

S. GUBIK Andrea

A MAGYAR HALLGATÓK VÁLLALKOZÁSINDÍTÁSI SZÁNDÉKÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK MODELLJE

– AJZEN TERVEZETT MAGATARTÁS ELMÉLETÉNEK
KITERJESZTÉSE

A vállalkozási tevékenység a munkahelyteremtés és a gazdasági növekedés egyik döntő tényezője. Ennek a jövőbeli kedvező alakulását a fiatalok mai attitűdjei határozzák meg. Ha be tudjuk azonosítani a legfontosabb tényezőket, amelyek a fiatalok vállalkozásindítási szándékát befolyásolják, el tudjuk dönteni azt is, mely területen lehet és érdemes beavatkozni annak érdekében, hogy minél több új, életképes vállalkozás szülessen. A cikk a GUESSS kutatási projekt magyarországi adatbázisának köszönhetően közel 6000 hallgató válaszait elemezve rendszerezi a felsőoktatásban résztvevők vállalkozásindítási szándékára ható legfontosabb tényezőcsoportokat. Első lépésben Ajzen tervezett magatartás elméletének alkalmazásával vizsgálja a vállalkozásindítási szándék alakítóit, majd további tényezők, így a felsőoktatási intézmények által nyújtott szolgáltatások, a családi háttér és a demográfiai jellemzők bevonásával igyekszik minél pontosabban leírni a szándék alakulását.¹

Kulcsszavak: vállalkozásindítási szándék, tervezett magatartás elmélete

A vállalkozóvá válás, és kiemelten a növekedésre kész vállalkozások ösztönzése fontos gazdaságpolitikai kérdés. A kis- és középvállalatok (KKV-k) jelentős hatással vannak a gazdasági növekedésre (Blanchflower, 2000; Carree – Thurik, 2010; Carree et al., 2002), elsősorban a tudásáramlásra gyakorolt kedvező befolyáson keresztül (Ács et al., 2005). Kiemelt a jelentőségük az innovációban betöltött szerepük miatt is (Papanek et al., 2009). A vállalkozói aktivitás munkanélküliséget csökkentő, illetve munkanélkülieket felszívó hatása (kényszervállalkozás) egyszerre érvényesül (Audretsch et al., 2001) és gyakorol pozitív hatást a foglalkoztatásra.

Főként a gyors növekedést produkáló gazellák játszanak az említett területeken nagy szerepet. Kiemelkedők a munkahelyteremtésben: egy hazai felmérés eredményei szerint a vállalatok leggyorsabban növekvő öt százaléka 45,8, a leggyorsabban növekvő egy százaléka pedig 20 százalékban járult hozzá a munkahelyteremtéshez 2002 és 2005 között Magyarországon (Békés –

Muraközy, 2011). Fogékonyabbak továbbá az innovációra a gyors növekedést nem produkáló társaikhoz képest (OECD, 2002; Autio et al., 2007; Papanek, 2010). A teljes KKV-szektor az új munkahelyek 85 százalékát biztosította 2002 és 2010 között az EU-ban (De Kok et al., 2011), Magyarországon pedig mintegy 70 százalékban járul hozzá a foglalkoztatáshoz (KSH, 2011: p. 26.).

Szakirodalmi áttekintés

Nagyon nehéz meghatározni, hogy mely területen lehet és érdemes beavatkozni annak érdekében, hogy minél több új, életképes vállalkozás szülessen. Az oktatás fontos szerepet játszhat a vállalatok növekedésorientációjában (Storey, 1994), de kétséges a vállalkozásindításra gyakorolt közvetlen hatása. A Storey (1994) által megvizsgált 19 kutatásból 17 foglalkozott az oktatás szerepével, de mindössze hét esetben mutatkozott kapcsolat a vállalkozó képzettsége és a létrehozott vállalat növekedésorientáltsága között.

VEZETÉSTUDOMÁNY

A hagyományos módszerek (előadások) kevésbé ösztönzik a vállalkozói gondolkodást (EC, 2008), a sikeres vállalkozás elengedhetetlen feltételeinek tűnő készségek megszerzésére valódi vállalkozáson keresztül nagyobb esély mutatkozik (Szirmai – Csapó, 2006). Ugyanakkor a célravezetőbb módszerek nagy kihívást jelentenek az intézmények számára. Nemcsak erőforrás-igényesek, de szükségeltetik hozzá, hogy mind az oktatók, mind a hallgatók megértsék és felismerjék ezek jelentőségét.

Az oktatáson kívül nagyon sok tényező alakítja azt, hogy egy egyén vállalkozóvá válik-e vagy sem. A pszichológia azt vizsgálja, van-e speciális pszichológiai háttere például a kockázatvállalásnak, problémamegoldásnak és az innovativitásnak. A pszichológiai megközelítés áttekintését adja Shaver és Scott (1991). A szociológia ezzel szemben a kultúra, a társadalmi osztályok, az etnikum és a vallás hatását elemzi. A vállalkozói tevékenység komplex, sokrétű, egyetlen tudományterület sem tudja valamennyi aspektusát lefedni (Reynolds, 1991), ezért megértéséhez integrált megközelítés szükséges, mely ötvözi a szociológiai, ökológiai, intézményi elméleteket (Thornton, 1999).

