségű. A kutatók véleménye szerint ennek egy lehetséges magyarázata a „Matthew effektus” (Walberg – Tsai [1983]) lehet, amelynek fő üzenete, hogy azok a tanulók, akik korábban már sajátítottak el üzleti ismereteket, nagyobb valószínűséggel képesek befogadni és feldolgozni a vállalkozásokkal kapcsolatos ismeretanyagot. Ezzel részben ellentétet következtetésre jutott Passioni és Glavam [2018], akik a felsőoktatásban választott szak hatását vizsgálták a vállalkozói hajlandóságra. Brazil menedzsment, mérnök és számvitel szakos hallgatók esetében azt találták, a vállalkozási ismeretek oktatása a menedzsment és mérnöki szakokon tanuló hallgatók vállalkozásindítási hajlandóságára hatottak pozitívan.

A hallgatók startup vállalkozás indítási tevékenységét vizsgálva Bergmann és szerzőtársai [2016] kísérletet tettek a vállalkozó hajlandóságra ható tényezők egyéni, egyetemi

és regionális szint szerinti hatásának mérésére. Vizsgálatuk alapján azt találták, legnagyobb magyarázó erővel az egyéni tényezők bírtak a születő és már aktív vállalkozások esetében is. Míg a születő vállalkozásokra inkább az egyetemi környezet hatott és a regionális szint befolyása elenyésző volt, a már aktív hallgatói vállalkozások esetében ennek ellenkezője tapasztalható.

Holienka és szerzőtársai [2017b] a GUESSSS 2016-os adatfelvétele alapján az egyetemi hallgatókat 4 alapvető típusba sorolták a vállalkozásindítási szándékuk függvényében: megvalósítók, álmodozók, halogatók és távolmaradók. A kategorizálás alapján a vállalkozásoktatásra vonatkozóan fogalmaztak meg javaslatokat. Az egyetemeknek a vállalkozásoktatási programjaikat a hallgatóik vállalkozásindítási hajlandóságához kell igazítani. A már működő vállalkozással rendelkező hallgatókat teljesen más témakörök érdeklik, mint a még csak erős vállalkozói indíttatással rendelkező fiatalokat. Ahhoz pedig, hogy az álmodozókból vállalkozók váljanak és ne távolmaradók szintén más megközelítésre van szükség. Kiemelt jelentősége van az interdiszciplinaritásnak, hiszen gyakran azoknak a természettudományos, műszaki területről érkező hallgatóknak van a piacon értékesíthető termék, szolgáltatás ötlete, akik semmiféle gazdasági, vállalkozási előképzettséggel nem rendelkeznek, ezért lenne fontos őket és az üzleti területen tanuló, magasabb vállalkozói hajlandósággal rendelkező hallgatókat összekötni. A vállalkozói szellemet támogató egyetemek feladata, hogy segítsék a hallgatók kezdeti elképzeléseit kibontakoztatni és támogassák őket abban, hogy hosszútávon fenntartható vállalkozásokat hozzanak létre.

Canever és munkatársai [2017] arra a kérdésre keresték a választ, hogy a Brazíliába jelen levő két egyetemi típus – állami és magánegyetem – hallgatóinak vállalkozásindítási hajlandóságában tapasztalhatók-e eltérések. Elemzéseik rávilágítottak, hogy az állami és magánegyetemek hallgatóinak vállalkozási hajlandóságában nem mutathatók ki szignifikáns eltérések.

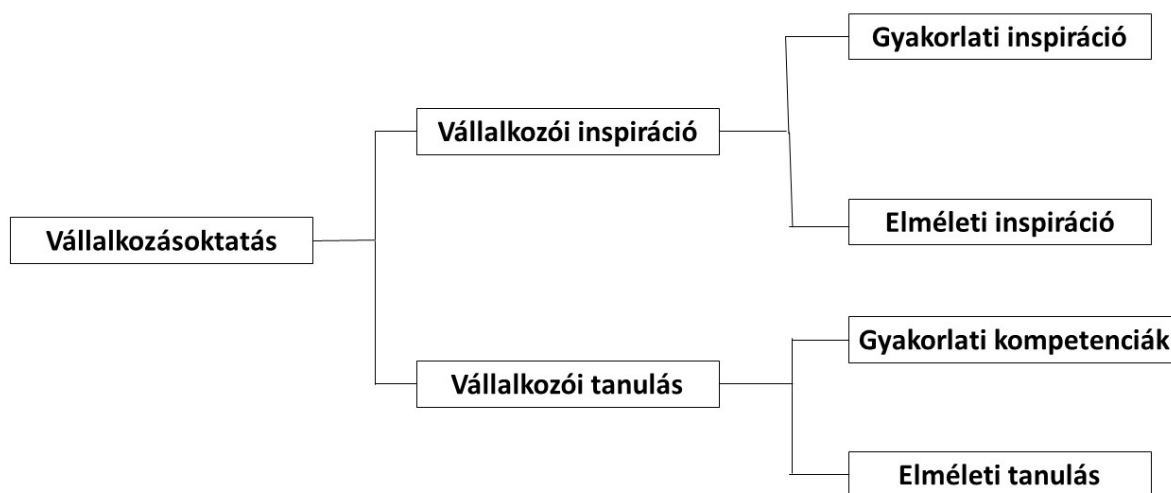
Gelaidan és Abdullateef [2017] malajziai gazdasági felsőoktatásban tanulók körében végzett vizsgálata kimutatta, az egyetemi hallgatók vállalkozói szándékát a kapcsolati és oktatási támogatás serkenti leginkább.

Susanj és munkatársai [2015] horvát egyetemi hallgatók vizsgálatával bizonyították, hogy az üzleti orientációjú képzésben részt vevő fiatalok vállalkozói hajlandósága nagyobb, mint a nem üzleti orientációjú képzésben résztvevőké.

A vállalkozói hajlandóság kutatás során felmerül a kérdés, hogy vajon a személyes tulajdonságok vagy a külső környezeti körülmények hatása-e az erősebb. Sesen [2012] török egyetemisták bevonásával végzett vizsgálata során jutott arra a következtetésre, hogy a

vállalkozóvá válásra ható legerősebb tényező a vállalkozói önhatékonyság, amelyet a kapcsolati háló és a tőkehez való hozzáférés követ. Eredményei alapján az egyetemi környezet nem bír szignifikáns hatással.

Nabi és munkatársai [2018] a vállalkozásoktatás tartalmi és inspirációs elemeit kvalitatív eszközökkel vizsgálták egyetemi hallgatók körében. Az általuk alkalmazott modellt a következő ábra szemlélteti:



13. ábra: Inspiráció és tanulás a vállalkozás oktatásban (Forrás: Nabi et al. [2018], 458. oldal)

A modell alapján végrehajtott kevert módszertanon alapuló longitudinális kutatás rávilágított, hogy a vállalkozásoktatási programokban részt vevő hallgatók magasabb vállalkozói tudással és inspirációval rendelkeztek, mint azok a fiatalok, akik nem kaptak vállalkozói képzést. A mélyinterjúk tapasztalatai azt mutatták, hogy a vállalkozási kurzusok egyaránt lehetnek pozitív és negatív hatással is a hallgatók vállalkozói szándékára. A vállalkozói kedv csökkenésének oka, hogy habár a hallgatók a kurzusra történő beiratkozáskor rendelkeztek egyfajta vállalkozói motivációval, a tanulási folyamat során a vállalkozói lét egy jóval valóságosabb és gyakorlatiasabb részéről szereztek ismereteket, amely negatívan befolyásolta őket. Ezen hallgatói kör számára a vállalkozásoktatás egy fejlődési folyamat része, amely során szembesülnek a vállalkozói lét komplexitásával és kihívásaival. A vállalkozásoktatás vállalkozói tanulás eleme két részre bontható, egyrészt a vállalkozásindítás elméleti lépéseinek elsajátítására irányuló, másrészt praktikus (tudják, hogyan valósítsák meg) ismeretekre. A vállalkozói inspiráció szintén szétbontható külső forrásokhoz köthető elméleti elemekre, mint

konkrét emberektől származó beszámolók, olvasmányok és gyakorlati elemekre, amelyek tipikus forrása a csoportalapú, gyakorlatorientált, tapasztalati tanulás. A kutatás szerint a gyakorlati és elméleti inspiráció az, amely a legnagyobb pozitív hatást gyakorol a vállalkozói szándéokra (Nabi et al. [2018]).

Hahn és szerzőtársai [2020] kimutatták, hogy a vállalkozásoktatás eredményességét befolyásolja, hogy a vállalkozói kurzus választható vagy kötelező, illetve a hallgatók családi vállalkozói háttére. Silva és szerzőtársai bizonyították [2021], hogy az egyetemi vállalkozásoktatás serkentően hat a fiatalok vállalkozóvá válására, de emellett fontos szerepe van az egyetemi atmoszférának és a vállalkozói képességeknek.

Dvorsky és munkatársai [2019] Csehország, Szlovákia és Lengyelország részvételével alkották meg az egyetemi hallgatók vállalkozói hajlandóság indexét. Munkájuk során eltérést találtak az egyes országok hallgatóinak vállalkozói hajlandóságában, amely a legmagasabb Csehországban (0,470) volt, amit Szlovákia (0,424) majd Lengyelország (0,412) követett. Az egyetemi oktatás minőségét mindhárom országban pozitívan értékelték. Az index a társadalmi környezetre, a vállalkozástámogatás rendszerére, a makroökonómiai környezetre, az üzleti környezet minőségére, a pénzügyi erőforrásokhoz történő hozzáférésre, az oktatás minőségére, a személyes tulajdonságokra, az üzleti előnyökre és a vállalkozási hajlandóságra vonatkozó megállapításokat tömöríti.

A Visegrádi országok egyetemi hallgatóinak vállalkozásindítási hajlandóságának vizsgálata során Nowinski és szerzőtársai [2019] arra az érdekes következtetésre jutottak, hogy a vállalkozásoktatás a négy ország közül kizárólag Lengyelországban volt közvetlen hatással a vállalkozóvá válásra, melynek oka a kutatók szerint, hogy a vizsgált négy ország közül kizárólag Lengyelországban folyik középiskolai szinten is vállalkozásoktatás.

4.1.3. Magyarországi tapasztalatok és kutatási eredmények

Magyarországon a SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány 2008-ban mérte fel és értékelte a vállalkozásoktatás aktuális helyzetét. A felmérés a közoktatást, a felsőoktatást és a felnőttképzést is lefedte. A kutatás zárótanulmányában számos fontos megállapítás található. A fiatalok vállalkozóvá válását érintő legfontosabb észrevételek (SEED Alapítvány [2008], 2-7. oldal):

- alacsony szintű a motiváltság a vállalkozóvá válásra, ugyanakkor pozitív eredmény, hogy a fiatalokra nem jellemző a vállalkozói pályával szembeni előítélet,

- a gazdasági ismeretek közoktatásban történő oktatása fejlesztendő: az új oktatási és képzési kezdeményezések szigetszerűek; a korszerű, szemléletformáló oktatás kialakulásának feltétele a tananyagfejlesztés, tankönyvfejlesztés, tanárképzés és tanártovábbképzés; a korszerű megoldások jelenlétének mennyiségi jellemzői szerények,
- a felsőoktatásban vállalkozással kapcsolatos kurzusokat jellemzően a gazdasági szakokon tanulók vehetnek fel; a BA képzésben a vállalkozás témakör szerény súllyal szerepel,
- a KKV szektor, különösen a mikro vállalkozások tulajdonosai kevésbé nyitottak az ismeretszerzésre.

Magyar adatokon végzett felmérésükben S. Gubik és Farkas [2016] rávilágítottak, hogy a felsőoktatásban tanulók vállalkozásindítási hajlandóságát leginkább a családi háttér befolyásolja, míg a felsőoktatási intézmény által kínált vállalkozási kurzusoknak és tréningek hatása nem jelenik meg a valós vállalkozói tevékenységben.

A Széchenyi István Egyetem tudásvállalkozás-fejlesztési programjának (SZE-Duo) értékelése kapcsán Borsi-Dóry [2015] többek között arra a következtetésre jutottak, hogy a felsőoktatási képzésekben hangsúlyosabban kellene megjelennie a vállalkozói képzésnek, a fiatalok vállalkozói szándékának serkentése és tényleges megvalósítása érdekében. A vállalkozásoktatás specialitásaként jelölik meg, hogy az oktatók abban az esetben képesek vállalkozást tanítani, ha maguknak is vannak vállalkozói képességei. A vállalkozók oktatásában kiemelt szerepe van az oktatók személyes – szakmai háttérének (Pardo [2013]). Nemzetközi vizsgálatokra hivatkozva kiemelik, hogy a vállalkozási szakterület még nem foglalta el illő helyét a tudományok között, a vállalkozó képzés szakmai elismerése alatta marad a többi szakterületének. A helyzetet a témakör interdiszciplináris jellege a kutatások szempontjából is bonyolítja (Borsi-Dóry [2015]).

S. Gubik és Farkas [2013] felhívják a figyelmet, fontos, hogy a természet és társadalomtudományos képzésben résztvevők is megismerjék a vállalkozás indítás és fejlesztés lépéseit, amely kapcsán kiemelt feladatként jelölik meg a vállalkozói szolgáltatások megújítását és a nem gazdasági képzésben résztvevők számára történő elérhetővé tételét.

A fiatal vállalkozók támogatásában egyre nagyobb szerepet kap a mentorálás, mint testre szabott támogató tevékenység. Zsigmond [2018] hazai hallgatók körében végzett kérdőíves felmérésen alapulva állította fel a sikeres folyamatvezetéshez szükséges kompetencia, tulajdonság és attitűdlista hattanézős modelljét (Zsigmond [2018]). A PwC magyar startup

vállalkozásokra irányuló felmérése is rávilágított, hogy a vállalkozások elindításában szerepe lehet a mentorok szerepvállalásának [PwC, 2019].

Habár a vállalkozóvá válás ösztönzését minél fiatalabb korban érdemes elkezdni, viszonylag kevés empirikus kutatás vizsgálja az általános és középiskolás korú gyermekek vállalkozáshoz való viszonyát. Horváth és szerzőtársai [2019] némiképp enyhítve ezt a hiányt a designkommunikáció oktatásba történő integrálásának lehetőségét vizsgálták általános iskolások bevonásával. Eredményeik alapján a designkommunikáció, mint vállalkozói attitűdfejlesztési módszertan, a vizsgálatukba bevont 3. osztályos gyermekek esetében nem, ám a 6. és 8. osztályosok esetében eredményesen használható.

Diószeginé Zentay [2018] a Debreceni Egyetem példáján elemzi és sürgeti a vállalkozói készségek fejlesztésének lehetőségeit a mérnök hallgatók körében. Erdős [2018] a magyarországi felsőoktatási intézmények vállalkozó egyetemmé válása kapcsán átfogó szakirodalom feldolgozást és elemzést végzett. Eredményei széleskörűek, amelyekből csupán egyetlen kiragadott gondolat szorosan kapcsolódik a hazai egyetemekről kipörgő spin-off vállalkozásokhoz. A hazai egyetemek spin-off vállalkozásai kevés hasonlóságot mutatnak az amerikai egyetemek által kitermelt dinamikus növekedésű vállalkozásokkal, így habár léteznek magyar spin-off-ok, az USA-ban tapasztalt sikertörténetek és csúcstechnológiai térségek kiemelkedésének hazai leképeződése aligha várható.

Czeglédi és munkatársai [2016] a vállalkozói ismeretek helyzetét vizsgálva a magyar felsőoktatásban arra a következtetésre jutottak, hogy az olyan interaktív módszereket, mint például a szerepjáték, az esettanulmányok megvitatása és a szimuláció a vállalkozási ismeretek oktatásában nem alkalmazzák megfelelő intenzitással.

Varga és munkatársai [2016] a felsőoktatásban oktatott vállalkozói ismeretek megítélésének vizsgálata során arra a következtetésre jutottak, hogy a hallgatók alacsony vállalkozói hajlandóságának hátterében a kockázatkerülés, az önbizalomhiány (ebben szerepet játszik a „vállalkozó” kifejezés negatív kicsengése) és a kellő szaktudás, szakismeret hiánya áll.

Az egyetemek változó szerepéről és a vállalkozásoktatás funkciójáról a vállalkozóvá válás serkentésében Imre-Tóth [2014], [2015] folytatott kutatásokat. Szerb – Lukovszki [2013] a GUESSS 2011-es adatai alapján végzett elemzése szerint a vállalkozást támogató egyetemi környezet és hallgatótársak szerepe nem bír kiemelt jelentőséggel a vállalkozói szándék alakulásában. Kimutatták, hogy akik nem gondolják komolyan a vállalkozóvá válást, úgy vélik vállalkozásindítás tekintetében támogató az egyetemi környezetük, míg azok, akiknek valós célja vállalkozóvá válni kevésbé vannak megelégedve az ehhez nyújtott egyetemi támogatással.

Kárpáti-Daróczi és munkatársai [2019] mérnök hallgatók vállalkozóvá válásának dilemmáit elemezve arra a következtetésre jutottak, hogy a tanulmányaik során innovációt végrehajtó hallgatók válaszút elé kerülhetnek, ötletüket vállalkozóként piacositják vagy diplomájuk megszerzésére koncentrálnak. Fontosnak tartják, hogy az egyetem támogassa a vállalkozóvá válást, ugyanakkor „végtermeknek” a diplomás mérnököt és nem a diploma nélküli vállalkozót tekintik. A hallgatók és az egyetem között fennálló bizalmi kapcsolatot alkalmasnak tartják, hogy a kezdeti inkubációs tanácsadási, mentorálási folyamatok alapját képezze.

Rippa és szerzőtársai [2020] európai mérnök hallgatók bevonásával kimutatták, hogy a vállalkozás oktatás önmagában nem befolyásolja a mérnök hallgatók vállalkozóvá válását, számos egyéb faktor kölcsönhatása határozza meg a döntést. Szerb és Márkus [2006] a Collegiate Entrepreneurship 2006 (GUESSS első adatfelvétel), 14 országra kiterjedő nemzetközi kutatás alapján, a magyar mintán pozitív kapcsolatot mutattak ki a vállalkozói kurzusok felvétele és a vállalkozóvá válás között.

S. Gubik és munkatársai [2018] Richert–Schiller [1994]-et idézi Lüthje–Franke [2002], továbbá Schrör [2006] és Autio [2005] munkáira hivatkozva hívják fel a figyelmet arra, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők vállalkozásai növekedésorientáltabbak és inkább hozzák létre cégeiket a magasabb hozzáadott értéket előállító szektorokban. Kiemelik, ezért is fontos gazdaságpolitikai kérdés a felsőoktatásban résztvevő fiatalok vállalkozói szándékának és aktivitásának serkentése (S. Gubik et al. [2018]). Részben ezen kutatási eredmények hatása, hogy az egyetemekkel szembeni egyre erősebb elvárás, hogy ne csupán az alkalmazotti, hanem a vállalkozói létre is felkészítsék a hallgatóikat (Szerb – Lukovszki [2013]). Imreh-Tóth [2015] szerint az egyetemekkel szemben támasztott egyre erősebb elvárás a vállalkozóvá válás elősegítése, különösen a dinamikus, innovatívan fejlődő területeken, amelyek a nagy növekedési potenciállal rendelkező startup vállalkozások létrejöttének kiváló táptalajai.

4.1.4. A vállalkozásoktatás módszertani kérdései

A Budapesti Corvinus Egyetem Kisvállalkozás-fejlesztési Központja mindig élen járt a korszerű, modern vállalkozásoktatási módszerek adaptálásában. Ilyen a diákvállalkozásokon keresztül történő vállalkozásoktatás, amelynek gyakorlati megvalósításáról és a levonható tapasztalatokról Csapó-Filep [2007], Csapó [2007], [2008], [2010], számolt be, aki a különféle vállalkozásoktatási módszerek előnyeit és hátrányait két nézőpontból, egyrészt Szomor [1997], másrészt Jamieson [1984] alapján mutatta be.

Tanári előadás		Szimulált vállalkozás		Valódi vállalkozás	
Előny	Hátrány	Előny	Hátrány	Előny	Hátrány
Kiválóan tervezhető és lebonyolítható.	A vállalkozói képzést besorolja a „szokásos tantárgyak” rendszerébe.	Megfelelő rugalmasság mellett tervezhető.	A vásárookra koncentrálva kampányszerűvé válik.	Erős tanulói motiváció érhető el.	Nehezen tervezhető és kézben tartható.
Az előadó diktálja a témát, nincs eltérés.	Nehéz fenntartani a diákok érdeklődését.	Jó módszerek alkalmazásával játékosá tehető.	A diákok számára nem elég életszagú, művinek látják.	Egyes képességek erősen fejleszthetők.	Igen nagy felelősség van a tanáron.
Jól mérhető, értékelhető az iskolában megszokott módon.	Szinte kizárólag ismeretekre és nem készségekre koncentrálnak.	Sokféle képesség kifejlesztésére alkalmas.	A teljesítmény iskolai keretek között nehezen mérhető.	Valódi, pl. iskolai igényeket is kielégíthet.	A profitorientáció a tanulás rovására mehet.
Kevés pluszköltséggel jár.	Nehéz a valóban „illetékes szakemberek” megtalálása.	Relatív költségkímélő.	A vállalkozói felelősség leértékelődik a szimuláció által.	Jogilag élő, rendezett.	Rendkívül nagy plusz terhet ró diákra, tanárra egyaránt.
Jól illeszkedik az iskolai órák megszokott rendjéhez.	A megtanult ismereteket a diákok gyorsan elfelejtik.	Jobban kézben tartható, mint a valódi vállalkozás.	Ritkán elég a rendelkezésre álló 45 perces óra.	Iskolán túl is folytatható.	A magyar jogrendbe nehezen illeszthető.
Tanárnak, diáknak egyaránt megszokott.	Úszni nem lehet csak könyvből megtanulni.	Olyan, mint az úszás mentőövvel és parafamellénnyel.	Sokkal inkább függ a tanuló hozzáállásától az eredmény.	A vállalkozó felelősség közvetlen, néha zsebbevágó.	Sok tekintetben „kilóg” az iskolai rendből.

4. táblázat: A vállalkozásoktatási módszerek előnyei és hátrányai (Forrás: Szomor [1997] alapján Csapó [2007], 33. oldal)

	„Oktatás a vállalkozásokról”	„Oktatás a vállalkozásért”	„Oktatás a vállalkozásban”
Oktatás tárgya	elméleti ismeretek	elméleti és gyakorlati ismeretek	gyakorlati ismeretek
Alapvető cél	vállalkozói lét megkedveltetése	vállalkozás elindításának segítése	vállalkozás működtetésének segítése
Célközönség	mindenki	vállalkozási lét iránt érdeklődők	vállalkozók
Oktatási módszerek	elméleti kurzusok	elméleti kurzusok, szimulált, illetve valós vállalkozások	mentorálás, coaching
Jellemző tantárgyak	vállalkozási alapismeretek, kisvállalati politika	üzleti tervezés, vállalkozások menedzsmentje	finanszírozáskeresés, szellemi termékek védelme

5. táblázat: A vállalkozási kurzusok / programok fajtái (Forrás: Jamieson [1984] nyomán Csapó [2008], 45. oldal)

A valódi vállalkozás alapításával történő vállalkozásoktatás annak számos kockázata és nehézsége ellenére is a vállalkozói létbe történő bevezetés leghatékonyabb módja. A Corvinus KfK-ban 2003 tavaszán került meghirdetésre a „Vállalkozásbarát egyetem – Vállalkozásképes hallgatók” program, amelynek keretei között hallgatók és hallgatói csoportok pályázhattak üzleti tervvel az magánszféra által biztosította finanszírozásra (a programról a Figyelőnet is beszámolt (24.hu [2007])). Az egyetemen biztosított elméleti tudáson kívül, így a hallgatók pénzügyi támogatáshoz is jutottak, illetve a nyertes csapatok mellé a Kfk mentorokat rendelt, akik igyekeztek megóvni az újdonsült vállalkozókat a túl nagy baklövések elkövetésétől. A program értékelése során, annak három fontos előnye domborodott ki (Csapó [2007] 40. oldal):

- a mentor a hallgatók egy kis csoportjával foglalkozott,
- a foglalkozások célirányosak voltak, valós vállalkozói problémák megoldására irányultak,
- a projekt tovaryűrűző hatása által a résztvevő hallgatók példája pozitívan hatott társaikra.

Modern nemzetközi vállalkozásoktatási tapasztalatok bemutatására és a hazai adaptáció lehetőségének elemzésére vállalkozott Csapó [2008] tanulmányában.

A finn Team Academy oktatási módszertan lényege, a tanulás előtérbe helyezése a tanítással szemben, valós üzleti környezetben, az önszabályozás és a vállalkozó csapatok felelősségének fejlesztése révén. A módszertant Európa számos országában alkalmazzák. A módszertan lényegéről és hazai és európai térnyeréséről Gál és munkatársai [2017] számolnak be.

Mihalkovné Szakács kutatásai során [2014], [2015] a vállalkozásoktatást számos szemszögből vizsgálta. Elemezte a vállalkozói ismeretek oktatásának és a vállalkozói kompetenciák fejlesztésének viszonyát, vizsgálta a kompetens vállalkozásoktató pedagógus jellemzőit.

A magyarországi vállalkozásfejlesztés mesterszakokkal rendelkező egyetemek szakfelelőseivel készített mélyinterjúk tapasztalatai rávilágítottak, hogy az egyetemek a levelező kurzusok indítását preferálják, a képzésbe igyekeznek újdonságokat behozni, ám ezek alkalmazása sok esetben nem következetes és nem tudatos. A mesterszakok vezetői egyetértetek abban, hogy a kutatás időpontjában a szabályozásban előírt 75%-os elméleti oktatási arány igen magas, a képzésnek sokkal gyakorlatiasabbnak kellene lennie, amelyre az oktatás során törekszenek is. Fontosnak tartják az interdiszciplinaritás növelést és a minél diverzebb csapatok együttműködését (Árváné Ványi et al. [2017]).

Imreh-Tóth [2015] a sikeres nyugat-európai és amerikai vállalkozásoktatási jó gyakorlatok adaptációs lehetőségeit vizsgálta magyar környezetben, elsősorban a Szegedi Tudományegyetem specialitásaihoz illeszkedően. A vállalkozásoktatásban élen járó egyetemeken követett gyakorlatokat elemezve arra a következtetésre jutott, fontos a szakmai alapokon nyugvó nemzetközi tapasztalatszerzés, fontosak az egyetemeken potenciálisan megszülető high-tech vállalkozások számára indított speciális kurzusok, ám ezekről különválasztottan nem szabad megfeledkezni a low-tech témájú képzésekről sem. Az oktatási módszerek alkalmazása során üdvözlendő a máshol sikeresen alkalmazott módszertanok alkalmazása, ám a tartalomnak a hazai gazdasági-társadalmi kulturális környezethez kell illeszkednie. Elengedhetetlen a gyakorló vállalkozók bevonása az oktatásba, továbbá a hazai vállalkozói problémahelyzeteket feldolgozó esettanulmányok beépítése a tananyagba. A hallgatói öntevékeny csoportok szerepe szintén fontos lehet.

Nemzetközi és hazai kutatási eredmények egyaránt bizonyítják a képzés, oktatás vállalkozóvá válás serkentésére gyakorolt hatását. Ugyanakkor pusztán a vállalkozói ismertetek oktatása nem eredményezi a fiatalok által indított vállalkozások számának növekedését. A folyamat ettől sokkal komplexebb, amely során nem elhanyagolható a vállalkozói

kompetenciák fejlesztése, az oktatásban használatos módszertanok változatossága és sokszínűsége, valamint a felsőoktatási intézmény közegének hatása sem.

4.2. A SZEMÉLYES JELLEMZŐK HATÁSA A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁRA

Az előző fejezet az oktatás és az egyetemek szerepét vizsgálta a fiatalok vállalkozásindítási hajlandóságára. A környezet, amelyben a fiatalok mindennapjaikat élik, fontos a vállalkozói szándék felébresztésében és a megszülető üzleti ötlet megvalósításában. Ám a külső inspiráló tényezők szerepe nem elégséges a vállalkozóvá váláshoz, arra belső adottságok, tulajdonságok és személyiségjellemzők is hatnak. Annak megítélése, hogy a külső vagy belső tényezők szerepe az erőteljesebb, szinte lehetetlen feladat és valószínűleg minden fiatal esetében mások a legerősebben ható tényezők vagy tényezőkombinációk.

A nemzetközi szakirodalomban számos felmérés jelent meg, amelyek a fiatalok vállalkozásindítási hajlandóságát befolyásoló személyiségjegyek, jellemzők szerepét elemzik. Moraes és munkatársai [2018] a nemzetközi szakirodalom feldolgozása alapján a vállalkozói profil következő attitűd jellemzőit azonosították:

Attitűd jellemző	Leírás
Önhatékonyság	Képesség a szándékolt célok elérésére.
Szociabilitás	Az egyén szociális hálójának alkalmazása az általa végzett szakmai tevékenység támogatása érdekében.
Tervezés	Végrehajtandó tevékenységek szervezése a kitűzött célok elérése érdekében
Vezetés	Mások befolyásolási képessége a kitűzött célok elérése érdekében.
Innováció	Új ötletek, eszközök, módszerek alkalmazása.
Kockázatvállalás	Azon változók meghatározása és elemzése, amelyek egy projekt eredményességére hatással vannak és ez elemzés eredményei alapján döntéshozatal a projekt folytatásáról.

6. táblázat: a vállalkozói profil attitűd jellemzői (Forrás: Moraes et al. [2018] 230. oldal)

Nadisp és munkatársai [2017] malajziai egyetemi hallgatók pszichológiai tulajdonságainak és vállalkozóvá válási hajlandóságának kapcsolatát vizsgálva, arra a következtetésre jutottak, hogy az innovativitás, a magabiztosság, a kockázatvállalási hajlandóság, a siker utáni vágy és a bizonytalanságtűrés olyan személyes tulajdonságok, amelyek a fiatalokat a vállalkozóvá válás irányába terelik.

A fiatalok vállalkozóvá válásának kutatásában az egyéni képességek vizsgálata során Bazy és munkatársai [2019] az absztrakt gondolkodás szerepét vizsgálták és bizonyították, hogy a magas absztrakciós szint pozitív kapcsolatot mutat a vállalkozói hajlandósággal.

Henley és munkatársai [2017] kolumbiai menedzsment szakos hallgatók bevonásával végzett vizsgálatuk során arra a következtetésre jutottak, hogy a vezetői képességek meglete pozitívan befolyásolja a vállalkozóvá válást. Elemző munkájukat a tervezett magatartás elmélet és a kognitív-társas elmélet (social cognitive theory) alapján végezték.

Nyock és munkatársai [2014] a vállalkozó válásban az akarat szerepét helyezik a középpontba. A vállalkozó válásban sokkal inkább a személyes belső tulajdonságok szerepét hangsúlyozzák, mint a külső környezet befolyásoló hatását. Véleményük szerint a vállalkozóvá válásnak egy elkötelezettséggel és akarattal párosuló karrier célnak kell lennie. Ha egyéni akarat alapján választott a cél, arra a személyes tényezők hatása erőteljesebb, mint a külső környezeti paramétereké.

Bergmann [2015] bizonyította a vállalkozni szándékozó fiatalok ötletük sikerességébe vetett hite és a vállalkozóvá válásuk közötti pozitív kapcsolatot. Továbbá rávilágított, hogy míg a kutatás vezérelt üzleti ötletek esetében a releváns szakmai és tacit tudás bír kiemelkedő jelentőséggel, addig a nem kutatás vezérelt üzleti ötleteknél az általános humán tőke, az egyetemen megszerzett kodifikált tudás a meghatározó.

Shirokova és munkatársai [2015] kutatásainak fókuszában a fiatalok vállalkozóvá válás során gyakran tapasztalt szándék-cselekvés szakadék áthidalás állt. A vállalkozási szándék nem jelenti egyértelműen azt, hogy a fiatalok valóban a vállalkozói karrierút mellett döntenek. Kimutatták, hogy a szándéknak megfelelő cselekvést erősíti a családi vállalkozói háttér, a kor, a nem (a férfiak vállalkozói hajlandósága magasabb), a vállalkozástámogató egyetemi környezet, míg a hallgatók országát jellemző általános bizonytalanságkerülés gyengíti azt.

A vállalkozóvá válás motivációinak vizsgálatában új irányvonalként jelent meg az ADHD (figyelemhiányos hiperaktivitás-zavar) hatása a vállalkozói karrierválasztásra. A különböző pszichológiai tünetek vállalkozásindításra gyakorolt hatásának vizsgálatában az ADHD befolyásoló erejének elemzése az első. Verheul és munkatársai [2015] a GUESSS 2011-es adatfelvétele alapján jutottak arra a következtetésre, hogy az ADHD-szerű magatartással jellemezhető hallgatók nagyobb valószínűséggel tervezik a vállalkozóvá válást és kimutatták, hogy a háttérben az ADHD-val küzdők magasabb kockázatvállalási hajlandósága húzódik meg. Az ADHD és az önfoglalkoztatóvá válás közötti pozitív irányú kapcsolat szintén bizonyításra került (Verheul et al. [2016]).

Dinis és munkatársainak [2013] portugál középiskolások körében végzett kutatása célcsoportja okán, hiánypótlónak számít a vállalkozói hajlandóság felmérések között. A kutatások jellemzően az egyetemi hallgatókat célozzák, nagyrészt a GUESSS nemzetközi felmérésének egyre szélesebb körű térnyerése miatt. A vállalkozói motiváció felébresztését és a vállalkozói létforma népszerűsítését érdemes minél fiatalabb korban elkezdni. Azon fiatalok, akik magabiztosak és erős bennük a siker utáni vágy erősebb vállalkozói hajlandóságot mutatnak (Dinis et al [2013]).

Lukovszki [2011] a nemzetközi szakirodalom széleskörű feldolgozása alapján összegezte azon tulajdonságokat, amelyek szerepet játszanak a sikeres vállalkozóvá válásban.

