

PETHEŐ ATTILA István

# HALLGATÓI VÁLLALKOZÁSI TERVEK VIZSGÁLATA A GUESSSS 2011-ES FELMÉRÉS ALAPJÁN

**A tanulmány azt vizsgálja, hogy milyen vállalkozást szeretnének indítani, honnan szerzik az ötletet és a társakat az egyetemi hallgatók, és milyen módon jelenik meg a vállalati felelősség. Betekintést ad az oktatott vállalkozáskurzusok elérhetőségébe, és a GUESSSS adatbázisára építve értékeli a válaszokat. Jelen tanulmány csak a magyar adatok feldolgozását tartalmazza, egyes helyeken nemzetközi kitekintéssel. A szerző a cikk végén szemlélteti, hogyan térnek el vállalkozásindítást gátló tényezők Magyarországon a nemzetközi átlagtól a hallgatók körében<sup>1</sup>.**

**Kulcsszavak:** hallgatói vállalkozások, GUESSSS 2011, felelős vállalkozás, vállalkozásoktatás

A fogyasztók általában elvárják a vállalkozásoktól, hogy a számukra fontos termékeket és szolgáltatásokat állítsanak elő. Ma azonban már nem bizonyul elegendőnek, ha üzleti értelemben sikeres egy vállalkozás, mivel gyakrabban kerül szóba a társadalmi siker kérdésköre is. Korábbi kutatásaink még nem terjedtek ki arra, hogy a társadalom tagjai többet várnak el, viszont számos kezdeményezés, konferencia, cikk jelent meg a felelős vállalkozás témában, figyelmeztetve e kérdéskör növekvő jelentőségére.

A vállalkozások érintettjei különböző elvárásokat fogalmaznak meg, olyanokat, melyek sokszor túlmutatnak a szorosán vett gazdasági felelősségen. A vállalkozások tehát nem függetleníthetik magukat a társadalmi és természeti környezettől, igyekezniük kell megfelelni az érintettek elvárásainak.

A Budapest Corvinus Egyetemen azt tanítjuk, hogy a vállalkozók menjenek végig a vállalkozás sikerlépcsőin (Vecsenyi, 2011), mely lépcsősor negyedik szintje a társadalmi siker. Arra orientáljuk a hallgatóinkat, hogy legyenek felelősök, a társadalom számára hasznos tevékenységet végezzenek, és próbálják meg figyelembe venni környezetük igényeit is, mert ez a fenntarthatóság egyik kulcsa. „A hosszú távon fenntartható üzleti vállalkozás alapja a nyers haszonérdek és a külvilág szempontjainak összehangolása. Ily módon tehát az üzleti haszonnal egyenértékű a környezeti fenntartha-

tóság, illetve a társadalmi felelősségvállalás.” (Ligeti, 2008: 90. o.) – idézzük gyakorta óráinkon.

Korábbi kutatásaink tanúsága szerint a nevelés és a család szerepe a meghatározó a későbbi felelős viselkedés terén (Matolay – Petheő – Pataki, 2007). Jellemző például, hogy a családnevüket a vállalkozás nevében feltüntetők kiemelkedőek a felelős viselkedésben. (Kiragadott példaként említeném Kürti Sándort, Maruzsi Lászlót, a Szamos és a Ziegler család tagjait, akik felelős magatartásukkal több generáció számára is biztosítják a jövőt.) További fontos kutatási eredményünk volt, hogy a felelős magatartás tényezői között első helyen a családi értékrend megőrzése áll.

Sajnos meg kell említeni azt a negatív tapasztalatot is, hogy az interjúalanyok (tulajdonos-menedzserek) felelős számolt be olyan tapasztalatról, hogy a felelős viselkedés annyi küzdelemmel jár, hogy környezetük gyakran veti a szemükre, hogy megszállottak (bolondok), vagy nem értik az üzlet lényegét, a profitra törekvést. A felelős viselkedés nem külső nyomás eredménye, hanem belső motiváció és a gyermekkori nevelésre vezethető vissza.

Ahhoz, hogy felelős vállalkozások jöjjenek létre, kritikus pont a tevékenység megválasztása, és a kezdeti nehézségek leküzdése. A Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSSS) 2011-es felmérése 93.265 hallgató válaszait tartalmazza 26 országból. Ez az óriási adatbázis számtalan kuta-

tási lehetőséget nyit meg. Nekem, mint a magyar kutatás Budapesti Corvinus Egyetemi koordinátorának, a magyar adatokhoz van hozzáférésem. Magyarországon a 70.717 elért hallgató közül 5.677 töltötte ki a kérdőívet (Fueglistaller és szerzőtársai, 2011).

Jelen cikk keretében a kérdőív 13. kérdéscsoportját vizsgálom abból a szempontból, hogy milyen vállalkozást szeretnének indítani, honnan szerzik az ötletet és társakat, és milyen akadályokkal találkoznak induláskor.