Ilyen összetett modellnek tekinthető a szociális kognitív elmélet (Social Cognitive Theory) (Bandura, 1977), amely hasznos adalék lehet a vállalkozásindítási döntések megértésében. A modell nagy szerepet tulajdonít a környezetnek a viselkedés alakulásában. Bandura modellje a környezet, a személyiség és a viselkedés egymást kölcsönösen meghatározó, folyamatosan alakító voltát hangsúlyozza. Kiemeli, hogy a környezet értékelésének mikéntje döntő szerepet játszik a cselekvés folyamatában. Az, az hogy mit veszünk egyáltalán észre, és hogy azt hogyan értékeljük, dolgozzuk fel, meghatározza a szándékainkat és a döntéseinket.

Ha az elméletet a vállalkozásindítási elképzelések modellezésére használjuk, akkor a környezet, a család és a barátok felől érkező megerősítések vállalkozásindítás folyamatában játszott szerepének éppúgy megfeleltethető, mint a szükséges erőforrások rendelkezésre állásának, tehát a fizikai és a szociális környezetre egyaránt vonatkozik.

Az, hogy hogyan érzékelünk bizonyos helyzeteket, majd hogyan viselkedünk ezek hatására, nagyban függ az énhatékonyságtól (self-efficacy), amely az egyénnek a képességeibe vetett hite. Ha ez hiányzik, akkor a szükséges képességek birtokában sem születik meg a döntés (Bandura 1993).

Shapero vállalkozáseseemény-modellje (Entrepreneurial Event) (Shapero, 1982) szintén kognitív elméleti feltevéseken alapul. Az elmélet szerint a vállalkozásindítási elképzeléseket az egyén életútjában

bekövetkezett változások, és ezek egyénre gyakorolt hatása alakítja. Ebben a modellben a negatív elmozdulások (például a munkahely elvesztése) és a pozitív elmozdulást kiváltó tolóerők (pénzügyi források, partnerek rendelkezésre állása) eredője, valamint az esemény észlelt kívánatossága és megvalósíthatósága együttesen határozzák meg a döntést.

Végül Ajzen (1991) tervezett magatartás elmélete (Theory of Planned Behaviour) szerint az attitűdök, szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll együttesen befolyásolják a vállalkozóvá válás szándékát, amely elvezet a tényleges cselekvéshez. Egyaránt fontos tehát az, hogy az egyén mennyire tartja kívánatosnak a viselkedést, hogy milyen társadalmi nyomást érzékel a kívülállók részéről, valamint az, hogy mennyire érzi nehéznek vagy könnyűnek magát a cselekvést. Ez utóbbi két komponens, az észlelt énhatékonyság (mennyire egyszerű vagy nehéz a cselekvés az egyén szerint) és az észlelt kontrollálhatóság (mennyire függ a cselekvés az egyéntől) eredője (Ajzen, 2002).

Mindhárom modell kiemelt szerepet tulajdonít az egyén értékrendjének, attitűdjeinek, benyomásainak, beemeli a környezetet, a társadalom felől érkező jeleket és hangsúlyozza ezek egymásra hatását. Bandura modellje ezeken túl azt is figyelembe veszi, hogy a viselkedés maga is alakítja a környezetét, nem tekinthető statikusnak. Mint ahogy objektívnek sem. Az egyének ugyanis szelektíven értelmezik környezetüket, annak mindössze bizonyos, számukra releváns vonásait ragadják meg (Schutz, 1962). A környezet értelmezése a környezetre vonatkozó előzetes ismereteken alapul, ami részben az egyén személyes tapasztalataiból, részben másoktól átvett tapasztalatokból és ismeretekből áll (Farkas, 2010). Mindez megmagyarázza, hogy azonos feltételek és információk rendelkezésre állása esetén miért adódnak jelentős különbségek a lehetőségek felismerésében.

A GUESSS-adatbázis lehetőséget ad a vállalkozásindításra irányuló szándék modelljeinek tesztelésére. Ezek közül ebben a cikkben Ajzen tervezett magatartás elméletét vizsgáljuk meg.

Lehetővé teszi továbbá olyan alapvető tényezőket vállalkozóvá válásra gyakorolt hatásainak a vizsgálatát, mint például a demográfiai jellemzők (nem, kor), a családi háttér (családi vállalkozás megléte vagy hiánya, családi állapot) és az oktatási intézmények által nyújtott szolgáltatások.

