

HALLGATÓI VÁLLALKOZÁSOK MAGYARORSZÁGON¹

STUDENT ENTREPRENEURSHIP IN HUNGARY

S. GUBIK ANDREA egyetemi docens

Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar

FARKAS SZILVESZTER egyetemi docens

Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar

ABSZTRAKT

A fiatalok vállalkozási tevékenységének ösztönzése a munkanélküliséget csökkentő hatás mellett a fiatalok vállalkozásaira jellemző növekedésorientáció és magasabb hozzáadott érték miatt is kívánatos. Ugyan erős a generációs minta követése, de kutatások támasztják alá, hogy a felsőfokú végzettséggel megszerzett ismeretek és készségek elősegítik a vállalkozásindítást.

Jelen cikk a magyar hallgatók már meglévő vállalkozásait vizsgálta a GUESSS kutatási projekt magyarországi adatbázisára támaszkodva. 658 jelenleg is vállalkozó hallgató motivációit, jövőbeli terveit, valamint vállalkozásaik alapítási körülményeit és teljesítményét elemezve jelentős kettősséget tapasztaltunk. A vállalkozó hallgatók csak kis része felel meg a vállalkozó valós fogalmának. Ők több időt szánnak vállalkozásukra növekedésorientáltabbak, nagyobb teljesítményt érnek el. A vállalkozó hallgatók egy meghatározó része alkalmazotti formákhoz hasonló feltételek között dolgozik, önfoglalkoztató, és csupán ideiglenes megélhetési forrásként, vagy kiegészítésként tekint vállalkozására. Ezek a hallgatók jövőjüket sok esetben alkalmazottként képzelik el. Ugyanakkor ők is szükségszerűen találkoznak a felmerülő feladatokkal, kérdésekkel, döntési helyzetekkel és általában véve ismerkednek a vállalkozói léttel, ami növeli a végzés utáni vállalkozói hajlandóságukat.

ABSTRACT

Stimulation of young people's entrepreneurship is desirable not only because of its effect on reducing unemployment, but also the features of these enterprises as growth orientation and higher added value are really preferable. Following previous generations' solid venture examples is substantial, however research studies confirm that skills and knowledge acquired by higher education degrees also enhance business start-ups.

This paper investigates already running enterprises of Hungarian students based on the (Hungarian) database of the GUESS research project. Evaluation of the motivations, future plans, baseline funding circumstances and the performance of 658 student entrepreneurs shows significant duality. Only a smaller part of the student entrepreneurs fulfills the criteria of taking real venture. They are the students spending more times for running business and focusing on growth and higher achievements. However most of the student entrepreneurs are working within forms similar to employment conditions or they are ac-

¹ A kutatást az OTKA 109839 K projekt (A magyar fiatalok vállalkozásindítási elképzelései és ösztönzési lehetőségei) támogatja.

tually self-employed. These students are just searching for temporary financial sources for living or looking at their businesses only as supplementary earning potentials. Typically these students plan their futures under employment conditions. Nevertheless they are also necessarily meeting with occurrent tasks, questions, decision situations, and getting generally acquainted with entrepreneurship resulting higher willingness to running own businesses after finishing their studies.

1. Bevezetés

A vállalkozás (entrepreneurship) komplex fogalom, „egy gondolkodásmód, egy gazdasági tevékenység létrehozásának és fejlesztésének folyamata ötvözve a kockázatvállalást, a kreativitást és/vagy innovációt megfelelő menedzsmenttel, egy új vagy egy meglévő szervezeten belül” (EC 2003). A fiatal vállalkozásokra (youth entrepreneurship) megalkotott definíció ugyanezt a komplexitást igyekszik megragadni: A fiatalok vállalkozása alatt olyan vállalkozói kvalitások gyakorlati alkalmazását érti különböző munkakörnyezetben (akár önfoglalkoztatás, akár kis start-upokon belüli foglalkoztatás keretei között), mint a kezdeményezőképeség, innováció, kreativitás és kockázatvállalás, valamint azon megfelelő készségek használatát adott környezetben és kultúrában, amelyek a sikerhez elengedhetetlenek (Schnurr, Newing 1997, hivatkozva Eurofound 2015).

A fiatal vállalkozó fogalma elválaszthatatlan a vállalkozó általános meghatározásától. A közel két tucat meghatározás közös elemei (például lehetőség-felismerés, kockázatvállalás, elkötelezettség) arra utalnak, hogy csak korosztályi különbséget tehetünk. A fiatalok alatt az ENSZ a 15 és 24 éves életkor közöttieket érti, az Eurostat a 15 és 29 éves korosztályt, a GEM (Global Entrepreneurship Monitor) a 18–34 éveseket. Ugyan az egyetemi-főiskolai csoport csupán speciális részhalmozatot képez a fiatalok csoportjának, munkánk során rájuk koncentrálnak és csak a felsőoktatásban hallgatókra terjesztjük ki a korosztály vizsgálatát. Azokat is vállalkozónak fogjuk tekinteni, akik önfoglalkoztatók, ami egybevégt az európai adatfelvételek során alkalmazott módszertannal.