## A vizsgálat módszere

A felmérés koordinálását, a kérdőív kidolgozását és az eredmények összehasonlító publikálását a University of St. Gallen kutatócsoportja végezte. A kutatáshoz az egyes országokban felelős vezetőket jelölték ki, azt 2011-ben Farkas Szilveszter és Szerb László vezette Magyarországon. Az országok kutatásvezetői feleltek a felmérésben részt vevő felsőoktatási intézmények kijelöléséért és a hallgatókkal való kapcsolattartásért. A felmérés maga interneten keresztül zajlott le, ahol a kérdőívhez vezető linket a hallgatók e-mailben kapták meg. A kérdőívet csak magyarul tölthették ki a magyar hallgatók. A kérdőív kitöltése folyamatos odafigyelést követelt, de viszonylag kevés időt vett igénybe a legtöbb (820-an, módusz) 15-17,5 perc alatt végeztek.

A vizsgálat lebonyolítása országosan sikeres volt, viszont lustaságból, vagy a kérdőív összetettsége miatt kevés corvinusos hallgató töltötte ki azt. Ennek ellenére országos szinten nagyon jó volt a kitöltési arány, az adatok értékelhetők.

## Trendek

Általánosságban megállapítható, hogy a magyar *gazdálkodás szakos hallgatók* többsége (72%), a nemzetközi átlagtól elmaradva, közvetlenül az egyetem (főiskola) elvégzése után alkalmazottként kíván elhelyezkedni, 10%-a alapítana saját vállalkozást, 4%-a folytatná a családi vállalkozást. Kicsit jobb a helyzet az öt évvel a végzés utáni tervek terén, ahol éppen nemzetközi átlag felett vannak a gazdasági-gazdálkodás szakos hallgatók, mert csak 31%-uk szeretne alkalmazott maradni, 40% alapítana saját vállalkozást és 8% venné át a családi vállalkozást. A megkérdezettek 15%-a nem tudja mit fog a végzés után csinálni, és 21% azok aránya, akik nem tudják, hogy hol fognak elhelyezkedni öt évvel később, ami természetes, mivel távolabbi időpontra nehezebb biztosan válaszolni. A 2006-os felméréshez képest nőtt a végzés után alkalmazotti létet választók aránya, viszont nőtt az öt év után független munkaviszonyt tervezők aránya is. Talán a jelenlegi bizonytalan

gazdasági környezet, a magas vállalkozói bukási arány miatt inkább egy biztosnak tűnő munkahelyet választanának a hallgatók, viszont középtávú elképzeléseik már inkább a függetlenség irányába tolnak. Vállalkozói ismeretekben, kurzusokban és tapasztalatcserében nemzetközi átlag közeli az ismertség (Farkas, 2012).

Sajnos 2006-hoz képest romlott – nemzetközi átlag alá került – a vállalkozással kapcsolatos kurzusok kínálata (elérhetősége). Annak ellenére, hogy az Európai Unió is támogatja, fejlesztendő területnek tartja a vállalkozásoktatás kiterjesztését, addig az egyetemeken nagyon lassan változnak az operatív tantervek, és akkor sem minden esetben a vállalkozásoktatás a preferált terület. Farkas Szilveszter és Kovács Norbert (2010) a 2008-as felmérés alapján kidolgozott egy felsőoktatási vállalkozói indexet, amely magában foglalja a hallgatói és a környezeti indexet, ahol a Budapesti Corvinus Egyetem az előkelő 4. helyen szerepelt.

Az 1. táblázaton látható, hogy az adatokat megvizsgálva a nemzetközi visszaesés ellenére sokak számára elérhetőek a vállalkozási ismeretek, és a tárgyak népszerűségét mutatja, hogy a hallgatók többsége él a lehetőséggel és felveszi a kurzusokat.

### 1. táblázat

**A vállalkozási kurzusok elérhetősége és az azokat felvevők aránya (N = 5677)**

	Elérhető a hallgatók számára (%)	Felvették a kurzust (%)
Általános vállalkozási kurzus	67,6%	52,3%
Üzleti tervezés	58,1%	32,0%
Kisvállalati marketing	52,3%	27,9%
Vállalkozások pénzügyei	41,8%	22,6%
Innováció	23,8%	10,3%
Technológiai vállalkozások	13,7%	4,9%
Szociális vállalkozások	13,1%	4,8%
Családi vállalkozások	6,8%	3,2%

Forrás: Guesss, 2011 magyar adatbázis

A kurzusok elérhetősége és felvétele azért is különösen fontos, mert a KKV-k versenyhátrányát többek között az elégtelen menedzsmentismeretekkel indokolják. A GEM és GEDI (Szerb et al., 2013) kutatások is rávilágítanak arra, hogy az egyéni változók területén összességében sokkal nagyobb a lemaradásunk nem csupán a fejlett országokhoz, de még a közepesen fejlett országokhoz képest is. Az 1. táblázat tanúsága szerint ennek nem lehet oka a szűkös képzési kínálat, habár a képzés minőségét nem tudjuk ezzel a vizsgálat-

tal mérni. Szintén érdemes megfigyelni, hogy a vállalkozásoktatás területén a nemzetközi szintnek megfelelő, azokhoz illeszkedő képzési kínálatokkal rendelkezik a hazai felsőoktatási intézmények többsége.