Az oktatás jelentőségét az adja, hogy különösen a nem szokványos megoldások alkalmazásával nagyban hozzájárulhat a sikeres vállalkozáshoz szükséges tudás és készségek elsajátításához. Így olyan területet képviselhet, ahol jó hatásfokkal lehet előrelendíteni

a vállalkozásindítási kedvet és a vállalkozóvá válás szempontjából kedvezőtlen befolyásoló (kedvezőtlen gazdasági helyzet, családi háttér stb.) hatását némileg csökkenteni lehet. Ugyanakkor a vállalkozásoktatás csak azoknál az egyéneknél járul hozzá a vállalkozás indításához szükséges lehetőség felismeréséhez, akik korábbi szakmai tapasztalatokkal is rendelkeznek (Bergmann, 2011). Azaz a vállalkozási szándékot ugyan pozitívan befolyásolja (Pittaway – Cope, 2007), de a piacra, fogyasztói igényekre stb. vonatkozó konkrét ismeretek nélkül nem realizálódik.

Adatfelvétel és a minta jellemzői

A GUESSS-felmérés (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) 2011-ben 26 ország egyetemistáinak megkérdezésével a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és a vállalkozási tevékenységét vizsgálta. A 2011. évi 5. felmérésben 93.265 hallgató vett részt, Magyarországon 5.677 hallgató töltötte ki az elektronikus kérdőívet (8 százalékos átlagos válaszadási aránnyal). A magyarországi résztvevők felsőoktatási intézmények szerinti megoszlását lásd Farkas-Gubik (2013).

Vállalkozásindítási szándék a magyar hallgatók körében

Az elméletek azt sugallják, hogy a saját vállalkozás létrehozására irányuló döntés túl komplex ahhoz, hogy teljes egészében feltárható, megbízhatóan modellezhető legyen, ám a szándék előmozdítóit be tudjuk azonosítani.

A GUESSS kutatási koncepciója Ajzen tervezett magatartás elméletén nyugszik, a megalkotott kérdőív és az adatbázis ezért tartalmaz olyan adatsorokat, amelyek segítségével a vállalkozásindításra irányuló attitűd, a szubjektív norma és az észlelt magatartási kontroll egyaránt felderíthető. Az 1. ábra Ajzen tervezett magatartás elméletét mutatja.

A modell szerint a vállalkozásindításra irányuló attitűd és a vállalkozási szándék között pozitív irányú összefüggés van. Minél kedvezőbb az egyén vállalkozásindítással összefüggő beállítottsága (Attitűdök), várhatóan annál nagyobb lesz a vállalkozásindítási szándéka is. A támogató szociális környezet (Szubjektív normák) is növeli a vállalkozásindítási szándékot. Minél pozitívabban

viszonyul az egyén vállalkozásindítási elképzeléseire környezet, annál inkább várható, hogy szándékot mutat majd saját vállalkozás megvalósítására.

A harmadik tényező, az események feletti kontroll (Észlelt magatartási kontroll), szintén közvetlenül befolyásolja a vállalkozásindítási szándékot, de a tényleges cselekvésre is hatást gyakorolhat. Az észlelt magatartási kontroll kétféle módon hat a szándéokra és a cselekvésre. Egyrészt minél inkább úgy érzi az egyén, hogy képes kontrollálni az eseményeket, annál inkább szándékában állhat saját vállalkozási tevékenységbe fogni. Másrészt az énhatékonyság szintén pozitív irányba tolja a vállalkozási szándékot. Minél inkább úgy érzi az egyén, hogy birtokában van a vállalkozásindításhoz szükséges képességeknek és tudásnak, annál inkább elképzelhetőnek tartja saját vállalkozásának beindítását (Ajzen, 2002).

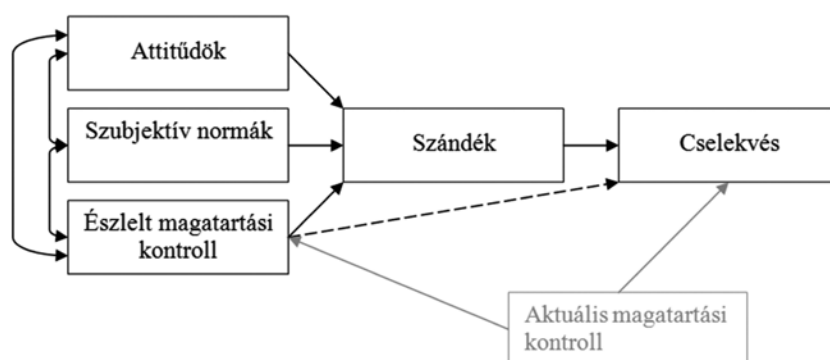
A szándékot befolyásoló tényezők egymással is összefüggnek, illetve az észlelt magatartási kontroll két dimenziója, a kontrollálhatóság és az énhatékonyság között is létezik pozitív irányú kapcsolat. Ez utóbbi úgy értelmezhető, hogy az az egyén, aki úgy érzi, hogy rendelkezik a szükséges képességekkel és tapasztalatokkal, egyúttal úgy is érzi, hogy képes kontrollálni is az eseményeket.