A felsőoktatásban részt vevő fiatalok vállalkozásának ösztönzése a munkanélküliséget csökkentő hatása mellett számos további előnnyel jár. A GEM kutatása arra a következtetésre jutott, hogy ez a korosztály 1,6-szer magasabb vállalkozói hajlandóságot mutat, mint az idősebb generáció (Schot et al. 2015). A ténylegesen vállalkozást indítók aránya ugyanakkor messze elmarad ettől, ráadásul a korcsoport vállalkozásainak túlélése alacsonyabb, mint az idősebbek által indított vállalkozásoké (OECD 2015). A túlélő vállalatok azonban növekedésorientáltabbak, az Eurostat Factors of Business Success kérdőíves felmérésének eredményei szerint a 30 év alattiak vállalkozásai több mint kétszeres növekedést mutattak a vizsgált 3 éves időszak alatt, míg a 40 év felettiak mindössze 131 százalékos átlagos növekedést értek el (Schrör 2006).

A felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb arányban hozzák létre vállalkozásaikat magasabb hozzáadott értéket előállító ágazatokban (pl. high-tech iparágak), magasabb alaptőkével alapítják meg vállalkozásukat. (Richert, Schiller 1994, hivatkozva: Lüthje, Franke, 2002). Autio (2005) továbbá nagyobb növekedési potenciált talált a jó anyagi körülmények között élő, magasan képzett és egy jó üzleti lehetőség megvalósítása érdekében vállalkozó fiatalok esetén.

Az EU 28-ban 2013-ban a fiatalok 6,5 százaléka volt önfoglalkoztató, ami 2,67 millió főt jelent. Ugyanakkor jelentős eltérések adódnak országonként, Görögország 16 százalékkal a legmagasabb és Luxemburg 3,5 százalékkal a legalacsonyabb aktivitást mutatja

(Eurofound 2015: 12.). Magyarország az önfoglalkoztatás tekintetében az EU 28 átlaga alatt helyezkedik el. Az önfoglalkoztatókra korlátozó kutatások megállapításai egybevágóak a korábban kifejtettekkel: a magasabb iskolázottsági szint és az önfoglalkoztatóvá válás között kapcsolat mutatható ki, a felsőfokú végzettséggel megszerzett ismeretek, készségek elősegítik a vállalkozás indítást (Blackburn 1997; Green 2013). Nagyon erős a generációs minta követése az önfoglalkoztatás választásában, a gyerekek jelentős gyakorisággal követik szüleiket (Mungai, Valemuri 2011). A fiatal generáció idősebbik része, különösen a férfiak nagyobb arányban lesznek önfoglalkoztatók (Dolton, Makepeace 1990).

Miután az aktív vállalkozás küszöbe a vállalkozási hajlandóság, számos modellalkotási kísérlettel találkozhatunk (lásd például Ajzen 1991, Shapero, Sokol 1982, Bandura 1977). Ezek mindegyike a döntés komplexitásának megragadására törekszik. Ugyancsak sok kísérlet történik a vállalkozói attitűdök, aktivitás, adottságok és a vállalkozói aspirációk szerepének megértésére (lásd például GEM 2013, YBI 2011).

A vállalkozásról szóló döntést számos egyéni (személyiségbeli, attitűdbeli) és intézményi tényező határozza meg. Nemcsak abban térnek el az egyes kutatások, hogy mely tényezőket emelnek be a modellbe, hanem abban is, hogy mekkora jelentőséget tulajdonítanak nekik. Az egyéni tulajdonságok közül különösen fontosnak tűnik a kockázat vállalási hajlandóság, a függetlenség kialakítására való törekvés (Meager et.al. 2003). Autio és Wennberg (2010) meglepő kutatási eredményei szerint pedig az egyén közösségének normái és attitűdjei jobban befolyásolja az egyén vállalkozói viselkedését, mint az egyén saját attitűdjei és érzékelt én-hatékonysága, az egyénnek a képességeibe vetett hite (self efficacy). Bartha (2015) az adórendszer szignifikáns hatását mutatta ki a vállalati struktúrára.

Abban konszenzus van, hogy az oktatás elengedhetetlen a vállalkozásokhoz szükséges tudás és kompetenciák megszerzésében. Ezek egy része jól tanítható és sikerrel beemelhető a sztenderd tananyagokba is (üzleti ismeretek, marketing), mások új oktatási módszereket bevezetve lehetnek hatékonyak (vállalkozói gondolkodásmód) (Imreh-Tóth 2015, Borsi, Dóry 2015). Az oktatási feladaton kívül az egyetemek véleményformáló ereje, kapcsolatépítő szerepe is rendkívül meghatározó.