### A vizsgált adatok

Autio (2005) vizsgálatai szerint főleg a fiatalok, egyetemi-főiskolai végzettséggel és magas jövedelemmel rendelkeznek. A cég alapítását szinte kizárólag a jó üzleti lehetőség motiválja, kényszer-vállalkozókat alig találunk közöttük. Tehát, ha azt szeretnénk, hogy a végzést követő 5. év után sok, gyorsan növekvő vállalkozást alapítsanak a hallgatók, akkor egyfelől a felsőoktatásnak magas szintű vállalkozói képzést kell nyújtania, másfelől az államnak olyan gazdasági környezetet kell kialakítania, ahol számos, jó üzleti lehetőség keletkezik. A helyzetet tovább nehezíti, miszerint kívánatos lenne, hogy ezek az üzleti lehetőségek olyan területeken nyíljanak, amelyek a gazdaságosság mellett a társadalom jólétét is növelik. Mivel tudásunk hiányos, hogy milyen tevékenységet, kikkel és hogyan képzelnek el a vállalkozók, ezért érdemes a kérdőív 13-as kérdéscsoportját részletesen vizsgálni. A GUESSS-kérdőív kérdéscsoportjának célja, hogy minél többet megtudjunk a hallgatók tervezett vállalkozásukkal kapcsolatos elképzeléseiről. Többek között megkérdeztük, hogy mikor, kikkel, milyen forrásból és milyen területen tervezik a vállalkozásukat. Mennyire felkészültek, milyen lépéseket tettek ennek érdekében, milyen korábbi tapasztalataik vannak. Rákérdeztünk a család szerepére, és arra is, hogyha van, honnan származik az ötlet.<sup>2</sup>

### A vizsgálat eredménye

A kérdéscsoport elején a hallgatók beállítottságát vizsgálták 7 fokozatú Likert-skálán. Társadalmi felelősség szempontjából nagyon biztató, hogy a hallgatók első helyre sorolják a felelősségvállalást ötleteikért, döntéseikért. Ehhez párosul 2. helyen a célok kijelölése és megvalósítása, ami szintén pozitívan értékelhető. Az időmenedzsment a kreativitással párosulva található még 5% feletti átlaggal az első négyesben, s a többi válasz az „élbolyt” figyelemre méltó lemaradással követi a 4%-os tartományban.

Ez természetesen nem jelenti azt, hogy már most felelős vállalkozásokat terveznek, viszont a felelősségvállalás a döntésekért minimumfeltételnek tekinthető. A legkevesebb pontot sajnos a „vállalkozóval” való azonosulás kapta, ami párosul a gyenge pénzügyi és alapítási készségekkel. Talán ezzel is magyarázható, hogy

végzés után nem akarnak egyből céget alapítani, hiszen hiányosak ismereteik, kompetenciáik (2. táblázat).

2. táblázat

**Mennyire biztos a hallgató az alábbi szerepek/feladatok végrehajtásában?**  
(N = 5677)

(1=teljesen bizonytalan, 7=teljesen biztos)	Átlag
Felelősségvállalás az ötletekért és döntésekért	5.69
Célok kijelölése és megvalósítása	5.52
Célokhoz igazított időbeosztás	5.18
Új ötletek kitalálása	5.14
Döntéshozatal bizonytalanság és kockázat mellett	4.73
Számított kockázatok figyelembevétele	4.72
Saját vállalkozásomat sikeressé teszem	4.67
Kockázat és bizonytalanság csökkentése	4.44
Új termékek és szolgáltatások fejlesztése	4.31
Saját vállalat indítása	4.19
Pénzügyi elemzés készítése	4.14
Ha a „vállalkozó” szóra gondolsz, mennyire érzed magad azonosnak vele? (1=0%, 7=100%)?	3.97

Forrás: Guesss, 2011 magyar adatbázis

A kérdéscsoport további kérdéseit csak annak a 2.584 hallgatónak tettük fel az 5.677 kitöltő közül, akik egy korábbi (8-as számú kérdés) során azt választották, hogy komolyan elgondolkodtak a vállalkozás indításáról, de még nem alapítottak vállalkozást. 135 hallgató már megalapította a cégét, amire részletesebben a 14. kérdéscsoport kérdez rá. A 13-as és 14-es kérdéscsoport egyes válaszai összevonhatók, így ahol releváns, ott az eredményeket kiegészíttem a már megalapított 135 vállalkozás válaszaival.