Tulajdonság	Szerző
Üzleti készenlét	Chell et al. (1991)
Forrásoktól független lehetőség kihasználása	Chell et al. (1991)
Vállalkozószellem, merészség	Chell et al. (1991)
Ötletesség, kreativitás	McClelland (1967); Burch (1986); Gerdes (1988); Casson (1991); Chell et al. (1991), Hjelle – Ziegler (1992); Kreitner – Kinicki (1998); Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003)
Nyugtalanság, az unalom kerülése, változatosság keresése	Chell et al. (1991)
Közfigyelmet vonzó, imagealkotó	Chell et al. (1991)
Proaktivitás	Chell et al. (1991)
Innovativitás	Chell et al. (1991), Schumpeter (1950) Timmons (1999)
Teljes elkötelezettség	Bygrave (1997), Timmons (1999)
Céltudatosság	Timmons (1999)
Kitartás	Burch (1986) Naffziger – Hornsby – Kuratko (1994); Timmons (1999); Bowler (1995); Wickham (1998); Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003); Driver – Wood –Segal – Herrington (2001)
Növekedésorientáció	Timmons (1999)
Célorientáció és lehetőség megszállottság	Timmons (1999)
Kezdeményezőkézség	Gerdes (1988); Goodman (1994); Maré (1996), Marx et al. (1998); Kreitner – Kinicki (1998); Timmons (1999)
Személyes felelősség vállalása	Burch (1986); Siropolis (1990); Marx et al. (1998); Timmons (1999)

Tudatosság	Timmons (1999)
Visszajelzések keresése és használata	Timmons (1999)
Belsőkontroll-attitűd	Burch (1986); Rotter (1966, 1990); Timmons (1999)
Stressz és bizonytalanság tűrés	Bowler (1995); Zimmerer – Scarborough (1998), Nieman – Bennet (2002); Timmons – Spinelli (2003)
Kalkulált kockázat vállalása	McClelland (1967); Schackle (1979); Burch (1986); Siropolis (1990); Casson (1991); Kuratko – Hodgetts (2004); Mariani (1994); Wickham (1998); Zimmerer – Scarborough (1998); Timmons (1999); Driver et al. (2001)
Alacsony igény a hatalomra és a státusra	Timmons (1999)
Integritás és megbízhatóság	Timmons (1999)
Határozottság	Bygrave (1997); Timmons (1999)
Türelem	Timmons (1999)
A kudarc kezelésének képessége	Gerdes (1988); Burns – Dewhurst (1989); Kuratko – Hodgetts (2004); Goodman (1994); Timmons (1999)
Csoportépítő, motiválóképesség	Timmons (1999)
Üzleti kapcsolatépítési képesség	Baumbach – Lawyer (1979); Lambris (1995); North (1995); Van Vuuren (1997), Timmons (1999)
Sok energia, egészség és érzelmi stabilitás	McClelland (1967); Burns - Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Marx et al. (1998); Timmons – Spinelli (2003)
Magas intelligencia	Timmons (1999)
Jövőkép	Bygrave (1997); Timmons (1999)
Kemény munkavégző képesség	McClelland (1967); Burch (1986); Burns – Dewhurst (1989); Casson (1991); Goodman (1994); Mariani (1994); Bygrave (1997); Marx et al. (1998); Timmons – Spinelli (2003)
Minőség irányába való elkötelezettség	Burch (1986)
Jutalomorientált	Burch (1986)
Kiválóság irányába orientált	Burch (1986)
Optimizmus	Burch (1986)
Profitorientáció	Burch (1986)
Végrehajtó - a döntéseket végre is hajtja	Bygrave (1997)
Önfeláldozás	Bygrave (1997)
Megszállottság	Bygrave (1997)
Részletekre figyelés	Bygrave (1997)
Önállóság, függetlenség	Bygrave (1997)

Önbizalom	Goodman (1994); Zimmerer – Scarborough (1998); Kreitner – Kinicki (1998); Driver et al. (2001); Nieman – Bennet (2002); Timmons - Spinelli (2003)
Rugalmasság a változások irányába	Timmons (1999)
Üzleti, jogszabályi ismeretek	Van Vuuren (1997); Marx et al. (1998); Zimmerer – Scarborough (1998)
Pénzügyi képességek	Burch (1986); Burns – Dewhurst (1993)
Működtetési, technikai képességek; szakmai tapasztalat	Hatten (1997); Hellriegel – Jackson – Slocum (1999)
Jó kommunikációs képesség	Marx et al. (1998)

7. táblázat: Vállalkozói tulajdonságok (Forrás: Lukovszki [2011] 17-18. oldal)

Csipe és munkatársai [2012] egy 29 európai országra kiterjedő felmérés (European Social Survey) alapján a Schwartz-értéktesztet alkalmazva térképezték fel az európai vállalkozók karakterét. A vizsgálat eredménye alapján az európai vállalkozó értékrendje eltér a társadalom többi részének értékrendjétől. Az európai vállalkozó számára fontos az önállóság és a teljesítmény, a biztonságos élet helyett az izgalmas kihívásokat keresi, a társadalom többi tagjánál hedonistább, egocentrikus, csekély értéket tulajdonít az egyenlő esélyeknek és az övétől eltérő vélemények tiszteletben tartásának (Csipe et al. [2012] 10. oldal).

Bogáth [2012] tanulmányában rávilágít, a vállalkozói attitűd sarkallja az egyént vállalkozás indítására, működtetésére, fejlesztésére. A vállalkozó léthez való egyfajta pozitív viszonyulás, amely előfeltétele a vállalkozó kedvnek és hajlandóságnak, mint ilyen tényező fontos szerepet játszik a vállalkozásfejlesztésben.

Lukovszki [2011] a sikerhez vezető vállalkozói tulajdonságokat tanulmányozta. A 200 elemű mintán kérdőíves felméréssel vizsgált 19 sikertényező alapján faktorelemzés segítségével a következő 6 faktort alkotta (Lukovszki [2011] 25. oldal):

1. faktor: kockázatkezelés és ösztönösség,
2. faktor: teamépítési képességek,
3. faktor: lehetőség felismerés,
4. faktor: kommunikációs és kapcsolatépítési képességek,
5. faktor: innovációs képességek és kockázatvállalás,
6. faktor: döntéshozatali képességek.

Az adatbázison, klaszterelemzés segítségével jellemző vállalkozó csoportok kialakítását is végrehajtotta, ugyanakkor sajnos a klaszteranalízisben az életkor, mint változó nem kapott

helyet, így a kutatás értékes eredményei sajnos a fiatalok vállalkozóvá válásával kapcsolatos tudást nem bővítik.

Imreh-Tóth és szerzőtársai [2013] a Szegedi Tudományegyetem hallgató körében végeztek felmérést a hallgatók vállalkozásalapítási motivációiról, aktivitásáról és az egyetem szerepéről. Eredményeiket a GEM és GUESSS kutatások adataival összevetve arra a következtetésre jutottak, hogy a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatói körében a korai fázisú vállalkozói aktivitás meghaladja a teljes magyar lakosságra vonatkozó értéket, ugyanakkor körülbelül feleannyian tartják vonzónak a vállalkozói életpályát, mint külföldi társaik. A már vállalkozóvá vált hallgatókkal készített mélyinterjúk tapasztalatai szerint a vállalkozóvá válás fontos motivációja volt minden megkérdezett esetében a számlaképesség biztosítása. A válaszokból továbbá az a vélekedés derült ki, hogy a megkérdezettek tanulmányai nem igazán járultak hozzá sem a vállalkozóvá váláshoz, sem a vállalkozás működtetéséhez. A megkérdezettek vállalkozásukat sikeresnek ítélték meg, amelynek indokaként a konkrét ötlet minőségét és életképességét, a kemény munkát és a színvonalas szakmai tevékenységet jelölték meg.

S. Gubik és Farkas [2016] a GUESSS felmérés longitudinális adatainak felhasználásával (négy adatfelvétel eredményeit összevetve) vizsgálták magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek változását. A 2013-as eredmények alapján a hallgatók számára legvonzóbb karrier út a nagyvállalati foglalkoztatás – 62,6%, amit 13%-kal a közszféra követ. Közvetlenül tanulmányaik befejezését követően a vállalkozóvá válás kevésbé vonzó, ami jelentősen megváltozik a megkérdezettek terveiben végzést követő öt évben, ekkor a saját vállalkozást tervezők aránya már 35,4%, elsősorban a kis és középvállalati és a közszférában történő munkavállalás rovására (S. Gubik – Farkas [2016] 49. oldal). Az vállalkozói hajlandóságban a szerzők által feltárt az évek közötti legfontosabb változások a következők (S. Gubik – Farkas [2016] 50-53. oldal):

- 2008-ban a vállalkozói kedv megugrása tapasztalható, amelyet 2013-ban drasztikus csökkenés követ, amelynek okaként a kutatók a pénzügyi válságot és a közösség véleményformáló hatását jelölik meg. Rávilágítanak, a vállalkozók társadalmi rangja alapvetően alacsony, így a közösség és a vállalkozóvá válást kevésbé támogató felsőoktatás kevésbé ösztönzi a hallgatói vállalkozásindítást.
- A végzést követő öt évben minden képzési területen emelkedik a vállalkozói hajlandóság, de leginkább az üzleti / gazdasági területen tanulók tervezik a vállalkozóvá válást, amelyet a természettudományos területek hallgatói követnek.

- A vállalkozó kedv nemek szerinti alakulásában nincs szignifikáns eltérés az különböző időszakokban, a férfiak vállalkozási hajlandósága rendre meghaladja a nőkéét.
- A családi vállalkozói háttér minden adatfelvétel során a vállalkozói hajlandóság fontos pozitív befolyásoló tényezője volt és szerepe az évek során erősödött.
- A vállalkozóvá válás karriermotívumai között az évek során első helyen az álmok megvalósítása áll. Változás két motivációs tényező esetében figyelhető meg: az önállóság a döntésekben a 7. helyről a 2. helyre került, a kihívások a munkában változó pedig a 3. helyről a 8. helyre szorult vissza.

Hofmeister és munkatársai [2016] MBTI skála alkalmazásával vizsgálták a magyar kis és középvállalkozások vezetőinek személyiségtípusait. Munkájuk során arra a következtetésre jutottak, hogy vizsgált cégek vezetői extrovertáltak, kognitív oldaluk domináns az érzővel szemben, döntéseik meghozatala során terveikre hagyatkoznak, intuíció, spontaneitás csak kevesükre jellemző.

Lányi [2017] magyar orvosi és biotechnológiai startup vállalkozók személyiségének vizsgálata során arra a következtetésre jutott, hogy ezen vállalkozások indításához és működtetéséhez elengedhetetlen a nyitott vállalkozói személyiség és az extroverzió. Az érzelmi stabilitás magas szintje és a megbízhatóság pedig a piaci siker eléréséhez nélkülözhetetlen személyiségjegyek.

4.3. VÁLLALKOZÓ CSALÁDI HÁTTÉR, MINT A KÉSŐBBI VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐ

A fiatalok vállalkozásindítási motivációjára hatással van, kapcsolatban állnak-e vállalkozókkal, akik pozitív (S. Gubik - Farkas [2013]), míg bizonyos esetekben negatív szerepmoddellként (Criaco et al. [2017]) szolgálhatnak számukra. Azt gondolhatnánk, azon fiatalok számára, akik vállalkozó családból származnak egyértelmű, hogy átveszik szüleiktől a stafétát. A családi vállalkozások utódlása azonban ettől sokkal komplexebb folyamat, amelynek vizsgálata a hazai vállalkozáskutatásban is egyre jelentősebb teret nyer (Csákné Filep-Szirmai [2006]), (Csákné-Filep [2015]), (Wieszt [2015]), (Heidrich et al. [2018]). Habár a vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok vállalkozásindítási hajlandósága magasabb, ez jellemzően nem a családi vállalkozás átvételének szándékából adódik, hanem az új vállalkozás indítására irányuló törekvésekből.

Míg a vállalkozásalapítás motivációnak relatív széles a szakirodalmi feldolgozottsága, viszonylag kevés ismerettel rendelkezünk a családi vállalkozások későbbi generációinak

karrierválasztását befolyásoló tényezőkről. Zellweger és munkatársai [2011] a GUESS adatfelvétele segítségével vizsgálták a családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgatók karrierválasztását, a saját vállalkozás alapítása, a családi vállalkozásban betöltendő vezető szerep és a családi vállalkozástól eltérő vállalkozásban betöltött alkalmazotti státusz között. A tervezett magatartás elméletének talaján multinomiális logisztikus regressziót alkalmaztak. Eredményeik alapján az önálló vállalkozást indítani szándékozók és a családi vállalkozás átvételét tervezők az észlelt magatartási kontroll tekintetében nem mutattak szignifikáns eltérést. A vizsgálatba bevont hallgatók vállalkozói önhatékonyság értékelése határozta meg karrierválasztásuk preferencia sorrendjét. A magas vállalkozói önhatékonyság értékelés az önálló vállalkozás indítását jelezte előre, majd következő választásként a családi vállalkozás átvételét, amelyet az alkalmazottként történő elhelyezkedés követett. Az eredmények szintén rávilágítanak, hogy azon hallgatók, akik nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az innovációnak, inkább indítanak önálló vállalkozást, mintsem átvegyék a családi vállalkozást.

Sieger és Minola [2016] a családi vállalkozó háttér hatását a fiatalok vállalkozásindítási szándékára mélyebb elemzésnek vetették alá. Azt találták, hogy a családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgatók körében az új vállalkozás indításához elérhető finanszírozási források meglete negatívan hat a vállalkozói hajlandóságra. Ezt a negatív hatást erősíti a családi kohézió és gyengíti az önhatékonyság, míg a családtag(ok) alapítóként történő bevonásának nem mutatható ki szignifikáns hatása.

Sieger és Minola [2016] eredményeihez hasonló megállapításra jutottak Edelman és munkatársai [2016] is. Kimutatták, hogy a fiatalok vállalkozásindítási tevékenységére családjuk társadalmi tőkéje pozitív hatással van, míg a családi pénzügyi tőke negatívan asszociál vele. A családi kohézió erősíti a családi társadalmi tőke hatását.

Érdekes eredmény, hogy míg Sieger és Minola [2016] kutatásában a családi kohézió, mint a családi vállalkozás által biztosított pénzügyi erőforrások vállalkozásindítási tevékenységre gyakorolt negatív hatásának erősítője jelenik meg, Edelman és munkatársai [2016] modelljében a családi vállalkozásból levezethető társadalmi tőke pozitív hatásának fokozója.

Campopiano és munkatársai [2016] a turizmus vendéglátásban családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgatók vállalkozói hajlandóságának vizsgálata során pozitív kapcsolatot találtak a családi kötődés, a társadalmi tőke és a környezettudatos működés és a vállalkozásindítási hajlandóság között. Eredményeik speciálisan a turizmus-vendéglátásban családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgatókra vonatkoznak.

A családi vállalkozói háttér fiatalok vállalkozóvá válására tett hatását Criaco és munkatársai [2017] a társas összehasonlítás elméletének talaján mélyebben vizsgálat alá vették. Rávilágítottak, hogy a családi vállalkozói háttér nem egyértelműen teszi vonzóvá a vállalkozói életpályát az utódok számára. Meghatározó jelentőséggel bír a szülők vállalkozási teljesítménye, amely a családi vállalkozói háttérrel kétélű karddá teszi. A sikeres minta pozitívan hat mind a vállalkozói lét kívánatosságára, mind megvalósíthatóságára, a szülők gyenge vállalkozói teljesítményének hatása pedig ezzel ellentétes.

A vállalkozói kapcsolatok és a családi vállalkozói háttér fiatalok vállalkozásindítási motivációjára gyakorolt hatását hazai kontextusban is vizsgálták. A vállalkozásindítás motivációi között a GEM felmérés keretein belül kimutatásra került, hogy nagyobb valószínűséggel vállalkoznak, akik közeli ismeretségben vannak olyan személlyel, akik az utóbbi 2 évben vállalkozásba kezdtek, kedvezőnek ítélik a gazdasági környezetet és úgy vélik, rendelkeznek a vállalkozás beindításához szükséges képességekkel. Továbbá a vállalkozókat társadalmilag elismertnek tekintik, a vállalkozói létet valós karrierválasztásnak tartják, ahol a sikeressé váló embereket elismerik (Ács et al. [2004]).

A GUESSS felmérés 2011-es magyarországi adatainak elemzése rávilágított, hogy a családi vállalkozói tapasztalatok befolyásolják leginkább a fiatalok vállalkozási hajlandóságát. A vállalkozó családból származó fiatalok nagyobb eséllyel válnak maguk is vállalkozóvá. A vállalkozóvá válás nem a családi cég átvételét jelenti, a hallgatók többségének nincsen ilyen irányú terve, amelynek a háttérben feltehetően a vállalkozások mérete (zömében mikro vállalkozások) és tevékenységi köre áll (kereskedelem, építőipar, mezőgazdaság) áll (S. Gubik - Farkas [2013], S. Gubik [2013], [2014]). A családi vállalkozói háttér hatása S. Gubik regressziós modelljében olyan erős, hogy az egyéb változókat kontroll alatt tartva, ha a vállalkozói tapasztalattal nem rendelkezők családi vállalkozói háttérrel rendelkeznének 96,2%-kal növekedne annak az esélye, hogy a „Nem tervez vállalkozásindítást” kategória helyett a „Vállalkozásindítást tervez” kategóriába essenek (S. Gubik [2013]). Szintén a GUESSS 2011-es felmérése alapján Reisinger [2013] rávilágított, hogy a megkérdezett magyar hallgatók 25,56%-ának szülei önfoglalkoztatók, illetve vállalkozók. A vállalkozás átvételében közvetlenül a végzést követően 3%, a végzést követően öt évvel 3,8% gondolkodik. Az átvételben legnagyobb akadályozó tényezőként a családi vállalkozást, mint gátat jelölik meg a hosszú távú karrier építésben.

Hajós és munkatársai [2016] felmérésük során a család szerepéről a vállalkozóvá válásban a GUESSS tapasztalataitól némileg eltérő eredményre jutottak. A család támogató

szerepét sokkal meghatározóbbnak találták a felsőfokú végzettséggel rendelkező fiatalok körében, mint a családban lévő vállalkozó hatását.

A bemutatott kutatási eredmények jellemzően pillanatfelvételek a fiatalok vállalkozásindítási preferenciáit illetően. A családi vállalkozói lét azonban hosszú távra szól, így valós kép arra vonatkozóan, hogy a vállalkozó családból származó fiatalok hosszú távon saját vállalkozásukat építik majd, átveszik a családi céget vagy teljesen más irányú karrierbe fognak csak longitudinális felmérések segítségével kapható.

4.4. A FINANSZÍROZÁS HATÁSA A FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁRA

A vállalkozói ötlet megvalósításához pénzre van szükség. Vecsenyi-Petheő [2017] a 283. oldalon a következő induló vállalkozások számára elérhető finanszírozási forrásokat azonosítja:

- alapítói finanszírozás,
- 3F (family, fools, friends),
- üzleti angyalok,
- kockázati tőke / magántőke befektetés,
- bankhitel,
- lízing,
- szállítói hitel,
- franchise,
- közösségi finanszírozás,
- vissza nem térítendő támogatás,
- vevői finanszírozás.

A már működő kisvállalkozások finanszírozásához praktikus tanácsokat, iránymutatásokat tartalmaz Béza [2013] és szerzőtársainak könyve. A fiatal vállalkozók finanszírozási preferenciáira vonatkozóan kevés ismeretünk van, mivel a kapcsolódó kutatások jellemzően az induló, fiatal vállalkozásokra irányulnak és nem az alapító életkora szerinti bontásban készülnek. A crowdfunding, a startup cégek divatos finanszírozási formája és mint ilyen feltehetően vonzó alternatíva a fiatal vállalkozók számára.

A világ azon részein, ahol a startup vállalkozások leginkább virágoznak, a crowdfunding – közösségi finanszírozás elterjedt formája az új cégek indulásához történő hozzájárulásának. Habár a fejlett országokban divatos ez a relatív új típusú finanszírozási forma, amikor internetes

platformon keresztül nagy számú magánszemély, szervezet, kisebb összegeket befektetve segíti egy-egy üzleti projekt elindulását, a crowdfunding nagyságrendje közel sem éri el az egyéb finanszírozási formákét (Bethlendi-Végh [2014]). Bethlendi és Végh [2014] kimerítő áttekintését adják a közösségi finanszírozás nemzetközi szakirodalmának (bemutatva a típusait, a szabályozási gyakorlatokat) és elemzik a legnépszerűbb crowdfunding oldalakat. A magyar helyzetet értékelve felvázolják egy a közösségi finanszírozást támogató tőkeportállal szembeni követelményeket és hangsúlyozzák a befektetői bizalom fontosságát.

Kuti és Bedő [2016] az egyetemi vállalkozói ökoszisztémába ágyazott közösségi finanszírozás létjogosultságát vizsgálták a Pécsi Tudományegyetemen. Kutatásukba egyrészt a vállalkozói inkubációs programokban résztvevő hallgatók, illetve programon kívüli hallgatók affinitását vizsgálták, másrészt az egyetemi vezetők és az ökoszisztémában jelenlevő döntéshozók véleményét mérték fel. A megkérdezett hallgatók 84%-a úgy véli egy közösségi finanszírozási platform működőképes lenne az egyetemi vállalkozói ökoszisztémán belül, ennek ellenére mindössze 16% jelenne meg finanszírozóként egy ilyen platformon, amelynek kapcsán kimutatták, hogy a téma oktatásának és a vonatkozó ismereteknek a hiánya alacsonyabb befektetési hajlandóságot eredményez. A téma kapcsán egyetemi vezetőkkel készített interjúk fő tanulságai:

- A közösségi finanszírozás egyetemi vállalkozói ökoszisztémába történő beágyazásának fő akadály a vállalkozói életmodell kevésbé vonzó volta, az alacsony szintű kockázatvállalási hajlandóság és társadalmi bizalom, továbbá a vállalkozói ismeretekkel kapcsolatos üzleti kultúra mérsékelt foka.
- Kihívásként jelenik meg a vállalkozásindítással, fejlesztéssel és megszüntetéssel kapcsolatos szabályozás.
- A technológia és tőke szerepe, elérhetősége kedvező.

Az egyetemközpontú vállalkozói ökoszisztémában megteremtett közösségi finanszírozás gyakorlatának kutatása során Kuti és Bedő [2018] arra a következtetésre jutottak, hogy annak hatékonysága biztosítása érdekében tantervi és tanterven kívüli oktatási színterekkel történő támogatásra is szükség van. Pusztán a közösségi finanszírozás infrastruktúrájának megteremtése nem elég, a sikerhez elengedhetetlen a kultúra teremtés, az oktatás által történő támogatás és a példaértékű hallgatói minták felmutatása.

Farkas [2010] a hallgatói vállalkozások finanszírozását is tárgyaló tanulmányában rávilágít, hogy a magyar hallgatók vállalkozási aktivitása nem marad el külföldi társaikétól, ugyanakkor erős a lemaradás a felsőoktatási intézmények által a vállalkozói készségek

fejlesztését a hagyományos oktatási formáknál hatékonyabban támogató szolgáltatások nyújtásában. Bemutatja a győri Széchenyi István Egyetem vállalkozásfejlesztésre irányuló programjait és felállítja a „Puha forrás” és a „Hallgatói spin-off” modelleket, mint a hallgatói vállalkozások indításának lehetséges formáit. A két modell összehasonlítását a következő táblázat szemlélteti:

„Puha forrás”	Hallgatói spin-off modell
Szponzor vagy pályázat	Üzleti angyal
Nincs valós kockázat	Valós és saját kockázat
Rövid idő alatt elfogyhat a pénz	Átgondoltabb finanszírozás
Ismeretek hiányosak, nehezen megszerezhetőek	Ismeretek hiányosak, de könnyebben megszerezhetőek
Kapcsolati háló lazább	Kapcsolatok

8. táblázat: Puha forrás” és a „Hallgatói spin-off” modellek (Forrás: Farkas [2010], 62. oldal)

A vállalkozás indítás gátló tényezői között gyakran említik az elégtelen pénzügyi erőforrásokat. A startup cégek indulásában az üzleti angyalok és kockázati tőkések szerepe, hogy a perspektivikus ötletekhez finanszírozást biztosítsanak. A kockázati tőkepiac fejletlensége, elégtelensége indokolhatja az állam szerepvállalást a területen. Magyarországon a Jeremie - program teremtette meg elsőként ennek kereteit. Az állami szerepvállalás indokoltságát a kockázati tőke piacon és a Jeremie – program bemutatását Lovas – Rába [2013] tanulmánya összegzi.

Bauer – Endrész [2018] három adatbázis segítségével (kettős könyvvizetésű vállalkozások éves beszámolóit a Nemzeti Adó és Vámhivatal adatbázisa, a Központi Statisztikai Hivatal vállalati regisztere és a Központi Hitelinformációs Rendszerből származó hitelezési adatok) vizsgálták a vállalati dinamika és aggregált növekedés hazai trendjeit. Elemzésük a teljes magyarországi vállalkozói körre kiterjed. A fiatal, induló vállalkozásokkal kapcsolatos legfontosabb megállapításaik, hogy részesedésük alacsony az aggregált kibocsátásból, az aggregált növekedéshez ugyanakkor jelentős a hozzájárulásuk. Dinamizmusuk hátterében inkább fiatal koruk, mint kis méretük húzódik meg.

A fiatalok számára rendelkezésre álló pénzügyi erőforrások mértéke hatással van iparági preferenciájukra is. Knatko és munkatársai [2015] az egyetemi hallgatók rendelkezésére álló humán és pénzügyi tőke figyelembevételével vizsgálták, az újdonsült vállalkozók iparági preferenciáit. Vizsgálataik során kimutatták, hogy a fiatalok minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, annál nagyobb valószínűséggel indítanak tudás intenzív területen vállalkozást, míg a bőséges pénzügyi erőforrásokkal rendelkező fiatalok inkább a tőkeigényes ágazatok felé kacsintgatnak, ám a feltárt tendenciát az ország specifikus motívumok árnyalják.

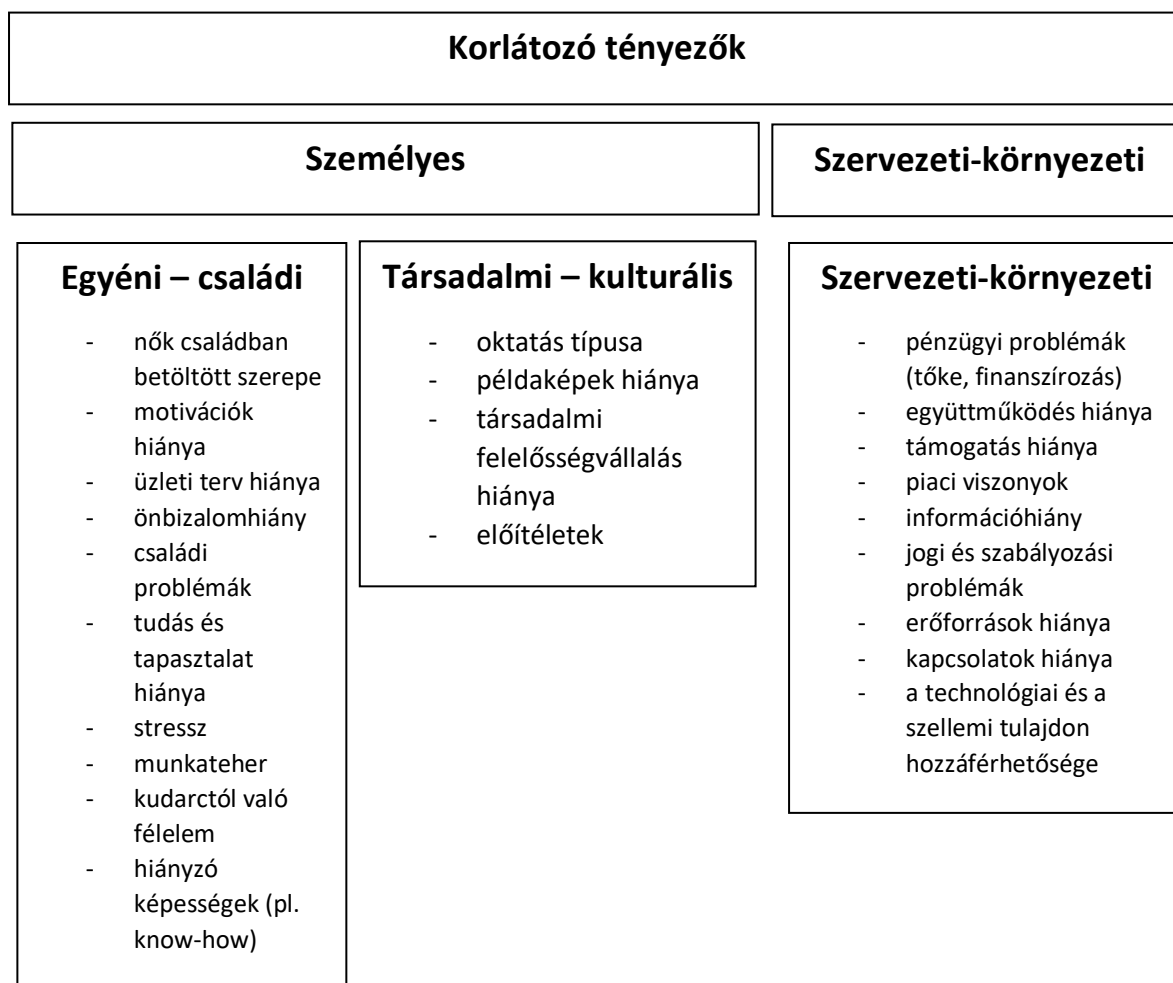
Arrighetti és munkatársai [2016] a pénzügyi-gazdasági válság hatását vizsgálták a fiatalok vállalkozó válási hajlandóságára. A válság összességében a vállalkozói hajlamra nem gyakorolt hatást, ám jelentősen gátolta az új vállalkozások indítását. Fontos eredmény, hogy a kényszer típusú vállalkozás indítás esetében a negatív hatás csak a vállalkozásindítás észlelt valószínűségét érintette negatívan, míg a lehetőség kiaknázására épülő vállalkozások esetében a vállalkozói hajlamra és a vállalkozásindítás valószínűségére is negatívan hatott.

Béza és szerzőtársai [2013] az induló vállalkozások finanszírozásának sajátosságaira hívják fel a figyelmet. Kiemelik az indulást megelőző tervezési fázis jelentőségét, amely ideális esetben megelőzi a vállalkozás megalapítást. Az indulás során kalkulálni kell az alapítás és az indulás költségeivel (állóeszközök biztosításához szükséges tőke, forgóeszközök megvásárlásához szükséges pénzösszeg).

A dolgozat írásának időpontjába a magyar vállalkozni vágyó fiatalok kedvező helyzetben vannak, hiszen számos államilag finanszírozott támogatási program segíti pénzügyileg is a startup vállalkozások elindulását. Ugyanakkor a hazai startup vállalkozásokra jellemző pénzbőségnek negatív hatásai is vannak. Ahogyan Kállay és Jáki [2019] kimutatták, a Jeremie program 2007-2016-os periódusban az állami forrásokból támogatott kockázati tőke alapok kizorító hatással bírtak a magánbefektetőkre, a romló portfólió eredmények pedig a kiválasztási kritériumok felpuhulására utalnak.

4.5. FIATALOK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁNAK GÁTLÓ TÉNYEZŐI

A fiatalok vállalkozóvá válásának számos gátló tényezője került feltárára. Koltai és Szalka [2013] a nemzetközi szakirodalom alapján rendszerezték a vállalkozóvá válás korlátozó tényezőit. A tényezőket személyes (azon belül egyéni-családi és társadalmi-kulturális) és szervezeti környezeti csoportokra bontották. Az egyéni-családi korlátozó tényezők között a nők családban betöltött szerepe, a motivációk hiánya, az üzleti terv hiánya, az önbizalomhiány, a családi problémák, a tudás és tapasztalat hiánya, a stressz, a munkateher, a kudarcból való félelem és a hiányzó képességek szerepelnek. A társadalmi-kulturális adottságok hatási között az oktatás típusát, a példaképek hiányát, a társadalmi felelősségvállalás hiányát és az előítéleteket találjuk. A leggyakoribb szervezeti-környezeti gátló tényezők a pénzügyi problémák, az együttműködés hiánya, a támogatás hiánya, a piaci viszonyok, az információhiány, a jogi és szabályozási problémák, az erőforrások hiánya és a technológiai és a szellemi tulajdon hozzáférhetősége. Eredményeiket a következő ábra szemlélteti.



14. ábra: A vállalkozóvá válást korlátozó tényezők (Forrás: Koltai - Szalka [2013], 74. oldal, Greve – Salaf [2003]; Levent et al. [2003]; Kirkwood [2009]; Gorji – Rahimian [2011]; Niazkar – Arab-Moghaddam [2011]; alapján)

A Flash Eurobarometer felmérése rávilágított, a különböző nemű és társadalmi háttérű személyek eltérő valószínűséggel válnak önfoglalkoztatóvá. Felmérésük alapján a fiatal, jól képzett, családi vállalkozói háttérrel rendelkező férfiak válnak legnagyobb eséllyel önfoglalkoztatóvá (European Commission [2009]).

A GEM korábbi, 2004-es Magyarországra vonatkozó vizsgálata a Flash Eurobarometer felméréséhez hasonló eredményeket hozott. A férfiak erősebb vállalkozói hajlandóságáról árulkodnak, jellemzően a 25-34 éves korosztályba tartozó diplomás, Budapesten a Dél-Dunántúlon, illetve a Közép-Magyarországon élő férfiak mutatták a legnagyobb vállalkozói hajlandóságot (Ács et al. [2004]).

A nők alacsonyabb vállalkozói hajlandóságának egy lehetséges okára világítottak rá Scheiner és munkatársai [2008], akik Németországban végrehajtott felmérésük alapján arra a

következtetésre jutottak, hogy a nők a vállalkozóvá válás akadályozó tényezőit sokkal problémásabbnak értékelik, mint a férfiak. Gimenez-Jimenez [2020] és munkatársai szintén bizonyították a fiatal női vállalkozók magasabb kockázatérzékenységét.