Tanulmányunk a hallgatók vállalkozási tevékenységét vizsgálja. Arra keressük a választ, hogy mennyiben építenek a vállalkozó hallgatók az egyetemi tanulmányaikra és az egyetemen megszerzett kapcsolati tőkére, milyen szerepet játszik a családi vállalkozói háttér a döntésben. Vizsgáljuk továbbá a hallgatók céljait és motivációit a vállalkozási folyamatukban, valamint a hallgatói vállalkozások eredményességét és növekedésorientáltságát is.

A kérdések megválaszolásához a GUESSS nemzetközi kutatási projekt (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) magyarországi adatbázisát használjuk fel. A szakirodalmi háttér áttekintése után az adatbázis fő jellemzőit ismertetjük, részletesen elemezzük a 2013-as adatfelvétel során magukat vállalkozónak tekintő hallgatókat és vállalkozásaikat.

2. Az elemzés adatbázisa és módszertana

A GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) egyetemisták megkérdezésével a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és a vállalkozási tevékenységét vizsgálja. Elemzi a hallgatók karrier-elképzeléseit a diploma megszerzése után és néhány év elteltével, a családi és saját vállalkozásokat, valamint a jövőbeli

vállalkozási terveket. Szisztematikus és hosszú távú vizsgálatokkal segít felderíteni azokat a folyamatokat és tényezőket, amelyek döntőek lehetnek a vállalkozásindítási szándék alakulásában.

Az első lekérdezés 2003-ban történt két ország részvételével, a legutolsó, 6. adatfelvételben (2013-ban) már 34 ország vett részt. Ekkor 109 026 hallgató töltötte ki a kérdőívet 759 felsőoktatási intézményből. Magyarországon 8839 értékelhető kérdőív érkezett be (az adatbázis részletes ismertetését lásd Gubik, Farkas 2015).

A kutatás során valamennyi felsőoktatási intézményt megkerestük, ahol a hallgatói létszám meghaladta az 1000 főt. Arra kértük őket, hogy a kérdőív felhívását Neptun rendszerükön keresztül juttassák el hallgatóiknak. Néhány intézménynél eltérő módját választották a hallgatók megszólításának (pl. hallgatói facebook oldal).

Az adatbázisban szereplő hallgatók intézményi megoszlása nem követi pontosan a beiratkozott hallgatók száma szerinti intézményi megoszlást. A képzési szintek és a nemek szerinti megoszlás jórészt megfelel az országos felsőoktatási adatoknak. A válaszadók 41,5 százaléka gazdasági/üzleti területen tanul, 35,5 százalékuk természettudományi, további 16,2 százalékuk pedig társadalomtudományi területen folytat tanulmányokat. A válaszadók átlagos kora 23 év, a 30 évnél fiatalabbak aránya meghaladja a 88 százalékot.

3. A hallgatói vállalkozások fő jellemzői

A megkérdezett hallgatók 7,4 százaléka, összesen 658 hallgató számolt be arról, hogy saját vállalkozással rendelkezik. A válaszadók több mint 25 százaléka a megkérdezés évében (2013-ban) alapította vállalkozását, a 3 éves, vagy annál fiatalabb vállalkozások aránya meghaladja az 50 százalékot a mintában. A vállalkozások meghatározó része tehát új, vagy csupán néhány éves, így a hallgatók zöme nem rendelkezik még érdemi tapasztalatokkal.

A vállalkozó hallgatók több mint fele önfoglalkoztató, 38,4 százalékuk mikrovállalkozás, további 3,5 százalékuk kisvállalkozás tulajdonosa. Mindössze 3 közép-vállalattal rendelkező hallgató került a mintába, a továbbiakban aggregáltan ezt a három választ is elemezni fogjuk, ám a vállalatméret szerinti összehasonlításban nem tüntetjük fel.

1. táblázat: A hallgatói vállalkozások alkalmazottak száma szerinti megoszlása
Table 1: Student enterprises by company size (number of employees)

	Vállalkozások száma	Megoszlás (%)
Önfoglalkoztató (0 alkalmazott)	350	57,7
Mikrovállalat (1-9)	233	38,4
Kisvállalat (10-49)	21	3,5
Középvállalat (50-249)	3	0,5
Összes	607	100,0

(Forrás: saját számítás)

A 2. táblázat a hallgatók vállalkozásainak tevékenységi kör szerinti megoszlását tartalmazza vállalatméret szerinti bontásban. A leggyakrabban megjelölt ágazatok a kereskedelem (14,9 százalék), az oktatás és továbbképzés (14,4 százalék) és az egyéb szolgáltatás (18,5 százalék) ágazatok. A válaszadók 11,7 százaléka az egyéb kategóriába sorolta magát. Itt az élelmiszeripar, sporttevékenység, média válaszok voltak a leggyakoribbak.