Több választ is megjelölhettek a kitöltők, hogy milyen fokon állnak a terveik, vagy mik valósultak már meg. A legtöbben átgondolták első üzleti ötleteiket (1.473 a 2.548-ból), viszont őket azok követik, akik az álmodozáson túl semmit sem tettek (840). Azok közül, akik már mutattak aktivitást, körülbelül a fele keresett lehetséges társakat, és megvizsgált piaci lehetőségeket is. Sajnos nagyon alacsony azok száma, akik termékfejlesztésen dolgoznak, pedig ma már az életben maradáshoz szükséges valami unikalitás, ami megkülönböztet a versenytársaktól. Közel azonos azon hallgatók létszáma, aki már kitűzték az alapítás időpontját – összesen 129 fő (ebből 67 egy éven belül tervezi, 40 öt éven belül) –, mint azok, akik már túl is vannak az alapítási procedúrán (135 fő). Ezek szerint kevesebb, mint 4% azok aránya, akik már a tanulmányaik mellett legálisan vállalkoznak (3. táblázat).

**Milyen lépéseket tettél  
a saját vállalkozás alapítása érdekében?  
(N = 2584)**

3. táblázat

Eddig még semmit	840
Első üzleti ötletek átgondolása	1473
Üzleti terv összeállítása	381
Piaci lehetőségek meghatározása	785
Lehetséges társak keresése (pl. diáktársak)	833
Eszközök beszerzése	273
Termékfejlesztésen dolgozol	197
Találkozó/megbeszélés lehetséges fogyasztókkal	242
Pénzügyi szolgáltatók (bankok) megkeresése az alapításhoz szükséges pénz biztosításához	106
Már meghatározta az alapítás időpontját.	129

Forrás: Guesss, 2011 magyar adatbázis

2.512 potenciális jövőbeni vállalkozó válaszolt arra a kérdésre, hogy mely gazdasági ágazatban fog működni a vállalata, kerekén 10%, (261-en) az „egyéb” kategóriát jelölték meg, és szövegesen is kifejtették a válaszukat. A legtöbb magyarázatban olyan tevékenységet neveztek

meg, ami szerepelt az ágazatok között, így újrakódoltam a szöveges válaszokat. Ezután sorba rendeztem népszerűség alapján, és összevettem az aktív KKV-k KSH szerinti ágazati megoszlásával (4. táblázat).

2009-ben Magyarországon a kis- és középvállalkozások egyötöde a kereskedelem, 16%-a a tudományos, műszaki és üzleti tanácsadási tevékenység gazdasági ágakba tartozott. Nem elhanyagolhatók. Még mindig jelentős a feldolgozóipar és az építőipar, a szervezetek 18%-a. E két ágazat együtt adja az összes vállalkozás foglalkoztatottjainak több mint 1/3-át. Az adminisztratív és az egyéb szolgáltatás, az IT, a turisztika, a logisztika és az ingatlanügyletek ágazata, egyenként 30 ezer feletti létszámmal működik (KSH, 2011).

A hallgatók elképzelése ettől merőben eltér. A legtöbb hallgató a turizmus-vendéglátás területén szeretne vállalkozni – saját étterem, kocsmá, kávézó nagyon népszerű elképzelés –, viszont ez az a terület, ahol túltelített piac, erős verseny, alacsony túlélési esélyek várják az új belépőket. Közel négyszeres e terület aránya, ami inkább a lelkesedésből és nem a realitásokból indul ki. Ezt a megállapítást támasztja alá, hogy a már működők közt csupán 2,2% ennek a szektornak az aránya. A szállodák és az éttermek hazánkban alacsony kihasználtsággal működnek.

4. táblázat

**A tervezett tevékenységek ágazati megoszlása, a már működők hallgatói vállalkozások ágazati besorolása, összevetve az országos KKV-statisztikával**

Gazdasági ágazat	Tervezi fő	Aránya	Működő fő	Aránya	Aktív KKV-k megoszlása KSH
Szálloda és vendéglátás	453	18.0%	3	2.2%	4.7%
Kommunikáció / Információs technológia (IT)	316	12.6%	20	14.8%	4.9%
Kis- és nagykereskedelem	269	10.7%	14	10.4%	20.2%
Pénzügy, biztosítás, ingatlan	219	8.7%	30	22.2%	4.5%
Hirdetés / Marketing / Design	157	6.3%	7	5.2%	5.5%
Mezőgazdaság / Erdészet / Halászat	155	6.2%	1	0.7%	
Tanácsadás (jog, adó, menedzsment)	149	5.9%	12	8.9%	15.6%
Egészségügyi szolgáltatások	146	5.8%	3	2.2%	
Építészet és mérnöki tevékenység	141	5.6%	4	3.0%	5.2%
Oktatás	124	4.9%	12	8.9%	
Építőipar	105	4.2%	10	7.4%	9.8%
Feldolgozóipar	37	1.5%	2	1.5%	7.9%
Szállítmányozás	80	3.2%	4	3.0%	4.5%
Személyes menedzsment / Emberi erőforrás (HR)	77	3.1%	2	1.5%	
Egyéb	84	3.3%	11	8.1%	17.2%
Összesen	2512	100.0%	135	100.0%	100.0%