Koltai és Szalka [2013] a 2011-es GUESSS felmérés adatai segítségével vizsgálták a női hallgatók vállalkozóvá válását segítő és gátló tényezőket. A vállalkozóvá válás motivációinál a nemzetközi szakirodalom feldolgozása alapján megkülönböztették a gazdasági tényezőket (anyagi függetlenség, hozzájárulás a közösség jólétéhez, egy üzleti lehetőség kiaknázása) és a nem gazdasági tényezőket (munka és család összeegyeztetése, családi hagyomány, példakép követése, társadalmi elismerés, fejlődés, kihívások keresése, bizonyítási vágy, függetlenség utáni vágy, saját főnököm legyek).

Caro González és munkatársai [2017] újságíró hallgatók körében vizsgálták a nem vállalkozói hajlandóságra gyakorolt hatását a tervezett magatartás elmélet alapján. Eredményeik összhangban állnak a korábbi kutatások során már feltárt összefüggéssel, miszerint a férfiak vállalkozói hajlandósága meghaladja a nőkéét. Az újságírás, mint alapvetően vállalkozói, önfoglalkoztatói hajlandóságot feltételező szakma nem hat módosítóan a korábban már feltárt összefüggésre.

Nemzetközi kutatások rávilágítanak, hogy a női vállalkozók kockázatkerülőbbek, kevésbé kitartóak, mint férfi társaik, illetve az általuk indított vállalkozások mérete kisebb (Koltai - Szalka [2013]). Koltai és Szalka [2013] elemzései rávilágítottak, hogy a magyar női hallgatók körében a vállalkozóvá válás motivációját négy faktor határozza meg: az innováció, a függetlenség és önállóság, az önérzet és a családi hagyomány. A vállalkozóvá válás legnagyobb gátjának pénzügyi források elérhetőségét tekintették és a legkevesebb problémát a túl nagy munkateher okozná számukra a vállalkozásindítás során. A Flash Eurobarometer felmérése az önfoglalkoztatóvá válás következő gátló tényezőit tárta fel (European Commission [2009]):

- pénzügyi erőforrások hiánya a vállalkozás indításhoz,
- nem megfelelő időzítés,
- nem megfelelő időzítés a kedvezőtlen gazdasági körülmények miatt (a magyar 44%-os említési aránya a legmagasabb),
- bukástól való félelem,
- rendszeres jövedelem hiánya,
- vagyonvesztés,
- komplex adminisztratív folyamatok,
- a szükséges információkhoz történő hozzájutás nehézkes.

Johann és munkatársai [2008] a fiatalok vállalkozóvá válását gátló tényezőket a következő három kategóriába sorolták: belső, külső környezet, makrogazdasági környezet. Az egyes kategóriákat leíró tényezők négy faktorban összegezhetők, ezek a pénzügyi erőforrások, gazdasági feltételek, egyéni kockázatvállalás, egyéni elkötelezettség. Elemzéseik fő eredménye, hogy a személyes tulajdonságoknak van a legmeghatározóbb szerepe a vállalkozás indításban.

Koltai és Szalka [2013] a női hallgatókra leginkább jellemző vállalkozásindítást gátló tényezők között két meghatározó faktort azonosítottak. Az elsőben a megfelelő személyiségjegyek: a képességek, ismeret, kapcsolati tőke hiánya jelenik meg. A másodikban olyan a szervezeti-környezeti tényezők szerepelnek, mint az általános kedvezőtlen gazdasági környezet és a pénzügyi-jogi kockázatok.

A fiatalok vállalkozóvá válásának gátjaként a GUESSS 2011-es felmérése alapján hazai viszonylatban a tőkehiányt és a kedvezőtlen gazdasági környezetet azonosították, amely összhangban áll a nemzetközi eredményekkel (Petheő, [2013]). Buzás [2004] a Szegedi Tudományegyetem potenciális vállalkozó kutatói és már vállalkozó kutatók körében a következő vállalkozásindítási gátló tényezőket azonosította:

- sikertelenségtől való félelem,
- a kutató szabad életforma üzleti kötöttségek elé történő helyezése,
- az üzleti szféra által diktált „kényszerfejlesztések” elutasítása,
- menedzseri készségek és üzleti ismeretek hiánya,
- piaci megbecsülés bizalom hiánya.

A 2011-es viszonyokhoz képest napjainkban az induló vállalkozások finanszírozása a startup cégek egyre növekvő népszerűsége és a rendelkezésre álló finanszírozási programok bősége miatt feltehetően kevésbé jelentenek problémát.

Habár a startup kultúra ébredésével (amelyben a Digitális Jólét Programnak [2016] is szerepe van) az elmúlt években sokat javult a vállalkozók megítélése, Szerb és Kocsis-Kisantal [2008] két napilap 2005-ös cikkeinek elemzésével rávilágított, a sajtóban a negatív és a vállalkozót kedvezőtlenül bemutató hírek voltak többségben. A Flash Eurobarometer 2009-es felmérése alapján a vállalkozók európai szintű társadalmi megítélése javult, úgy vélik az új termékek és szolgáltatások előállítása révén értéket teremtenek a társadalom számára és értékelik a munkahelyteremtésben betöltött szerepüket is. Ugyanakkor jelen van a vélekedés, miszerint a vállalkozók csak arra töreksenek, hogy a „saját zsebüket tömjék”, illetve

„kizsákmányolják mások munkáját”, amely a 2007 és 2009-es adatfelvétel között Szlovákia és Észtország esetében érzékelhetően növekedett (European Commission [2009]). A fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzésében fontos, hogy vonzó, követendő példaként álló szerepmodellekkel találkozzanak.

Azt, hogy a fiatalok közül ki válik vállalkozóvá számos tényező befolyásolja. A témát vizsgáló kutatók többsége a gátként jelentkező faktorokat csoportosítja és jellemzően megkülönböztetik a belső (személyes) és külső tényezőket, illetve ezek további bontását, variációit azonosítják. A szakirodalomban azonosított legfontosabb gátak között szerepel a nem. A nők vállalkozói hajlandósága alacsonyabb, amelyre feltehetően alacsonyabb kockázatvállalási attitűdjüknek és az aktuálisan vagy jövőben betöltendő családi szerepeiknek van hatása. A dolgozat korábbi fejezete részletesen vizsgálta azon tulajdonságokat, amelyek valószínűsítik, serkentőleg hatnak a vállalkozóvá válásra. Ezeken kívül kiemelt hatása van az általános üzleti-gazdasági környezetnek, amelynek negatív volta vagy pusztán negatív megítélése komoly gátló tényezőként jelentkezik. A vállalkozók társadalmi megítélése szintén kulcstényező a fiatalok vállalkozóvá válásában, fontos, hogy a vállalkozó életforma vonzó, társadalmilag elfogadott és elismert életpálya modellként álljon előttük.

5. SAJÁT KUTATÁS ISMERTETÉSE

5.1. A KUTATÁS HÁTTERE

A kutatásom módszertanának, a minta bemutatásának és az elemzés eredményeinek bemutatását megelőzően fontosnak tartom a konceptualizálásra, a módszertan kiválasztására irányuló megalapozó munkám bemutatását is.

Kutatásom megalapozásának legfontosabb lépésének a „vállalkozó” konceptualizálását tartom. Babbie [2003] „...azt a folyamatot nevezi konceptualizációnak, amelyben megegyezésre jutunk a kifejezések jelentéséről, az eredmény neve pedig fogalom (concept).” (Babbie [2003], 139. oldal).

A vállalkozó, (entrepreneur – francia eredetű szó, amelynek jelentése kapcsolatteremtő vagy közvetítő) fogalmának fejlődését Hisrich és Peters [1991] tekintették át. Eredményeiket kronológiai sorrendben a következő táblázat tartalmazza:

Időpont	Fogalom
17. század	Az állammal kötött fix áras szerződés alapján a nyereség (veszteség) kockázatát viselő személy.
1725	Richard Cantillon – a kockázatot viselő személy nem azonos a tőkét adó személlyel.
1797	Beaudeau – kockázatviselő, tervező, irányító, szervező és tulajdonnal rendelkező személy.
1803	Jean Baptiste Say – elhatárolta a vállalkozói nyereséget a tőkenyereségtől
1876	Francis Walker – megkülönböztette azokat, akik a pénztőkét biztosítják, és részesednek ennek hozamából, valamint azokat, akik menedzseri képességeik révén jutnak profithoz.
1934	Joseph Schumpeter – a vállalkozó újít, és még ki nem próbált technológiákat fejleszt ki.
1961	David McClelland – a vállalkozó energikus, mérsékelt kockázatot vállaló személy.
1964	Peter Drucker – a vállalkozó maximálisan kihasználja a lehetőségeket.
1975	Albert Shapero – a vállalkozó kezdeményez, társadalmi-gazdasági mechanizmusokat szervez és vállalja a kudarc kockázatát.
1980	Karl Vesper – a vállalkozókat különbözőképpen látják a közgazdászok, a pszichológusok, az üzletemberek és politikusok.
1983	Gifford Pichot – a belső vállalkozó egy már meglévő szervezeten belüli vállalkozó.
1985	Robert Hisrich – a vállalkozás valami új és értékes dolog létrehozásának folyamata, amelyben a vállalkozó biztosítja a szükséges időt és erőfeszítést, vállalva a várható pénzügyi, pszichikai és társadalmi kockázatot és megkapja a folyamat révén keletkező anyagi és személyes megelégedettséget nyújtó elismerést.

9. táblázat: A vállalkozás elméletének és a vállalkozó fogalmának fejlődése. (Forrás: Hisrich – Peters [1991] alapján saját szerkesztés)

Madarász [2014] tanulmányában szemelvényeket mutat be a fogalom történetéből, kiemelve az egyes korszakok vállalkozó értelmezésének kulcselemeit.

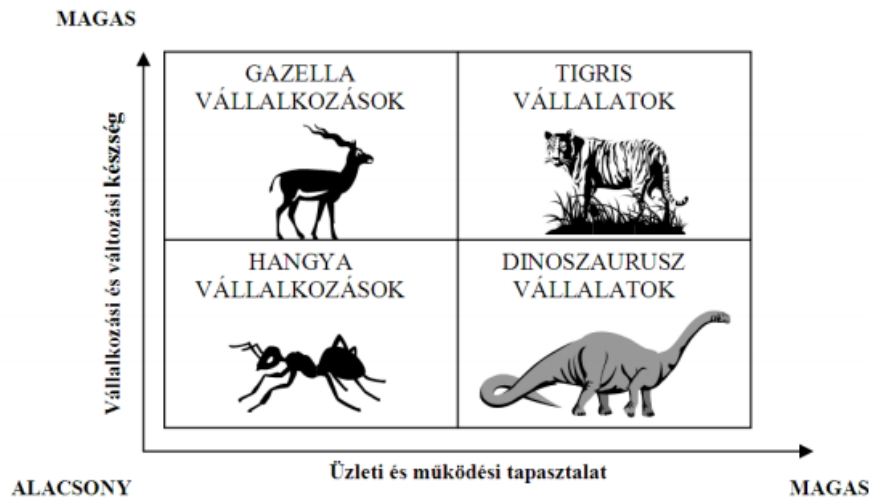
Habár a vállalkozás / vállalkozó fogalmának történeti feldolgozását végző írások számos érdekes elemet tartalmaznak, kutatásom során a vállalkozó meghatározásának egy hozzám sokkal közelebb álló, általunk az oktatásban használt, a magyar gondolkodásmódhoz illeszkedő Vecsenyi-féle definíció alkalmazását tartom indokoltnak. Vecsenyi [2003] meghatározása alapján: „A vállalkozó az a személy, aki felismer egy üzleti lehetőséget, és kihasználására létrehoz vagy átalakít egy szervezetet, a vállalkozást.” (Vecsenyi [2003] 13. oldal.)

Vecsenyi a vállalkozó fogalmának meghatározásán túl Gerber [1995] alapján különböző vállalkozó típusokat különböztet meg: a vállalkozó - vállalkozót, a menedzser – vállalkozót és a szakember – vállalkozót. Az egyes típusok jellemzőit a következő táblázat összegzi:

Jellemzők	Vállalkozó – vállalkozó	Menedzser – Vállalkozó	Szakember - Vállalkozó
Az alapvető jellemzője	Látnok, álmodozó	Gyakorlatias	Kézzelfogható
Viszony a lehetőségekhez	Ő az, aki a lehetőségeket megtalálja a káoszban	Ő az, aki az ötletből rendet és rendszert teremt	Ő az, aki a dolgokat megcsinálja
Viszony az időhöz	A jövőben él, sosem a múltban, ritkán a jelenben	A múltban él	Csak a jelen érdekli
Kontroll	Embereket és eseményeket akar irányítani	Rendet akar maga körül	Az eseményeket akarja ellenőrizni
Folytatás	Felépít egy házat, és amikor elkészül, építeni kezd egy újat	Felépített egy házat és abban él élete végéig	Felépít egy házat és állandóan csinosítja
Alaptermészet	Álmodik	Idegeskedik	Kérődzik

10. táblázat: Vállalkozói típusok Gerber szerint. (Forrás: Vecsenyi [2003] 32. oldal)

Vecsenyi [2003] a vállalkozási és változási készség és az üzleti és működési tapasztalat alapján a vállalkozások négy alaptípusát különböztette meg: a gazellákat, a hangyákat, a tigriseket és a dinoszauruszokat. Az alaptípusokat a következő ábra szemlélteti:



15. ábra: A négy vállalkozási alaptípus (Forrás: Vecsenyi [2003] 54. oldal)

A gazellák a dinamikusan fejlődő vállalkozások. Jellemzően kicsiben kezdik, de már a kezdetekkor nagyban gondolkodnak. Növekedésük az iparági növekedés duplája, ami sérülékennyé teszi őket. A tigrisek a legalább tizenöt éves múlttal rendelkező vállalkozó nagyvállalatok, amelyek őrzik vállalkozói szervezetüket és szellemüket. A dinoszauruszok a hagyományos nagyvállalatok, amelyek fejlődése leállt, csökkenő növekedési ütem és nyereségesség jellemzi őket. Szervezetük merev, hierarchikus, nem támogatja az innovációt (Vecsenyi [2003]).

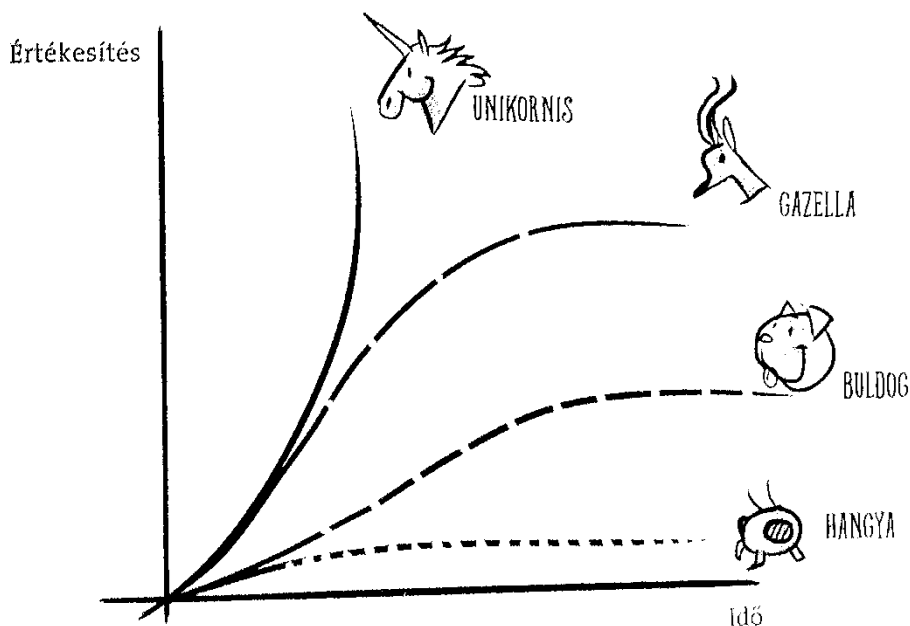
A hangya vállalkozásokat kis tapasztalat és korlátozott változtatási hajlandóság jellemzi. Fő stratégiájuk általában a cég kis méretének és egyszerű működtethetőségének megőrzése. Vecsenyi [2003] a hangyákat stratégiai irányultságuk alapján négy típusba sorolja:

- status quo-t megőrző hangya (küzd az életben maradásért, lépést tart a fejlődéssel és a piac igényeivel),
- növekedési pályára álló hangyella (gazella típusú szervezetté próbál alakulni, a tulajdonosok felismerik a vállalkozásban rejlő növekedési potenciált),
- gyümölcsöket begyűjtő hangya (a vállalkozást működő céggént értékesítik),
- felszámoló hangya (a vállalkozás eladható vagyontárgyainak értékesítése).

Kutatásom elsősorban a hangya vállalkozásokra irányul majd, amelyekre alapvetően minimális növekedés jellemző, általában eltartó és nem eladási céllal jönnek létre és arra törekszenek, hogy annyi jövedelmet termeljenek, ami elegendő a vállalkozásban résztvevők megélhetéséhez (Vecsenyi [2003]). A hangyaként induló vállalkozások nem feltétlenül maradnak örökké

hangyák, idővel értékesítési volumenük, növekedési potenciáljuk alapján akár kiemelkedő unikornisokká is válhatnak.

Vecsenyi és Petheő [2017] unikornisnak a világviszonylatban is igen ritka, globális innovációra képes, exponenciálisan növekvő, globális piacvezető, kiemelkedő vagyonnal rendelkező vállalkozásokat nevezik. A gazellák az innovatív megoldásokkal piacra lépő, átlagot jóval meghaladó növekedési ütemet produkáló vállalkozások. A bulldog vállalkozások a piaci környezethez alkalmazkodva fejlesztik termékeiket, szolgáltatásaikat, megfontolt, ugyanakkor iparági átlag feletti növekedés jellemzi őket. A hangya vállalkozás a túlélésre játszik, mindenféle változtatást elutasít. Az unikornisok, gazellák, bulldogok és hangyák idő és értékesítési volumen szerinti ábrázolását szemlélteti a következő ábra.



16. ábra: Növekedési pályák (Forrás: Vecsenyi - Petheő [2017] 355. oldal)

A hazai és nemzetközi szakirodalomban is vizsgált kutatási probléma a fiatalok vállalkozóvá válásának alacsony aránya. Doktori kutatásom során célt, hogy magyar, már vállalkozóvá vált fiatalok körében vizsgáljam, melyek voltak azok serkentő, illetve gátló tényezők, amelyek hatással voltak döntésükre a vállalkozói karrierút választása során.

Az általam vizsgált kutatási kérdés: A már vállalkozóvá vált fiatalok esetében a vállalkozóvá válás mely serkentő és gátló tényezői azonosíthatók?

Dolgozatom szakirodalmi áttekintésre vonatkozó fejezetében összegyűjtöttem azon tényezőket, amelyek pozitív, illetve negatív hatással vannak a fiatalok vállalkozóvá válására. A téma tudományos igényű feltérképezésében kiemelkedő szerepe van a GUESSS longitudinális

kutatásnak, amely a felsőoktatásban tanulók vállalkozói hajlandóságának vizsgálatára irányul. Habár a program nemzetközi súlya és jelentősége vitathatatlan, eredményei tekintetében korlátozó tényezőként említhető, hogy kizárólag a felsőoktatásban tanuló fiatalokat vizsgálja, fókusza nem terjed ki a szakmával rendelkező fiatalokra. Holott Magyarországon Berde és Scharle [2004] kutatásai alapján az önfoglalkoztatók és egyéni vállalkozók 87,35%, a társas vállalkozások tulajdonosainak pedig 74,66%-a nem rendelkezik felsőfokú végzettséggel. Továbbá a GUESSS felmérés a vállalkozói hajlandóságot vizsgálja, és azon túl, hogy adataiból kinyerhető azon fiatalok aránya, akik már tanulmányaik alatt vállalkozóvá válnak, eredményei a hallgatók jövőbeli elképzeléseire vonatkoznak, a kutatás arra nem ad választ, ténylegesen a felsőoktatásban tanulók milyen aránya indított vállalkozást a végzést követően azonnal, vagy a végzést követő öt évet követően. Így a felmérés arra sem ad választ, hogy a már vállalkozóvá vált fiatalok visszatekintő értékelése alapján, melyek voltak azok a tényezők, amelyek segítették, és melyek gátolták őket a vállalkozóvá válás melletti döntésük meghozatalában. Doktori kutatásom során, célom, hogy a GUESSS által le nem fedett területet vizsgáljak, így járulva hozzá új eredményekkel a fiatalok vállalkozóvá válásával kapcsolatos már létező széleskörű tudásanyaghoz.

Fontosnak tartom, az arra való törekvést, hogy a mintába vegyes (alapfokú, szakképzettséggel rendelkező, felsőfokú) iskolai végzettségű fiatalok kerüljenek. Iskolai végzettségtől függetlenül szeretném felmérni a már vállalkozó fiatalok észlelését a vállalkozó válásuk serkentő és gátló tényezői tekintetében.

A megfelelő kutatási megközelítés kiválasztása érdekében összegyűjtöttem a témában 32 releváns hazai és nemzetközi kutatást és a végrehajtásuk során alkalmazott módszertanokat. Az eredményeket a következő táblázat tartalmazza.

Ssz.	Dátum	Szerző	Folyóirat	Módszertan
1	2018	S. Gubik, A. - Farkas, Sz. — Kása, R.	Közgazdasági Szemle	Strukturális egyenletek
2	2013	S. Gubik, A. – Farkas, Sz.	Vezetéstudomány	Leíró statisztikák
3	2013	S. Gubik	Vezetéstudomány	Faktorelemzés, multinomiális logisztikus regresszió
4	2013	Szerb, L. – Lukovszki, L.	Vezetéstudomány	Multinomiális logisztikus regresszió, klaszterelemzés
5	2013	Reisinger, A.	Vezetéstudomány	Leíró statisztika
6	2013	Imreh-Tóth, M – Bajmócy, Z. – Imreh, Sz	Vezetéstudomány	Leíró statisztikák, kérdőíves felmérés alapján és mélyinterjúk
7	2013	Petheő, A.	Vezetéstudomány	Leíró statisztika
8	2013	Koltai, J. – Szalka, É.	Vezetéstudomány	Faktorelemzés, klaszteranalízis
9	2016	S. Gubik, A. – Farkas, Sz.	Vezetéstudomány	Leíró statisztika, korrelációs számítás, binomiális logisztikus regresszió
10	2016	Varga et al.	Polgári Szemle	Fókuszcsoport
11	2008	Szerb, L. – Kocsis-Kisantal, O.	Közgazdasági Szemle	Gyakorisági statisztikák és tartalomelemzés
12	2004	Buzás, N.	SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei	Interjú
13	2008	Scheiner et al.	Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability	T-próba, lineáris regresszió
14	2017	Morris et al.	European Journal of International Management	Hierarchikus regresszió számítás
15	2015	Shrinkova et al.	European Management Journal	OLS regressziós modell

16	2016b	S. Gubik, A. – Farkas, Sz.	Entrepreneurial Business and Economics Review	Korreláció számítás
17	2016	Bergmann et al.	Small Business Economics	Többszintű bináris logisztikus regresszió
18	2016	Sieger P., - Minola T.	Journal of Small Business Management	Logisztikus regresszió
19	2016	Edelman et al.	Journal of Business Venturing	Poisson-regresszió
20	2017a	Holienka et al.	Central European Business Review	Logisztikus regresszió
21	2017	Ciraco et al.	Small Business Economics	Lineáris regresszió
22	2017	Henley et al.	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	Strukturális egyenletek
23	2017	Gelaidan, H. M - Abdullateef, A. O.	Journal of Small Business and Enterprise Development	Strukturális egyenletek
24	2017	Nasip et al.	Education + Training	Legkisebb négyzetek módszere
25	2015	Susanj et al.	Management: Journal of Contemporary Management Issues	Strukturális egyenletek
26	2013	Dinis et al.	Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students	Strukturális egyenletek
27	2012	Sesen, H.	Education + Training	Korreláció számítás, regresszió számítás
28	2016	Arrighetti et al.	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	Regresszió számítás
29	2014	Nyock et al.	Small Business Economics	Khí-négyzet próba
30	2018	Nabi et al.	Studies in Higher Education	Mélyinterjú

31	2019	Nowinski, W. - Haddoud, M. Y.	Journal of Business Research	Regresszió számítás
32	2019	Bazzy et al.	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	Hierarchikus regresszió

11. táblázat: A fiatalok vállalkozóvá válását vizsgáló kutatásokban alkalmazott módszerek. (Forrás: saját szerkesztés)

A kutatások módszertanának elemzés rávilágít, hogy téma vizsgálatában a kvantitatív megközelítés dominál, az általam vizsgált 32 kutatásból mindössze 4 esetben alkalmaztak egészen vagy részben kvalitatív eszközöket.

A kutatási kérdésem vizsgálatához akár kvalitatív, mélyinterjús módszerek is illeszkednének, ugyanakkor a korábbi kutatási eredményekre való támaszkodás és az azokkal történő összehasonlítás érdekében a doktori kutatásomban kvantitatív megközelítést kívánok alkalmazni.

5.2. A KUTATÁSI KÉRDÉS ÉS A KUTATÁS MÓDSZERTANA

Kutató munkám során a következő kutatási kérdés vizsgálatát tűztem ki célul: „A már vállalkozóvá vált fiatalok esetében a vállalkozóvá válás mely serkentő és gátló tényezői azonosíthatók?”

Előzetesen a következő hipotéziseket fogalmaztam meg:

- H1: A fiatalok vállalkozóvá válására a vállalkozással elérhető pénzügyi előnyök serkentően hatnak.
- H2: A családi vállalkozói háttér pozitívan hat a fiatalok vállalkozóvá válására.
- H3: A vállalkozás elégtelennek ítélt eredményessége egyaránt gátló módon hat a vállalkozásindítási, startup versenyen résztvevő és nem résztvevő fiatalok vállalkozási motivációjára.
- H4: A fiatal nők és férfiak vállalkozásai eltérő jellemzőkkel bírnak.
- H5: A vállalkozói versenyeken, programokon ugyanolyan arányban vesznek részt a különböző típusú településeken székhellyel rendelkező vállalkozások.

Fontosnak tartottam, hogy a kutatást a már vállalkozóvá vált fiatalok bevonásával folytassam le. Ahogyan arra már korábban utaltam, a nagy múltra visszatekintő GUESSS felmérés értékes információkat szolgáltat a fiatalok vállalkozóvá válásáról, de a mintába kerülésnek nem

feltétele a vállalkozói lét. Véleményem szerint nagyon eltérő lehet a vállalkozást tervező, a vállalkozói lét gondolatával csak eljátszó fiatalok véleménye azokétól, akik valóban vállalkozóvá váltak.

Az általam vizsgálni kívánt sokaság, a vállalkozóvá vált magyar fiatalok. Fiatalnak tekintettem a negyven éves, vagy negyven évnél fiatalabb vállalkozókat. Annak meghatározása, hogy ki számít fiatalnak számos szempontrendszer szerint megtehető. Úgy véltem, a 40 évesnél fiatalabb vállalkozók még hitelesen képesek visszaemlékezni a vállalkozásuk alapításának körülményeire, motivációikra, félelmeikre. Továbbá úgy ítélt meg, ha ettől alacsonyabb korhatárt adok meg, az jelentősen eltolta volna a mintát a Z generáció irányába.

A költségtakarékossági és praktikussági szempontok miatt a lekérdezést online hajtottam végre, ami a digitális világban otthonosan mozgó fiatalok számára kényelmes válaszadási formának bizonyult. A kitöltés népszerűsítésében segítségemre voltak a fiatal vállalkozókkal kapcsolatban álló ismerőseim, kollégáim. Ezen kívül, a kérdőívet megosztottam a fiatal vállalkozók jellemző Facebook csoportjaiban, továbbá Facebook hirdetés igénybevételével ösztönöztem a kitöltést. A válaszadásra való felkérésben a 40 év alatti vállalkozókat biztattam a kutatásban való részvételre. A lekérdezés 2021. április 26 és 2021 május 13 között zajlott. Az válaszadásra nyitva álló időszak alatt 264 válasz érkezett.

A minél magasabb reprezentativitás érdekében igyekeztem minél több csatornán eljuttatni a célcsoportba tartozó emberekhez a kérdőívet. Egyrészt a témában meghatározó nagyobb közösségek vezetőit kértem meg, hogy emailben juttassák el a hozzájuk kötődő fiatal vállalkozóknak a kérdőívet. Így került kiküldésre a kérdőív a Spin-Off Klub email listájára, a GINOP-5.2.3-16 Fiatalok vállalkozóvá válása és a GINOP-5.1.9 Álláskereső és fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzése program keretében vállalkozást indított fiatalok számára, a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Fiatal Vállalkozók Kollégiumának tagjainak, a Design Terminál és a Demola mentoráltjainak.

Ezen kívül a Facebookon fizetett hirdetésekben tettem elérhetővé a kérdőívet (a hirdetések kifotózását lásd a függelékben) a következő célzási paraméterekkel:

- Hely – itt él Magyarország
- Életkor 16–40
- Olyan emberek, akik megfelelnek a következő feltételnek: Érdeklődési körök: Small Business Owners, Egyéni vállalkozó vagy business owner, Magatartások: kisvállalkozás tulajdonosa, Munkáltatók: vállalkozó, Beosztás: Tulajdonos, üzletvezető; Ügyvezető igazgató, tulajdonos; Egyéni vállalkozó; Cégvezető/Tulajdonos

Ezzel a célzási beállítással a Facebook adatai szerint a potenciális elérés 60 000 ember volt. (Ez a szám annak a becslése, hogy mennyi ember felel meg a hirdetésedhez beállított célközönség feltételeinek.) Ebből a 60 ezer Facebookon potenciálisan elérhető fiatal vállalkozóból a hirdetési kampány során a Spin-Off Klub elnevezésű oldalon keresztül a hirdetés 16.232 embert ért el, ami 88 kérdőív megnyitást generált⁶, míg a Corvinus Startup Corner elnevezésű oldalon keresztül a hirdetés 18.936 embert ért el a célközönségből, ami 186 kérdőív megnyitást generált. Sajnos a két oldal által a célcsoportból elért emberek közötti átfedésekről nem nyújtott adatot a Facebook, így becslésem szerint a Facebookon elérhető 60 ezer fiatal vállalkozónak nagyjából az egyharmada találkozott legalább egyszer a felhívással, és nekik volt lehetőségük kitölteni a kérdőívet.

A KSH legfrissebb adata a 2018-as működő vállalkozások számát adja meg, ami 776.779 darab⁷. Sajnos olyan statisztikai adat nem áll rendelkezésre, hogy ezek közül hánynak van 40 év alatti tulajdonosa. Elérhető kutatási adat csak egy-egy adott évben alapított vállalkozások tulajdonosainak generációs besorolására vonatkozik: *„Az 1965 és 80 között született X generáció rendületlenül őrzi vezető szerepét a magyar vállalkozások körében, gyakorlatilag 20 éve cipelik a vállalkozók a cégvilágot. (...) Az eredmények némiképp meglepők, mert azt mutatják, hogy fájóan hiányoznak a fiatal cégalapítók magyar gazdaságból. A magyar vállalkozások 54 százalékát az X generációhoz tartozó, ma 38-53 éves korosztály alapította – derül ki az elemzésből, amely 10 évente 1997-ben, 2007-ben és 2017-ben alapított cégeknél vizsgálta meg az alapítók életkor szerinti összetételét. (...) Az X-esek vállalkozó kedve már az 1997-es adatokon is remekül látszik, pedig ennek a generációnak a tagjai akkor legfeljebb 32 évesek voltak, mégis az akkor alapított társas vállalkozások 45 százalékát már ők jegyezték be. Vállalkozói kedvük azóta is töretlen, a 2007-ben alapított cégek 52 százalékát, a 2017-ben alapítottak 51 százalékát is ők jegyezték be – mondja Pertics Richárd. Holott közben felnőtt, és teljes egészben vállalkozói korba lépett egy új generáció, az y-osok, akik 2017-ben a cégek 31 százalékát hozták létre, azaz sokkal kevesebbet, mint a maguk idejében az X-esek.”*⁸

Ezen adatok alapján csak egy nagyságrendi becslést tudok tenni a 40 év alatti vállalkozók számára, ami 150-250 ezer közé eshet. Az email és a Facebook kampányokon keresztül összesen becslésem szerint nagyjából 20-25 ezer fiatal vállalkozóhoz jutott el a

⁶ A Facebook adat csak a kérdőív linkjére való rákattintások számát adja meg, de hogy utána hányan töltötték ki ténylegesen a kérdőívet arról sajnos nincs adat.

⁷ Forrás: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd011.html

⁸ Forrás: <https://forbes.hu/uzlet/hol-vagytok-y-generacios-vallalkozok/>

kérdőívem, így a teljesen sokaság legalább 10%-ának volt lehetősége kitölteni azt. A tényleges 243 darab a célcsoportból érkezett válasz nagyjából 1%-os kitöltési arányt jelent.

Mindezek alapján a minta az alapsokaságot jól reprezentálhatja, torzítást csak a kitöltés önkéntessége vihetett az adatokba. Valószínűleg a saját vállalkozói létéhez pozitívan viszonyulók voltak azok, akik magasabb kitöltési hajlandóságot mutattak.

A kérdőívbe elsősorban zárt, feleletválasztós és skálán történő értékelést kérő kérdések kerültek. A fiatalok motivációinak, véleményének mélyebb megismerése érdekében, a felmérés néhány nyitott kérdést is tartalmazott. (A kérdőívet a függelék tartalmazza.)

Az adatfelvétel nyomán kialakult kvantitatív adatbázist az egyváltozós leíró statisztika eszközeivel, főkomponens elemzés és kereszttábla elemzés segítségével vizsgáltam. Az elemzések végrehajtásához az SPSS és Excel programokat használtam.

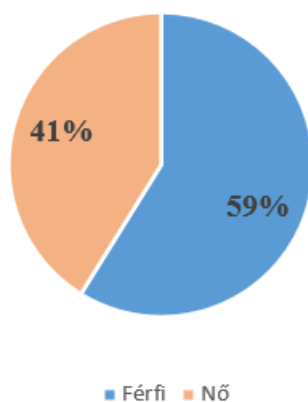
5.3. A MINTA BEMUTATÁSA

Célom az volt, hogy a fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezőket vizsgáló kérdőívet vállalkozással rendelkező fiatalok töltsék ki. Demográfiai szempontból a fiatalok meghatározása változatos képet mutat. Kutatásom céljainak elérése érdekében a fiatal kor határát 40 évben határoztam meg. Munkámmal átfogó képet kívántam adni a fiatalok vállalkozásindítási motivációiról és úgy ítéltam meg, ha ettől alacsonyabb korhatárt adok meg, az jelentősen eltolta volna a mintát a Z generáció irányába.