2. táblázat: A hallgatói vállalkozások tevékenységi kör szerinti megoszlása (%)
Table 2: Student enterprises by sector (%)

	Önfoglalkoztató	Mikro	Kis
Információs technológia / Kommunikáció	9,2	9,5	9,5
Kis- és nagykereskedelem	12,9	17,3	14,3
Tanácsadás (jog, adó, menedzsment, HR)	9,2	10,4	0,0
Hirdetés / Marketing / Design	4,9	4,8	9,5
Oktatás, továbbképzés	18,4	9,1	14,3
Szálloda és vendéglátás	1,7	6,9	14,3
Egészségügyi szolgáltatások	4,6	2,6	0,0
Egyéb szolgáltatás (beleértve a pénzügy, biztosítás stb.)	20,4	16,9	9,5
Építészeti és mérnöki tevékenység	3,7	3,5	9,5
Építőipar és feldolgozóipar	1,4	4,3	4,8
Mezőgazdaság	3,2	2,2	0,0
Egyéb	10,3	12,6	14,3
Összesen	100,0	100,0	100,0
Vállalkozások száma	348	231	21

(Forrás: saját számítás)

Az önfoglalkoztatók leggyakrabban az egyéb szolgáltatást (beleértve pénzügy és biztosítás) (20,3 százalék) és az oktatás és képzés kategóriát (18,3 százalék) jelölték meg. A szöveges válaszok rendkívül sokfélék, íme néhány példa: kozmetikai cikk tanácsadó, biztosítási tanácsadó, amatőr művészi tevékenység. A kiragadott példák egyrészt jól mutatják, hogy a vállalkozás sok hallgató esetében inkább kiegészítő kereset lehet tanulmányaik finanszírozására, másrészt, hogy sok esetben alig tér el a munkaviszonytól a végzett feladat, kevés vállalkozói elemet tartalmaz.

A mikrovállalkozások leginkább a kereskedelem (17,2 százalék) és az egyéb szolgáltatás (16,7 százalék) területén tevékenykednek. A 21 kisvállalat közül 3-3 a kereskedelem, az oktatás és továbbképzés és a szálloda és vendéglátás területeken, valamint egyéb területen működik.

Az 1. és a 2. táblázat, valamint a tevékenységi körre vonatkozó kérdésre adott szöveges válaszok alapján levonhatjuk azt a következtetést, hogy a vállalkozásról beszámoló hallgatók egy jelentős része nem tekinthető valódi vállalkozónak, amennyiben a vállalkozót a kockázatvállalás, lehetőség-felismerés, jövőorientáltság, kísérletező kedv, teljesítményorientáció tulajdonságok mentén definiáljuk. Legtöbbjük ugyanis ugyan vállalkozási formában dolgozik, de olyan tevékenységet folytat, amely nem áll távol az alkalmazotti formától (például a jutalékos rendszerben végezhető biztosítási tanácsadó, Avon tanácsadó), sokszor csupán adózási okok vezetnek a tevékenység vállalkozási formában történő megszervezéséhez.

Az önfoglalkoztató hallgatók magas száma továbbá rámutat ennek a hallgatói csoportnak a fontosságára, azonban az önfoglalkoztatókból nagyon ritkán lesz jelentős növekedési ütemet elérő vállalkozás. Sok közülük a tanulmányok finanszírozására születik, és a tanulmányok befejeztével véget is ér.

Ezek a tevékenységek is hasznosak lehetnek ugyanakkor a későbbi vállalkozási hajlandóság és aktivitás szempontjából, mert a hallgatók betekintés kapnak a vállalkozásokkal járó adminisztratív teendőkhöz és a vállalkozói életforma sajátosságaiba (mint például a munkaidő önálló beosztása).

4. Az alapítási folyamat

A megkérdezettek több mint fele (325-en) egyedül vágott bele a vállalat alapításba. A társsal vállalkozást alapítók 31 százaléka mindössze egy, további 10 százaléka két, a többiek három, vagy több társat vontak be.

A társakról beszámoló hallgatók esetén a társ leggyakrabban családi körből került ki, 189 hallgató számolt be erről. Ettől elmaradó, de ugyancsak gyakori az egyetemen kívüli baráti kör felhasználása, erre 70 esetben került sor. 66-an merítettek szakmai hálózathoz is mindössze 51 vállalkozó tett szert az egyetemen alapító társakra.