Forrás: Guesss 2011 magyar adatbázis, KSH 2011

**VEZETÉSTUDOMÁNY**

náltsággal üzemelnek, és a turizmus területén lehagytak minket a régió nagyvárosai. A hallgatókat tehát inkább arra kell ösztönözni, hogy kevésbé kompetitív rés piacokat célozzanak meg. Ilyenek például az egészségügyi szolgáltatások, ahol a legmagasabb a túlélési arány. A tervek sorában második helyen áll az infokommunikációs ágazat, vágyott népszerűsége messze meghaladja a gazdaságban betöltött szerepét. Nagyon sokan tanulnak informatikát, ezért várható, hogy ez a piac is telítetté válik, így az induló vállalkozások erős iparági versenyre számíthatnak. Többen már egyetem mellett elindítják „koliszoba” cégüket, tapasztalatot szerezve bedolgoznak más vállalkozások projektjeibe. Sokan végzés után külföldre mennek nagyvállalatokhoz, de az itthon maradóknak is csak specializáció esetén van némi esélyük, mert új és új webfejlesztőkre már nincs igény a magyar piacon. Az adóelkerülő, olcsó diákmunkával nem versenyképesek. Ez az a terület, ahol talán a legegyszerűbb külföldi piacokra lépni, így itt érdemes a hallgatókat a „think global” felé terelni.

A kereskedelem ugyan a harmadik legnépszerűbb tevékenységi terület a hallgatók között, de aránya mind a már létező, mind a tervezők között csupán fele a működő KKV-kon belüli arányához képest. Ellentétben a pénzügy, a biztosítás és az ingatlan területével, ahol annak ellenére, hogy a legtöbb bedölt vállalkozás innen kerül ki, minden 11. hallgató itt szeretne vállalkozást indítani. Sőt a már működő hallgatói vállalkozások legnagyobb arányban itt tevékenykednek, minden ötödik. Ez túlzott optimizmust jelez a jövővel kapcsolatban, amit sem az ingatlanpiaci, sem a pénzügyi kilátások nem indokolnak. Talán azért ilyen nagy ennek az ágazatnak az aránya, mert alacsony a belépési korlát, és a hallgatók saját erőforrások hiányában, megpróbálják mások erőforrásainak használatát.

Érdemes megemlíteni a tanácsadás és az építőipari ágazatot, ahol a vállalkozást tervezők nagyon elmaradnak, de a már működő cégek aránya közelíti a realitásokat.

Vállalati felelősség szempontjából az egyéb kategóriába írt magyarázatok közt talánunk arra utaló jeleket, hogy a hallgatók már gondolkodnak ilyen vállalkozásokon is. Többen jelezték, hogy nonprofit vállalkozást terveznek indítani, vagy olyan tevékenységet vállalnak, amely növeli a társadalmi jólétet.

### Az ötlet forrása

A vállalkozási ötlet forrását megvizsgálva az 5. táblázat alapján megállapíthatjuk, hogy a hallgatók sokkal inkább vágyaik – jelenlegi hobbijuk, szabadidős tevékenységük, érdeklődési körük, jelenlegi tanulmányaik – alapján keresnek vállalkozási ötletet. Ellentétben a már megalakultakkal, ahol egyértelműen a munkata-

pasztalat vagy a család az ötlet forrása. Szomorú tény, hogy utolsó helyen szerepel az alap vagy alkalmazott kutatásra épülő ötlet, ami az egyetemekről kipörgő úgynevezett spin-off cégek alacsony számát jelzi előre.

5. táblázat

### Honnan származik az üzleti ötlet?

(fő)

	Tervezett	Megalapított
Jelenlegi vagy korábbi munkavégzés	786	70
Hobby vagy szabadidő tevékenység	1008	19
Egyetemi tanulmányok	992	11
Elméleti vagy alkalmazott kutatások	194	3
Saját vagy diáktársak ötlete	549	25
Egyetemen kívüli barátoktól	299	17
Családtagoktól	459	37

Forrás: Guesss, 2011 magyar adatbázis

### A család, munkatapasztalat és a társak szerepe

Szakirodalmi hivatkozások is bizonyítják, hogy a szociális-társadalmi tényezők, így a családi hatások és korábbi vállalkozói ismeretek, tapasztalatok fontos szerepet töltenek be abban, hogy valaki az életpálya melyik szakaszában akar vagy lesz vállalkozó (Carroll – Mosakowski, 1987).