Az életkor meghatározás helyességének ellenőrzése érdekében megvizsgáltam, hogy a megkérdezettek milyen idős korukban kezdtek vállalkozni. Az átlagérték 26,5 év, a medián 27 év, a módusz pedig 25 év. A mintába került vállalkozók 34,1%-a 29 éves kora után alapította az első vállalkozását. A vállalkozás indításra vonatkozó életkor adatok alapján indokoltnak ítélem meg a 40 éves korhatár alkalmazását, hiszen a korosztályba tartozó válaszadók még hitelesen tudnak információt adni vállalkozásuk alapításának körülményeiről. Továbbá, alacsonyabb életkori határ alkalmazásával a minta indokolatlanul eltolódott volna az Z generáció irányába és értékes információkat veszítettünk volna az Y generáció vállalkozásalapítási motivációjára vonatkozóan.

A válaszokat első körben életkor szerint tisztítottam, a 40 évesnél idősebb válaszadókat eltávolítottam az elemzésre szánt adatbázisból. A rendelkezésre álló válaszadók száma így 243-ra csökkent. A további elemzéseket az ily módon szűkített, 40 éves és 40 évesnél fiatalabb vállalkozókat tartalmazó adatbázis alapján hajtottam végre. A további elemzésekből származó

eredmények megbízhatóságának növelése érdekében, szükségesnek tartom a minta alapvető jellemzőinek bemutatását.



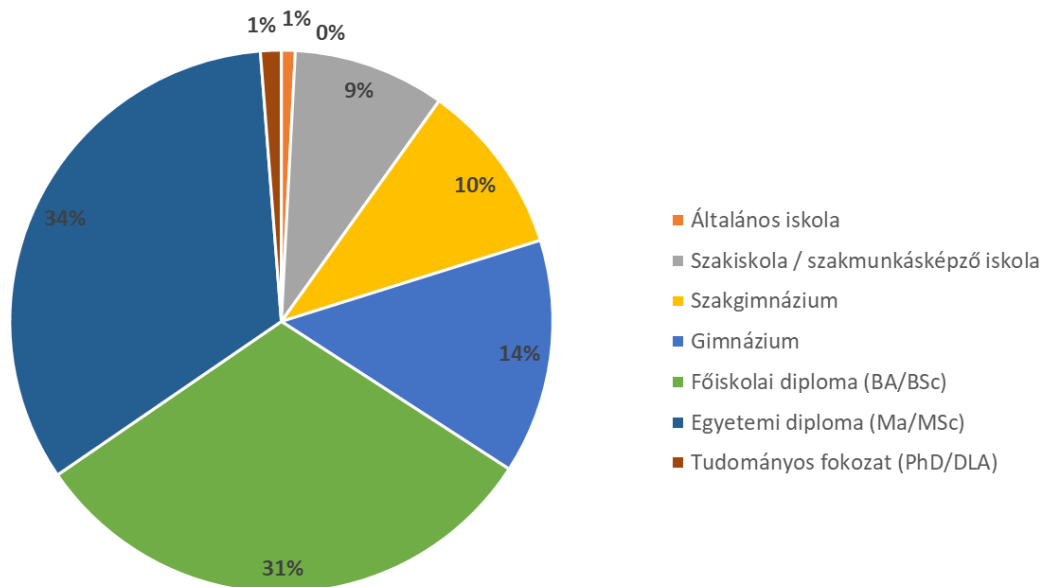
17. ábra: A mintába került válaszadók nemek szerinti megoszlása (Forrás: saját szerkesztés)

A mintában a nők aránya 41%, míg a férfi válaszadók aránya 59%. A minta életkor szerint is kellően heterogén megoszlást mutat:

Születési év	Gyakoriság	%
1981	12	4,9
1982	18	7,4
1983	12	4,9
1984	16	6,6
1985	17	7,0
1986	21	8,6
1987	25	10,3
1988	20	8,2
1989	17	7,0
1990	6	2,5
1991	10	4,1
1992	9	3,7
1993	10	4,1
1994	13	5,3
1995	12	4,9
1996	9	3,7
1997	4	1,6
1998	3	1,2
1999	5	2,1
2000	3	1,2
2001	1	0,4
Összesen	243	100,0

12. táblázat: A mintába került válaszadók születési év szerinti megoszlása (Forrás: saját szerkesztés)

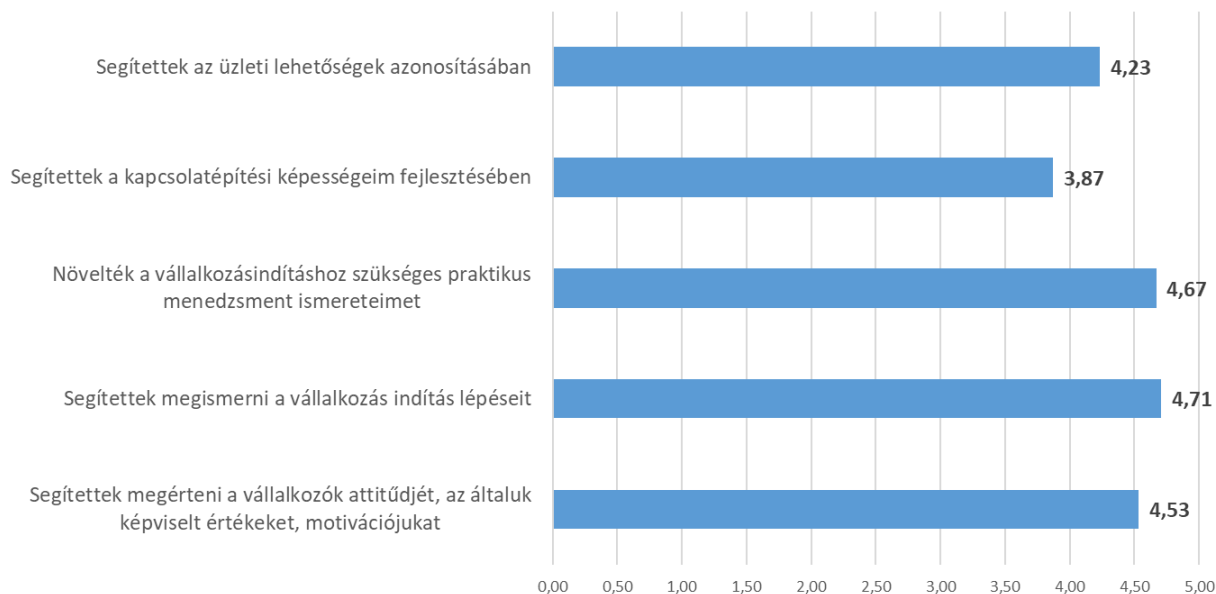
A válaszadók között magas arányt (65,8%) képviselnek a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, de előzetes terveimnek megfelelően, alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők is kerültek a mintába. Az iskolai végzettség szerinti megoszlást a következő ábra szemlélteti.



18. ábra: A válaszadók iskolai végzettség szerinti megoszlása (N=243), (Forrás: saját szerkesztés)

Az oktatás és tanulmányok témakörhöz kapcsolódó eredmény, hogy a megkérdezettek 53,5%-a vett részt vállalkozási ismereteket oktató kurzuson, programban, tréningen.

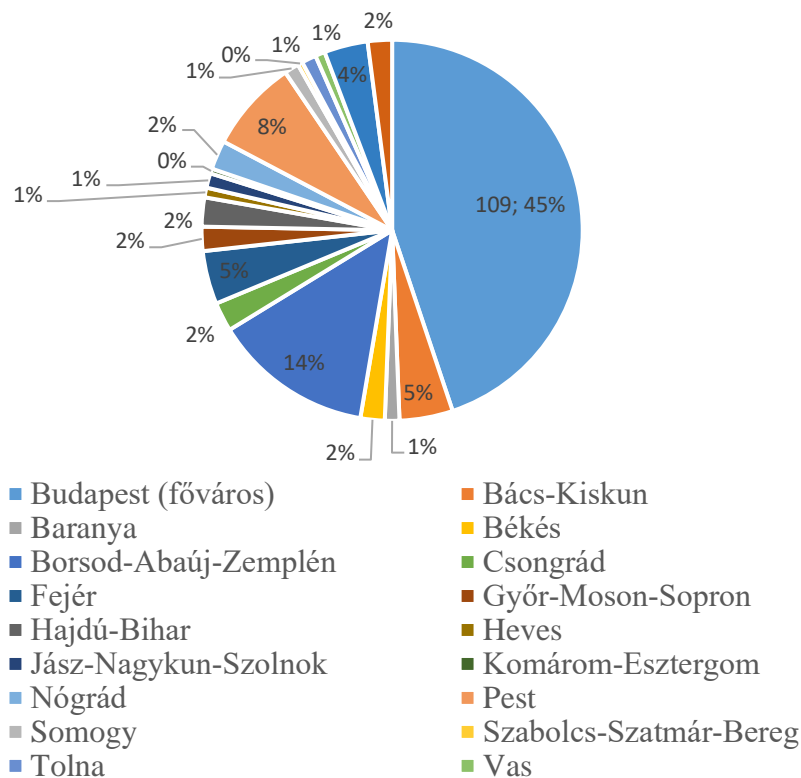
A következő ábra szemlélteti a megkérdezettek válaszainak átlagát, 1-7-ig terjedő skálán mennyire értékelték úgy, hogy az egyes tényezők tekintetében a programok, kurzusok, segítették őket.



19. ábra: Oktatási programok értékelése (N=130), (Forrás: saját szerkesztés)

A kérdőívet kitöltő fiatalokat arra kértem, hogy 1-7-ig terjedő skálán (1- egyáltalán nem, 7- nagyon) értékeljék, a vállalkozási ismereteket oktató kurzusok, programok, tréningek mennyiben segítették őket. A programok a legnagyobb támogatást a vállalkozásindítás lépéseinek megismertetésében nyújtották. A válaszadók a vállalkozásindításhoz szükséges praktikus menedzsment ismeretek oktatás során történő átadását is kedvezően ítélték meg és úgy vélték, a programok segítettek megérteni a vállalkozók attitűdjét, az általuk képviselt értékeket, motivációjukat. Az oktatások kevesebb segítséget nyújtottak az üzleti lehetőségek azonosításában és a válaszadók közepesre értékelték hasznosságukat a kapcsolatépítési képességeik fejlesztésében.

A mintával szemben támasztott fontos követelményem volt, hogy földrajzi eloszlás tekintetében is kellő változatosságot mutasson. A minta a következő területi szórást mutatja:



20. ábra: A mintába került válaszadók megyék szerinti megoszlása (Forrás: saját szerkesztés)

A mintába került vállalkozások átlagosan 5,77 főt foglalkoztattak, a foglalkoztatotti létszám mediánja és módusza egyaránt 1 fő volt. A minta alapján végrehajtott elemzések, elsősorban a fiatalok által tulajdonolt mikrovállalkozásokról szolgáltatnak hasznos információkat.

A válaszadó fiatalok a vállalkozói lét mellett elkötelezettek, 87,2%-uk öt év múlva is vállalkozóként képzei el magát. 64,6% úgy tervezi a jelenlegi vállalkozásán dolgozik majd, 20,6% már egy következő céget tervez. Elenyésző azok száma, aki a családjuk vállalkozását, vagy egy megvásárolt, átvett vállalkozás működtetését tervezik a jövőben.

Megnevezés	Fő	%
Jelenlegi vállalkozásomban.	157	64,6
Egy következő vállalkozásomban.	50	20,6
A családom vállalkozásában.	1	0,4
Egy általam megvásárolt / átvett vállalkozásban.	4	1,6
Alkalmazottként egy kisvállalkozásban (1-49 főt foglalkoztató cég)	3	1,2
Alkalmazottként egy középvállalkozásban (50-249 főt foglalkoztató cég)	3	1,2
Alkalmazottként egy nagyvállalatban (több, mint 250 főt foglalkoztató cég)	10	4,1
Közalkalmazott leszek.	2	0,8
Egyéb	13	5,3
Összesen	243	100

13. táblázat: Válaszadók 5 éves karrier tervei (N=243), (Forrás: saját szerkesztés)

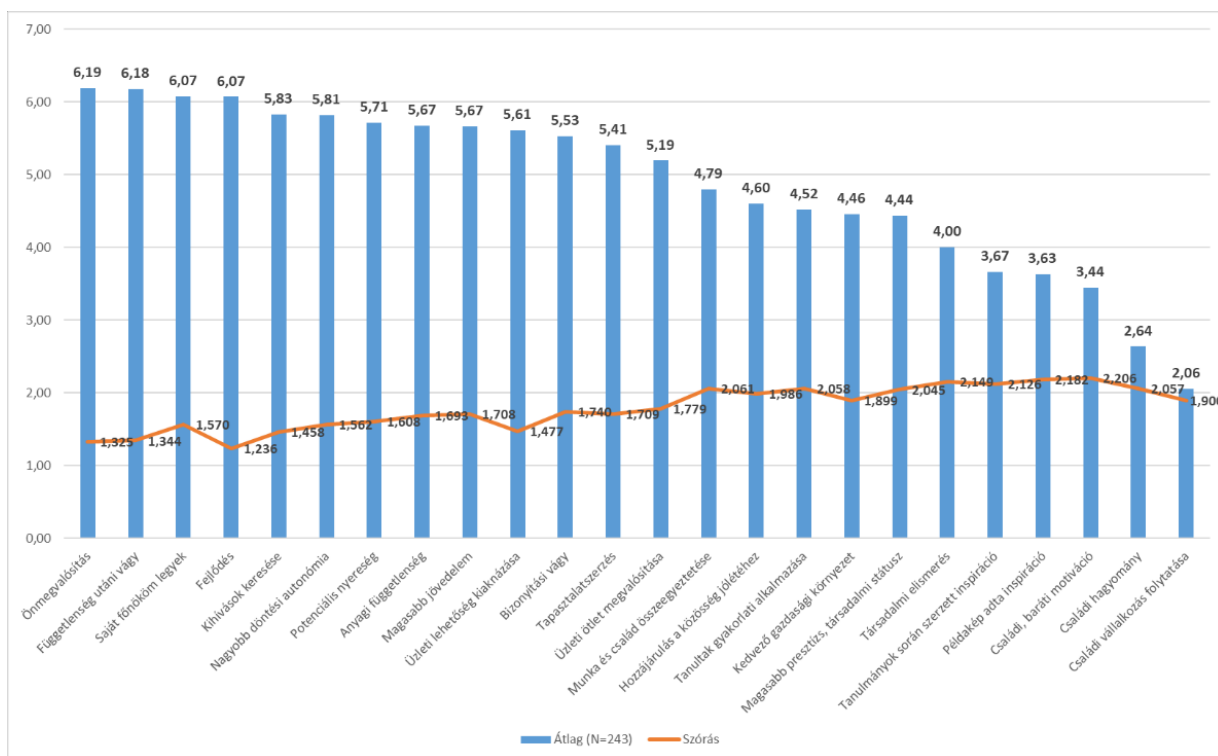
A vállalkozó fiatalok vállalkozói létforma mellett való elkötelezettségét kutatásom az adatfelvétel módszertana miatt torzítva mutathatja be, mivel a mintába olyan fiatalok kerültek be, akik működő vállalkozással rendelkeznek, nem szerepelnek olyanok, akiknek a cége sikertelennek bizonyult, csődbe ment, megszűnt.

A kutatás során arra is kerestem a választ, hogy a vállalkozó vált fiatalok szerint, mi az a három tulajdonságuk, amelyek segítették őket vállalkozóvá válni. A válaszokból készült szófelhőt a következő ábra szemlélteti.

mellett bemutatásra kerültek a kapcsolódó érdekességek, érdeklődésre számot tartó kutatási eredmények.

5.4.1. A vállalkozóvá válás serkentő tényezői

A fiatalok vállalkozásindítási motivációjának, a serkentő tényezők vizsgálata érdekében a kérdőívbe a hazai és nemzetközi szakirodalom kutatása során azonosított tényezők kerületek beépítésre és a válaszadókat arra kértem, hogy 1-7-ig terjedő skálán értékeljék, mennyire hatott rájuk az adott komponens. A vállalkozóvá válásra serkentően ható tényezőkre vonatkozó átlag és szórás értékeket a 22. számú ábra szemlélteti.



22. ábra: A vállalkozóvá válásra ható tényezők átlaga és szórása (Forrás: saját szerkesztés)

A válaszadók összességét vizsgálva az ábráról leolvasható, hogy az önmegvalósítás, a függetlenség utáni vágy, hogy a saját főnököm legyek és a fejlődés nagyon erős motiváló tényezők a fiatalok körében. Szintén jelentős hatással bír a kihívások keresése, a nagyobb döntési autonómia, a potenciális nyereség, az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem, az üzleti lehetőség kiaknázása, a bizonyítási vágy, a tapasztalatszerzés és az üzleti ötlet megvalósítása. Közepes szerepe van a munka és család összeegyeztetésének, a hozzájárulásnak a közösség jólétéhez, a tanultak gyakorlati alkalmazásának, a kedvező gazdasági környezetnek,

a magasabb presztízsnak, társadalmi státusznak és a társadalmi elismerésnek. A legalacsonyabbak az átlagok a tanulmányok során szerzett inspiráció, a példakép adta inspiráció, a családi baráti motiváció, a családi hagyomány és a családi vállalkozás folytatása esetében. Az ábrán az átlagok mellett ábrázolásra került a válaszok szórása is. Megfigyelhető, hogy a magas átlagú tényezők esetében a szórás alacsonyabb, ezeket a megkérdezettek egyformán fontosnak tartják. Magas szórásértékek az inkább közepes és alacsony átlagokhoz tartoznak, ahol jelentős különbségek vannak a válaszadók bizonyos csoportjai között.

Annak érdekében, hogy a fiatalok vállalkozóvá válására serkentőleg ható tényezőket mélyebb vizsgálat alá vonhassam, adatredukciós módszerek használatához folyamodtam. A választásom a főkomponens elemzésre esett, amely „egy változószettet alakít át lineáris transzformáció segítségével egy, az eredetnél kisebb számú új változószetté” (Székelyi – Barna [2005] 19. oldal).

A célom az volt, hogy a számos rendelkezésemre álló változót kezelhető számú és jól értelmezhető főkomponensekbe sűrítsem, amelyek segítségével a mintában megbúvó mélyebb összefüggésekre világíthatok rá. A főkomponens elemzés során nem volt célom, hogy minden a kérdőívbe bekerült tényezőt benntartsak az elemzésben, hiszen ahogyan arra az átlagok és szórások vizsgálata is rámutatott számos olyan tényező szerepelt a kérdőívben, amelyek a válaszadók többségének vállalkozói hajlandóságára jelentősen hatottak, illetve olyanok is, amelyek általában nem bírtak kiemelkedő fontossággal. Arra törekedtem, hogy a főkomponensek olyan információt tömörítsenek, amelyek segítségével a mintaátlagok mögött húzódó mélyebb jelentések feltárhatóvá válnak.

A főkomponens elemzésbe a következő fiatalok vállalkozóvá válását segítő tényezőket vontam be: anyagi függetlenség, családi hagyomány, fejlődés, kihívások keresése, bizonyítási vágy, magasabb jövedelem, potenciális nyereség, családi vállalkozás folytatása, családi, baráti motiváció, üzleti lehetőség kiaknázása.

A KMO és Bartlett's teszt eredményét a következő táblázat szemlélteti:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,722
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	842,067
	df	45
	Sig.	0,000

14. táblázat: a KMO és Bartlett's teszt eredménye (Forrás: saját szerkesztés)

A 0,722 érték alapján a változók megfelelő mértékben alkalmasak a főkomponens elemzésre (Sajtos - Mitev [2007]). (Az elemzéshez kapcsolódó korrelációs mátrixot a függelék tartalmazza.)

A kommunalítások a következőképpen alakultak:

Communalities		
	Initial	Extraction
Anyagi függetlenség	1,000	0,606
Családi hagyomány	1,000	0,742
Fejlődés	1,000	0,711
Kihívások keresése	1,000	0,811
Bizonyítási vágy	1,000	0,598
Magasabb jövedelem	1,000	0,788
Potenciális nyereség	1,000	0,729
Családi vállalkozás folytatása	1,000	0,741
Családi, baráti motiváció	1,000	0,538
Üzleti lehetőség kiaknázása	1,000	0,459
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

15. táblázat: Kommunalítások (Forrás: saját szerkesztés)

Az elemzés során kirajzolódó főkomponenseket és az általuk magyarázott variancia nagyságát a következő táblázat szemlélteti:

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,272	32,72	32,72	3,272	32,72	32,72
2	1,874	18,74	51,46	1,874	18,74	51,46
3	1,578	15,776	67,236	1,578	15,776	67,236
4	0,714	7,142	74,378			
5	0,632	6,319	80,697			
6	0,559	5,592	86,289			
7	0,48	4,8	91,089			
8	0,361	3,607	94,695			
9	0,307	3,069	97,764			
10	0,224	2,236	100			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

16. táblázat: Magyarázott variancia (Forrás: saját szerkesztés)

A létrejövő három főkomponens a variancia 67,236 %-át magyarázza, amely jó aránynak tekinthető.

A komponens mátrix a következőképpen alakult:

Component Matrix ^a			
	Component		
	Pénzügyi előnyök	Családi értékek	Belső motiváció
Anyagi függetlenség	0,590	-0,199	-0,467
Családi hagyomány	0,402	0,762	0,012
Fejlődés	0,613	-0,196	0,545
Kihívások keresése	0,651	-0,109	0,612
Bizonyítási vágy	0,615	-0,018	0,468
Magasabb jövedelem	0,687	-0,185	-0,530
Potenciális nyereség	0,730	-0,218	-0,386
Családi vállalkozás folytatása	0,313	0,782	-0,176
Családi, baráti motiváció	0,234	0,694	0,030
Üzleti lehetőség kiaknázása	0,651	-0,165	-0,086
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
a. 3 components extracted.			

17. táblázat: Komponens mátrix (Forrás: saját szerkesztés)

A három főkomponensből az első a teljes variancia 32,72 %-át magyarázza és minden változóból tartalmaz információt. A legerőteljesebben (a másik két főkomponenst is figyelembe véve) az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem, a potenciális nyereség és az üzleti lehetőség kiaknázása tükröződnek benne. A főkomponens a pénzügyi előnyök elnevezést kapta, utalva a tartalmára, miszerint elsősorban az anyagi, pénzügyi előnyökből fakadó vállalkozási motivációkat tartalmazza. A második főkomponens a családi értékek elnevezést kapta, kialakításában a családi hagyomány, a családi vállalkozás folytatása, a családi, baráti motiváció, mint vállalkozásindítást serkentő tényezők vettek részt. A harmadik főkomponensben a fejlődés, a kihívások keresése és a bizonyítási vágy tükröződnek, így a főkomponensnek a belső motiváció elnevezést adtam.

A fiatalok vállalkozóvá válására serkentően ható tényezők vizsgálatához kapcsolódóan két előzetesen megfogalmazott hipotézis tesztelésére nyílt lehetőség.

H1: A fiatalok vállalkozóvá válására a vállalkozással elérhető pénzügyi előnyök serkentően hatnak. – Elfogadva

Pusztán a válaszadók értékelésnek átlagát tekintve is kirajzolódott, hogy potenciális nyereség, az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem és az üzleti lehetőség kiaknázása a többség

számára nagyon serkentően hatott a vállalkozás indításban. A főkomponenselemzés a megállapítást megerősítette, az első főkomponens, amely a „pénzügyi előnyök” elnevezést kapta pontosan ezeket a változókat hordozza legerőteljesebben magában. A kapott eredmény összhangban áll Koltai és Szalka [2013] korábbi modelljével, amelyben a kutatók a nemzetközi szakirodalom alapján a vállalkozóvá válás motivációit gazdasági és nem gazdasági motivációra bontották szét, ezzel rávilágítva a gazdaságilag elérhető hasznok szerepére a vállalkozóvá válásban.

H2: A családi vállalkozói háttér pozitívan hat a fiatalok vállalkozóvá válására. – Elfogadva

A válaszadók átlagainak vizsgálata alapján a családi vállalkozói háttér és a családhoz kapcsolódó hagyományok közepes mértékben hatnak a fiatalok vállalkozóvá válására. Már a változókhoz kapcsolódó magasabb szórás értékek is utalnak rá, hogy a minta ebben a tekintetben nem homogén, egyes válaszadók esetében ezen változók kevésbé, míg más válaszadók esetében kiemelten fontosak. A főkomponens elemzés második, a családi hagyomány, a családi vállalkozás folytatása, a családi, baráti motiváció változókat tömörítő főkomponense a „családi értékek” elnevezést kapta, amely felhívja a figyelmet a családi vállalkozói háttér vállalkozóvá válásban betöltött szerepére.

A „családi értékek” főkomponens-szkór átlagait annak tükrében vizsgálva, hogy a válaszadó szülei vállalkozók vagy sem, szignifikáns eltérést tapasztalható. Azon fiatalok esetében, akik vállalkozó családból származnak, a családi értékek jelentős, a családi vállalkozói háttérrel nem rendelkező fiataloknál nagyobb serkentő tényezőként jelentkeznek. ($F=21,174$, $\text{sig.}=0,000$, a kapcsolódó táblázatokat a függelék tartalmazza.)

Az eredmények összhangban állnak S. Gubik és Farkas [2013], továbbá Szerb és Lukovszki [2013] eredményeivel, akik kimutatták, hogy a családban szerzett vállalkozói tapasztalatok nagyban befolyásolják a vállalkozással kapcsolatos elképzeléseket, a családi vállalkozó háttérrel rendelkező fiatalok inkább válnak vállalkozóvá.

A kutatás során a kérdőívben nyitott kérdés formájában is megkértem a válaszadókat, fogalmazzák meg, mi motiválta őket a vállalkozásindításra. Annak érdekében, hogy vizsgáljam a főkomponens elemzés megbízhatóságát az adott válaszokat besoroltam az egyes főkomponenseknek megfelelő kategóriákba és vizsgáltam, hogy a fennmaradó válaszokban feltárhatók-e további mintázatok.

Egy válaszadó több motiváló tényezőt is megadhatott, így 303 választ sikerült begyűjtenem. A válaszokat kategorizáltam. Első lépésben a főkomponens elemzés során

azonosított serkentő tényezők valamelyikéhez igyekeztem hozzárendelni az állítást, a fennmaradókra pedig saját kategóriákat igyekeztem létrehozni.

A főkomponens elemzés során is azonosított, a vállalkozói léttel elérhető pénzügyi előnyökhöz, a magasabb elérhető jövedelemhez 113 említés kapcsolódott. Gyakori, hogy a fiatalok számára motivációt jelent a „saját talpra” állás, a munka világában elérhetőnél „magasabb jövedelem” megszerzése.

„Egyetem alatt önálló életet akartam, több perspektívát láttam benne az anyagi felemelkedésre.”

Többször visszaköszön a gondolat, hogy az alkalmazottként elérhető fizetést nem érezték arányosnak a befektetett munkával.

„Alacsony alkalmazotti fizetés, munkahelyi elvárások nem voltak egyensúlyban a fizetéssel (rengeteg munka, alacsony bérért).”

Belső motivációt 74 esetben azonosítottam, ahol jellemzően kihívásra, egy ötlet megvalósítására, önmegvalósításra utalnak.

„Papíron 26 évesen kezdtem vállalkozni. 15 évesen kezdtem rendezvény szervezni, ez nyilván fekete, mint az éjszaka. Az alkotási vágy foglalkoztatott. Ha valami foglalkoztatja a környezetemet én azt csinálni szeretném. Tizenéves koromban mindenki bulizott szóval bulikat akartam szervezni. Azóta beütöttek az app-ok és már régóta saját digitális szolgáltatást szeretnék piacra vinni.”

„Alkotni valami nagyot...”

„A hosszú tétlenség. Láttam, hogy másoknak is vannak terveik, de nem merik elkezdni (különböző kifogások miatt), szerettem volna kitűnni, nem csak egy lenni a panaszkodók között. Bebizonyítani saját magamnak és a környezetemnek, hogy képes vagyok rá. Vállalkozásomnak van társadalmi vonzata is, így az általa lehetséges jobb jövő teremtése is motivált”

A válaszadók 35 esetben utaltak családi értékekre, amelyek között a családból származó példakép inspiráló hatásán és a családi vállalkozás továbbvitelén túl megjelenik a munka és a családi élet összehangolására való igény is.

„Édesapám sikeressége.”

„Generációváltás, családi cég cégcsoporttá fejlesztése, új üzletágak létrehozása.”

„Három gyermekes anyukaként nem adott már kihívást az, hogy visszamenjek a közigazgatásba, eljárjak a régi munkahelyemre, ami 20-20 km naponta. Családunk borászattal foglalkozik, ezt egészítettem ki étellel, vendéglátással. Szeretek az emberekkel foglalkozni, jól adni nekik.”

„Rugalmas munkát kerestem, amelyet a gyerekneveléssel össze lehet egyeztetni, illetve kreatív és hosszú távon lehet rá építeni.”

A 78 főkomponens elemzés során azonosított tényezőkhez nem hozzárendelhető állításokat, számos szempont szerint próbáltam csoportosítani. A csoportosítás során nehézséget jelentett, hogy a válaszok gyakran több, egymással kapcsolatban álló tényezőre utaltak a függetlenség, önállóság, szabadság fogalmak mentén.

„A saját főnököm szerettem volna lenni, magamnak keresni, szabad életet élni.”

„Hogy a saját életemet építsem, és ne másét. Hogy minden nap azt csináljam, amit szeretek és olyan emberekkel dolgozhassak együtt, akikkel szeretnék.”

„A foglalkoztatotti munkavégzés szűk és merev keretrendszeréből szerettem volna kibújni, nagyobb szabadságfokot akartam az időbeosztásomat, a munkavégzésem helyszínét tekintve, valamint inspirálóbb és hatékonyabb munkaszervezést akartam megvalósítani.”

„Korábbi munkahelyeken az alkalmazotti lét rossz tapasztalatai.”

A válaszadók gyakran együtt felsorolva, egy mondatba fogalmazva utaltak a szabadság, önállóság és függetlenség tényezőkre, amelyek a vállalkozó lét irányába hajtották őket.

A motiváló tényezők felsorolását és az említések számát a következő táblázat összegzi:

Motiváló tényező	Főkomponens tartalmazza?	Említések száma
pénzügyi előnyök	igen	116
belső motiváció	igen	74
függetlenség, önállóság, szabadság	nem	78
családi értékek	igen	35
Összesen		303

18. táblázat: Vállalkozóvá válást motiváló tényezők kategorizálása (Forrás: saját szerkesztés)

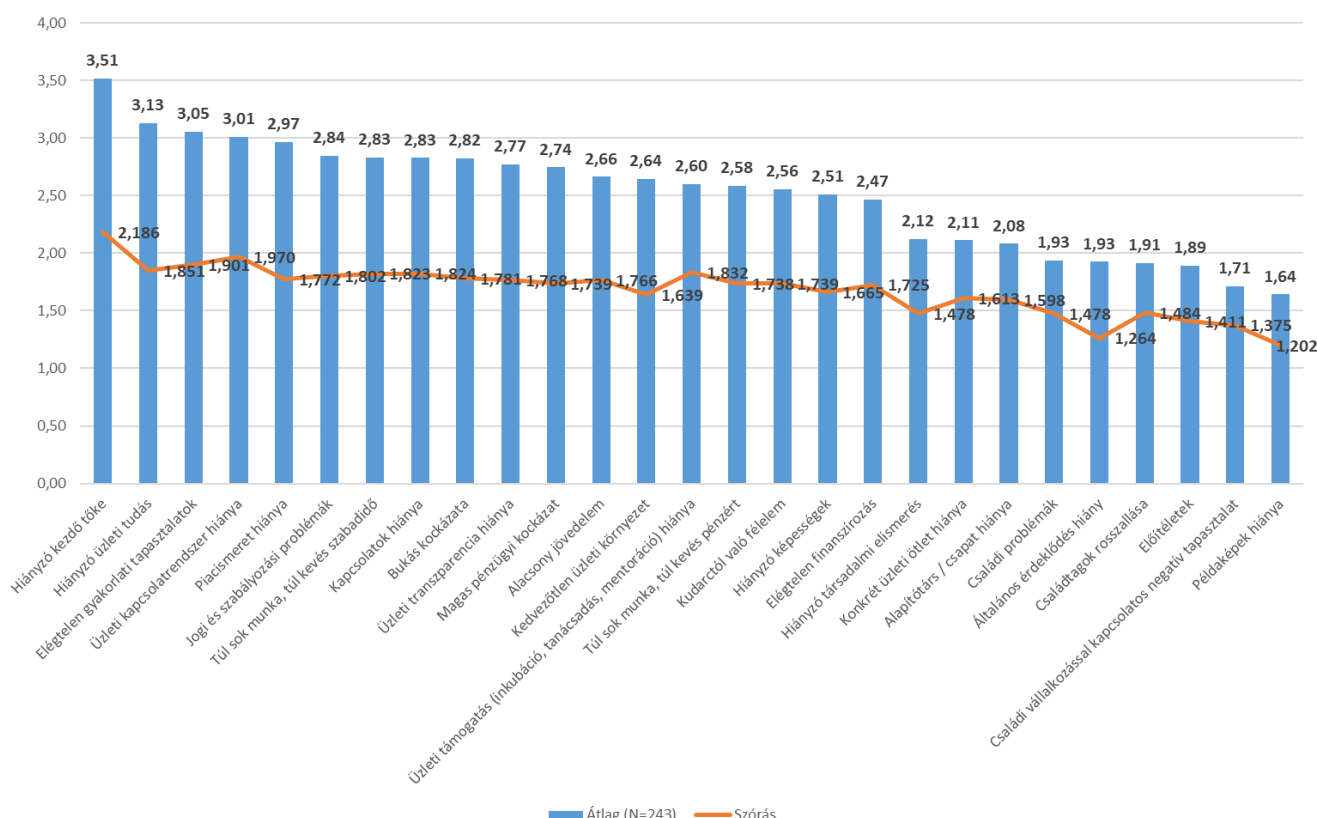
A táblázatból leolvasható, hogy a nyitott kérdésekre adott válaszok összhangban állnak a főkomponens elemzés során azonosított tényezőkkel. A főkomponens elemzésben a függetlenség, önállóság, szabadság motiváló tényezők, amelyeknél az említések számosságából arra következtethetünk, hogy általánosságban hatnak a vállalkozásindításra nem szerepelnek. Fontos megjegyezni, hogy a skálás értékelés során pont ezek a tényezők voltak, amelyek magas átlag pontszámmal és alacsony szórással jelentek meg, azaz a válaszod számára általában nagy jelentőséggel bírtak. Véleményem szerint, ezek a tényezők általában nem önálló okként jelennek meg, hanem egy a vállalkozói létből fakadó többlet előnyként, amely más serkentő tényezőkkel találkozva, tovább erősíti a fiatalok vállalkozási hajlandóságát. A nyitott kérdések

vizsgálata új kutatási irányt nyit, kvalitatív, mélyinterjú eszközökkel érdemes lenne megvizsgálni, hogy a főkomponensben fel nem tárt, de a nyitott kérdések során kidomborodó függetlenség, önállóság, szabadság tényezők a feltételezésemnek megfelelően egyfajta kiegészítő előnyei a fiatalok vállalkozás indításának, vagy önálló motiváló erővel rendelkeznek.