A vállalkozás létrehozatalára irányuló kérdések (3. táblázat) jól mutatják, hogy a hallgatók összességében kevéssé voltak tervszerűek az alapítási folyamatban. E területeken (üzleti stratégia felvázolása, célpiac- és versenyelemzés és a marketing) a vállalatméret szignifikánsan befolyásolta az értékelést, minél nagyobb a hallgatói vállalkozás annál fontosabbnak ítélte a hallgató az egyes válaszokat a vállalkozás létrehozása során.

3. táblázat: Az alapítói elképzelés jellemzői vállalatméret szerint
Table 3: The founders' vision by company size

Jellemző	Önfoglalkoztató	Mikro	Kis
Felvázolom és megtervezem az üzleti stratégiát *	4,06	4,56	5,25
Felkutatom és kiválasztom a célpiacokat, és versenyelemzést készítek *	3,93	4,42	4,60
Felvázolom és megtervezem a termelést és a marketinget *	4,09	4,48	5,05
A tervezett termék/szolgáltatás alapvetően különbözik attól, amit először elképzeltem	3,37	3,36	3,60
Különböző megközelítésekkel próbálkozom, míg meg nem találok a megfelelően működő üzleti modellt.	3,94	4,08	4,67
Óvatos vagyok az erőforrások felhasználásával, csak annyit használok, amennyinek az esetleges elvesztését megengedhetem magamnak	4,96	5,27	4,25
Óvatos vagyok, és nem kockáztatok annál több pénzt, mint amennyit hajlandó vagyok elveszíteni *	4,96	5,06	4,05
Hagyom, hogy az üzlet a felmerülő lehetőségek szerint fejlődjön	5,16	5,18	5,20
A rendelkezésre álló erőforrásokhoz illesztem hozzá, amit csinállok	5,11	5,31	5,00
Rugalmas vagyok és kihasználom a kínáló lehetőségeket	5,28	5,39	5,71

Megjegyzés: 1: egyáltalán nem értek egyet, 7: teljesen egyetértek. *Vállalatméret szignifikáns hatása.

(Forrás: saját számítás)

Meglepő, hogy a családi vállalkozói háttér nem befolyásolta szignifikánsan ezeket a változókat, két kivételtől eltekintve, ezek az „óvatos voltam az erőforrások felhasználásánál” és az „óvatos voltam és nem kockáztattam több pénzt” változók, azaz a családi vállalkozói háttérrel rendelkezők sem számoltak be arról, hogy alaposabb előkészítéssel vágta volna bele a vállalkozási folyamatba. Nem mutatható ki kapcsolat a vállalkozó életkorával, nem befolyásolja továbbá a képzési terület sem. Ez utóbbi arra utalhat, hogy a gazdasági/üzleti területen tanultak nem épülnek még be a hallgatói vállalkozásokba. A kapcsolat akkor sem szignifikáns, ha az alapítás éve szerinti csoportosításban vizsgálódunk, azaz azokat a vállalkozásokat vizsgáljuk meg, amelyek vélhetően a hallgatók főiskolai/egyetemi pályafutása alatt alapítottak. Az egyes változók egymással korrelálnak, ami arra utal, hogy a megkérdezett hallgatók vagy összességében megfontoltak és körültekintően értékelték magukat, vagy sem.

5. Teljesítmény

Arra a kérdésre, hogy hány órát dolgoznak hetente a vállalkozásban, 25,8 óra átlag adódott, de jelentős eltéréseket tapasztaltunk. Az önfoglalkoztatók átlaga 21,33, a mikrovállalatok tulajdonosai 31, a kisvállalatok vezetői pedig 32,14 órát dolgoznak hetente. A nagyobb vállalatméret egyúttal nagyobb időbefektetéssel is járt. Az összefüggés a vállalatméret és a munkabefektetés között szignifikánsnak bizonyult ($r=0,149$, $p=0,000$). Az üzleti/gazdasági képzésben részt vevők, valamint a természettudományi területen tanulók szignifikánsan több időt dolgoznak hetente vállalkozásukban, mint a társadalomtudományi területek hallgatói ($\eta^2=0,152$, $p=0,004$).

A vállalkozó hallgatók átlagéletkora magasabb a vállalkozással nem rendelkezőkhöz viszonyítva, 27,5 a vállalkozók és 23,4 a nem vállalkozók átlaga. A vállalkozó hallgatók három-negyede állandó munkahellyel rendelkezik tanulmányai mellett, ami vélhetően arra utal, hogy levelező, vagy távoktatásos képzés keretei között tanulnak (a kérdőív erre nem tért ki). Ők vélhetően kialakult egzisztenciával és működő vállalkozással döntöttek önmaguk fejlesztése mellett, nem pedig tanulmányaik inspirálták a vállalat alapítást.