A tényleges cselekvés nem csupán a motivációk, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll függvénye. Ezeket, és így a cselekvést is, nagymértékben befolyásolják olyan tényezők, mint például a szükséges források, lehetőségek elérése (pénz, idő stb.), amelyek az adott viselkedéshez szükségesek. Ezt a tényezőt a modell aktuális magatartási kontrollnak nevezi, és Ajzen eredeti modelljének nem volt része.

A magyarországi fiatalok vállalkozásindítási elképzeléseinek elemzéséhez a kérdőív 8. kérdésére adott válaszokat használjuk: Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts? (A következő válaszlehetőségek közül lehetett választani: Soha; Esetlegesen, néha; Újra

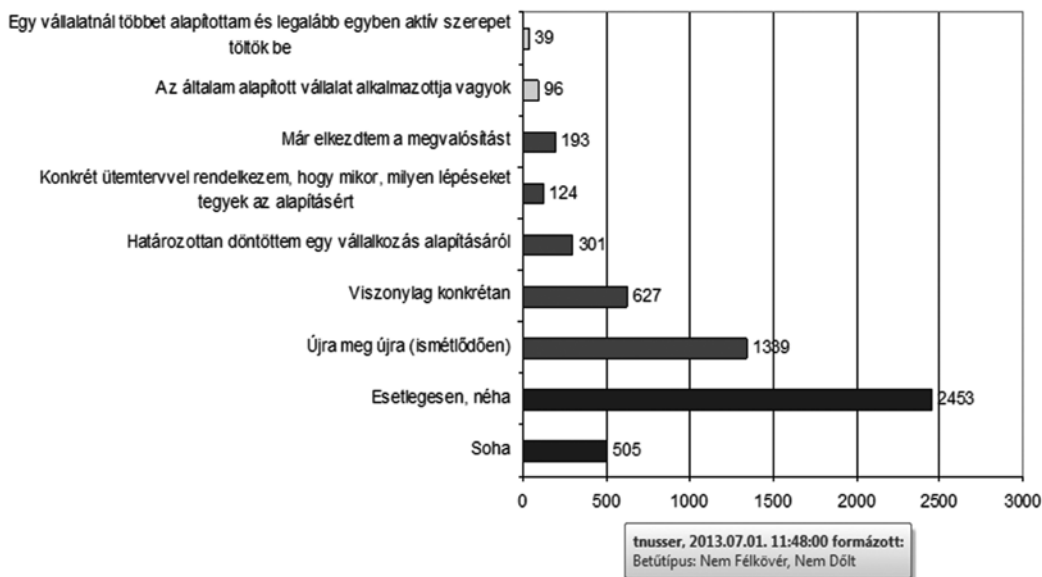
1. ábra

A vállalkozásindítási szándék alakítói



Forrás: Ajzen (2006)

A vállalkozásindítási elképzelések alakulása a hallgatók körében



Forrás: GUESSS 2011 adatbázis alapján saját számítás 5.677 válasz alapján

meg újra [ismétlődően]; Viszonylag konkrétan; Határozottan döntöttem egy vállalkozás alapításáról; Konkrét ütemtervvel rendelkezem, hogy mikor, milyen lépéseket tegyek az alapításért; Már elkezdtem a megvalósítást; Az általam alapított vállalat alkalmazottja vagyok; Egy vállalatnál többet alapítottam, és legalább egyben aktív szerepet töltök be.)

A kérdés képes árnyalni a vállalkozásindítási szándé-

ket, és egyúttal elválik a hallgatók által ténylegesen megtett vállalkozásindítási lépésektől. A szakirodalom hangsúlyozza, hogy a szándék már a tényleges lehetőségek felkutatása előtt eldől (Krueger et al., 2000; Krueger – Brazeal, 1994), ezért a szándékot, és nem a tényleges lépéseket kell vizsgálat alá vonni.

A 2. ábra jól mutatja, hogy a mintába került hallgatók zöme nem foglalkozik komolyan a vállalkozásindítás lehetőségével. A válaszadók több mint fele nem tervez vállalkozásindítást („Soha” és „Esetlegesen, néha” választ adók összege). Mindössze 2,37 százalékuk volt már vállalkozó a kérdőív kitöltésének idején („Az általam alapított vállalat alkalmazottja vagyok”; „Egy vállalatnál többet alapítottam, és legalább egyben aktív szerepet töltök be” válaszokat adók).

A fennmaradó hallgatók elgondolkodtak már a vállalkozásindításon („Újra meg újra [ismétlődően]”, „Viszonylag konkrétan”, „Határozottan döntöttem egy vállalkozás alapításáról”, „Konkrét ütemtervvel rendelkezem, hogy mikor, milyen lépéseket tegyek az alapításért” és a „Már elkezdtem a megvalósítást” válaszok), de nagy különbségeket találunk közöttük aszerint, hogy ennek érdekében milyen valós lépéseket tettek már meg.