A fiatalok vállalkozóvá válására serkentően ható tényezők vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vállalkozással elérhető pénzügyi előnyök szerepe kiemelt a fiatalok vállalkozóvá válásában, a családi vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok esetében pedig egyértelműen kimutatható a családi példa serkentő hatása. Fontos továbbá a belső motiváció és az olyan a vállalkozói léthez kapcsolható értékek, mint a függetlenség, önállóság és szabadság.

5.4.2. A vállalkozóvá válás gátló tényezői

A fiatalok vállalkozóvá válását serkentő tényezők vizsgálatához hasonlóan hajtottam végre a gátló tényezők elemzését. A vállalkozóvá válásra gátlóan ható tényezőkre vonatkozó átlag és szórás értékeket az 23. ábra szemlélteti.



23. ábra: A vállalkozóvá válást gátló tényezők átlaga és szórása (Forrás: saját szerkesztés)

A fiatalok vállalkozásindítását gátló tényezők értékelésére adott összességének átlaga 2,51, ami azt mutatja, hogy az 1-7 skálán történő értékelés során egyetlen tényező sem bizonyult kiemelkedően akadályozó hatásúnak. A legmagasabb átlaggal a hiányzó kezdő tőke, mint visszatartó tényező rendelkezik. Jelentősebb akadályoztatást jelent ezen kívül a hiányzó üzleti tudás, az elégtelen gyakorlati tapasztalatok és az üzleti kapcsolatrendszer hiánya. A közepesen gátló tényezők között, amelyek 3-nál alacsonyabb, de 2-nél magasabb átlaggal rendelkeznek található a piacismeret hiánya, a jogi és szabályozási problémák, a túl sok munka, túl kevés szabadidő, a kapcsolatok hiánya, a bukás kockázata, az üzleti transzparencia hiánya, a magas pénzügyi kockázat, az alacsony jövedelem, a kedvezőtlen üzleti környezet, az üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya, a túl sok munka túl kevés pénzért, a kudarctól való félelem, a hiányzó képességek, az elégtelen finanszírozás, a hiányzó társadalmi elismerés, a konkrét üzleti ötlet hiánya és az alapítótárs, csapat hiánya.

Érdekes, hogy a kezdőtőke hiányát jelölték, mint legjelentősebb gátló tényezőt, ám a későbbi működés finanszírozása már csak közepesen alacsony hatással jelentkezik. A legalacsonyabb, 2 alatti átlaggal rendelkező tényezők a családi problémák, az általános érdeklődés hiánya, a családtagok rosszallása, az előítéletek, a családi vállalkozással kapcsolatos negatív tapasztalat és a példaképek hiánya.

Az általam végrehajtott felmérés eredményei összhangban állnak az Európai Bizottság [2011] által kezdeményezett, fiatalokat vizsgáló kutatással, ahol a gátló tényezőként a kockázatosság, a komplikáltság, a finanszírozási források hiánya és a vállalkozói készségek hiánya jelent meg. Fontos azonban kiemelni, hogy a hivatkozott felmérés a fiatalokra irányult, nem kizárólag a fiatal vállalkozókra.

A válaszadók 58%-a mondta azt, van olyan személy, aki példaképként szolgál a vállalkozói karrierjében. A válaszadók többségének példaképe a családtagjai, barátai, munkatársai köréből kerül ki. A válaszadók, akik konkrét személyeket adtak meg, nemzetközi példaképei: *Jimmy Iovine, Steve Jobs, Dr. Dre (Andre Young) Elon Musk, Richard Branson, Phil Knight, Sheryl Sandberg, Bryan Tracy, Donald Trump, Nick McKeown, Scott Shenker, Simeon Sinek, Wil Schroter, Ryan Rutan, Tim Ferriss, Carlo Catone, Charlie Wilson, Jordan Belfort, Wayne Huizenga, Ashton Kutcher, Gary Vaynerchuk, Henry Ford.*

A magyar példaképként a következő személyeket említették: *Gál Kristóf, Kulcsár Tibor, Szabó Ervin, Molnár L. Péter, Görög Ádám, Balogh Levente, Gattyán György, Dr. Babai László, Forray Nikolett, Wolf Gábor, Gál Kristóf, ByeAlex, Domán Zsolt, Szendrei Ádám, Varga Bertold, Kalocsai Zsolt, Cseh Norbert, Jellinek Dániel, Balogh Levente, Török László, Sebestyén Balázs, Gerendai Károly, Bojár Gábor, Klaj Ágnes, Semsei Rudolf, Náray Richárd,*

Barlay Bence, Kelényi Zoltán, Szakál József, Jaksity György, Biros Levente, Szabó Péter, Tonk Emil, Prónay Gábor, Markovich Béla, Helfrich Szabolcs, Scheer Sándor.

A serkentő tényezők vizsgálatához hasonlóan a gátló tényezők esetében is főkomponens elemzéssel redukáltam a rendelkezésre álló információkat. Ebben az esetben sem volt célom, hogy minden a kérdőívbe bekerült tényezőt benntartsak az elemzésben. Arra törekedtem, hogy a főkomponensek olyan információt tömörítsenek, amelyek segítségével a mintaátlagok mögött húzódó, mélyebb jelentések feltárhatóvá válnak.

A főkomponens elemzésbe a következő fiatalok vállalkozóvá válását gátló tényezőket vontam be: üzleti kapcsolatrendszer hiánya, alacsony jövedelem, túl sok munka, túl kevés pénz, túl sok munka, túl kevés szabadidő, üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya, családi problémák, példaképek hiánya, előítéletek, kapcsolatok hiánya. A KMO és Bartlett's teszt eredményét a következő táblázat szemlélteti:

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1022,406	
	df	36	
	Sig.	0,000	

19. táblázat: a KMO és Bartlett's teszt eredménye (Forrás: saját szerkesztés)

A 0,799 érték alapján a változók megfelelő mértékben alkalmasak a főkomponens elemzésre (Sajtos - Mitev [2007]). (Az elemzéshez kapcsolódó korrelációs mátrixot a függelék tartalmazza.) A kommunalitások a következőképpen alakultak:

Communalities		
	Initial	Extraction
Üzleti kapcsolatrendszer hiánya	1,000	0,823
Alacsony jövedelem	1,000	0,682
Túl sok munka, túl kevés pénz	1,000	0,831
Túl sok munka, túl kevés szabadidő	1,000	0,758
Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya	1,000	0,618
Családi problémák	1,000	0,687
Példaképek hiánya	1,000	0,751
Előítéletek	1,000	0,675
Kapcsolatok hiánya	1,000	0,849
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

20. táblázat: Kommunalitások (Forrás: saját szerkesztés)

Az elemzés során kirajzolódó főkomponenseket és az általuk magyarázott variancia nagyságát a következő táblázat szemlélteti:

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,177	46,413	46,413	4,177	46,413	46,413
2	1,423	15,812	62,225	1,423	15,812	62,225
3	1,074	11,931	74,156	1,074	11,931	74,156
4	0,567	6,301	80,457			
5	0,481	5,348	85,805			
6	0,472	5,249	91,054			
7	0,388	4,310	95,364			
8	0,235	2,615	97,979			
9	0,182	2,021	100,000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

21. táblázat: Magyarázott variancia (Forrás: saját szerkesztés)

A létrejövő három főkomponens a variancia igen magas, 74,156 %-át magyarázza. A komponens mátrixot a következő táblázat tartalmazza:

Component Matrix^a			
	Component		
	Kapcsolatok hiánya	Vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők	Külső körülményekhez köthető gátló tényezők
Üzleti kapcsolatrendszer hiánya	0,685	-0,557	-0,209
Alacsony jövedelem	0,730	0,271	-0,277
Túl sok munka, túl kevés pénz	0,729	0,453	-0,306
Túl sok munka, túl kevés szabadidő	0,647	0,504	-0,292
Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya	0,690	-0,343	-0,158
Családi problémák	0,604	0,365	0,435
Példaképek hiánya	0,680	-0,064	0,533
Előítéletek	0,643	-0,009	0,511
Kapcsolatok hiánya	0,714	-0,570	-0,123
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
a. 3 components extracted.			

22. táblázat: Komponens mátrix (Forrás: saját szerkesztés)

Az első főkomponens a variancia 46,41%-át magyarázza, mindegyik az elemzésbe bevont változót erősen hordozza magában. A főkomponens a „kapcsolatok hiánya” elnevezést kapta, mert a gátló tényezők közül az üzleti kapcsolatrendszer hiánya, az üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya és a kapcsolatok hiánya jelennek meg benne a legerőteljesebben. A második főkomponens a „vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők”-et tömöríti, mint az alacsony jövedelem, a túl sok munka, túl kevés pénz és a túl sok munka, túl kevés szabadidő. Ezek a típusú visszatartó tényezők azt sugallják, nem érdemes vállalkozni, mert a befektetett munka és idő nem térül meg. A változók a vállalkozáshoz

köthetők, ami nem elég perspektivikus, életképes ahhoz, hogy a fiatalok által elvárt szintű eredményességet produkálja. A harmadik főkomponens, olyan a vállalkozó fiataloktól független, a „külső körülményekhez köthető gátló tényezőket” tömörít, mint a családi problémák, a példaképek hiánya és az előítéletek. A változók jellemzője, hogy külső adottságként jelentkeznek, amelyek megváltoztatására a válaszadóknak nincs, vagy csak korlátozott lehetősége van.

Az elmúlt években és napjainkban számos vállalkozásindítási, startup verseny segítségével inspirálják a fiatalokat vállalkozás alapításra. Munkám során vizsgáltam, hogy van-e különbség a vállalkozásindítási, startup versenyen részt vevő fiatalok között a gátló tényezők értékelése tekintetében. A H3 hipotézisben azt feltételeztem, hogy az elégtelen eredményesség gátló hatása független a startup versenyen való részvételtől.

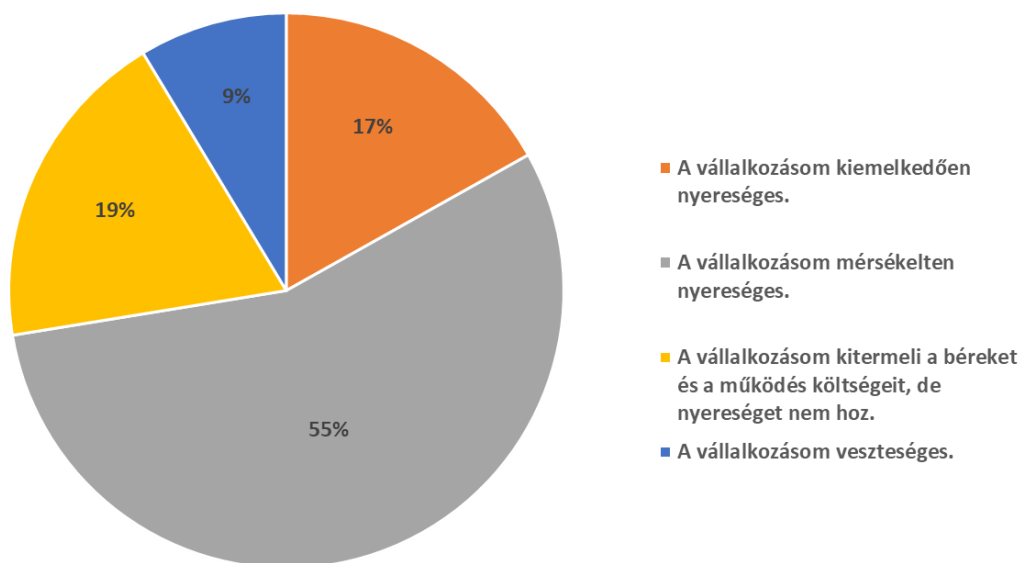
H3: A vállalkozás elégtelennek ítélt eredményessége egyaránt gátló módon hat a vállalkozásindítási, startup versenyen résztvevő és nem résztvevő fiatalok vállalkozási motivációjára. - Elutasítva

A hipotézis vizsgálatához összehasonlítottam a vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők főkomponens-szkór átlagait a vállalkozásindítási, startup versenyen résztvevő és nem résztvevő fiatalok körében. Az eltérés szignifikánsnak bizonyult ($F=3,899$, $Sig.=0,049$, a vonatkozó táblázatokat a függelék tartalmazza).

Azon fiatalok számára, akik részt vettek vállalkozásindítási, startup versenyen, a vállalkozások nem megfelelő eredményessége erősebb gátló tényezőként jelenik meg, mint azon fiatalok esetében, aki nem vettek részt ilyen programban, ezért a H3 hipotézis elutasítottam. Az eredmény egy lehetséges magyarázata, hogy a munkaerőpiacon magas fizetést érő szaktudással rendelkező fiatalok azok, akik vállalkozásindítási, startup versenyen indulnak, így számukra a munkaerőpiacon elérhető jövedelmüknél jelentősen jobban jövedelmező vállalkozás felépítése a cél, amely lehetőség, ha nem teljesül, akkor azt a vállalkozói motivációjukat gátló tényezőként ítélik meg.

A kérdőívben megkértem a válaszadókat, hogy értékeljék a vállalkozásuk nyereségességét, eltekintve a koronavírus járvány miatti korlátozásoktól. (Az eredményeket torzíthatja, hogy azok, akik eredményesen képesek működtetni a vállalkozásukat, szívesebben töltötték ki a kérdőívet.)

A kapott válaszok megoszlást a következő ábra szemlélteti:



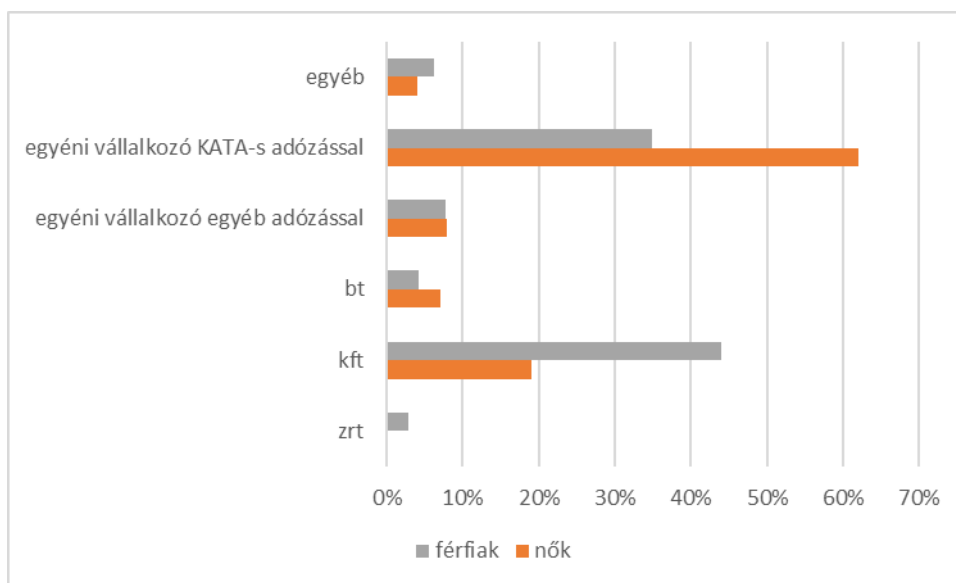
24. ábra: A válaszadók vállalkozásának nyereségesség szerinti megoszlás (N=243) (Forrás: saját szerkesztés)

Az ábráról leolvasható, hogy a válaszadók több, mint felének a vállalkozása mérsékelten nyereséges. 19% esetében a vállalkozás kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz. 17% ítéli a vállalkozását kiemelkedően nyereségesnek és 9% a veszteséges vállalkozások aránya.

A kapcsolatok főkomponenshez kapcsolódó érdekes eredmény, hogy azok a válaszadók, akinek a vállalkozása kevésbé eredményes, kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz, vagy veszteséges, a kapcsolatok hiányát inkább tekintik a vállalkozóvá válást gátló tényezőnek ($F=2,989$, $Sig.=0,032$, a kapcsolódó táblázatokat a függelék tartalmazza).

Az elemzési munka során kialakított főkomponensek használatával, a nemek esetében a vállalkozásindítást serkentő és gátló tényezők között nem találtam szignifikáns eltérést.

A válaszadókat a kérdőív kitöltése során megkértem, hogy sorolják fel azokat a tulajdonságaikat, amelyek hátráltatták őket a vállalkozóvá válásban. A válaszokból készített szófelhőt a következő ábra szemlélteti.

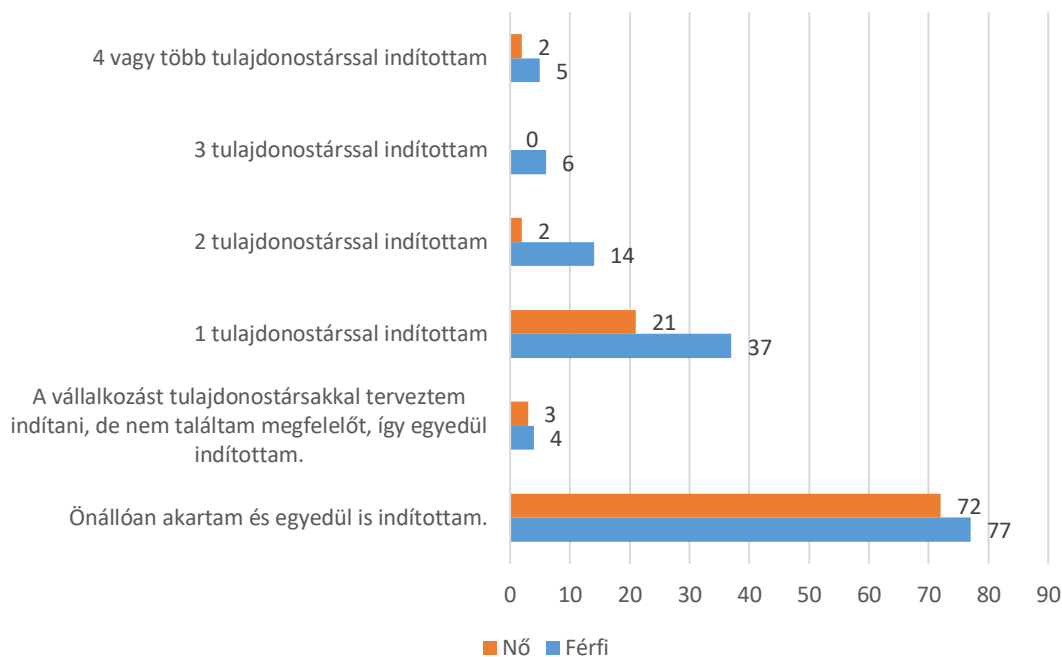


26. ábra: A vállalkozás működési formájának megoszlása nők és férfiak szerinti bontásban (N=243)
(Forrás: saját szerkesztés)

Az ábráról leolvasható, hogy a fiatal vállalkozók körében a legkedveltebb működési formák, az egyéni vállalkozás és a korlátolt felelősségű társaság. A nők és a férfiak között a kereszttábla elemzés ($\chi^2=24,528$; $df=2$, $p=0.000$) gyenge ($\Phi=0,318$, $Sig.=0,000$) szignifikáns eltérést mutatott a működési forma tekintetében. A nők körében gyakoribb a KATA-s egyéni vállalkozóként való működés és kevésbé jellemző a korlátolt felelősségű társaság, mint a férfiak esetében. (A vonatkozó SPSS táblázatok a függelék tartalmazza.)

A nők preferenciáját az egyéni vállalkozói működési formával szemben a tulajdonviszonyok is tükrözik, elsősorban a választott működési forma miatt a nőkre inkább jellemző, hogy 100%-os tulajdonosai vállalkozásuknak, a férfiakra inkább jellemző, hogy akár 50% alatti tulajdonrészrel rendelkeznek ($\chi^2=16,577$; $df=4$, $p=0,002$; a vonatkozó SPSS táblázatok a függelék tartalmazza).

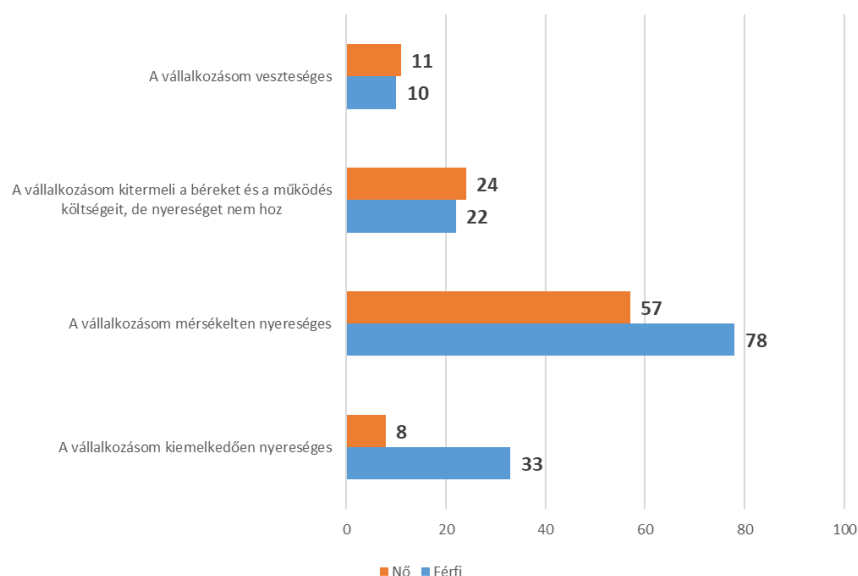
A tulajdonviszonyokra vonatkozó preferenciákról ad információt, annak vizsgálata, hogy a fiatal vállalkozók hány tulajdonostárs bevonásával indították vállalkozásukat, amelynek nők és férfiak közötti megoszlását a következő ábra szemlélteti.



27. ábra: Tulajdonostársak a nemek függvényében (N=243) (Forrás: saját szerkesztés)

Az ábráról leolvasható, hogy nemektől függetlenül a többség egyedül vagy egy tulajdonostárs bevonásával indított vállalkozást. Mindkét nem esetében alacsony azon válaszadók száma, akik ugyan tulajdonostárs bevonásával tervezték a vállalkozás indítást, de nem találtak megfelelő partnert. A nők és a férfiak közötti különbség, hogy a nőkre inkább jellemző, hogy önállóan akartak vállalkozást indítani és a terveiket e szerint is valósították meg, míg a férfiakra inkább jellemző, hogy tulajdonostársakkal vágtak bele a cégépítésbe. A keresztábra elemzés ($\chi^2=13,834$; $df=5$, $p=0.017$) gyenge szignifikáns kapcsolatot mutat a nemek és a tulajdonostársakkal szembeni preferenciai vonatkozásában ($\Phi=0,239$, $Sig.=0,017$). (A vonatkozó SPSS táblázatokat a függelék tartalmazza.)

Mint az már korábban bemutatásra került, válaszadókat arról is megkérdeztem, mennyire tartják nyereségesnek a vállalkozásukat, ha eltekintenek a járvány hatásaitól. A mintába került fiatal vállalkozók, 72%-a úgy véli, hogy vállalkozása kiemelkedően vagy mérsékelten nyereséges. A nők és férfiak vállalkozásainak nyereségessége tekintetében eltérés tapasztalható.



28. ábra: A nők és férfiak vállalkozásainak nyereségesség szempontjából történő megítélése (fő), (N=243), (Forrás: saját szerkesztés)

A keresztábra elemzés eredményei alapján ($\chi^2=11,393$; $df=3$, $p=0.010$) a nők esetében inkább jellemző, hogy vállalkozásukat veszteségesnek, vagy nullszaldósának ítélik, amely kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz. A kapcsolat gyengének tekinthető ($\Phi=0,217$, $Sig.=0,010$). A fiatal férfiak által alapított cégekre jellemző a kiemelt és a mérsékelt nyereségesség. (A vonatkozó SPSS táblázatokat a függelék tartalmazza.)

Az eredmény egybeesik Koltai és Szalka [2013] korábbi elemzéseivel, miszerint a női vállalkozók kockázatkerülőbbek, kevésbé kitartóak, mint férfi társaik, illetve az általuk indított vállalkozások mérete kisebb.

A H4 hipotézist, miszerint a fiatal nők és férfiak vállalkozásai eltérő jellemzőkkel bírnak elfogadtam, az elemzés során számos tényező mentén szignifikáns eltérést tapasztaltam a nemek vállalkozásai között. A nők körében gyakoribb a KATA-s egyéni vállalkozóként való működés és kevésbé jellemző, hogy korlátolt felelősségű társaságot alapítottak, mint a férfiak esetében. A nők preferenciáját az egyéni vállalkozói működési formával szemben a tulajdonviszonyok is tükrözik, a nőkre inkább jellemző, hogy 100%-os tulajdonosai vállalkozásuknak, míg a férfiakra inkább jellemző, hogy akár 50% alatti tulajdonrészrel rendelkeznek. A nők és a férfiak közötti további különbség, hogy a nőkre inkább jellemző, hogy önállóan akartak vállalkozást indítani és a terveiket e szerint is valósították meg, míg a férfiakra inkább jellemző, hogy tulajdonostársakkal vágta bele a cégépítésbe. A nők esetében inkább

jellemző, hogy vállalkozásukat veszteségesnek, vagy nullszaldósáknak ítélik, amely kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz, a fiatal férfiak által alapított cégekre pedig a kiemelt és a mérsékelt nyereségesség jellemző.

5.4.4. Vállalkozó versenyeken és programokon való részvétel

A fiatalok rugalmassága, a számos online (is) elérhető program miatt, azt feltételeztem, hogy függetlenül attól, a fiatalok hol alapítottak vállalkozást, nem tapasztalható szignifikáns eltérés abban, hogy vettek-e részt vállalkozásindítási (startup) versenyen, vagy bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban. Az ötödik hipotézisemet ehhez kapcsolódóan fogalmaztam meg.

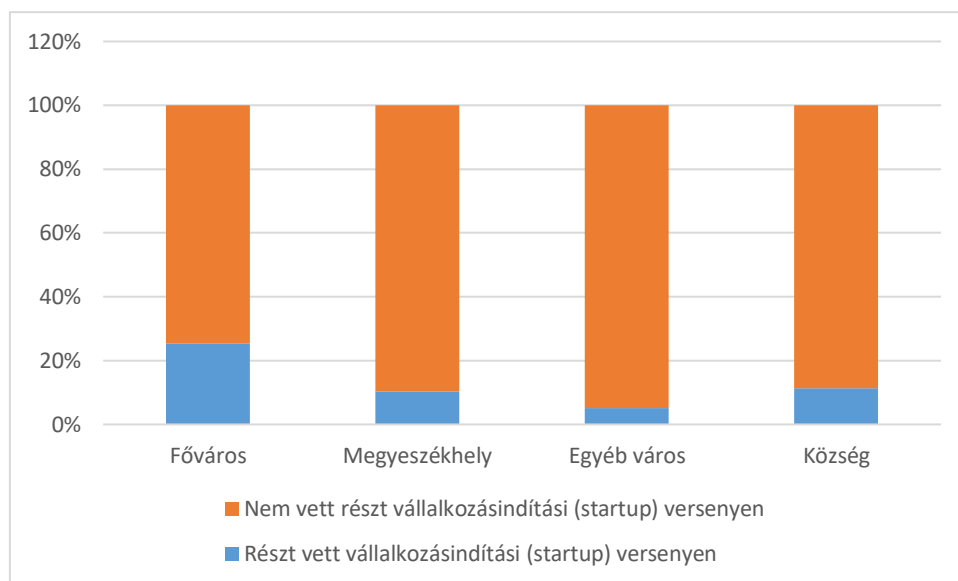
H5: A vállalkozói versenyeken, programokon ugyanolyan arányban vesznek részt a különböző típusú településeken székhellyel rendelkező vállalkozások. - Elutasítva

A mintába került válaszadók 16%-a vett részt vállalkozásindítási (startup) versenyen és 28,4 %-uk vállalkozásindítást, működtetést támogató programban.

A válaszadók által említett vállalkozásindítási, startup versenyek a következők: Az első vállalkozásunk indításánál az igen!, 2019-1.2.1-EGYETEMI-ÖKO-2019-00003 Tudástól az Üzletig - Tudásvagyon hasznosítása a Miskolci Egyetemen pályázat, EIT Agrifood 2020 – AgriHoop, Győri hackathon, Hackathon in a bokszt Lenovo Motivátor Nagydíj, EIT-Climate Kick, Duna kupa, Kaposvári Agrár Startup ötlet verseny, Újbudai Hallgatói Startup Pályázat, Wolves Summit, Startup Network Unicorn Battles CEE, Women Startup Europe, CEE Lift Off, CEE Startup Competition, Startup Spring, Pioneers, Bankathon – Frankfurt, HowToWeb – Bucharest, BNP Paribas Hackathon – Berlin, Novathon powered by Intesa.

A vállalkozásindítást, működtetést támogató programok közül a legtöbben a „Fiatalok vállalkozóvá válása” programot említette (30 említés). Ezen kívül vettek igénybe a munkanélküliek és álláskereső vállalkozóvá válását segítő támogatásokat. Említésre kerültek a Demola, Startup Campus, The StartUp Nation V4 Startups Bootcamp, Desing Terminal, Google Accelerator, Inno Energy, DT-Botcamp, K&H inkubátorprogram, GSEA, Startup Spotlight, UP Bootcamp, Calasancius Training Program (MICE), EIT Digital Doctoral School of Innovation & Entrepreneurship, HSUP, IFEMPOWER, OFA és a SEED Alapítvány programjai is.

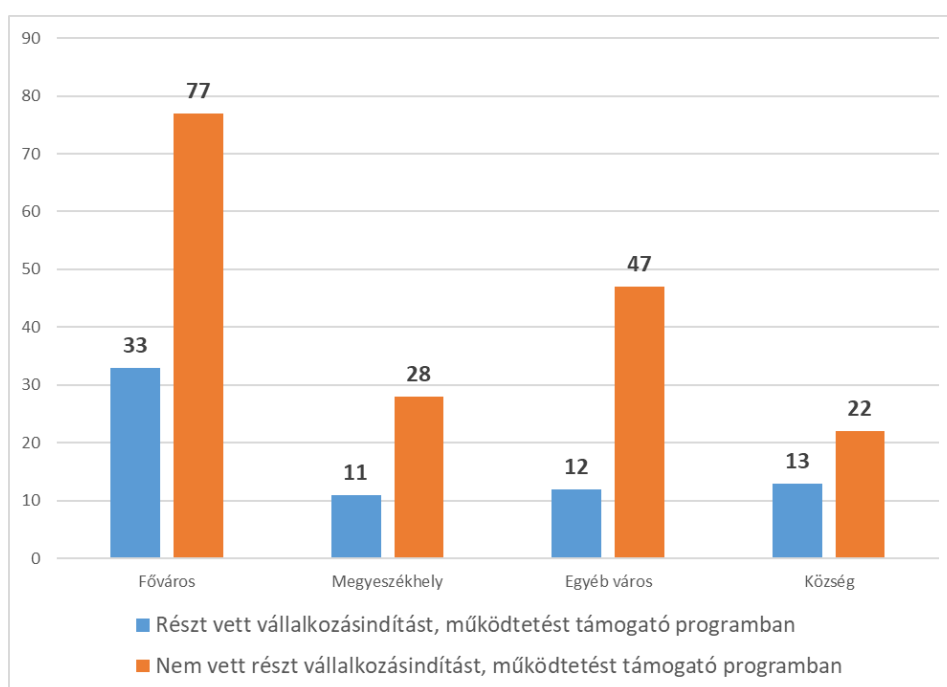
A vállalkozásindítási versenyen való részvétel tekintetében szignifikáns különbség tapasztalható a vállalkozás székhelyének településtípusa és a részvétel között.



29. ábra: Vállalkozásindítási (startup) versenyen való részvétel településtípus szerinti bontásban (N=243)
(Forrás: saját szerkesztés)

A keresztábra elemzés alapján ($\chi^2=14,012$; $df=3$, $p=0,003$) a településtípus és a vállalkozásindítási (startup) versenyen történő részvétel gyenge, szignifikáns ($\Phi=0,240$, $Sig.=0,003$) kapcsolat mutat. Kirajzolódik a főváros dominanciája, azon vállalkozások tulajdonosai, amelyek székhelye Budapesten található nagyobb valószínűséggel vettek részt vállalkozásindítási (startup) versenyeken, mint a megyeszékhelyeken, egyéb városokban és községekben céget alapító fiatalok. (A vonatkozó SPSS táblázatokat a függelék tartalmazza.)

A vállalkozásindítást, működtetést támogató programok esetében nem tapasztalható a településtípus részvételre vonatkozó befolyásoló hatása. A keresztábra elemzés nem mutatott szignifikáns eltérést ($\chi^2=3,341$; $df=3$, $p=0,342$). (A vonatkozó SPSS táblázatokat a függelék tartalmazza.)