A vállalkozó hallgatóknak össze kellett vetniük saját teljesítményüket a versenytársakkal. Az átlagok értékelése kevés támpontot ad, csaknem minden kérdés esetén közepes átlag (4-es átlag az 1-től 7-ig terjedő Likert skálán) adódott. Kivétel ez alól a munkahelyteremtés, ahol átlagosan a versenytársaktól elmaradónak ítélték vállalkozásukat a megkérdezettek. Vállalatméretenként vizsgálva azonban láthatjuk, hogy a nagyobb vállalatot vezető hallgatók (akik egyúttal több energiát is fektetnek vállalkozásukba), kedvezőbben ítélik meg helyzetüket versenytársaikhoz viszonyítva. Ez az összefüggés minden esetben szignifikáns, $p=0,000$, η^2 értékek 0,164 és 0,300 között. (Lásd 4. táblázat.)

4. táblázat: A vállalkozás teljesítményének értékelése a versenytársakkal összevetve
Table 4: Company performance compared to competitors

	Átlag	Önfoglalkoztató	Mikrovállalat	Kisvállalat
Értékesítés alakulása	4,05	3,81	4,32	4,63
Piaci részesedés alakulása	3,73	3,43	4,06	4,47
Nyereség alakulása	3,97	3,73	4,22	4,65
Munkahelyteremtés	3,01	2,56	3,42	4,84
Innovativitás	3,99	3,67	4,25	5,62

Megjegyzés: 1: rosszabb, 7: jobb

(Forrás: saját számítás)

Az önfoglalkoztató hallgatók célja sok esetben a tanulás költségeinek előteremtése, esetleg a jobb életszínvonal elérése. A jelentős heti óraszámban a vállalkozásban dolgozó hallgatók valószínűleg nem nappali tagozatos hallgatók, inkább idősebb, a nappali munkarendű képzésen kívüli formában tanulók (pl. levelező, távoktatás).

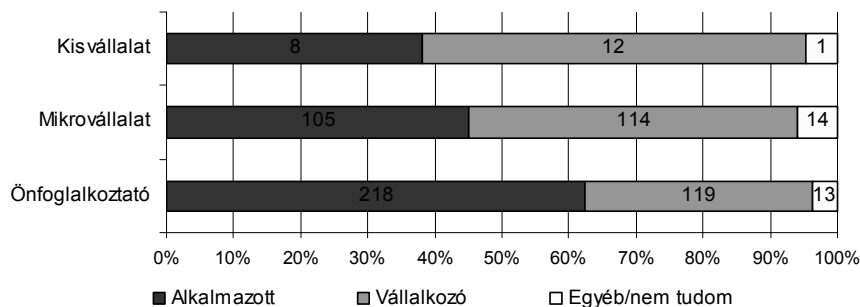
6. Jövőbeli tervek

A megkérdezettek 33,8 százaléka nem tervez létszámnövekedést az elkövetkező 5 évben. 2,8 százalékos csökkenést tervez a foglalkoztatottjainak számát, a többi vállalkozó növekedési elképzelésekről számolt be. A vállalatméret itt is szignifikáns befolyásoló erővel bír, a nagyobb vállalatok tulajdonosai optimistábbak vállalkozásuk növekedési kilátásait illetően. Néhány válaszadónál (14 esetben) irreálisnak tűnő növekedési elképzelések je-

lennek meg. Mikroállalkozásból középállalattá kívánnak fejlődni néhány év alatt. Ezen válaszadók fele az IT/kommunikáció, a többi az egyéb kategóriát jelölte meg. Nehéz megítélni, hogy ezek a válaszok a kérdőív által nyújtott névtelenség szabadságának tudhatók-e be, vagy pedig a hallgatók valóban úgy ítélik meg, hogy az ötletükben ekkora üzleti potenciál létezik.

Ugyanezt az eltérést tapasztaltuk akkor is, amikor a karriertervek alakulását vizsgáltuk meg. A jelenleg vállalkozó hallgatók 54,5 százaléka alkalmazottként képzei el a jövőjét a végzést követően. Ez az arány az önfoglalkoztatók esetén a legnagyobb, 62,3 százalék, és csökkenő tendenciát mutat a vállalatméret növekedésével (lásd 1. diagram)

1. diagram: Végzést követő karriertervek a jelenlegi vállalkozás mérete szerint
Diagram 1: Career plans right after graduation by company size



Ez a kapcsolat is szignifikánsnak bizonyult (Cramer V=0,148, p=0,000), és egyúttal összefügg a nagyobb vállalatok esetén tapasztalt magasabb teljesítménnyel és nagyobb időráfordítással is.

7. Vállalkozói motivációk

A vállalkozó hallgatók legfontosabbnak tűnő célja, hogy pénzt keressenek és gazdagok lehessenek (5,0 átlag az 1-től 7-ig terjedő Likert skálán). Ugyancsak fontosnak tartják a karrierépítést (4,8). A társadalmi problémák kezelése, környezetük formálása és a világ működésének befolyásolása nem céljuk.