A vállalkozásindítás érdekében tett lépések elemzése azt mutatja, hogy meglehetősen kevés vállalkozást fontolgató hallgató tett már érdemi lépéseket a saját vállalkozás megvalósítása érdekében. Tekintettel arra, hogy a kérdés több választ is megengedett, nem következethetünk egyértelműen vissza a választ adókra. Az azonban látható, hogy nagy az aránya azoknak a hallgatóknak,

akik semmilyen lépést nem tettek (az összes megjelölt válasz 32,5 százaléka), illetve nem jutottak tovább az első üzleti ötletek átgondolásánál (57 százalék). Üzleti tervvel alig 6 százalékuk rendelkezik, és alig több mint két százalékuknak van elképzelése a saját vállalkozás megalapításának pontos időpontjáról (3. ábra).

Ajzen tervezett magatartás elmélete

Első lépésben azt vizsgáltuk, hogy a cselekvésre irányuló attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll milyen mértékben magyarázzák a vállalkozásindítási szándékot. Mindhárom modellbeli komponens kérdőívbeli megfelelőjét igyekeztünk megtalálni. Ahogy az Farkas és Gubik (2013) munkájából kiderül, a szakirodalomban több kísérlet is született Ajzen modelljének operacionalizálására. Szerb és Lukovszki (Szerb – Lukovszki, 2013) tanulmánya pedig jól mutatja, hogy a vállalkozásindítási szándékot leíró modell továbbfejlesztésének is lehet létjogosultsága.

Attitűdök

Az attitűd mérésére a 9. kérdést használtuk fel. A korábbi tesztek gyakorlatának megfelelően (például Autio et al., 2001) az attitűdöt a vállalkozás karriercélként történő elfogadottságaként konceptualizáltuk, ám a korábbi vizsgálatoktól eltérően nem egy, hanem négy változó együttes hatásával mértük. A válaszadóknak az alábbi négy vállalkozásindítással összefüggésben megfogalmazott, hétfokozatú Likert-skálán mért állítást kellett értékelniük.

Ezek:

- A vállalkozóvá válás számomra több előnyt jelent, mint hátrányt.
- A vállalkozói karrier számomra vonzó.
- Ha lenne lehetőségem, vállalkozó lennék.
- Vállalkozónak lenni számomra nagy megelégedettséget jelentene.

A négy változót faktoranalízis segítségével egy főkomponensbe vontuk össze. A főkomponens 84,42 százalékból adja vissza a négy változó jelentéstartalmát, alkalmasságát a 0,847-es KMO-érték jelzi.

Szubjektív normák

A szubjektív normák mérését a 10. kérdés segítségével valósítottuk meg, ami ugyancsak megfelel a szakirodalomban bevett gyakorlatnak (lásd például Kolvereid, 1996).

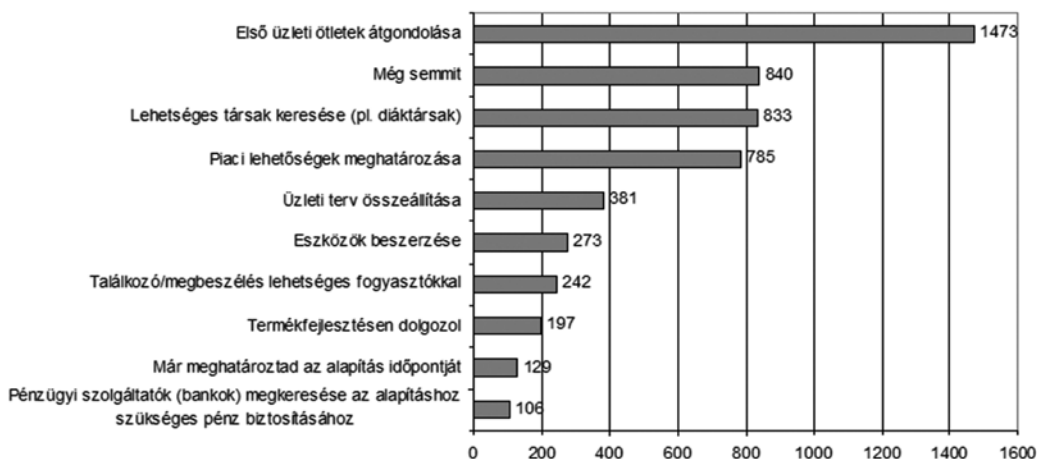
Itt a válaszadók azt jelölték meg, hogy megítélésük szerint mennyire lenne negatív vagy pozitív környezetük vélekedése, ha vállalkozásba fognának. A szülők/családtagok, a barátok/diáktársak és a megkérdezettek számára fontos emberek véleményét kellett értékelni. Akárcsak az attitűdök mérésénél, itt is összevontuk a három csoport vélekedését egy főkomponensbe (KMO-érték 0,740, megmagyarázott hányad 82,907).