30. ábra: Vállalkozásindítást, működtetést támogató programban való részvétel településtípus szerinti bontásban (N=243), (Forrás: saját szerkesztés)

A H5 hipotézis, amely szerint nincs különbség a fiatalok által alapított vállalkozások székhelye és a vállalkozói versenyeken, programokon való részvétel között elutasításra került, habár a vállalkozásindítást, működtetést támogató programokban való részvételre a vállalkozás székhelyének településtípusa nincs hatással, a vállalkozásindítási, startup versenyek tekintetében a főváros dominanciája mutatható ki. A budapesti székhelyű vállalkozások alapítói nagyobb valószínűséggel vettek részt vállalkozásindítási (startup) versenyeken, mint a megyeszékhelyeken, egyéb városokban és községekben céget létrehozó fiatalok.

5.4.5. Saját tapasztalatok alapján megfogalmazott következtetések és javaslatok

A dolgozatban feldolgozott szakirodalom, a saját kutatási eredményeim, 16 éves egyetemi vállalkozásoktatási és egyetemen kívüli ifjúsági vállalkozásfejlesztési tevékenységem tapasztalata alapján az alábbi következtetéseket és javaslatokat tudom megfogalmazni az ifjúsági vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szakemberek és döntéshozók számára.

Az ország gazdasági versenyképességének megtartása és növelése érdekében fontos állami feladat a vállalkozói szemlélet és a vállalkozási kultúra fejlesztése, terjesztése. Ezen cél érdekében széles eszköztárat érdemes alkalmazni, amik között ugyanakkor kiemelt szerepe van az iskolai oktatási rendszernek. Már az óvodai pedagógiai programokba érdemes játékos módon megjeleníteni az alkalmazotti és a vállalkozói világ eltérő sajátosságait, és az általános iskolákban is érdemes bevezetni ismeretterjesztő jelleggel ezeket a témákat, hiszen fontos cél, hogy a társadalom minél szélesebb rétegei rendelkezzenek reális információkkal a vállalkozókról. Az alapvető vállalkozói ismeretek megszerzése, a vállalkozók világának megismerése társadalmilag akkor is hasznos, ha az adott fiatal végül a munkavállalói karriert választja, hiszen szinte biztosan így is kapcsolatba fog kerülni vállalkozókkal például az államigazgatásban ügyintézőként vagy egy KKV alkalmazottjaként a tulajdonossal. És jelenleg sokszor ellenszenv, irigység, negatív attitűd jellemzi a vállalkozókkal kapcsolatba kerülő, de a vállalkozók világát nem ismerő embereket. Ennek csökkentése fontos társadalmi cél.

A bevezetésre javasolt kötelező óvodai, általános iskolai és esetleg középiskolai alkalmazotti vs. vállalkozói karriereket bemutató ismeretterjesztésnek lenne egy fontos, de keveset tárgyalt szerepe is. Ez pedig a vállalkozásra adottságaik miatt alkalmatlan, de naiv fiatalok szembesítése a vállalkozói karrier nehézségeivel. Így az oktatási rendszernek az ezután tárgyalandó serkentő funkciója mellett kellene lennie egy gátló szerepének is, ami időben segít külön karrierútra terelni a vállalkozásra potenciálisan alkalmas és alkalmatlan fiatalokat! Ez főleg a Z generáció időről időre új utakat kereső attitűdje miatt fontos, hiszen társadalmilag jelentős veszteséget okozhat, ha állásról állásra bukdácsolva, közben munkanélküli periódusokat is megélve a saját vállalkozás indításának jövőbeli hitébe kapaszkodva nem tud tartósan alkalmazottként megállapodni sok saját vállalkozás indítására amúgy alkalmatlan fiatal. Nekik a sikeres karrierjüket az segítheti, ha kellően hamar, és kellően erősen szembesülnek azzal, hogy számukra nem reális cél a saját vállalkozás indítása és sikeres működtetése. Ennek a korai szembesítő rendszernek a részleteinek a kidolgozása egy nagy felelősséggel járó feladat, mely jelenleg még nincs megoldva.

Részben ehhez az alkalmassági kérdéshez kapcsolódik az a sokszor alkalmazott, de megítélésem szerint téves megközelítés, miszerint a munkanélküli fiatalok vállalkozóvá válását támogatják elsősorban. Ez szerintem azért téves elgondolás, mert a vállalkozói léthez nem kevesebb, hanem inkább több kompetencia, nagyobb rátermettség kell, mint az alkalmazotti elhelyezkedéshez. Emiatt a valóban tartósan munkanélküli fiataloknak kicsi az esélyük sikeres vállalkozást indítaniuk. Ahogy magam is felvételiztető szakemberként megtapasztaltam a

fiatalok vállalkozóvá válását támogató hazai programban, meggyőző, jól kidolgozott üzleti elképzeléssel, reális vevőszerzési tervekkel, jó üzleti kapcsolatokkal az adott területen évek óta dolgozó fiatalok rendelkeztek, akik a programba kerülés kedvéért papíron átmenetileg munkanélküli jogviszonyt igazoltak, miközben valójában az alatt is feketén dolgoztak⁹. Eközben a felvételre érkező valódi munkanélküli fiatalok teljesen irreális, megalapozatlan üzleti elképzeléseket adtak elő, és például arra a kérdésre, hogy a leendő vállalkozásuk hogyan fog vevőket toborozni láthatóan nem volt érdemi válaszuk. Sokan közülük a korábban írtak szerint a személyükben sajnos vállalkozónak alkalmatlan, ugyanakkor saját vállalkozásról álmodozó kategóriába estek.

Ezeknek a csalásra ösztönző programoknak¹⁰ a megreformálása a javaslatom szerint úgy történne, hogy az ifjúsági vállalkozásfejlesztési politikának fel kellene nyíltan vállalnia, hogy nem a rászoruló fiatalokat, hanem bizony a legsikeresebben dolgozó fiatalokat támogatja meg, hogy saját vállalkozást tudjanak indítani. És ha ezek a sikeres fiatalok vállalkozóvá válnak, akkor egyrészt az ő megürülő alkalmazotti helyükre egyfajta beszívó hatása lesz a programnak a munkanélküli fiatalok számára, másrészt pedig a sikeres fiatalok által indított vállalkozások összességében is új munkahelyeket teremtenek, amik újabb beszívó hatást generálnak a munkanélküliek számára.

A korai képzési fázisban vállalkozásra potenciálisan alkalmasnak talált fiatalok esetében fontos lenne a különböző vállalkozói karrierutak tudatosítása, hiszen nagyon nagy különbségek vannak fiatal és fiatal között abban, hogy milyen típusú vállalkozás indításában és működtetésben tudnak sikeresek lenni. Vannak introvertált, a szűken vett szakmájukban elmélyülők, akik tipikusan nagyon megbecsült önfoglalkoztató katás egyéni vállalkozók lehetnek, akik elsősorban a saját szakmai munkájukra koncentrálnak, az üzletszerzésben, adminisztrációban, mások munkájával való koordinációban pedig külső segítséget vesznek igénybe. Másik végletként pedig vannak a „birodalomépítők”, akik komplex, gyors növekedésű vállalkozások alapításában és vezetésében tudnak kiteljesedni.

Tehát minden potenciálisan vállalkozásra alkalmas fiatalnak a saját személyéhez jól illeszkedő méretű, komplexitású, növekedésű vállalkozást kell segíteni megválasztani méghozzá olyan iparágban, ami lelkesíti, belülről motiválja az adott embert. Tehát fontos tudatosítani, hogy valaki nem úgy általában alkalmas vállalkozónak, hanem ha megvannak az

⁹ A felvételi beszélgetések kellően kötetlenek voltak ahhoz, hogy ezt maguk a jelentkezők elmeséeljék.

¹⁰ Csalásra ösztönöz az által, hogy a programból legnagyobb eséllyel sikeres vállalkozást indítani tudó fiatalok csak fiktív munkanélküli viszont igazolva tudnak bekerülni a programba.

alap képességei, akkor ugyanaz az ember egyes vállalkozásokban szárnyalhat, más vállalkozásokban elvegetálhat, és bizony egyes vállalkozásokban megbukhat.

Fontos lenne tudatosítani azokat az élethelyzeteket is, amikor tipikusan elindulhat a vállalkozói karrier. Ez lehet akár már az iskola képzés alatt vagy közvetlenül utána, de sokkal jellemzőbb az 5-7 éves alkalmazotti lét utáni saját vállalkozásba kezdés. Nőknél az alkalmazotti karriert megtörő gyermekvállalás, és otthonról végezhető kiegészítő vállalkozói tevékenység keresése miatt, férfiaknál pedig a 40-es, 50-es éveikben a maximális teljesítőképességük idején is jellemző lehet a vállalkozásindítás. De akár a teljes életen át tartó főállású alkalmazotti lét mellett egy keresetkiegészítő vagy éppen hobbi „mellékállás” jellegű vállalkozás sem elképzelhetetlen. A mai fiataloknak természetesen még nagyon távolba veszik, de a nyugdíjrendszer várható átalakulása az öregkori csökkentett idejű rugalmas munkavégzés előtérbe kerülését jósolja, ami könnyen lehet, hogy atipikus foglalkoztatás helyett vállalkozói jogviszonyban fog megvalósulni.

A szakmát adó középiskolai és a felsőoktatási képzések során javasolnám minden diák számára választható kurzusként elérhetővé tenni a teljesen gyakorlatias „hangya vállalkozás” indítási és működtetési ismereteket. A felsőoktatásban ezen kívül a „hangya” kurzusok mellett a „gazella” kurzusokat is szintén minden hallgató számára érdemes lenne elérhetővé tenni. Ehhez jelentős számú gyakorlati tudással rendelkező vállalkozásoktatót kellene országosan biztosítani, akiknek a képzése és koordinálása jelentős feladat. A közoktatási rendszer központosítása ennek az új képzési profilnak az elindításához megteremtette az alapokat. A gyakorlati vállalkozási tudással rendelkező (vendég)oktatók helyi vállalkozók közül történő toborzásában, pedagógiai felkészítésében és képzőhelyek közötti allokálásában a gazdasági kamarai rendszer tölthet be jelentős szerepet.

Az egyszerű ismeretterjesztő, így saját vállalkozási tapasztalattal nem rendelkező több szakos tanítók és tanárok által is végezhető vállalkozásoktatáson túlmutató, már jelentős gyakorlati ismereteket is tartalmazó oktatást javaslatom szerint csak választható kurzusok keretében érdemes szervezni. Az oktatás fakultatív jellege segítheti a valódi vállalkozásindítási szándékkal rendelkező fiatalok kiszűrésérét, és a magasabban képzett, gyakorlati tudással is rendelkező oktatók kapacitását rájuk érdemes fordítani.

Az oktatási rendszerben kiépítendő fent vázolt komplex vállalkozásoktatás mellett hasonló fontosságú a fiataloknak vállalkozásindítási inspirációt nyújtó környezet megteremtése. Ennek a környezeti hatásnak az összes elemére kiterjedő vizsgálat elvégzése még várat magára.

Szerencsére az megállapítható, hogy a spontán folyamatok jelenleg maguktól is ebbe az irányba tartanak. Miközben a '90-es években az esti Híradókban jellemzően bűnügyekkel kapcsolatban szerepelt a vállalkozó fogalom (felrobbantották, letartóztatták stb.), aközben olyan személyek szerepeltek akkoriban a közvélemény előtt vállalkozóként, mint Stadler József, Fenyő János, Prisztás József, Morvai Ferenc, hogy csak néhány példát említsek. Ehhez képest manapság a nemzetközi piacokat célzó startupokról hallhatnak sokat a fiatalok, melyek jellemzően társadalmilag fontos célok megoldására keresnek innovatív, üzletileg is sikeres megoldásokat. Az ezeket a cégeket vezető „startupperek” pedig sokszor popsztárokhoz hasonló népszerűséggel rendelkeznek a fiatalok körében, mint például Elon Musk vagy a néhai Steve Jobs.

Ebben a megújuló inspirációs környezetben a civil szervezeteknek, mint például az egyik első „fecskének”, a Spin-Off Klubnak is nagy szerepük van. Míg a 2000-es évek elején még úgy kellett „vadászni” egy-egy témába vágó eseményre az erre fogékony fiataloknak, addig manapság már egymással versengő túlkínálat van a vállalkozási, üzleti klub előadásokból, meetupokból, hackathonokból, pitchekből, melyek mögött sok-sok a témával foglalkozó civil szerveződés áll. És ennek a startup ökoszisztémának (10-15 éve még ezt a fogalmat sem ismertük) bizony az üzleti és állami szereplői is nagyot fejlődtek az elmúlt időszakban, így jelenleg kockázati tőkéből, inkubátorokból, akceleratorokból, coworking irodákból is már jelentős mennyiség áll rendelkezésre. Legalábbis Budapesten, így feladat, hogy legalább a nagy egyetemi városokba sikerüljön ebből a fővárosi pezsgésből egy-egy helyi „spinoffot” létrehozni.

Az egyetemek megújulásához egy további személyes javaslat: az egykori hallgatók számára legyen nagyon egyszerű visszatérési mód a rendes diákok számára korábban tárgyaltak szerint választhatóan tartandó gyakorlatias hangya és/vagy gazella vállalkozásindítási kurzusok elvégzésére. Az adott fiatal egykor hallgatóként könnyen lehet, hogy még nem érzett késztetést a saját vállalkozása indítására, de ahogy a karrierutaknál említettük 5-7 év alkalmazotti lét után sokakban felmerülhet a gondolat. Milyen jó lenne ilyenkor egy egyszerű regisztráció és valamilyen megfizethető költségtérítés mellett bejárni a vállalkozásindítási órákra, és most már kellő motivációval elvégezni a gyakorlatorientált feladatokat. A kurzus(ok) elvégzéséről valamilyen egyszerű végzettséget igazoló okirat is kiállítható lenne, ami a vállalkozásindítási bankhiteleknel, kockázati tőkénél, állami támogatásnál jelenthetne előnyt. Ez a fajta egyszerű visszaülés az alma mater iskolapadjába javaslatom szerint 40 éves korig lenne engedélyezve.

És hasonló módon tudna az egykori középiskolájában is visszaülni a padba az egykor ott végzett, és magasabb fokozatot nem szerzett hallgató.

Végezetül az oktatási rendszer ismeretterjesztő része, a társadalmi környezet vállalkozásra inspiráló mivolta, és az oktatási rendszer gyakorlatorientált hangya és gazella indítási kurzusai mellett még egy elemet javaslok minél szélesebb körben elérhetővé tenni, ami az ország egyes részein már jól működik kisebb léptékben. Ez pedig az oktatási rendszer iskolán túlnyúló mentorálási szolgáltatása, aminek keretében a ténylegesen vállalkozásindításba fogó fiatal egy ideig ingyenesen, majd pedig a piaci ár felé közelítve vehetne igénybe mentori szolgáltatást az iskolájától (legyen az középiskola vagy felsőoktatási intézmény). Ez a fajta mentori szolgáltatás a 40 éves kora előtt a vállalkozási kurzusra visszaülő egykori hallgatókra is kiterjedne.

6. ÖSSZEGZÉS

Disszertációm megírása során fő célom az volt, hogy megvizsgáljam milyen tényezők befolyásolják a fiatalok vállalkozóvá válási hajlandóságát. A vonatkozó publikációk feldolgozása során megszerzett tapasztalatok alapján kutatásom fókuszába a hazai és nemzetközi szakirodalomban is kevés figyelmet kapott célcsoport: a felsőfokú végzettséggel rendelkező és nem feltétlenül rendelkező, jellemzően hangya vállalkozásokat létrehozó fiatalok vállalkozásindítására ható tényezők vizsgálatát állítottam.

A szakirodalom áttekintése során tapasztaltam, hogy a vállalkozói aktivitás mérése és a fiatalok vállalkozóvá válásának kutatása nem egyszerű feladat, hiszen számos mintavételi és kutatómódszertani kérdést vet fel. A témát kutató szakemberek és szervezetek által megalkotott indexek és rendszeres felmérések értékes információkkal szolgálnak, ugyanakkor számos kritika is éri őket, amelyek ellenére hozzájárulásuk a vállalkozói aktivitás kutatásához vitathatatlan.

A vállalkozások jelentős szerepének hangsúlyozása és a fiatalok vállalkozóvá válásának támogatása az Európai Unió kiemelt céljai között szerepel, amely a támogatási programokon túl pozitív hatást gyakorol a téma folyamatos napirenden tartására is. Az Európai Bizottság

[2011] által kezdeményezett felmérésből tudjuk, hogy hazánkban kiemelkedő azok aránya, akiket a vállalkozói lét kockázatosként történő értékelése tart vissza a vállalkozóvá válástól.

A magyar vállalkozástörténet és a nemzetközi összehasonlító vizsgálatok eredményei alapján elmondható, hogy habár az elmúlt évtizedekben számos erőfeszítés történt a hazai vállalkozói aktivitás fokozása érdekében, még bőven akad tennivaló és fejlesztendő terület.

A fiatalok vállalkozóvá válását mind hazai, mind nemzetközi szinten több kutatás vizsgálta. Dolgozatomban összegyűjtöttem a kutatások alapjául használt, illetve eredményeképpen létrejött modelleket, amelyek közül hatásában és jelentőségében a GUESSSS felmérés hátterét adó Ajzen [1991], [2006a] nevéhez köthető tervezett magatartás elmélete emelkedik ki. Dolgozatomban külön fejezet foglalkozik az oktatás vállalkozóvá válásban betöltött szerepével.

A szakirodalomban hangsúlyosan jelenik meg az egyetemek szerepe és jelentősége. Véleményem szerint azonban az egyetemekkel szemben a vállalkozóvá válás ösztönzése terén az elvárások igen magasak, amelyeknek a hagyományos struktúrában a felsőoktatási intézmények nem képesek megfelelni, ezért kiemelt szerep juthat a Budapesti Corvinus Egyetem Kisvállalkozás-fejlesztési Központjának munkatársai által gondozott Spin-Off Klubhoz hasonló kezdeményezéseknek.

Dolgozatomban kimerítően elemeztem a személyiség hatását a vállalkozóvá válásra, hiába a külső környezet támogatása, ha a megcélzott fiatalok nem rendelkeznek a vállalkozói léthez elengedhetetlen kockázatvállalási hajlandósággal, sikervágygal, nyitottsággal és tudással.

Külön fejezetben vizsgáltam mely tényezők gátolják a fiatalok vállalkozóvá válását, amelyek között egyaránt szerepelnek személyhez köthető és szervezeti-környezeti faktorok is. Igen erős a nem hatása, a férfiak inkább lesznek vállalkozók, mint a nők. A pénzügyi erőforrások hiánya szintén erős gátló tényező, csakúgy, mint a kedvezőtlennek ítélt gazdasági környezet, a kapcsolati tőke hiánya és a bukástól való félelem. Kutatásom, amelyet a már vállalkozóvá vált fiatalok körében hajtottam végre, számos érdekes eredményt hozott.

A fiatalok vállalkozóvá válására serkentően ható tényezők vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vállalkozással elérhető pénzügyi előnyök szerepe kiemelt a fiatalok vállalkozóvá válásában, a családi vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok esetében pedig egyértelműen kimutatható a családi példa serkentő hatása. Fontos továbbá a belső motiváció és az olyan a vállalkozói léthez kapcsolható értékek, mint a függetlenség, önállóság és szabadság.

Azon fiatalok számára, akik részt vettek vállalkozásindítási, startup versenyen, a vállalkozások nem megfelelő eredményessége erősebb gátló tényezőként jelenik meg, mint

azon fiatalok esetében, aki nem vettek részt ilyen programban. Ennek egy lehetséges magyarázata, hogy azon fiatalok számára, akik elindulnak egy vállalkozásindítási, startup versenyen, fontos, hogy sikeres és jövedelmező vállalkozást építsenek, amely lehetőség hiányát vállalkozói motivációjukat gátló tényezőként ítélik meg.

Az elemzés során számos tényező mentén szignifikáns eltérést tapasztaltam a fiatal férfiak és nők vállalkozásai között. A nők körében gyakoribb a KATA-s egyéni vállalkozóként való működés és kevésbé jellemző, hogy korlátolt felelősségű társaságot alapítottak, mint a férfiak esetében. A nők preferenciáját az egyéni vállalkozói működési formával szemben a tulajdonviszonyok is tükrözik, a nőkre inkább jellemző, hogy 100%-os tulajdonosai vállalkozásuknak, míg a férfiakra inkább jellemző, hogy akár 50% alatti tulajdonrészrel rendelkeznek. A nők és a férfiak közötti további különbség, hogy a nőkre inkább jellemző, hogy önállóan akartak vállalkozást indítani és a terveiket e szerint is valósították meg, míg a férfiakra inkább jellemző, hogy tulajdonostársakkal vágta bele a cégépítésbe. A nők esetében inkább jellemző, hogy vállalkozásukat veszteségesnek, vagy nullszaldóságnak ítélik, amely kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz, a fiatal férfiak által alapított cégekre pedig a kiemelt és a mérsékelt nyereségesség jellemző.

A fiatalok vállalkozásának székhelyére vonatkozó lényeges eredmény, hogy habár a vállalkozásindítást, működtetést támogató programokban való részvételre a vállalkozás székhelyének településtípusa nincs hatással, a vállalkozásindítási, startup versenyek tekintetében a főváros dominanciája tapasztalható. A budapesti székhelyű vállalkozások alapítói nagyobb valószínűséggel vettek részt vállalkozásindítási (startup) versenyeken, mint a megyeszékhelyeken, egyéb városokban és községekben céget létrehozó fiatalok.

Kutatásom eredményei, habár hasznos iránymutatásul szolgálhatnak a téma szakértői, a vállalkozásfejlesztők, a vállalkozói ökoszisztéma szereplői számára, érvényességüket és megbízhatóságukat számos korlátozó tényező befolyásolja. A minta feltehetően torzít a sikeres vállalkozók irányába és az eredmények sokkal inkább tükrözik azon fiatalok véleményét, akik eredményes vállalkozóvá tudtak válni.

Munkám rávilágít, hogy számos érdekes és hasznos információ még feltáratlan a fiatalok vállalkozásindítási motivációival és az őket gátló tényezőkkel kapcsolatban. Tudományos szempontból perspektivikus kutatási iránynak tartom annak vizsgálatát, hogy a feltárt függetlenség, önállóság, szabadság tényezők egyfajta nagyon erős, kiegészítő előnyei a fiatalok vállalkozás indításának, vagy önálló motiváló erővel rendelkeznek. A vizsgálathoz véleményem szerint kvalitatív, mélyinterjú módszertani eszközök illeszkednének leginkább. Feltehetően számos értékes megállapítást eredményeznének a fiatal férfiak és nők

vállalkozásainak összehasonlító vizsgálatai és a vállalkozások földrajzi elhelyezkedése szerinti összevetésének célzott elemzései is.

Doktori kutatásom során igyekeztem hozzátenni a fiatalok vállalkozásindítási hajlandóságára ható serkentő és gátló tényezők kapcsán kibontakozott tudományos diskurzushoz, mindezt olyan gyakorlatias módon, hogy eredményeimet a vállalkozásfejlesztési ökoszisztéma szereplői és a szakpolitika formálói egyaránt hasznosíthassák.

7. FÜGGELÉK

A kérdőív Facebookon történő terjesztésének adatai



X

Célközönség szerkesztése

🔍

Helyek
 További földrajzi helyek megadása

Hungary

Hungary + 25 km
X

🔍

Részletes célzás
 Szerepeljenek benne a következők legalább egyikének n

[Tallózás →](#)

Érdeklődési kör

Small Business Owners
Egyéni vállalkozó
business owner


Magatartások

kisvállalkozás tulajdonosa

Demográfiai adatok

vállalkozó
Tulajdonos, üzletvezető

Speciális célzási funkciók használatához nyisd meg a [Hirdetéskezelőt](#).



Specifikus
Általános

Potenciális elérés: 60 000 ember 📘

A célközönséged meg van határozva.

Kérdőív

Fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezők

1. Kérlek add meg a nemed!

1. Férfi
2. Nő

2. Kérlek add meg a születési éved!

3. Milyen típusú településen élsz?

1. Főváros
2. Megyeszékhely
3. Egyéb város
4. Község

4. Kérlek ad meg, melyik megyében élsz!

1. Budapest (főváros)
2. Bács-Kiskun
3. Baranya

4. Békés
5. Borsod-Abaúj-Zemplén
6. Csongrád
7. Fejér
8. Győr-Moson-Sopron
9. Hajdú-Bihar
10. Heves
11. Jász-Nagykun-Szolnok
12. Komárom-Esztergom
13. Nógrád
14. Pest
15. Somogy
16. Szabolcs-Szatmár-Bereg
17. Tolna
18. Vas
19. Veszprém
20. Zala

5. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

1. Általános iskola
2. Szakiskola / szakmunkásképző iskola
3. Szakgimnázium
4. Gimnázium
5. Főiskolai diploma (BA/BSc)
6. Egyetemi diploma (Ma/MSc)
7. Tudományos fokozat (PhD/DLA)

6. Melyik megállapítás igaz Rád?

1. Nem jelentkeztem egyetemre.
2. Felsőoktatási tanulmányaimat félbehagytam.
3. Felsőoktatási tanulmányaimat végzem BA / BSc szinten.
4. Már megszereztem a diplomámat BA / BSc szinten és nem tanultam tovább.
5. Felsőoktatási tanulmányaimat végzem MA / MSc szinten.
6. Már megszereztem a diplomámat MA / MSc szinten.

7. Melyik területen szerzel éppen vagy már szereztél képzettséget?

1. Művészet / Humán területek (pl.: kulturális tanulmányok, történelem, nyelvészet, idegennyelvek, filozófia, vallás)
2. Üzleti / menedzsment szak
3. Számítástechnika / Informatika
4. Közgazdaságtan
5. Mérnöki területek
6. Egészségügy (orvos, ápoló, gyógytornász, dietetikus, stb...)
7. Jog
8. Matematika
9. Természettudományok

10. Művészettudományok (pl.: művészet, design, színművészet, zene)
11. Társadalomtudományok (pl.: pszichológia, politika, oktatás)
12. Egyéb

8. Kérlek sorold fel, milyen képesítésekkel, végzettségekkel rendelkezel! Térj ki a formális képzettségekre, végzettségekre, mint az OKJ bizonyítvány, diploma, tanúsítvány, nyelvvizsga és a nem formális oktatásban szerzett képességekre, amelyeket különféle tanfolyamokon szereztél!

9. A szüleid vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vállalkozóként.)

1. Egyikük sem
2. Igen, édesapám.
3. Igen, édesanyám.
4. Igen, mindkét szülőm.

10. Hány éves korodban kezdtél vállalkozni?

11. Mi motivált a vállalkozásindításra? (Több választ is felsorolhatsz!)

12. Kérlek jelöld 1-7-ig terjedő skálán, mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal! (1 – egyáltalán nem értek egyet vele, 7 - teljesen egyetértek vele)

1. A vállalkozóvá válás több előnyt jelentett számomra, mint hátrányt.
2. Vállalkozónak lenni nagy megelégedettséget jelent számomra.
3. A vállalkozói életformámat a közeli családom támogatja.
4. A vállalkozói életformámat a barátaim támogatják.
5. A vállalkozói életformámat a diáktársaim / munkatársaim támogatják.
6. A vállalkozás elindítása és működtetése egyszerű számomra.
7. Sikeres vállalkozónak tartom magam.
8. A jövőben is vállalkozóként képzelem az életem.
9. Úgy vélem jelenlegi vállalkozásom dinamikus jövőbeli növekedésre képes.
10. Töreksem a vállalkozásomban rejlő maximális növekedési potenciál kiaknázására.
11. Úgy vélem jelenlegi vállalkozásom a jövőben alkalmas lesz az életvitelem fedezéséhez szükséges jövedelem megtermeléséhez és nem tervezem a cég további jelentős növelését.
12. Vállalkozásom nehéz helyzetben van, előfordulhat, hogy megszüntetem.

13. Van-e olyan ember, aki példaképként szolgál a vállalkozó karrieredben?

1. Nincs
2. Van

Ha van, ki Ő? Személyesen ismered? Miben példakép? (Több választ is felsorolhatsz!)

14. Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alábbiak mennyire hatottak serkentően a vállalkozóvá válásodra! (1- egyáltalán nem hatott, 7- nagyon serkentően hatott)

1. Anyagi függetlenség
2. Hozzájárulás a közösség jólétéhez
3. Üzleti lehetőség kiaknázása
4. Munka és család összeegyeztetése
5. Családi hagyomány
6. Példakép adta inspiráció
7. Tanulmányok során szerzett inspiráció
8. Társadalmi elismerés
9. Fejlődés
10. Kihívások keresése
11. Bizonyítási vágy
12. Függetlenség utáni vágy
13. Saját főnököm legyek
14. Önmegvalósítás
15. Tanultak gyakorlati alkalmazása
16. Nagyobb döntési autonómia
17. Kedvező gazdasági környezet
18. Üzleti ötlet megvalósítása
19. Tapasztalatszerzés
20. Magasabb presztízs, társadalmi státusz
21. Magasabb jövedelem
22. Potenciális nyereség
23. Családi vállalkozás folytatása
24. Családi, baráti motiváció

15. Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alábbiak mennyire hatottak gátlóan a vállalkozóvá válásodra! (1- egyáltalán nem hatott gátlóan, 7- nagyon gátlóan hatott)

1. Hiányzó üzleti tudás
2. Konkrét üzleti ötlet hiánya
3. Hiányzó kezdő tőke
4. Elégtelen gyakorlati tapasztalatok
5. Általános érdeklődés hiány
6. Alapítótárs / csapat hiánya
7. Üzleti kapcsolatrendszer hiánya
8. Piacismeret hiánya
9. Üzleti transzparencia hiánya
10. Családtagok rosszallása
11. Magas pénzügyi kockázat
12. Alacsony jövedelem
13. Túl sok munka, túl kevés pénzért
14. Túl sok munka, túl kevés szabadidő
15. Kedvezőtlen üzleti környezet
16. Bukás kockázata
17. Hiányzó társadalmi elismerés

18. Családi vállalkozással kapcsolatos negatív tapasztalat
19. Elégtelen finanszírozás
20. Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya
21. Kudarctól való félem
22. Hiányzó képességek
23. Családi problémák
24. Példaképek hiánya
25. Előítéletek
26. Jogi és szabályozási problémák
27. Kapcsolatok hiánya

16. Megítélésed szerint melyik az a 3 tulajdonságod, amik segítettek vállalkozóvá válni?

17. Megítélésed szerint melyik az a 3 tulajdonságod, amik hátráltattak a vállalkozóvá válásban?

18. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) versenyen?

1. Nem
 2. Igen
- éspedig (ha több versenyen is, akkor kérjük sorold fel őket):

19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóvá válásának támogatása program, Demola mentorálás, Design Terminál akcelerátor program, stb.)

1. Nem
 2. Igen
- éspedig (ha több programban, akkor kérjük sorold fel őket):

20. Vettél részt valaha vállalkozási ismereteket oktató kurzuson, programban, tréningen?

1. Igen
2. Nem

21. Ha vettél részt vállalkozási ismereteket oktató kurzuson, programban, tréningen, kérlek 1-7-ig terjedő skálán (1 – egyáltalán nem, 7-nagyon) értékeld, hogy a vállalkozói ismeretek átadását szolgáló kurzusok, programok, tréningek...

1. segítettek megérteni a vállalkozók attitűdjét, az általuk képviselt értékeket, motivációjukat.
2. segítettek megismerni a vállalkozás indítás lépéseit.
3. növelték a vállalkozás indításhoz szükséges praktikus menedzsment ismereteimet.
4. segítettek kapcsolatépítési képességeim fejlesztésében.
5. segítettek az üzleti lehetőségek azonosításában.

22. Milyen működési formában végzed vállalkozói tevékenységedet?

1. Egyéni vállalkozó KATA-s adózással
2. Egyéni vállalkozó, egyéb adózással
3. Mezőgazdasági őstermelő
4. Bt
5. Kft
6. KKT
7. ZRt
8. NyRt
9. Egyéb:

23. Mi a vállalkozásod ágazati besorolása?

1. Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat
2. Bányászat, kőfejtés
3. Feldolgozóipar
4. Villamosenergia-, gáz, gőzellátás, légkondicionálás
5. Vízellátás, szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmentesítés
6. Építőipar
7. Kereskedelem, gépjárműjavítás
8. Szállítás, raktározás
9. Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás
10. Információ, kommunikáció
11. Ingatlanügyek
12. Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység
13. Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység
14. Oktatás
15. Humán-egészségügyi, szociális ellátás
16. Művészet, szórakozás, szabadidő
17. Egyéb szolgáltatás

24. Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozásodban?

1. 0%
2. 1-49%
3. 50%
4. 51-99%
5. 100%

25. Vállalkozásodat önállóan, vagy tulajdonostársakkal indítottad?

1. Önállóan akartam és egyedül is indítottam.
2. A vállalkozást tulajdonostársakkal terveztem indítani, de nem találtam megfelelőt, így egyedül indítottam.
3. 1 tulajdonostárssal indítottam
4. 2 tulajdonostárssal indítottam
5. 3 tulajdonostárssal indítottam

6. 4 vagy több tulajdonostárssal indítottam

26. A vállalkozásod hány főt foglalkoztat?

27. Mennyi volt a vállalkozásod 2019 évi árbevétele millió Ft-ban?

28. Mennyi volt a vállalkozásod 2020 évi árbevétele millió Ft-ban?

29. Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti korlátozásoktól?

1. A vállalkozásom kiemelkedően nyereséges.
2. A vállalkozásom mérsékelten nyereséges.
3. A vállalkozásom kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz.
4. A vállalkozásom veszteséges.

30. Mit gondolsz, 5 év múlva hol fogsz dolgozni?

1. Jelenlegi vállalkozásomban.
2. Egy következő vállalkozásomban.
3. A családom vállalkozásában.
4. Egy általam megvásárolt / átvett vállalkozásban.
5. Alkalmazottként egy kisvállalkozásban (1-49 főt foglalkoztató cég)
6. Alkalmazottként egy közép vállalkozásban (50-249 főt foglalkoztató cég)
7. Alkalmazottként egy nagyvállalkozásban (több, mint 250 főt foglalkoztató cég)
8. Közalkalmazott leszek.
9. Egyéb

31. Volt-e az eddigi életedben olyan szervezet, klub, közösség, könyv, média, blog, stb..., ami jelentős hatással volt arra, hogy kedvet kapj a vállalkozóvá válásra? Ha igen, kérlek írd le a nevét és pár szóban azt, hogy mi által hatott rád! (Több választ is felsorolhatsz!)