5. táblázat: A vállalkozás motivációi és céljai
Table 5: Motivations and goals

Azért hoztam létre a vállalkozásomat, hogy ...	N	Átlag	Szórás
... pénzt keressék és gazdag legyenek	613	5,00	1,781
... építsem a karrierem az üzleti életben	612	4,80	1,877
... megoldjak egy olyan problémát, amellyel számomra fontos emberek szembesülnek (pl. barátok, kollégák, klub, közösség)	611	4,34	2,034
... saját kezdeményezéseimmel alakítani tudjam számomra fontos emberek tevékenységeit (pl. barátok, kollégák, klub, közösség)	613	4,18	2,035
... megoldjak egy olyan társadalmi problémát, amivel általában az üzleti vállalkozások nem foglalkoznak	618	3,74	2,169
... aktívan részt vegyek a világ működésének a megváltoztatásában	611	3,84	2,210

Megjegyzés: 1: egyáltalán nem értek egyet, 7: teljesen egyetértek
 (Forrás: saját számítás)

A 6. táblázat adatai szerint a megkérdezett hallgatók korának növekedésével egyre kevésbé fontosak a felsorolt motivációs elemek, ugyanezt tapasztaljuk a vállalat korának vizsgálatakor (a két változó, a vállalkozó és a vállalat kora szignifikáns kapcsolata jórészt magyarázza ezt). Úgy tűnik, hogy a fiatalok mozgatója a pénz és a siker, szeretnének befolyásos alakítói lenni környezetüknek. Ez az idealizmus csökken az évek múlásával.

A vállalatméret szerint csak az üzleti életben történő karrierépítés változónak van szignifikáns hatása.

6. táblázat: A vállalkozói jellemzők és motivációk kapcsolata (korrelációs mátrix)
Table 6: Effect of entrepreneurs' age and company characteristics on motivations and goals (correlation matrix)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Életkor	1								
2. Mikor alapítottad a vállalkozásod?	,492** (,000)	1							
3. Hány alkalmazottad van? (teljes munkaidős)	-,056 (,254)	,063 (,125)	1						
4. Pénzt keressek és gazdag legyek.	-,198 (,000)	-,124 (,002)	,058 ,156	1					
5. Építsem a karrierem az üzleti életben.	-,205* (,000)	-,162 (,000)	,135** (,001)	,563** (,000)	1				
6. Megoldjak egy olyan problémát, amellyel számomra fontos emberek szembesülnek.	-,084 (,086)	-,111** (,007)	,071 (,084)	,084* (,038)	,331** (,000)	1			
7. Saját kezdeményezéseimmel alakítani tudjam számomra fontos emberek tevékenységeit.	-,032 (,519)	-,118** (,004)	,075 (,068)	,065 (,109)	,316** (,000)	,833** (,000)	1		
8. Megoldjak egy olyan társadalmi problémát, amivel általában az üzleti vállalkozások nem foglalkoznak.	-,110* (,024)	-,110** (,007)	,035 (,390)	,034 (,395)	,294** (,000)	,658** (,000)	,673** (,000)	1	
9. Aktívan részt vegyek a világ működéskének a megváltoztatásában	-,123* (,012)	-,139** (,001)	,033 (,427)	,067 (,099)	,280** (,000)	,585** (,000)	,620** (,000)	,770** (,000)	1

Megjegyzés: **. Korreláció szignifikáns 0,01 szinten. * Korreláció szignifikáns 0,05 szinten.

(Forrás: saját számítás)

Összegzés

A vállalkozó hallgatók csoportja rendkívül heterogén, az Avon tanácsadótól kezdve a pénzügyi termékeket értékesítő tanácsadón keresztül a feldolgozóipari kisvállalat tulajdonosáig sokféle vállalkozót találunk közöttük. Az egyes tevékenységek eltérő idő-, pénz- és egyéb befektetést igényelnek, eltérő mértékben kockázatosak és mutatják a vállalkozói lét sajátosságait. Elemzésünk legfontosabb megállapításai:

- A hallgatói vállalkozók nagyobb része inkább az alkalmazotti formákhoz hasonló feltételek között dolgozik, őket alapvetően hallgatónak/diáknak tekintjük. Csak egy kisebb csoport felel meg a vállalkozó fogalmának, ők alkotják a vállalkozó hallgatók csoportját.
- A vállalkozók jelentős része önfoglalkoztató. Ők kevesebb időt fordítanak munkára, kevésbé megfontoltak, kevésbé növekedésorientáltak, a jövőjüket nagy arányban alkalmazottként képzelik el. A vállalkozási tevékenység azonban azok esetében is hasznos lehet, akik csak ideiglenes megélhetési forrásként, vagy kiegészítésként tekintenek arra, mert szükségszerűen találkoznak a felmerülő feladatokkal, kérdések-

kel, döntési helyzetekkel és általában véve ismerkednek a vállalkozói léttel. Körükben magasabb a később is vállalkozást tervezők aránya és alacsonyabb a jövőbeli karrierüket illető bizonytalankodás, mint a vállalkozási tevékenységet nem folytató hallgatók között.