Autio és szerzőtársai (Autio et al., 2001) azt is megvizsgálták ebben az összefüggésben, hogy a megkérdezettek mennyire érzik úgy, hogy az egyetemi környezetük ösztönző volt a vállalkozás szempontjából. Mi ezt a tényezőt a szubjektív normán kívül állónak érezzük, és csak később vonjuk be a vizsgálatba.

Észlelt magatartási kontroll

Az észlelt magatartási kontrollt két változó segítségével mértük. A kérdőív 12. kérdése a kontrollálhatóság, a 13. kérdése pedig az énhatékonyság mérésére alkalmas. Mindkét kérdésben hétfokozatú Likert-skálán kellett értékelni az egyes állításokat, illetve az egyes tényezők jelentőségét. A változók számának csökkentése érdekében itt is faktorelemzést végeztünk. A 12. kérdés faktor-

Saját vállalkozás alapítása érdekében tett lépések



Forrás: GUESSS 2011 adatbázis alapján saját számítás

Ez a kérdés azokat célozta meg, akik a 8. kérdésben vállalkozásindítási tervekről számoltak be (n=2584). Több válasz is megengedett volt.

elemzése három változócsoporthat különített el (KMO=0,745, 65,834%), ezek az Offenzivitás, Defenzivitás és Passzivitás elnevezést kapták. Az Offenzivitás faktor azt fejezi ki, mennyire érzi úgy az egyén, hogy képes kezben tartani, irányítani az eseményeket. Ennek az ellentétes pólusát testesíti meg a Passzivitás faktor, amely arra utal, hogy mennyire érzi az egyén, hogy a dolgok alakulása nem igényel beavatkozást, vagy nem lehet sikeres a beavatkozás. Végül a Defenzivitás faktor a mások általi kontroll mértékét méri az egyén döntéseiben.

Offenzivitás

- Amikor terveket készítek, majdnem biztos vagyok abban, hogy elvégzem azokat.
- Általában képes vagyok meghatározni, hogy mi történjen az életemben.
- Általában képes vagyok védeni saját érdekeimet.

Defenzivitás

- Úgy érzem, hogy ami az életemben történik, azt gyakran mások befolyásolják/határozzák meg.
- Életemet elsősorban más, erős egyéniségek irányítják.
- Annak érdekében, hogy a terveim bevaljanak, gondoskodom arról, hogy az én elképzeléseim összhangban legyenek azoknak az embereknek az elképzeléseivel, akiknek hatalma van fölöttem.

Passzivitás

- Sokszor úgy találom, hogy aminek meg kell történnie, az meg fog történni.
- Ha megkapok valamit, amit szeretnék, az azért van, mert szerencsés vagyok.
- Nem mindig okos hosszú távra terveznem, mert sok dolog válhat a jó vagy rossz szerencse kérdésévé.

A 13., énhatékonyságot mérő kérdés faktorilemzése három faktort különített el (KMO=0,855, 69,088%), ezek a Kockázattűrés, az Innovativitás és a Következetesség faktorok. Az első faktor azt méri, mennyire érzi úgy az egyén, hogy képes kezelni a felmerülő kockázatokat. Az Innovativitás faktora az egyén újításra, valaminek a létrehozatalára irányuló igényét méri. A Következetesség faktora pedig azt testesíti meg, hogy mennyire képes az egyén célokat kijelölni és azt következetesen véghez vinni. A 13. kérdés faktorainak állításai a következők:

Kockázattűrés

- kockázat és bizonytalanság csökkentése,
- számított kockázatok figyelembevétele,
- pénzügyi elemzés készítése,
- döntéshozatal bizonytalanság és kockázat mellett.

Innovativitás

- saját vállalat indítása,
- saját vállalkozásomat sikeressé teszem,
- új termékek és szolgáltatások fejlesztése,
- új ötletek kitalálása.

Következetesség

- felelősségvállalás az ötletekért és döntésekért,
- célok kijelölése és megvalósítása,
- célokhoz igazított időbeosztás.

Eredmények

A 1. táblázat Ajzen tervezettmagatartás elméletének tényezőivel magyarázza a vállalkozásindítási szándékot. Az elemzéshez multinomiális logisztikus regressziót alkalmaztunk, amely a lineáris regresszióval szemben akkor is elvégezhető, ha a változók nem normál eloszlásúak (mint esetünkben is), illetve, ha a változók alacsony mérési szintűek. A módszer „engedékenysége” az ára a modell nehezebb interpretálhatósága.

A vizsgálat során a „Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?” változó három kategóriába sűrítt változatát használtuk függő változóként (1: nem tervez vállalkozást, 2: vállalkozásindítást tervez, 3: már vállalkozó). Független változóként Ajzen modelljének három elemét (attitűdök, szubjektív norma, észlelt magatartási kontroll) építettük be a modellbe.