32. Volt-e az eddigi életedben olyan szervezet, klub, közösség, könyv, média, blog, stb..., amiből hasznos vállalkozói tudást szereztél? Ha igen, kérlek írd le a nevét és pár szóban azt, hogy mit tanultál általa! (Több választ is felsorolhatsz!)

A fiatalok vállalkozóvá válását serkentő tényezőkre vonatkozó főkomponens elemzés korrelációs mátrixa:

Correlation Matrix ^a											
		Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Anyagi függetle...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Családi hagyo...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Fejl...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Kihívás ok ker...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Bizonyítási...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Magasabb jöved ...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Potenciális nyer ...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Családi vállalkozás foly...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Családi, baráti moti ...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Üzleti lehetőség kiak...
Correlation	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Anyagi függetle...	1,000	0,076	0,159	0,143	0,181	0,575	0,458	0,091	0,023	0,377
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Családi hagyo...	0,076	1,000	0,099	0,188	0,204	0,135	0,104	0,632	0,433	0,141
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Fejl...	0,159	0,099	1,000	0,655	0,457	0,199	0,255	-0,026	0,049	0,345
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Kihívás ok ker...	0,143	0,188	0,655	1,000	0,586	0,146	0,275	0,014	0,091	0,355
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Bizonyítási...	0,181	0,204	0,457	0,586	1,000	0,212	0,275	0,120	0,087	0,218
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d, hogy az alá... - Magasabb jöved ...	0,575	0,135	0,199	0,146	0,212	1,000	0,275	0,120	0,087	0,218

	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Magasa bb jöved...	0,575	0,135	0,199	0,146	0,212	1,000	0,728	0,142	0,023	0,366
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Potenci ális nyer...	0,458	0,104	0,255	0,275	0,275	0,728	1,000	0,123	0,029	0,456
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Családi vállalko zás foly...	0,091	0,632	-0,026	0,014	0,120	0,142	0,123	1,000	0,411	0,082
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Családi, baráti moti...	0,023	0,433	0,049	0,091	0,087	0,023	0,029	0,411	1,000	0,053
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Üzleti lehetősé g kiak...	0,377	0,141	0,345	0,355	0,218	0,366	0,456	0,082	0,053	1,000
Sig. (1- tailed)	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel d , hogy az alá... - Anyagi függetle ...		0,119	0,007	0,013	0,002	0,000	0,000	0,079	0,362	0,000

Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Családi hagyo ...	0,119		0,061	0,002	0,001	0,018	0,052	0,000	0,000	0,014
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Fejl...	0,007	0,061		0,000	0,000	0,001	0,000	0,341	0,223	0,000
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Kihívás ok ker...	0,013	0,002	0,000		0,000	0,011	0,000	0,414	0,079	0,000
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Bizonyí tási...	0,002	0,001	0,000	0,000		0,000	0,000	0,031	0,087	0,000
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Magasa bb jöved...	0,000	0,018	0,001	0,011	0,000		0,000	0,013	0,360	0,000
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Potenci ális nyer...	0,000	0,052	0,000	0,000	0,000	0,000		0,028	0,325	0,000
Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel , hogy az alá... - Családi vállalko zás foly...	0,079	0,000	0,341	0,414	0,031	0,013	0,028		0,000	0,102

	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékelj , hogy az alá... - Családi, baráti moti...	0,362	0,000	0,223	0,079	0,087	0,360	0,325	0,000		0,205
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékelj , hogy az alá... - Üzleti lehetősé g kiak...	0,000	0,014	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,102	0,205	
a. Determinant = ,029											

Családi vállalkozói háttér és a fiatalok vállalkozóvá válását serkentő tényezők főkomponens szórójai

Report				
A szüleik vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vá...)		Pénzügyi előnyök	Családi értékek	Belső motiváció
Egyikük sem	Mean	-0,1016890	-0,3814233	-0,0352877
	N	136	136	136
	Std. Deviation	1,02014991	0,81963077	1,05421628
Igen, édesapám.	Mean	0,1629018	0,4860440	-0,1443882
	N	56	56	56
	Std. Deviation	0,94690323	0,97399294	0,94571894
Igen, édesanyám.	Mean	-0,2998153	-0,0425677	0,3687441
	N	15	15	15
	Std. Deviation	1,14604563	1,02473086	1,09288835
Igen, mindkét szülőm.	Mean	0,2556786	0,7026004	0,2042696
	N	36	36	36
	Std. Deviation	0,88169148	0,98003843	0,77778845
Total	Mean	0,0000000	0,0000000	0,0000000
	N	243	243	243
	Std. Deviation	1,00000000	1,00000000	1,00000000

ANOVA Table ^a							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pénzügyi előnyök * A szüleik vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vá...	Between Groups	(Combined)	6,594	3	2,198	2,232	0,085
	Within Groups		235,406	239	0,985		
	Total		242,000	242			
Csaladi értékek * A szüleik vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vá...	Between Groups	(Combined)	50,814	3	16,938	21,174	0,000
	Within Groups		191,186	239	0,800		
	Total		242,000	242			
Belső motiváció * A szüleik vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vá...	Between Groups	(Combined)	4,879	3	1,626	1,639	0,181
	Within Groups		237,121	239	0,992		
	Total		242,000	242			
a. The grouping variable A szüleik vállalkozók? (Akár társas vállalkozás tulajdonosaiként, akár egyéni vá... is a string, so the test for linearity cannot be computed.							

A fiatalok vállalkozóvá válására gátló módon ható tényezőkre vonatkozó főkomponens elemzés korrelációs mátrixa:

Correlation Matrix ^a										
		Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Üzleti kapcsolatrendszer hi...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Alacsony jöved...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés p...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés szá...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mento...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Családi probl...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Példaképek h...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Előít...	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Kapcsolatok hi...
Correlation	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Üzleti kapcsolatrendszer hi...	1,000	0,375	0,303	0,250	0,553	0,190	0,370	0,313	0,797
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Alacsony jöved...	0,375	1,000	0,676	0,505	0,417	0,398	0,330	0,343	0,376
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés p...	0,303	0,676	1,000	0,711	0,336	0,398	0,324	0,358	0,328
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés szá...	0,250	0,505	0,711	1,000	0,330	0,416	0,282	0,266	0,217
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékeld, hogy az alá... - Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mento...	0,553	0,417	0,336	0,330	1,000	0,254	0,413	0,312	0,582

	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Családi probl...	0,190	0,398	0,398	0,416	0,254	1,000	0,507	0,430	0,200
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Példaképek h...	0,370	0,330	0,324	0,282	0,413	0,507	1,000	0,558	0,416
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Előít...	0,313	0,343	0,358	0,266	0,312	0,430	0,558	1,000	0,408
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Kapcsolatok hi...	0,797	0,376	0,328	0,217	0,582	0,200	0,416	0,408	1,000
Sig. (1-tailed)	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Üzleti kapcsolatrendszer hi...		0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Alacsony jöved...	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés p...	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alá... - Túl sok munka, túl kevés sza...	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alábbi - Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mento...	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alábbi - Családi probl...	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,001
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alábbi - Példaképek h...	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alábbi - Előít...	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	Kérlek 1-7-ig terjedő skálán értékel, hogy az alábbi - Kapcsolatok hi...	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	
a. Determinant = ,014										

Vállalkozásindítási, startup versenyen résztvevő és nem résztvevő fiatalok vállalkozási motivációjára ható gátló tényezők, a főkomponens-szókórok átlagainak összehasonlítása

Report				
Rész vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...		Kapcsolatok hiánya	Vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők	Külső körülményekhez köthető gátló tényezők
Igen	Mean	0,0466900	0,2880001	0,0280637
	N	39	39	39
	Std. Deviation	1,15069021	0,84218251	1,01992018
Nem	Mean	-0,0089260	-0,0550588	-0,0053651
	N	204	204	204
	Std. Deviation	0,97147338	1,01998370	0,99860593
Total	Mean	0,0000000	0,0000000	0,0000000
	N	243	243	243
	Std. Deviation	1,00000000	1,00000000	1,00000000

ANOVA Table ^a							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kapcsolatok hiánya * Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	Between Groups	(Combined)	0,101	1	0,101	0,101	0,751
	Within Groups		241,899	241	1,004		
	Total		242,000	242			
Vállalkozáshoz köthető gátló tényezők * Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	Between Groups	(Combined)	3,853	1	3,853	3,899	0,049
	Within Groups		238,147	241	0,988		
	Total		242,000	242			
Külső körülményekhez köthető gátló tényezők * Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	Between Groups	(Combined)	0,037	1	0,037	0,036	0,849
	Within Groups		241,963	241	1,004		
	Total		242,000	242			
a. The grouping variable Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ... is a string, so the test for linearity cannot be computed.							

A vállalkozás eredményessége és a vállalkozásindításra gátló módon ható főkomponensek kapcsolata

Report				
Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...		Kapcsolatok hiánya	Vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők	Külső körülményekhez köthető gátló tényezők
A vállalkozásom kiemelkedően nyereséges.	Mean	-0,1489723	0,0501086	0,0004123
	N	41	41	41
	Std. Deviation	0,88547688	0,99404038	0,99253948
A vállalkozásom mérsékelt nyereséges.	Mean	-0,1064515	-0,0453928	-0,0259863
	N	135	135	135
	Std. Deviation	0,93952099	0,88490401	0,91288320
A vállalkozásom kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz.	Mean	0,3245764	0,0293909	0,1556312
	N	46	46	46
	Std. Deviation	1,22951303	1,17703766	1,18131332
A vállalkozásom veszteséges.	Mean	0,2642054	0,1295998	-0,1746566
	N	21	21	21
	Std. Deviation	0,88252950	1,31203282	1,14632999
Total	Mean	0,0000000	0,0000000	0,0000000
	N	243	243	243
	Std. Deviation	1,00000000	1,00000000	1,00000000

ANOVA Table ^a							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kapcsolatok hiánya * Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...	Between Groups	(Combined)	8,752	3	2,917	2,989	0,032
	Within Groups		233,248	239	0,976		
	Total		242,000	242			
Vállalkozáshoz köthető gátló tényezők * Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...	Between Groups	(Combined)	0,774	3	0,258	0,255	0,857
	Within Groups		241,226	239	1,009		
	Total		242,000	242			
Külső körülményekhez köthető gátló tényezők * Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod	Between Groups	(Combined)	1,846	3	0,615	0,612	0,608
	Within Groups		240,154	239	1,005		
	Total		242,000	242			

eredményessé gét, ha eltekintünk a járvány miatti k...						
a. The grouping variable Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k... is a string, so the test for linearity cannot be computed.						

Keresztábra elemzés - A vállalkozás működési formájának megoszlása nők és férfiak között

Kérlek add meg a ne... * Milyen működési formában végzed vállalkozói tevék... Crosstabulation									
			Milyen működési formában végzed vállalkozói tevék...						Total
			Egyéb	Egyéni vállalkozó KATA-s adózással	Egyéni vállalkozó, egyéb adózással	Bt	Kft	ZRt	
Kérlek add meg a ne...	Férfi	Count	9	50	11	6	63	4	143
		Expected Count	7,7	65,9	11,2	7,7	48,3	2,4	143,0
		% within Kérlek add meg a ne...	6,3%	35,0%	7,7%	4,2%	44,1%	2,8%	100,0%
		% within Milyen működési formában végzed vállalkozói tevék...	69,2%	44,6%	57,9%	46,2%	76,8%	100,0%	58,8%
		% of Total	3,7%	20,6%	4,5%	2,5%	25,9%	1,6%	58,8%
	Nő	Count	4	62	8	7	19	0	100
		Expected Count	5,3	46,1	7,8	5,3	33,7	1,6	100,0
		% within Kérlek add meg a ne...	4,0%	62,0%	8,0%	7,0%	19,0%	0,0%	100,0%
		% within Milyen működési formában végzed vállalkozói tevék...	30,8%	55,4%	42,1%	53,8%	23,2%	0,0%	41,2%
		% of Total	1,6%	25,5%	3,3%	2,9%	7,8%	0,0%	41,2%
Total		Count	13	112	19	13	82	4	243
		Expected Count	13,0	112,0	19,0	13,0	82,0	4,0	243,0
		% within Kérlek add meg a ne...	5,3%	46,1%	7,8%	5,3%	33,7%	1,6%	100,0%

	% within Milyen működési formában végzed vállalkozói tevék...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	5,3%	46,1%	7,8%	5,3%	33,7%	1,6%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,528 ^a	5	0,000
Likelihood Ratio	26,608	5	0,000
N of Valid Cases	243		
a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,65.			

Symmetric Measures					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,318			0,000
	Cramer's V	0,318			0,000
	Contingency Coefficient	0,303			0,000
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-0,234	0,056	-4,152	0,000
	Kendall's tau-c	-0,265	0,064	-4,152	0,000
	Gamma	-0,397	0,090	-4,152	0,000
N of Valid Cases		243			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Keresztábra elemzés - Tulajdonrész szerinti megoszlás nők és férfiak között

Kérlek add meg a ne... * Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozás... Crosstabulation								
			Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozás...					Total
			0%	1-49%	50%	51-99%	100%	
Kérlek add meg a ne...	Férfi	Count	0	24	11	17	91	143
		Expected Count	1,2	15,9	12,9	14,1	98,9	143,0
		% within Kérlek add meg a ne...	0,0%	16,8%	7,7%	11,9%	63,6%	100,0%
		% within Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozás...	0,0%	88,9%	50,0%	70,8%	54,2%	58,8%
		% of Total	0,0%	9,9%	4,5%	7,0%	37,4%	58,8%
	Nő	Count	2	3	11	7	77	100
		Expected Count	0,8	11,1	9,1	9,9	69,1	100,0
		% within Kérlek add meg a ne...	2,0%	3,0%	11,0%	7,0%	77,0%	100,0%
		% within Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozás...	100,0%	11,1%	50,0%	29,2%	45,8%	41,2%
		% of Total	0,8%	1,2%	4,5%	2,9%	31,7%	41,2%
Total		Count	2	27	22	24	168	243
		Expected Count	2,0	27,0	22,0	24,0	168,0	243,0
		% within Kérlek add meg a ne...	0,8%	11,1%	9,1%	9,9%	69,1%	100,0%
		% within Milyen tulajdonrésszel rendelkezel a vállalkozás...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	0,8%	11,1%	9,1%	9,9%	69,1%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,577 ^a	4	0,002
Likelihood Ratio	19,181	4	0,001
N of Valid Cases	243		
a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,82.			

Symmetric Measures					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,261			0,002
	Cramer's V	0,261			0,002
	Contingency Coefficient	0,253			0,002
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	0,142	0,058	2,427	0,015
	Kendall's tau-c	0,139	0,057	2,427	0,015
	Gamma	0,293	0,120	2,427	0,015
N of Valid Cases		243			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Keresztábra elemzés - A tulajdonostársak szerinti megoszlás nők és férfiak között

Kérlek add meg a ne... * Vállalkozásodat önállóan, vagy tulajdonostársakkal in... Crosstabulation									
			Vállalkozásodat önállóan, vagy tulajdonostársakkal in...						Total
			Önállóan akartam és egyedül is indítottam.	A vállalkozást tulajdonostársakkal terveztem indítani, de nem találtam megfelelőt, így egyedül indítottam.	1 tulajdonostárssal indítottam	2 tulajdonostárssal indítottam	3 tulajdonostárssal indítottam	4 vagy több tulajdonostárssal indítottam	
Kérlek add meg a ne...	Férfi	Count	77	4	37	14	6	5	143
		Expected Count	87,7	4,1	34,1	9,4	3,5	4,1	143,0
		% within Kérlek add meg a ne...	53,8%	2,8%	25,9%	9,8%	4,2%	3,5%	100,0%
		% within Vállalkozásodat önállóan, vagy tulajdonostársakkal in...	51,7%	57,1%	63,8%	87,5%	100,0%	71,4%	58,8%
		% of Total	31,7%	1,6%	15,2%	5,8%	2,5%	2,1%	58,8%
	Nő	Count	72	3	21	2	0	2	100
		Expected Count	61,3	2,9	23,9	6,6	2,5	2,9	100,0
		% within Kérlek add meg a ne...	72,0%	3,0%	21,0%	2,0%	0,0%	2,0%	100,0%
		% within Vállalkozásodat önállóan, vagy tulajdonostársakkal in...	48,3%	42,9%	36,2%	12,5%	0,0%	28,6%	41,2%
		% of Total	29,6%	1,2%	8,6%	0,8%	0,0%	0,8%	41,2%
Total		Count	149	7	58	16	6	7	243
		Expected Count	149,0	7,0	58,0	16,0	6,0	7,0	243,0

	% within Kérlek add meg a ne...	61,3%	2,9%	23,9%	6,6%	2,5%	2,9%	100,0%
	% within Vállalkozásod at önállóan, vagy tulajdonostársakkal in...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	61,3%	2,9%	23,9%	6,6%	2,5%	2,9%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,834 ^a	5	0,017
Likelihood Ratio	16,904	5	0,005
N of Valid Cases	243		
a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,47.			

Symmetric Measures					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,239			0,017
	Cramer's V	0,239			0,017
	Contingency Coefficient	0,232			0,017
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-0,198	0,056	-3,462	0,001
	Kendall's tau-c	-0,206	0,060	-3,462	0,001
	Gamma	-0,384	0,106	-3,462	0,001
N of Valid Cases		243			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Keresztábra elemzés - Nők és férfiak megítélése a vállalkozásuk nyereségességéről

Kérlek add meg a ne... * Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k... Crosstabulation							
			Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...				Total
			A vállalkozásom kiemelkedően nyereséges.	A vállalkozásom mérsékelten nyereséges.	A vállalkozásom kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz.	A vállalkozásom veszteséges.	
Kérlek add meg a ne...	Férfi	Count	33	78	22	10	143
		Expected Count	24,1	79,4	27,1	12,4	143,0
		% within Kérlek add meg a ne...	23,1%	54,5%	15,4%	7,0%	100,0%
		% within Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...	80,5%	57,8%	47,8%	47,6%	58,8%
		% of Total	13,6%	32,1%	9,1%	4,1%	58,8%
	Nő	Count	8	57	24	11	100
		Expected Count	16,9	55,6	18,9	8,6	100,0
		% within Kérlek add meg a ne...	8,0%	57,0%	24,0%	11,0%	100,0%

		% within Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...	19,5%	42,2%	52,2%	52,4%	41,2%
		% of Total	3,3%	23,5%	9,9%	4,5%	41,2%
Total	Count		41	135	46	21	243
	Expected Count		41,0	135,0	46,0	21,0	243,0
	% within Kérlek add meg a ne...		16,9%	55,6%	18,9%	8,6%	100,0%
	% within Melyik állítás jellemzi leginkább a vállalkozásod eredményességét, ha eltekintünk a járvány miatti k...		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		16,9%	55,6%	18,9%	8,6%	100,0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,393 ^a	3	0,010
Likelihood Ratio	12,131	3	0,007
N of Valid Cases	243		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,64.			

Symmetric Measures					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,217			0,010
	Cramer's V	0,217			0,010
	Contingency Coefficient	0,212			0,010
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	0,189	0,057	3,302	0,001
	Kendall's tau-c	0,208	0,063	3,302	0,001
	Gamma	0,342	0,099	3,302	0,001
N of Valid Cases		243			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					

Keresztábra elemzés – Vállalkozásindítási (startup) versenyen történő részvétel – településtípus

Milyen típusú települése... * Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ... Crosstabulation					
			Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...		Total
			Igen	Nem	
Milyen típusú települése...	Főváros	Count	28	82	110
		Expected Count	17,7	92,3	110,0
		% within Milyen típusú települése...	25,5%	74,5%	100,0%
		% within Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	71,8%	40,2%	45,3%
		% of Total	11,5%	33,7%	45,3%
	Megyeszékhely	Count	4	35	39
		Expected Count	6,3	32,7	39,0
		% within Milyen típusú települése...	10,3%	89,7%	100,0%
		% within Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	10,3%	17,2%	16,0%
		% of Total	1,6%	14,4%	16,0%
	Egyéb város	Count	3	56	59
		Expected Count	9,5	49,5	59,0
		% within Milyen típusú települése...	5,1%	94,9%	100,0%

		% within Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	7,7%	27,5%	24,3%	
		% of Total	1,2%	23,0%	24,3%	
	Község	Count	4	31	35	
		Expected Count	5,6	29,4	35,0	
		% within Milyen típusú települése...	11,4%	88,6%	100,0%	
		% within Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...	10,3%	15,2%	14,4%	
		% of Total	1,6%	12,8%	14,4%	
	Total		Count	39	204	243
			Expected Count	39,0	204,0	243,0
			% within Milyen típusú települése...	16,0%	84,0%	100,0%
% within Részt vettél bármilyen vállalkozásindítási (startup) ...			100,0%	100,0%	100,0%	
% of Total			16,0%	84,0%	100,0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,012 ^a	3	0,003
Likelihood Ratio	14,889	3	0,002

N of Valid Cases	243		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,62.			

Symmetric Measures					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,240			0,003
	Cramer's V	0,240			0,003
	Contingency Coefficient	0,233			0,003
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	0,195	0,056	3,309	0,001
	Kendall's tau-c	0,168	0,051	3,309	0,001
	Gamma	0,476	0,137	3,309	0,001
N of Valid Cases		243			

Keresztábra elemzés – Vállalkozásindítást, működtetést támogató program – településtípus

Milyen típusú települése... * 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv... Crosstabulation					
			19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...		Total
			Igen	Nem	
Milyen típusú települése...	Főváros	Count	33	77	110
		Expected Count	31,2	78,8	110,0
		% within Milyen típusú települése...	30,0%	70,0%	100,0%
		% within 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...	47,8%	44,3%	45,3%
		% of Total	13,6%	31,7%	45,3%
	Megyeszékhely	Count	11	28	39
		Expected Count	11,1	27,9	39,0
		% within Milyen típusú települése...	28,2%	71,8%	100,0%
		% within 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...	15,9%	16,1%	16,0%

		% of Total	4,5%	11,5%	16,0%	
	Egyéb város	Count	12	47	59	
		Expected Count	16,8	42,2	59,0	
		% within Milyen típusú települése...	20,3%	79,7%	100,0%	
		% within 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...	17,4%	27,0%	24,3%	
		% of Total	4,9%	19,3%	24,3%	
	Község	Count	13	22	35	
		Expected Count	9,9	25,1	35,0	
		% within Milyen típusú települése...	37,1%	62,9%	100,0%	
		% within 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...	18,8%	12,6%	14,4%	
		% of Total	5,3%	9,1%	14,4%	
Total	Count	69	174	243		
	Expected Count	69,0	174,0	243,0		
	% within Milyen típusú települése...	28,4%	71,6%	100,0%		

	% within 19. Részt vettél bármilyen vállalkozásindítást, működtetést támogató programban? (Fiatalok vállalkozóv...	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	28,4%	71,6%	100,0%	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,341 ^a	3	0,342
Likelihood Ratio	3,402	3	0,334
McNemar-Bowker Test			. ^b
N of Valid Cases	243		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,94.			
b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.			

Symmetric Measures ^c					
		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	0,117			0,342
	Cramer's V	0,117			0,342
	Contingency Coefficient	0,116			0,342
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	0,009	0,061	0,148	0,882
	Kendall's tau-c	0,010	0,065	0,148	0,882
	Gamma	0,017	0,115	0,148	0,882

Measure of Agreement	Kappa	0,010	0,028	0,360	0,719
N of Valid Cases		243			
a. Not assuming the null hypothesis.					
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.					
c. Correlation statistics are available for numeric data only.					

8. HIVATKOZÁSJEGYZÉK

1. Ács, J. Z. – Bedőné Károly, J. – Csanaky, A. – Józsa, Gy. – Rappai, G. – Szerb, L. – Varga, A. – Ulbert, J. – Zoltán, Cs. [2004]: Út a vállalkozói társadalom irányába? Vállalkozásindítás és vállalkozó hajlandóság alakulás Magyarországon 2004-ben. Tanulmány. pp. 1-8.
2. Ajzen, I. [1991]: The Theory of Planned Behavior. Organizational. Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50. no. 2. pp. 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t).
3. Ajzen, I. [2006a]: Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire. Brief Description of the Theory of Planned Behavior. Elérhető. <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>. Letöltés dátuma: 2017. május 20.
4. Ajzen, I. [2006b]: Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior. Technical Report. Elérhető: <https://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.intervention.pdf>, Letöltés dátuma: 2017. május 20.
5. Aloulou, W. J. [2016]: Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 23 Issue: 4, pp.1142-1164, <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2016-0028>
6. Arrighetti, A. - Caricati, L. - Landini, F. - Monacelli, N. [2016]: Entrepreneurial intention in the time of crisis: a field study. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 22. Issue: 6, pp.835-859, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0326>
7. Árváné Ványi, G. – Katonáné Kovács, J. – Gál, T. [2017]: A vállalkozásfejlesztés oktatásának vizsgálata a magyar felsőoktatásban. Vezetéstudomány. 48 évf. 6-7. sz. pp. 49-56. DOI <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.06.06>
8. Autio, E. [2005]: Report on High-Expectation Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor, London Business School – Babson College. Elérhető: http://new.gemconsortium.org/assets/uploads/1313506401gem_2005_high_growth_report.pdf. Letöltés dátuma: 2007.07.21.
9. Babbie, E. [2003]: A társadalomtudományi kutatás módszertana. Balassi Kiadó, Budapest.
10. Bajmócy Z. [2004]: Az üzleti inkubáció szerepe a vállalkozásfejlesztésben. Közgazdasági Szemle, LI. évf. /12. pp. 1132-1150.

11. Bajmócy Z. [2004]: Helyi társadalmi környezet a kisvállalkozások inkubációjában. in: Czagány L. – Garai L. (szerk.): A szociális identitás, az információ és a piac. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. Szeged: JATEPress: pp. 229–242.
12. Bandura, A. [1977]: Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, pp. 191—215.
13. Bandura, A. [1982]: Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, pp.122—147.
14. Bandura, A. [1986]: Social foundation of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
15. Barba-Sánchez, V. – Atienza-Sahuquillo, C. [2012]: Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. Publicado en *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.18. no. 2: pp. 132–138.
16. Bauer, P. – Endrész, M. [2018]: Vállalati dinamika és aggregált növekedés Magyarországon. *Hitelintézeti Szemle*, 17. évf. 2. szám, pp. 68-98. DOI: <http://doi.org/10.25201/HSZ.17.2.6898>
17. Baumbach, C.M. – Lawyer, K. (1979): *How to Organize and Operate a Small Business*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J
18. Bazzy, J. D. - Smith, A. R. - Harrison, T [2019]: The impact of abstract thinking on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 25 Issue: 2, pp.323-337. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2018-0128>
19. Békés, G. — Muraközy, B. [2012]: Magyar gazellák. A gyors növekedésű vállalatok jellemzői és kialakulásuk elemzése. *Közgazdasági Szemle*, pp. 233—262.
20. Berde, É. – Scarle, Á. [2004]: A kisvállalkozók iskolai végzettsége és részvételük a felnőttoktatásban. *Statisztikai Szemle*, 82. évf. / 9. szám. pp. 821-829.
21. Bergmann H. [2015]: The formation of opportunity beliefs among university entrepreneurs: an empirical study of research- and nonresearch-driven venture ideas. *Journal of Technology Transfer*, vol. 42. issue 1. pp. 116-140. DOI: 10.1007/s10961-015-9458-z
22. Bergmann, H. – Hundt, C. – Sternberg, R. [2016]: What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics* (forthcoming): pp. 1-36. DOI: 10.1007/s11187-016-9700-6.
23. Bethlendi, A. – Végh, R. [2014]: Közösségi finanszírozás – valós lehetőség-e a hazai kisvállalatok számára? *Hitelintézeti Szemle*, 13. évf. 4. szám. pp. 102-126.

24. Béza, D. – Csákné Filep, J. – Csapó, K. – Csubák, T. K. – Farkas, Sz. – Szerb, L. [2013]: Kisvállalkozások finanszírozása. Perfekt kiadó, Budapest.
25. Birley, S. [1989]: Female Entrepreneurs: Are they Really any Different? *Journal of Small Business Management*, vol. 27. no. 1: pp. 32–37.
26. Bogáth, Á. [2012]: A vállalkozói attitűd szerepe a vállalkozásfejlesztésben. In: Nagy, Imre Zoltán (szerk.): *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században II.* Budapest, Magyarország: Óbudai Egyetem, pp. 201-218.
27. Borsi, B. — Dőry, T. [2015]: A vállalkozóképzés nemzetközi trendjei és a vállalkozói készségek egyetemi fejlesztése. A Széchenyi István Egyetem tudásvállalkozás-fejlesztési programjának tapasztalatai. *Közgazdasági Szemle*, LXII. évf., pp. 835—852.
28. Bosam, N – Ács, J. Z. – Autio, E. – Coduras, A. – Levie, J. [2008]: *Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report*. Tanulmány, pp. 1-68.
29. Bowler, A. (1995): *Entrepreneurship: an introduction*. Nasou, Cape Town
30. Burch, J.G. (1986): *Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, New York
31. Burns, P. – Dewhurst, J. (1993): *Small business and entrepreneurship*. MacMillan Press, London
32. Buzás, N. [2004]: A vállalkozói szellem szerepe a spin-off cégek alapításában. In Czagány L. – Garai L. (szerk.) (2004): *A szociális identitás, az információ és a piac*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei, JATEPress Szeged, pp. 257-266.
33. Bygrave, W. (1997): *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons Inc., New York
34. Campopiano, G. - Minola, T. - Sainaghi, R. [2016]: Students climbing the entrepreneurial ladder: family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 28, Issue: 6, pp. 1-34. ISSN: 0959-6119.
35. Canever, M. D. - Martínez Barral, M. R. - Ribeiro, F. G. [2017]: How does the public and private university environment affect students' entrepreneurial intention? *Education + Training*, Vol. 59. Issue: 6, pp.550-564, <https://doi.org/10.1108/ET-12-2016-0187>
36. Caro González, F. J. - Romero Benabent, H. A. - Sánchez Torné, I. [2017]: The influence of gender on the entrepreneurial intentions of journalism students. *Intangible Capital*, vol. 13, no. 2, pp. 430-478.
37. Casson, M. (1991): *The entrepreneur*. Gregg Revivals, London
38. Chell, E. – Haworth, J. – Brearley, S. (1991): *The Entrepreneurial Personality*. Routledge, London and New York

39. Criaco, G. - Sieger, P. - Wennberg, K. – Chirico, F. – Minola, T. [2017]: Parents' performance in entrepreneurship as a double-edged sword for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics* pp. 1-24, DOI 10.1007/s11187-017-9854-x
40. Cromie, S. [1987]: Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, vol. 8, no. 3: pp. 251–261.
41. Czeglédi, Cs. - Marosné, Kuna Zs. - Kollár, P. - Miskolciné Mikáczó A. - Varga, E. - Zéman, Z. [2016]: A vállalkozói ismeretek oktatásának helyzete a magyar felsőoktatásban. *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat*, 12:1-3 pp. 208-228.
42. Csákné, Filep J. - Szirmai, P. [2006]: A generációváltás kihívásai a magyar KKV szektorban. *Vezetéstudomány*, XXXVII. 6. pp. 16-24.
43. Csákné, Filep J. [2015]: A cégátadás kihívásai és kockázatai a magyar KKV-k egyes típusaiban. In: Solt, Katalin (szerk.) *Alkalmazott tudományok II. fóruma : Konferenciakötet*, Budapest, Magyarország : Budapesti Gazdasági Főiskola pp. 71-88.
44. Csapó, K. – Filep, J. [2007]: Diákvállalkozások a felsőoktatásban – Tapasztalatok a Budapesti Corvinus Egyetmről. *Konferencia kiadvány*, Erdei Ferenc Konferencia Kecskemét, pp. 1-5.
45. Csapó, K. [2007]: Vállalkozásoktatás diákvállalkozásokon keresztül: Tapasztalatok a Budapesti Corvinus Egyetmről. *Vezetéstudomány*, 38. évf. 4. sz. pp. 30-42.
46. Csapó, K. [2008]: Amerikai vállalkozásoktatási példák adaptációjának lehetősége Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 39. évf. 1. sz. pp.43-54.
47. Csapó, K. [2009]: A gyorsan növekvő kis- és középvállalkozások jellemzői és fejlesztési lehetőségei Magyarországon. *Ph.D. értekezés*, Budapesti Corvinus Egyetem, pp. 1-180.
48. Csapó, K. [2010]: Vállalkozásoktatás korszerű hazai kísérletei a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Vállalkozás Innováció*, 4. évf. 1 szám, pp. 33-51.
49. Csité, A. – Luksander, A. – Mike, K. [2012]: Az európai vállalkozó karaktere. *Vezetéstudomány*, 43. évf. Különszám, pp. 4-13.
50. Csonka, L. [2007]: Egyetemek és vállalkozások átalakuló K+F kapcsolata. *Külgazdaság*, 51. évf. 3-5. pp. 39-50.
51. Digitális Jólét Program [2016]: Magyarország Digitális Startup stratégiája. Elérhető: <https://www.kormany.hu/download/d/8c/e0000/Magyarorsz%C3%A1g%20Digit%C3%A1lis%20Startup%20Strat%C3%A9gi%C3%A1ja.pdf>, Letöltés dátuma: 2018. 04.22.