A családi támogatás felmérésére irányuló kérdések esetében mindenhol többségben vannak, azok, akik egyáltalán nem rendelkeznek családi támogatással. Ez a korábban említett felelősség szempontjából, lesújtó eredmény, hiszen a családból hozott normák és tapasztalatok befolyásolják leginkább a felelős viselkedést. Vagyis a vállalkozást tervezők többsége nem tud építeni a család segítségére, tehát versenyhátrányból indul.

Ezzel ellentétben biztató kép, hogy a tervezők 39,6 %-ának van a vállalkozás szempontjából releváns munkatapasztalata, és 14,7 % tervezi, hogy teljes munkaidőben a vállalkozásával foglalkozik. További 47,4% a munkaidejének legalább felét szeretné a vállalkozására fordítani. Ha figyelembe vesszük a magyar sajátosságokat, hogy több helyen kell dolgozni a megélhetés érdekében, akkor az adatok alapján számíthatunk arra, hogy munka mellett is fognak vállalkozni a hallgatók. Kutatásunk eredményei szerint a tervezett időráfordításban nemzetközi viszonylatban is kiemelkedő Magyarország (3. hely), Románia jelentősen, Oroszország éppen csak kicsivel előzi meg. Nemzetközi viszonylatban, inkább azok közé tartozunk, akik társakkal képzelik el vállalkozásukat. 42% egy, 20% két partnerrel szeretne vállalkozni. A társak többsége (35%) egyetemen kívüli barátokból, 28% egyetem-

ről, 22% rokon és 15% házastársból áll. A legtöbben saját forrásból szeretnék megoldani a finanszírozást, amit leggyakrabban családi vagy baráti kölcsönből egészítenének ki. A többség (65,6%) többségi tulajdonos szeretne lenni a saját vállalkozásban, viszont kérdéses, hogy a tervezett társak ezt elfogadják-e, hiszen ennek csak kevesebb, mint a fele, aki egyedül akar vállalkozni (29%).

**A gátló tényezők**

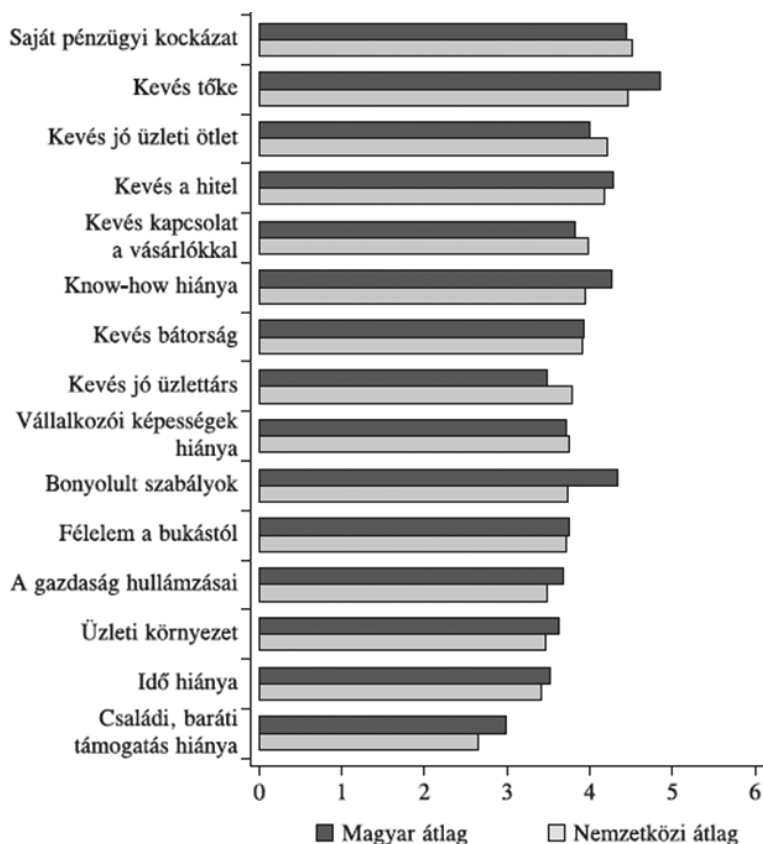
A 13. kérdéscsoport záró kérdése azt vizsgálta, hogy mit tartanak a vállalkozásindítás akadályainak a hallgatók. Mivel a kérdés a korábbi felmérésekhez képest nem változott, ezért érdemes összevetni a 2006-os és a nemzetközi eredményekkel is (1. és 2. ábra).