- A felsőoktatási tanulmányok nem épülnek be a hallgatói vállalkozásokba. Leegyszerűsítve két véglettel találkozunk: a tanulmányokat finanszírozó önfoglalkoztató formával és a kiforrott vállalkozó munka melletti tanulmányaival.
- A vállalatméret növekedésével azt tapasztaljuk, hogy a hallgatók egyre komolyabban veszik a vállalkozási folyamatot. Többet dolgoznak, nagyobb teljesítményt érnek el, a jövőjüket is zömmel vállalkozóként, egy növekedést mutató vállalkozás kezei között képzelik el.
- A családi háttér meghatározó szerepet kap a vállalkozás indításával kapcsolatos döntésben, a vállalkozás átgondoltságában és a családtól kapott segítség mértékében egyaránt.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ajzen, I. (1991): *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue 2, p. 179–211.
- Autio, E. (2005). *2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship*. London Business School–Babson College.
- Autio, E. and Wennberg, K. (2010), ‘You think, therefore, I become: Social attitudes and the transition to entrepreneurship’, paper presented at DRUID Summer Conference 2010, Imperial College London Business School, 16–18 June 2010, London.
- Bandura, A. (1977): *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bartha, Z. (2015) *The Effect of the Tax System as an Institutional Factor on the Business Structure in Europe* (Chapter 7) In: Andrea S Gubik, Krzysztof Wach (szerk.) *Institutional Aspects of Entrepreneurship*. 176 p. Miskolc: University of Miskolc, 2015. pp. 97–109.
- Blackburn, R. (1997), ‘Enterprise support for young people: A study of young business owners’, paper presented at 20th ISBA Conference, Belfast, November 1997.
- Borsi, B., Döry, T. (2015) *A vállalkozóképzés nemzetközi trendjei és a vállalkozói készségek egyetemi fejlesztése*. *Közgazdasági Szemle*, LXII. évf., 2015. július–augusztus (835–852. o.)
- Dolton, P. J., Makepeace, G. H. (1990), ‘Self-employment among graduates’, *Bulletin of Economic Research*, Vol. 42, No. 1, pp. 35–53.
- EC (2003). *Green Paper, Entrepreneurship in Europe*. http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf
- Eurofound (2015), *Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*. Publication Office of the European Union, Luxembourg.
- GEM (2013), *Global Entrepreneurship Monitor – 2012 Global Report*.
- Green, F. (2013), *Youth entrepreneurship: A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development*, OECD, Paris.
- Gubik, A.S., Farkas, Sz. (2015) *Segíti-e a felsőoktatási környezet a hallgatók vállalkozóvá válását?* In: Veresné Somosi Mariann, Lipták Katalin (szerk.): *„Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia*. Miskolc: pp. 232–245
- Imreh-Tóth, M. (2015). *Az egyetemi vállalkozásoktatás lehetséges szerepe a vállalkozóvá válás elősegítésében*. Szeged: JATEPress, 2015. 150 p.
- 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*, 2002. május 9-11., Stockholm <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2530&rep=rep1&type=pdf>

- Meager, N., Bates, P. and Cowling, M. (2003) 'An evaluation of business start-up support for young people', *National Institute Economic Review*, Vol. 186, pp. 59–72.
- Mungai, E. and Velamuri, S. R. (2011), 'Parental entrepreneurial role model influence on male offspring: Is it always positive and when does it occur?', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35, pp. 337–357.
- OECD (2015) *Policy Brief on Youth Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012
- Richert, J., Schiller, R. (1994). *Hochschulabsolventen als Existenzgründer*, Report of the "Deutsche Ausgleichsbank" for the Federal Ministry of Education and Science in Germany, Bonn.
- Schot, T., Kew, P., Cheraghi, M. (2015) *Future Potential. A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. <http://www.innovacion.gob.cl/wp-content/uploads/2015/08/gem-2015-youth-report-1436523546.pdf>
- Schrör, H. (2006) *The profile of the successful entrepreneur Results of the survey 'Factors of Business Success'*. *Statistics in focus 29/2006*, Eurostat.
- Shapero, A.–Sokol, L. (1982): *The social dimensions of entrepreneurship*. In: *Encyclopedia of entrepreneurship* (Eds: Kent, C. A., Sexton, D. L., Vesper, K. H.) Prentice-Hall, Inc., New Jersey: Englewood Cliffs, p. 72–90.
- YBI (2011), *Global Youth Entrepreneurship Survey 2011*, Youth Business International, London