52. Dinis, A. - Paço, A. - Ferreira, J. - Raposo, M. - Ricardo, R. G. [2013]: Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students, *Education + Training*, Vol. 55 Issue: 8/9, pp.763-780, <https://doi.org/10.1108/ET-06-2013-0085>
53. Diószeginé Zentay, É. [2018]: Vállalkozói készségek fejlesztése mérnök hallgatók körében. *International Journal of Engineering and Management Sciences / Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények* 3 / 4 pp. 209-225.
54. Driver, A. – Wood, E. – Segal, N. – Harrington, M. (2001): *Global Entrepreneurship Monitor, South African Executive Report*, Graduate School of Business, Cape Town
55. Dvorský, J. - Petráková, Z. - Zapletalíková, E. - Rózsa, Z. [2019]. Entrepreneurial propensity index of university students. The case study from the Czech Republic, Slovakia and Poland. *Oeconomia Copernicana*, 10(1), 173–192. doi: 10.24136/oc.2019.009
56. Edelman L. - Manolova T. - Shirokova G. - Tsukanova T. [2016]: The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-up Activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), pp. 428-448.
57. Eid, R. - Badewi, A. - Selim, H. - El-Gohary, H. [2019]: Integrating and extending competing intention models to understand the entrepreneurial intention of senior university students. *Education + Training*, Vol. 61 Issue: 2, pp.234-254, <https://doi.org/10.1108/ET-02-2018-0030>
58. Erdős, K. [2018]: Felsőoktatás és innováció: Spin-offok és vállalkozó egyetemek Magyarországon – Vannak vagy nincsenek? *Educatio* 27 /2 pp. 225-236.
59. Erdős, K. [2019]: Egyetemi vállalkozások Magyarországon - újragondolva? *Közgazdasági Szemle*, LXVI. évf. pp. 305—329
60. ERENET [2010]: Az ERENET magyar tagozatának javaslatai egy új kis és középvállalkozás-fejlesztési politika kidolgozásához. *Vállalkozás Innováció*, 4. évf. 1 szám, pp. 11-14.
61. Eurofound [2015]: *Youth Entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*. Publications Office of the European Union, Luxembourg, pp. 1-124. Elérhető: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1507en.pdf, Letöltés dátuma: 2016. augusztus 5.
62. Európai Bizottság [2008]: Vállalkozási ismeretek oktatása a felsőoktatásban, különösen a nem üzleti tanulmányok keretében, Európai Bizottság Vállalkozáspolitikai és Ipari Főigazgatóság, pp. 1-40.

63. Európai Bizottság [2013]: Vállalkozás 2020 cselekvési terv. pp. 1-36. Elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0795&from=EN>,
Letöltés dátuma: 2019. június 11.
64. European Commission [2002]: Final Report of the Expert Group „Best Procedure Project” on Education and Training for Entrepreneurship, Elérhető: https://ec.europa.eu/growth/content/best-procedure-project-education-and-training-entrepreneurship-final-report-expert-group-0_en, Letöltés dátuma: 2019. május 31., pp. 1-58.
65. European Commission [2004]: Final Report of the Expert Group „Education for Entrepreneurship” Elérhető: https://ec.europa.eu/growth/content/best-procedure-project-education-and-training-entrepreneurship-final-report-expert-group-0_en, Letöltés dátuma: 2019. május 31., pp. 1-63.
66. European Commission [2009]: Entrepreneurship in the EU and beyond, Elérhető: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_283_en.pdf, Letöltés dátuma: 2019. március 20., pp. 1-201.
67. European Commission [2011]: Youth on the move. Analytical Report. Elérhető: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_319b_en.pdf. Letöltés dátuma: 2019. június 11.
68. Farkas, Sz. – S. Gubik, A. [2013]: Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozói attitűdkutatásának módszertani sajátossága. Statisztikai Szemle, 91. évf. 10. szám, pp. 993-1012.
69. Farkas, Sz. [2010]: Hallgatói vállalkozások indításának pénzügyi támogatása. Vállalkozás Innováció, 4. évf. 1. szám, pp. 53-63.
70. Fishbein, M., - Ajzen, I. [1975]: Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley. Elérhető: <https://people.umass.edu/~ajzen/f&a1975.html>, Letöltés dátum: 2019. június 14.
71. Frey, M. [1995]: Munkanélküliből lett vállalkozók. Szociológiai Szemle, 1995/1. pp. 87-100.
72. Gál, T – Katonáné Kovács, J. – Árváné Ványi, G. [2017]: Egy innovatív, finn vállalkozói képzés módszertani eszközeinek elemző értékelése és európai térnyerésének bemutatása. Vezetéstudomány XLVIII. 8-9. pp. 78-88. <https://doi.org/10.14267/veztud.2017.09.08>
73. Galvão, A. - Marques, C.S. Peixeira Marques, C. [2018]: Antecedents of entrepreneurial intentions among students in vocational training programmes. Education + Training, Vol. 60 Issue: 7/8, pp.719-734, <https://doi.org/10.1108/ET-03-2017-0034>

74. Gatewood, E.J. – Shaver, K.G. – Gartner, W.B. [1995]: A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, vol. 10, no. 5: p. 371–391.
75. Gelaidan, H. M - Abdullateef, A. O. [2017]: Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24. Issue: 1, pp.54-67, <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
76. Gerber, M. E. [1996]: A vállalkozás mítosza. Bagolyvár Kiadó, Budapest.
77. Gerdes, L.C. (1988): *The developing adult*, 2nd Edition, Butterworths, Durban
78. Gimenez-Jimenez, D. - Edelman, L.F. - Dawson, A. [2020]: Women entrepreneurs' progress in the venturing process: the impact of risk aversion and culture. *Small Bus Econ* (2020). <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00435-8>
79. Goodman, J.P. (1994): What makes an entrepreneur. *INC*, vol. 16, October, 29
80. Gorji, M.B. – Rahimian, P. [2011]: The study of barriers to entrepreneurship in men and women. *Australian Journal of Business and Management Research*, vol. 1, no. 9: pp. 31–36.
81. Greve, A. – Salaff, J. [2003]: Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 28, no. 1: pp. 1–22.
82. Guerrero, M. - Urbano, D. - Fayolle, A. [2016]: Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), pp.105-131.
83. Habeeb, S. - Ahmad, N. [2018]: Entrepreneurial Intention among students -A case study of Jamia Millia Islamia (Central University). *Amity Global Business Review*, 13(1), pp. 74–78.
84. Hahn, D. - Minola, T. - Bosio, G. [2020]: The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Bus Econ* 55, pp. 257–282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
85. Hajós, L. - Czeglédi, Cs. - Marosné Kuna Zs. - Szira, Z. - Varga, E. [2016]: Felsőoktatásban végzettek vállalkozói szellemének és releváns munkaerőpiaci kompetenciáknak megítélése. *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat II.*: 4-6. pp. 263-282.
86. Hatten, T.S. (1997): *Small Business: Entrepreneurship and Beyond*. Prentice-Hall, New Jersey
87. Hébert, R.F. – Link, A.N. [1982]: *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*. New York: Praeger

88. Heidrich, B. - Csákné Filep, J. - Mosolygó-Kiss, Á. [2019]: The war of the worlds?: A passing and taking of succession in Hungarian family businesses . Prosperitas Vol. V. 2018/3. pp. 7-23.
89. Hellriegel, D. – Jackson, S.E. – Slocum, J.W. (1999): Management. 8 Edition, South-Western College, Cincinnati
90. Henley, A. - Contreras, F. - Espinosa, J. C. - Barbosa, D. [2017]: Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 23 Issue: 6. pp.1017-1032, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2017-0031>
91. Hisrich, R. D. – Peters, M- P. [1991]: Vállalkozás. Új vállalkozások indítása, fejlesztése és működtetése. Akadémiai Kiadó, Budapest.
92. Hjelle, L.A. – Ziegler, D.J. (1992): Personality theories: basic assumptions, research and applications. 3rd Edition, McGraw-Hill, Singapore
93. Hofmeister-Tóth, Á, - Kopfer-Rácz, K. – Zoltayné Paprika, Z. [2016]: A magyar vállalkozók személyiségjegyei és azok kapcsolata a vezetői stílussal és piacorientációval. Vezetéstudomány, 47. évf. 7. sz. pp. 41-53.
94. Hofmeister-Tóth, Á. – Kopfer-Rácz, K. – Sas, D. [2015]: A magyar kis- és közepes vállalkozások vezetőinek vállalkozói hajlandósága. Vezetéstudomány. 47. évf. 7. sz. pp. 41-51.
95. Holienka M. - Gál P. - Kovačičová Z. [2017b]: Understanding Student Entrepreneurs: Doers, Procrastinators, Dreamers and Abstainers. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 65(6) pp. 1935–1944.
96. Holienka M., Gál P., Kovačičová Z. [2017a]. Drivers of Student Entrepreneurship in Visegrad Four Countries: GUESSS Evidence. Central European Business Review, vol. 6. no.2. pp. 54-63.
97. Holmquist, C. – Sundin, E. [1990]: What's Special about Highly Educated Women Entrepreneurs? Entrepreneurship and Regional Development, vol. 2. no. 1: pp. 181–193.
98. Horváth, D. D. - Cosovan, A. – Csordás, T. – Horváth, D. – Mitev, A. [2019]: Vállalkozásra fel, gyerekek! - A vállalkozói attitűd fejlesztési lehetőségei gyerekkorban a designkommunikáció módszertanának alkalmazásával In: Kőszegi, Irén Rita (szerk.) III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia "Versenyképesség és innováció" : Versenyképesség és innováció Kecskemét, Magyarország : Neumann János Egyetem, [2019] pp. 415-421. , 7 p.

99. Horvath, E. Zs. [2016]: Assessing Calling as a Predictor of Entrepreneurial Interest. *Society and Economy in Central and Eastern Europe*. Vol. 38. issue 4. DOI: 10.1556/204.2016.38.4.5
100. Imreh-Tóth, M – Bajmócy, Z. – Imreh, Sz. [2013]: Vállalkozó hallgatók – Valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás? *Vezetéstudomány*, 44. évf. 7-8. sz. pp. 51-63.
101. Imreh-Tóth, M. [2014]: Egyetemek vállalkozásoktatásának lehetséges szerepe a vállalkozóvá válás elősegítésében. *Disszertáció, Szegedi Tudományegyetem, Közgazdaságtani Doktori Iskola*, pp. 1-237.
102. Imreh-Tóth, M. [2015]: Az egyetemi vállalkozásoktatás lehetséges szerepe a vállalkozóvá válás elősegítésében. Szeged, Magyarország: JATEPress Kiadó. ISBN: 9789633152560
103. Imreh-Tóth, M. [2015]: Vállalkozásoktatási jó gyakorlatok adaptációs lehetőségei a hazai felsőoktatásban – a Szegedi Tudományegyetem példája. *Vezetéstudomány*. 46. évf. 2. sz. pp. 57-67.
104. Jamieson, I. (1984): Schools and Enterprise. In: Watts, A. G., Moran, P. (eds.): *Education for Enterprise*. CRAC, Ballinger, Cambridge, pp. 19–27.
105. Joensuu, S. - Viljamaa, A. - Varamäki, E. - Tornikoski, E. [2013]: Development of entrepreneurial intention in higher education and the effect of gender – a latent growth curve analysis. *Education + Training*, Vol. 55 Issue: 8/9, pp.781-803, <https://doi.org/10.1108/ET-06-2013-0084>
106. Joensuu-Salo, S. - Varamäki, E. - Viljamaa, A. [2015]: Beyond intentions – what makes a student start a firm? *Education + Training*, Vol. 57 Issue: 8/9, pp.853-873, <https://doi.org/10.1108/ET-11-2014-0142>
107. Johann, T. - Koch, H. - Halter, F. [2008]: Collegiate Entrepreneurship: An International Analysis of Student Nascent Entrepreneurs' Key Barriers. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Special Conference Edition 2008, pp. 36-50.
108. Kállay, L. - Jáki, E. [2019]: The impact of state intervention on the Hungarian venture capital market. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, DOI: 10.1080/1331677X.2019.1629979
109. Kállay, L. [2002]: Paradigmaváltás a kisvállalkozás-fejlesztésben. *Közgazdasági Szemle*, XLIX. évf. július-augusztus, pp. 557-573.
110. Kárpáti-Daróczi, J. – Katona, F. – Michelberger, P. [2019]: Innovatív vállalkozás és/vagy tanulás – egyetemi hallgatók dilemmája In: Kőszegi, Irén Rita (szerk.) III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia III. Gazdálkodás és Menedzsment

- Tudományos Konferencia "Versenyképesség és innováció": Versenyképesség és innováció Kecskemét, Magyarország : Neumann János Egyetem, pp. 240-245, 6 p.
111. Kirkwood, J. [2009]: Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, vol. 24, no. 5: pp. 346–364.
 112. Knatko D. - Shirokova G. - Bogatyreva K. [2015]: Industry choice by young entrepreneurs in different country settings: the role of human and financial capital. Working Paper, Elérhető: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/6426/1/19_WP%202015%20Knatko%20Shirokova%20Bogatyreva.pdf, letöltés dátuma: 2019. június 6.
 113. Koltai, J. – Szalka, É. [2013]: A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 44. évf. 7-8. sz. pp. 71-97.
 114. Komlósi, É. — Szerb, L. - Ács J. Z. - Ortega-Argilés, R. [2014]: A vállalkozási tevékenység regionális különbségei Magyarországon a regionális vállalkozási és fejlődési index alapján. *Közgazdasági Szemle*, LXI. évf., pp. 233—261.
 115. Kreitner, R. – Kinicki, A. (1998): *Organisational behaviour* 4th Edition, Richard D. Irwin, Boston, MA
 116. KSH [2006]: A kis- és középvállalatok és a vállalkozási készség. Tanulmány. Elérhető: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/vallalkozas.pdf> , letöltés dátuma: 2017.09.18. pp. 1-152.
 117. Kuczi, T. [1998]: Vállalkozói kultúra – az életutak finalitása. *Replika*, 29. pp. 157-170.
 118. Kuratko, D.F. – Hodgets, R.M. (2004): *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Sixth edition, SouthWestern, Thomson Learning, Orlando
 119. Kuti, M. – Bedő, Zs. [2016]: Az egyetemi vállalkozói ökoszisztémába ágyazott közösségi finanszírozás. *Vezetéstudomány*, 47. évf. 2. sz. pp. 45-52.
 120. Kuti, M. - Bedő, Zs. [2018]: Az egyetemi központú vállalkozói ökoszisztéma és a közösségi finanszírozás kapcsolata. *Vezetéstudomány*, 49. évf. 2. sz. pp. 45-52. DOI <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.02.05>
 121. Lambris (1995): *Entrepreneurship*. Unpublished Business Management class notes, University of Potchefstroom, Potchefstroom
 122. Lányi, B. [2017]: A startup vállalkozók személyiségjellemzőinek hatása az innovatív piaci jelenlétre - különös tekintettel az egészségügyi és orvosi biotechnológiai ágazatra. *Közép-Európai Közlemények* 10:2 (37) pp. 77-90.
 123. Laspita, S. - Breugst, N. - Heblich, S. - Patzelt, H. [2012]: Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.

124. Lengyel, Gy. – Tóth, I. J. [1993]: A vállalkozói hajlandóság terjedése. Szociológiai Szemle, 1993/1. pp. 35-58.
125. Levent, T.B. – Masurel, E. – Nijkamp, P. [2003]: Diversity in entrepreneurship: ethnic and female roles in urban economic life. International Journal of Social Economics, vol. 30, no. 11: pp. 1131–1161.
126. Lovas, A. – Rába, V. [2013]: Állami szerepvállalás a start-up vállalatok finanszírozásában. Hitelintézeti Szemle 12/5. pp. 353-370.
127. Lukovszki, L. [2011]: Vállalkozói személyiségjegyek – avagy mi teszi a vállalkozót? Vezetéstudomány, 42. évf. 11. sz. pp. 16-30.
128. Lüthje, C. – Franke, N. [2002]: Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, május 9–11., Stockholm
129. Lüthje, C.–Franke, N. [2002]: Fostering Entrepreneurship through University Education and Training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management Stockholm, 2002 május 9–11. Elérhető: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2530&rep=rep1&type=pdf>, Letöltés dátuma: 2018.02.14.
130. Madarász, A. [2014]: Hogyan született a vállalkozó? Fogalomtörténeti töredékek Schumpeter vállalkozóelméletéhez. Külgazdaság, 58. évf. 7-8. pp. 3-29.
131. Madarász, A. [2014]: Hogyan született a vállalkozó? Külgazdasági Szemle, 58. évf. 7-8. szám.
132. Maré, C.F. (1996): A manual for entrepreneurs: the road to a successful career. Bloemfontein, Kagiso
133. Maresch, D. - Harms, R. - Kailer, N. - Wimmer-Wurm, B. [2015]: The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intentions of students in science and engineering versus business studies university programs. Technological Forecasting & Social Change, vol. 104. pp. 172-179.
134. Mariani, M. (1994): The young and the entrepreneurial. Occupational outlook quarterly, vol. 38, p. 2–9.
135. Marx, S. – Reynders, H.J.J. – Van Rooyen, D.C. – Bosch, J.K. (1998): Business Management, 2nd Edition, Van Schaik, Pretoria

136. Matsuno, K. – Mentzer, J.T. – Ozsomer, A. (2002): The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*, Vol. 66, No. 3: pp. 18–32.
137. McClelland, D.C. (1967): *The achieving society*. The Free Press, New York
138. Mihalkovné Szakács, K. [2014]: Vállalkozási ismeretek oktatása vs. vállalkozói kompetenciák fejlesztése, *Vezetéstudomány*. 45. évf. 10. sz. pp. 49-57.
139. Mihalkovné Szakács, K. [2015]: A kompetens vállalkozásoktató pedagógus - A vállalkozásoktatás eredményessége és hatékonysága a felsőoktatásban, *Vezetéstudomány*, 47. évf. 8. sz. pp. 57-66.
140. Minola, T. - Donina, D. - Meoli, M. [2016]: Students climbing the entrepreneurial ladder: does university internationalization pay off? *Small Business Economics*, vol. 47, Issue: 3, pp. 565-587.
141. Moraes, G. H. - Iizuka, E. S. - Pedro, M. [2018]: Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea* vol.22, no.2, pp.226-248. ISSN 1415-6555. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>.
142. Morris M. - Shirokova G. - Tsukanova T. [2017]: Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, Vol. 11. No.1. pp. 65-85.
143. Morris, M.H. et al. [2006]: The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management* vol. 44, no. 2: pp. 221–244.
144. Mueller, S.L. – Thomas, A.S. [2000]: Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 1: pp. 51–75.
145. Munir, H. - Jianfeng, C. - Ramzan, S. [2019]: Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 25 Issue: 3, pp.554-580, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2018-0336>
146. Nabi, G. - Walmsley, A. - Liñán, F. - Akhtar, I. - Neame, C. [2018]: Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43:3, 452-467, DOI: 10.1080/03075079.2016.1177716

147. Naffziger, D.W. – Hornsby, J. S. – Kuratko, D.F. (1994): A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 18, no. 3.
148. Nasip, S. - Amirul, S. R. - Sondoh Jr, S. L. - Tanakinjal, G. H. [2017]: Psychological characteristics and entrepreneurial intention: A study among university students in North Borneo, Malaysia. *Education + Training*, Vol. 59 Issue: 7/8, pp.825-840, <https://doi.org/10.1108/ET-10-2015-0092>
149. Niazkar, F. – Arab-Moghaddam, N. [2011]: Study of Barriersto Women’s Entrepreneurship Development among Iranian Women (Case Entrepreneur Women). *World Academy of Science, Engineering and Technology*, no. 60: pp. 1115–1119.
150. Nieman, G. – Bennet, A. (2002): Business management – a value chain approach. Van Schaik, Pretoria
151. Nieman, G. – Bennet, A. (2002): Business management – a value chain approach. Van Schaik, Pretoria
152. North, E. (1995): *Entrepreneurs: Winners tell it all*. Kagiso, Bloemfontein
153. Nowinski, W. - Haddoud, M. Y. [2019]: The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, Vol. 96. pp. 183-193.
154. Nowiński, W. - Haddoud, M. Y. - Lančarič, D. - Egerová, D. – Czeglédi, Cs. [2019]: The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44:2, pp.361-379, DOI: 10.1080/03075079.2017.1365359
155. Nyock Ilouga, S., Nyock Mouloungni, A.C. - Sahut, J.M. [2014]: Entrepreneurial intention and career choices: the role of volition. *Small Business Economics* 42. pp. 717-728. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9524-6>
156. OECD [2009]: *Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship*. Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, Elérhető: <https://www.oecd.org/cfe/smes/42890085.pdf>, Letöltés dátuma: 2010. május 24.
157. Papanek, G. [2010]: A gyorsan növekvő magyar kis- és középvállalatok a gazdaság motorjai. *Közgazdasági Szemle*, 57. évf. 4. sz. pp. 354–370.
158. Pardo, C. A. [2013]: Is Business Creation the Mean or the End of Entrepreneurship Education? A multiple Case study exploring teaching goals in entrepreneurship education. *Journal of Technology Management and Innovation*, vol.8. No.1. pp. 1–10.
159. Passoni, D. - Glavam, R. B. [2018]: Entrepreneurial intention and the effects of entrepreneurial education: Differences among management, engineering, and accounting

- students. International Journal of Innovation Science, Vol. 10 Issue: 1, pp.92-107, <https://doi.org/10.1108/IJIS-05-2017-0042>
160. Petheő, A. [2013]: Hallgatói vállalkozási tervek vizsgálata a GUESSS 2011-es felmérés alapján. Vezetéstudomány, 44. évf. 7-8. sz. pp. 64-70.
 161. PwC [2019]: European Start-up Survey. Elérhető: <https://www.pwc.com/gx/en/services/entrepreneurial-private-business/small-business-solutions/european-start-up-survey.html>, letöltés dátuma: 2021.05.03.
 162. Reisinger, A. [2013]: Családi vállalkozás folytatásának tervei a felsőoktatási hallgatók körében. Vezetéstudomány, 44. évf. 7-8. sz. pp. 41-50.
 163. Richert, J.–Schiller, R. [1994]: Hochschulabsolventen als existenzgründer. report of the „deutsche ausgleichsbank” for the federal ministry of education and science in germany, Bonn
 164. Rimler, J. [1998]: Kreativitás és vállalkozás. Közgazdasági Szemle, XLV. évf./4. pp. 353-369.
 165. Rimler, J. [1999]: A kreativitásról – vállalkozói vallomások alapján. Közgazdasági Szemle, XLVI. évf. /1. pp. 53-65.
 166. Rippa, O. - Ferruzzi, G. – Holienka, M. - Capaldo, G. & Coduras, A. [2020]: What drives university engineering students to become entrepreneurs? Finding different recipes using a configuration approach, Journal of Small Business Management, DOI:10.1080/00472778.2020.1790291
 167. Róbert, P. [1999]: Kiből lettek vállalkozók? A vállalkozóvá válás meghatározó tényezői Magyarországon a kommunizmus előtt, alatt és után. Közgazdasági Szemle, XLVI. évf./5. pp. 403-427.
 168. Román, Z. [2005]: A vállalkozás oktatása a felsőoktatásban. Vezetéstudomány, 37. évf. 1 sz. pp. 2-9.
 169. Román, Z. [2007]: A vállalkozás a magyar gazdaságban – Nemzetközi tükröben. Közgazdaság, 2007/2. pp. 67-84.
 170. Sajtos L, - Mitev A. [2007]: SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv, Alinea Kiadó, Budapest
 171. S. Gubik, A. - Farkas, Sz. — Kása, R. [2018]: A tervezett magatartás elméletének alkalmazása a vállalkozói hajlandóság alakulásának magyarázatára. Közgazdasági Szemle, LXV. évf., pp. 74—101. doi:10.18414/kszo.2018.1.74
 172. S. Gubik, A. – Farkas, Sz. [2013]: Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. Vezetéstudomány, 44. évf. 7-8. sz. pp. 5-17.

173. S. Gubik, A. – Farkas, Sz. [2016a]: A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. *Vezetéstudomány*, 47. évf. 3. sz. pp. 46-55.
174. S. Gubik, A. - Farkas, Sz. [2016b]: Student Entrepreneurship in Hungary: Selected Results Based on GUESSS Survey. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 123-139, DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040408>
175. S. Gubik, A. (2014): Hungarian Students' Carrier Aspirations. *Marketing and Management of Innovations*, 2014:(2) pp. 196-207.
176. S. Gubik, A. [2013]: A magyar hallgatók vállalkozásindító szándékát befolyásoló tényezők modellje - Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése. *Vezetéstudomány*, 44. évf. 7-8. sz. pp. 18-29.
177. Scharle, Á. [2000]: Önfoglalkoztatás, munkanélküliség és családi kisvállalkozások Magyarországon, *Közgazdasági Szemle*, XLVII. évf./3. pp. 250-274.
178. Scheiner, C. - Laspiata, S. - Brem, A. - Chlosta, S. - Voigt, K. [2008]: Founding Intentions: A Gender Perspective (December 4, 2008). *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Elérhető: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2433960>
179. Schlaegel, C. - Koenig, M. [2014]: Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models, *Entrepreneurship Theory and Practice* Vol. 38. Issue: 2. pp. 291-332. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2012.10945abstract>
180. Schrör, H. [2006]: The Profile of the Successful Entrepreneur Results of the Survey "Factors of Business Success". *Statistics in focus*, 29/2006, Eurostat, Elérhető: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3433488/5443129/Ks-nP-06-029-en.Pdf/22202ac8-b984-4b87-9f727e774e80a1ac>, Letöltés dátuma: 2017.04.12.
181. Schumpeter, J. (1950): *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3rd edition, Harper and Row, New York
182. SEED Alapítvány [2008]: *Vállalkozásoktatás kutatás*. Kézirat, Elérhető: https://seed.hu/files/vallalkozas_oktatas_kutatas_20081211.pdf, Letöltés dátuma: 2019. május 17.
183. Sesen, H. [2013]: Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, Vol. 55 Issue: 7, pp.624-640, <https://doi.org/10.1108/ET-05-2012-0059>
184. Shah, N. - Soomro, B. A. [2017]: Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan. *Education + Training*, Vol. 59. Issue: 7/8, pp.841-855, <https://doi.org/10.1108/ET-11-2016-0168>

185. Shane, S. – Locke, E.A. – Collins, C.J. [2003]: Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 2, pp. 257 - 279.
186. Shane, S. [2009]: Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs Is Bad Public Policy. *Small Business Economics*. 33, 2, pp. 141–149.
187. Shapero, A. [1975]: The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9: pp. 83–133.
188. Shaver, K. G. (2010): The social psychology of entrepreneurial behavior. In Z. J. Acs & D. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research*. New York: Springer.
189. Shirokova G. - Osiyevskyy O. - Bogatyreva K. [2015]: Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal* (2015), pp. 1-14. DOI: 10.1016/j.emj.2015.12.007
190. Sieger P., - Minola T. [2016]: The Family's Financial Support as a Poisoned Gift: A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, forthcoming. Elérhető: https://www.alexandria.unisg.ch/243168/1/Sieger%20&%20Minola_JSBM_2015.pdf, Letöltés dátuma: 2019. június 6.
191. Sieger, P. - Monsen, E. [2015]: Founder, Academic, or Employee? A Nuanced Study of Career Choice Intentions. *Small Business Management*, Vol. 53. Issue S1, pp. 30-57.
192. Sieger, Ph. – Fueglistaller, U. – Zellweger, Th. [2011]: Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG) Elérhető: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_INT_2011_FINAL.pdf, Letöltés dátuma: 2016. 11.08.
193. Silva, N. - Fernández-Robin, C. - Yáñez, D. - Román, G. [2021]: Influence of educational programs oriented toward entrepreneurship on the entrepreneurial intention of university students: the case of Chile", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2020-0146>
194. Siropolis, N.C. (1990): *Small business management: a guide to entrepreneurship*, 4th Edition, Houghton Mifflin, Boston, MA

195. Solesvik, M. Z. - Westhead, P. - Kolvereid, L. - Matlay, H. [2012]: Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19 Issue: 3, pp.441-460, <https://doi.org/10.1108/14626001211250153>
196. Solesvik, M. Z. [2013]: Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education + Training*, Vol. 55 Issue: 3, pp.253-271, <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>
197. Soomro, B. A. - Shah, N. [2015]: Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 28. Issue: 2. pp.304-322, <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2014-0070>
198. Souitaris, V. - Zerbinat, S. - Al-Laham, A. [2007]: Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing* 22 (4) pp.566–91.
199. Sun, H. - Tung Lo, C. - Liang, B. - Belle Wong, Y. L. [2017]: The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision*, Vol. 55 Issue: 7, pp.1371-1393, <https://doi.org/10.1108/MD-06-2016-0392>
200. Sušanj, Z. - Jakopce, A. - Krečar, I. M. [2015]: Verifying the Model of Predicting Entrepreneurial Intention among Students of Business and Non- Business Orientation. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, Vol. 20 Issue 2, pp. 49-69.
201. Székelyi M. – Barna I. [2005]: *Túlélőkészlet az SPSS-hez*. Typotex Kiadó, Budapest.
202. Székelyi, M. – Solymosi, Zs. [1994]: Vállalkozói vagy alkalmazotti mentalitás: mérnökök a nyolcvanas években. *Szociológiai Szemle* 1994/4. pp. 43-60.
203. Szerb, L. – Ács, J. Z. – Varga, A. – Ulbert, J. – Bodor, É. [2004]: Az új vállalkozások hatásai nemzetközi összehasonlításban, *Közgazdasági Szemle*, LI. évf. 07-08. pp. 679-698.
204. Szerb, L. – Ács, Z. J. [2010]: Vállalkozási tevékenység a világban és Magyarországon a Globális Vállalkozói Index (GEI) alapján. *Magyar Tudomány*, 171. évf. 10. szám. pp. 1238-1251. Elérhető: <http://www.matud.iif.hu/2010/10/10.htm>, Letöltés dátuma: 2019. május 15.
205. Szerb, L. – Kocsis-Kisantal, O. [2008]: Vállalkozói kultúra Magyarországon két napilap tükrében. *Közgazdasági Szemle*, LV. évf/3, pp. 243-261.
206. Szerb, L. — Komlósi, É. —Varga, A. [2017]: Gyors növekedésű vállalatok Magyarországon. Az innovatív, a rejtélyes és a virtuális gazellák. *Közgazdasági Szemle*, pp. 476—506. doi:10.18414/ksz.2017.5.476

207. Szerb, L. – Lukovszki, L. [2013]: Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? Vezetéstudomány, 44. évf. 7-8. sz. pp. 30-40.
208. Szerb, L. – Márkus, G. [2006]: A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. Közgazdasági Szemle, LIV. évf./3. pp. 248-273.
209. Szerb, L. - Petheő, A. [2014]: A „Globális Vállalkozói Monitor” kutatás adatfelvételei. Statisztikai Szemle, 92. évf. 1. szám, pp. 5-32.
210. Szerb, L. [2010]: Vállalkozások, vállalkozási elméletek, vállalkozások mérése és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index. Akadémiai Doktori Értekezés, Pécs, pp. 1-226.
211. Szirmai, P. [2002]: Vállalkozásoktatás és helyreállítási periódus. Vezetéstudomány, vol. 33. pp. 12– 20.
212. Szirmai, P. [2008]: Utak és tévutak a vállalkozástámogatásban. Általános Vállalkozási Főiskola, Tudományos Közlemények 19. 2008. április. pp. 9-18.
213. Szomor, T. [1998]: Gazdasági és vállalkozási ismeretek oktatása. Iskolakultúra, 1998/11. pp. 60-72.
214. Timmons, J. A. – Spinelli, S. Jr. (2003): New venture creation– Entrepreneurship for the 21st century, 6th Edition, Irwin McGraw-Hill, Boston, MA
215. Timmons, J. A. (1999): New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. Irwin-McGraw-Hill, Boston, MA
216. Van Vuuren, J.J. (1997): Entrepreneurship education and training: a prospective content model. University of Pretoria, Pretoria
217. Varamäki, E. - Joensuu, S. - Tornikoski, E. - Viljamaa, A. [2015]: The development of entrepreneurial potential among higher education students. Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 22 Issue: 3, pp.563-589, <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2012-0027>
218. Varga, E. - Marosné Kuna Zs. - Miskolciné Mikáczó A. - Kollár, P. - Czeglédi, Cs. [2016]: A hazai felsőfokú képzésben oktatott vállalkozói ismeretek hallgatói megítélése. Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat 12:4-6 pp. 283-301.
219. Vecsenyi, J. – Petheő, A. [2017]: Vállalkozz okosan! – Az ötlettől a piacra lépésig, HVG Könyvek, Budapest
220. Vecsenyi, J. [1999]: Vállalkozási szervezetek és stratégiák. Aula Kiadó, Budapest.
221. Vecsenyi, J. [2002]: A vállalkozástan alapjai. Vezetéstudomány, vol. 22. pp. 2-20.
222. Vecsenyi, J. [2003]: Vállalkozás az ötlettől az újrakezdésig. Aula Kiadó, Budapest.

223. Verheul I. - Rietdijk W. - Block J. - Franken I. - Larsson H. - Thurik R. [2016]: The association between attention-deficit/hyperactivity (ADHD) symptoms and self-employment. *European Journal of Epidemiology*, 31(8), pp. 793-801.
224. Verheul, I. - Block, J. - Burmeister-Lamp, K. - Thurik, R. - Tiemeier, H. - Turturea, R. [2015]: ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Business Economics Journal*, 45(1), pp. 85-101.
225. Viviers, S. - Venter, C. - Solomon, G. [2012]: South African university students' intentions to establish social enterprises. *SAJESBM Volume 5*, article no. 134., (2012) pp. 70-88.
226. Walberg, H.J., Tsai, S.-L. [1983]: 'Matthew' effects in education. *American Educational Research Journal* Vol. 20. No. 3. pp. 359–373.
227. Wickham, P.A. (1998): *Strategic entrepreneurship: a decision-making approach to new venture creation and management*. Pitman, London
228. Wieszt, A. [2015]: *Családterápia szervezetekben Családterápiás konzultáció családi vállalkozások számára*, Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest pp. 1-263.
229. World Bank Group [2019]: *Doing Business 2019. Report*, Elérhető: http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf, Letöltés dátuma: 2019. május 15.
230. Zellweger, T. - Sieger, P. - Halter, F. [2011]: Should I Stay or Should I Go? Career Choice Intentions of Students With Family Business Background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), pp. 521-536.
231. Zimmerer, T.W. – Scarborough, N.M. (1998): *Entrepreneurship and New Venture Creation*. 4th Edition, Harcourt Brace College, Fort Worth
232. Zsigmond, Sz. [2018]: Vállalkozásfejlesztési mentorálási folyamat a karmester szemszögéből, avagy milyen elvárásoknak kell megfelelnie egy mentornak és hogyan tud sikeresen vezetni egy folyamatot? *Vezetéstudomány*, 49. évf. 10-11.sz pp. 17-32. DOI <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.10.02>
233. 24.hu [2007]: Zseniális ötletek, tanulságos kudarcok. Elérhető: https://24.hu/fn/uzleti-tippek/2007/10/11/zsenialis_otletek_tanulsagos_kudarcok/, Letöltés dátuma: 2019. május 31.
234. <http://www.guesssurvey.org/datacollections/>