A megalkotott modell szignifikáns, (Khí négyzet próba szignifikáns), magyarázóereje 47 százalék (Nagelkerke-féle $R^2=0,47$). A modellbe beépített változók egyenkénti szignifikáns hatásáról a Wald-statisztika segítségével győződhetünk meg. A modellből elhagytunk három nem szignifikáns független változót.

Az első a szubjektív norma mérésére irányuló faktor. Ezzel a problémával találkozhatunk Krueger és szerzőtársai munkájában is (Krueger et al., 2000). Ma-

1. táblázat

A vállalkozásindítási szándék endogén tényezőinek hatása

Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?	Változó	B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp(B)
Vállalkozásindítást tervez	Konstans	-,265	,036	53,379	,000	
	Kontrollálhatóság Defenzivitás	-,177	,037	23,351	,000	,838
	Kontrollálhatóság Passzivitás	-,369	,038	93,185	,000	,691
	Énhatékonyság Kockázattűrés	,009	,039	,054	,816	1,009
	Énhatékonyság Innovativitás	,938	,050	356,364	,000	2,556
	Attitűd	1,205	,052	536,131	,000	3,338
Már vállalkozó	Konstans	-3,840	,166	537,769	,000	
	Kontrollálhatóság Defenzivitás	-,369	,099	13,937	,000	,691
	Kontrollálhatóság Passzivitás	-,702	,090	60,947	,000	,495
	Énhatékonyság Kockázattűrés	,290	,107	7,288	,007	1,336
	Énhatékonyság Innovativitás	1,791	,160	125,857	,000	5,994
	Attitűd	1,042	,147	50,449	,000	2,835

Nagelkerke-féle $R^2 = 0,47$

Forrás: GUESSS 2011 adatbázis alapján saját számítás

gyarazatuk szerint ez a tényező olyan társadalmi csoportoknál játszhat szerepet, ahol a vállalkozás tradíciója erősnek mondható.

A második a Következetesség faktora, a harmadik pedig az Offenzivitás, azaz az egyén helyzet feletti kontrolljának képessége. Ez utóbbi akkor sem bizonyult szignifikánsnak, ha csak a Kontrollálhatóság egyedüli változójaként (annak ellenpólusa nélkül) léptettük be a modellbe.

Az esélyhányadosok vizsgálata azt mutatja, hogy a vállalkozásindítási szándék legfontosabb meghatározói a vállalkozásindítással összefüggésben kialakult attitűdök és az énhatékonyság. Az előbbi azt méri, hogy az egyénnek milyen elképzelése van viselkedése várható kimeneteléről, és hogy hogyan értékeli ezt. Az utóbbi pedig az egyénnek a saját képességeibe vetett hite, azaz, hogy mennyire érzi úgy, hogy rendelkezik a szükséges képességekkel a vállalkozás indításával összefüggésben. Mindkét esetben pozitív irányú az összefüggés, ami azt jelenti, hogy minél inkább pozitív az egyén vállalkozásindítással kapcsolatos attitűdje, és minél inkább hisz abban, hogy rendelkezik a szükséges kompetenciákkal, annál nagyobb eséllyel mutat szándékot saját vállalkozás létrehozatalára. A kontrollálhatóság mérésére alkalmazott két változó negatív irányú kapcsolatban van a vállalkozásindítási szándékkal. Ez azt jelenti, hogy minél inkább érzi úgy az egyén, hogy képes irányítani a jövőjét, annál nagyobb eséllyel válhat vállalkozóvá.

A vizsgálatok megerősítették, hogy az attitűdök és az észlelt magatartási kontroll valóban meghatározó szerepet játszanak a vállalkozásindítási szándék alakulásában. A szubjektív normák szerepét azonban nem sikerült alátámasztani. Amennyiben elfogadjuk Autio és szerzőtársai (Autio et al., 2001) megközelítését, és a szubjektív norma értelmezésére az ösztönző egyetemi környezetet is megfelelő mérőszköznek tartjuk („Az egyetemen a vállalkozóvá váláshoz kedvező környezet és lehetőségek vannak” változó modellbe történő bevonása), úgy a modell magyarázóereje 47,4 százalékosra emelkedik. A kapcsolat itt is pozitív irányú: a támogató egyetemi környezet növeli az esélyét a vállalkozási szándék kialakulásának.

Exogén tényezők

Ugyan megállapítottuk az attitűdök és az észlelt magatartási kontroll szignifikáns hatását a vállalkozásindítási szándékok alakulásában, de továbbra is csak ködös elképzeléseink lehetnek arról, hogy ezek mögött milyen változók állnak. Ennek felderítése érdekében további tényezőket vonunk be a vizsgálatba.