Az erőforrások korlátozottsága – a kutatások szerint elsősorban a megfelelő pénz és tőke hiánya – az egyik legfontosabb környezeti korlátozó tényező (Blanchflower – Oswald, 1998).

Az 1. és 2. ábrán látható, hogy továbbra is a pénzügyi források elérhetősége (saját tőke hiánya) a legnagyobb akadály. Mivel az egyetemi hallgatók általában diákhitellel rendelkeznek, és többségük saját forrásból szeretné elindítani a vállalkozását, így érthető, hogy ez a pénzügyi kockázattal együtt a legnagyobb akadály, a nemzetközi átlagot is felülmúlva. Viszont érdekes, hogy a jogszabályok bonyolultsága, mint korlátozó tényező mérséklődött, de az általános kedvezőtlen gazdasági környezet a második helyre lépett a nemzetközi átlagot is bőven meghaladva. Mint korábban említettem a támogató környezet és az üzleti lehetőség fontos tényezők, mely területen egyaránt romlás tapasztalható 2006-hoz képest. Egyetlen biztató mutató, hogy a hallgatók nem tekintik akadálynak azt, hogy vállalkozóként túl sokat kell dolgozni, amit többféleképpen lehet értelmezni. A hallgatók nem bájják, ha sokat kell dolgozni, vagy úgy gondolják, hogy a vállalkozó kevesebbet dolgozik, mint egy alkalmazott. Órai tapasztalataink alapján inkább a mondat első felét tartom az igazi oknak.

1. ábra

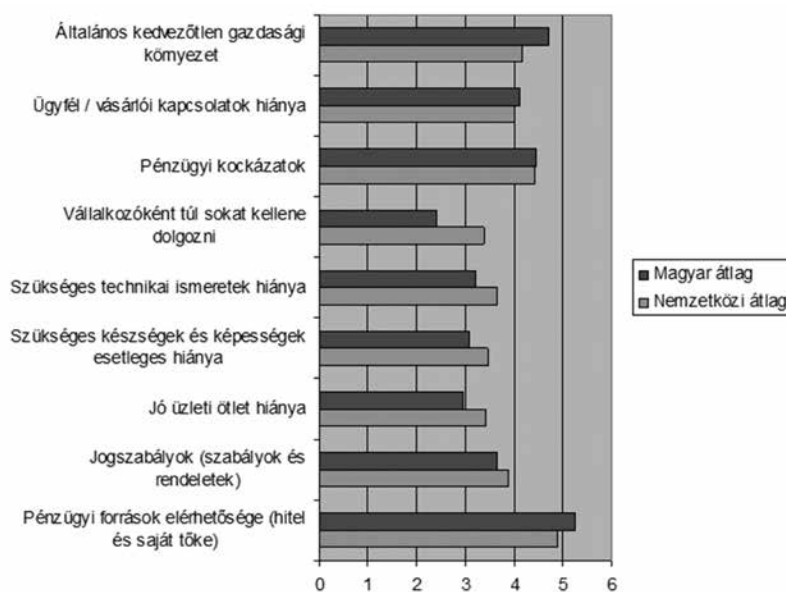
**Vállalkozásindítás akadályai nemzetközi szinten és Magyarországon, 2006**



Forrás: Szerb – Márkus (2006: 265. old.)

2. ábra

**Vállalkozásindítás akadályai nemzetközi szinten és Magyarországon 2011**



Forrás: Guesss, 2011 magyar adatbázis, Fueglistaller és szerzőtársai (2011)

**VEZETÉSTUDOMÁNY**

## Összefoglalás

Összességében megállapítható, hogy a hallgatók által tervezett és a már működő KKV-k országos iparági megoszlása között jelentős eltérések vannak. Ennek egyik oka, hogy a hallgatók inkább érdeklődésük alapján választanak iparágat, és nem a piaci lehetőségeket figyelembe véve terveznek. Az oktatás egyik feladata, hogy nem csorbítva a hallgatók vállalkozási kedvét a tényekkel szembesítsük őket, és olyan döntési technikákat adjunk nekik, amelyek segítenek a megalapozott döntések meghozatalában. Az iparágválasztás szöveges kiegészítéseiben megjelenik a társadalmi felelősség – a szöveges válaszok között öt esetben fordult elő, hogy nonprofit vállalkozást szeretnének indítani –, de az adatbázis nem alkalmas ennek mélyebb szintű elemzésére.

A felelősség szempontjából kritikus tényezőkre, a családi normákra és szerepmodellekre alig tudnak támaszkodni a hallgatók. A családi vállalkozást átvenni szándékozók aránya mindössze 4% közvetlenül egyetem után és csupán 8% öt évvel később. Ez az adat rendkívül alacsony, ha azt vesszük figyelembe, hogy egyes becslések szerint a KKV-k 75%-a családi vállalkozás (Filep – Szirmai, 2006). Napjainkban már megjelentek a vállalkozási kurzusok kínálatában a családi vállalkozás, szociális vállalkozás tárgyak, ez üdvözlendő, viszont szűk még azon hallgatók köre, akik élni tudtak ezzel a lehetőséggel.

A hallgatói ötletek inkább vágyaik – jelenlegi hobbiuk, szabadidős tevékenységük, érdeklődési körük, jelenlegi tanulmányaik – alapján keletkeznek, ellentétben a már megalakult hallgatói vállalkozásokkal, ahol a korábbi munkatapasztalatra vagy a családra építenek.

Munkatapasztalatok és tervezett időráfordításban általában felüliek a magyar hallgatók, és a vállalkozással járó többletmunkát sem tekintik akadályozó tényezőnek. A kedvezőtlen, ellenálló környezet nemcsak a vállalkozási kedvet, hanem a felelős magatartást is csökkenti.

A hallgatók első helyre sorolják a felelősségvállalást az ötleteikért, döntéseikért, ez szükséges, de nem elégséges feltétele a felelős vállalkozásnak. A hallgatók 4.8%-a (271 fő) hallgatott már szociális vállalkozás kurzust, feltételezhetően ezek egy része üzleti etika, vagy vállalatok társadalmi felelőssége kurzus keretében találkozott a fogalommal. A GUESSS 2011-es felmérés eredményei szerint a vállalkozásindítás legnagyobb akadálya hazánkban a tőkehiány és a kedvezőtlen gazdasági környezet, egyezően más nemzetközi kutatások eredményeivel.

## Lábjegyzet

<sup>1</sup> A tanulmány a TÁMOP 4.2.1.B-09/1/KMR-2010-2010-0005 projekt keretében készült.

<sup>2</sup> A Guesss egyéb kérdéscsoportjait és összefüggéseit részletesen olvashatják a kutatócsoport többi résztvevőjének munkáiban.

## Felhasznált irodalom

- Autio, E.* (2005): High-Expectation Entrepreneurship 2005. London–Babson: London Business School–Babson College
- Blanchflower, D.G. – Oswald, A.* (1998): What makes an entrepreneur? *Journal of Labour Economics*, Vol. 16. No. 1.: 26–60. o.
- Carroll, G.R. – Mosakowski, E.* (1987): The career dynamics of self-employment. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 32.: 570–589. o.
- Farkas Sz. – Kovács N.* (2010): Egyetemi és főiskolai hallgatók vállalkozói aktivitása Magyarországon, MEB 2010 – 8<sup>th</sup> International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, June 4-5, 2010 Budapest, 277–287. o.
- Farkas Sz.* (2012): Miért adaptáljuk a hallgatói spin-off modellt? in: Szirmai Péter (szerk.) (2012): Ifjúság – Vállalkozás – Vállalkozásoktatás. Budapest: Aula Kiadó: 147–156. o.
- Filep J. – Szirmai P.* (2006): A generációváltás kihívásai a magyar KKV-szektorban *Vezetéstudomány*, XXXVII. évf. 6. szám
- Fueglistaller, U. – Klandt, H. – Halter, F.* (2006): International survey on collegiate entrepreneurship 2006. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen
- Fueglistaller, U. – Sieger, P. – Zellweger, T.* (2011): Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship, Center for Family Business at the University of St. Gallen
- KSH* (2011): A kis- és középvállalkozások helyzete a régiókban. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorkkv.pdf>
- Liget Gy.* (2008): CSR Vállalati Felelősségvállalás. Budapest: Kurt Lewin Alapítvány
- Matolay R. – Petheő A. – Pataki Gy.* (2007): Vállalatok társadalmi felelőssége és a kis- és középvállalatok. Budapest: Nemzeti ILO Tanács
- Szerb, L. – Aidis, R. – Acs Z.J.* (2013) Magyarország vállalkozói teljesítményének összehasonlító elemzése a Globális Vállalkozói Monitor és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index módszertanai alapján, kétnyelvű kiadvány, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 144 old.
- Szerb L. – Márkus G.* (2006): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. *Nemzetközi összehasonlító elemzés. Közgazdasági Szemle*, LIV. évf., 2007. március: 248–273. o.
- Tót É. – Soltész A.* (2008): Helyzetkép a vállalkozói ismeretek oktatásáról és a vállalkozói tudás fejlesztése területén bekövetkezett változásokról – a továbbfejlesztés lehetőségei és befolyásoló tényezői. SEED alapítvány [http://seed.hu/files/docs/Vallalkozas\\_oktatas\\_kutatas\\_20081211.pdf](http://seed.hu/files/docs/Vallalkozas_oktatas_kutatas_20081211.pdf)
- Vecsenyi J.* (2011): Kisvállalkozások indítása és működtetése. Budapest, 72h.com