A vállalkozói szándékot elemző modellek zöme az attitűdökön kívüli tényezőket exogénnek tekinti. Azt feltételezik, hogy ezek a tényezők az attitűdökön,

normákon stb. keresztül, indirekt módon hatnak a vállalkozásindítási szándéokra. Ajzen modelljének újabb változata már tartalmazza az aktuális kontrollt (actual control), amely a modell szerint szükséges ahhoz, hogy a szándék tényleges cselekvés formáját öltse (Ajzen, 2006). Az aktuális kontroll a szükséges erőforrások, lehetőségek gyűjtőfogalma, így ide sorolható többek között a szükséges pénz, idő, képzettség megléte. A modell szerint az aktuális kontroll lényegi hatást gyakorolhat mind a tényleges cselekvésre, mind pedig az észlelt magatartási kontrollra.

Ezen túl a szituáció változásai szintén befolyással lehetnek a viselkedés egy vagy több elsődleges determinánsára (Fishbein, 2002). Ezt főként Shapero modellje adja vissza, ahol az egyén életútjában bekövetkező negatív és pozitív hatások nagyban befolyásolják a vállalkozási folyamat alakulását.

A nem és a kor változók meghatározók lehetnek a vállalkozási szándék alakulásában. Mindkét változó hatással lehet az attitűdökre, a környezet észlelésének módjára és az észlelt magatartási kontrollra is, de ezen túli hatást is tulajdoníthatunk nekik. Az adatbázis elemzésével alátámasztottuk, hogy a férfiak nagyobb arányban szándékoznak vállalkozást indítani, illetve nagyobb arányban már vállalkozók a nőkkel összevetve, valamint, hogy a kor előrehaladtával nő a vállalkozásindítási elképzelések esélye.

Ugyancsak érdemes megvizsgálni a családi vállalkozói tapasztalatok hatását. Nemcsak a jelenlegi, de a múltbeli családi vállalkozói tapasztalatok is előnyösen hatnak a hallgatók vállalkozásindítással összefüggő elképzeléseire. A korábbi vagy a jelenlegi vállalkozók gyermekei nagyobb arányban gondolkodnak el a vállalkozásindítás lehetőségén.

Végül megvizsgáltuk az oktatás szerepét is három kérdéscsoport segítségével. Ezek:

- a képzési terület,
- a felsőoktatási intézmények által meghirdetett előadások és gyakorlatok, valamint az általuk nyújtott szolgáltatások és
- a támogató egyetemi környezet hallgatói elképzelésekre és karriertervekre gyakorolt hatása.

A hallgatók képzési területe és a saját vállalkozás indításával kapcsolatos elképzelések között összefüggést fedeztünk fel. A gazdasági/üzleti területen tanulók között nagyobb az aránya a vállalkozást tervező vagy már vállalkozó hallgatóknak. A természettudományi terület átlagát a mérnöki tudományok és a számítástechnika/informatika területek javítják. Fontos azonban megjegyezni, hogy a családi vállalkozás megléte/hiánya kihathat a pályaorientációra is, a képzési terület

megválasztása a vállalkozási szándékhoz fűződő tudatos döntés eredménye is lehet. Így a képzési területek szerinti eltérések csak részben indokolhatók az egyes képzési területek eltérő profiljával.

A felsőoktatási intézmények által kínált kurzusok és szolgáltatások szintén hatással lehetnek a vállalkozásindítási elképzelésekre. Azonban azok száma helyett elsősorban tényleges igénybevételüket célszerű megvizsgálni. Ezért egyaránt elemeztük az igénybe vett szolgáltatások számát és az igénybevétel intenzitását, azaz a nyújtott kurzusok, szolgáltatások és erőforrások kihasználtságát százalékos formában. Az adatok elemzésével arra a következtetésre jutottunk, hogy a kurzusok és az intézmények által biztosított szolgáltatások esetén a már vállalkozók és a vállalkozni szándékozók nagyobb arányban veszik igénybe az elérhető szolgáltatásokat, a vállalkozást nem tervezőkkel összevetve. Az erőforrások esetén ilyen irányú összefüggés nem mutatható ki.

A kurzusok és szolgáltatások kihasználtsága és a vállalkozásindítási elképzelések közötti pozitív irányú összefüggés akkor is fennáll, ha a képzési területet kontroll alatt tartjuk.

Az oktatás vizsgálatának harmadik vetülete az egyetemi kedvező, vállalkozásbarát klíma, amelyet „Az egyetemen a vállalkozóvá váláshoz kedvező környezet és lehetőségek vannak” állítás segítségével mértünk. Azt tapasztaltuk, hogy a vállalkozásbarát környezet elsősorban a vállalkozást fontolgatók számára fontos szempont. A már vállalkozók ennek nem tulajdonítanak kiemelkedően nagy jelentőséget.

Eredmények

Az előbbieken kísérletet tettünk néhány olyan exogén tényező beazonosítására, amelyek a vállalkozásindításra vonatkozó döntést érdemben befolyásolhatják. Azt tapasztaltuk, hogy a demográfiai jellemzők (nem, kor), a családi háttér és az oktatás egyaránt szerepet játszhatnak a döntés meghozatalában. Annak érdekében, hogy ezek együttes hatását felmérjük, illetve rangsoroljuk a döntésre gyakorolt hatásuk erősségét, az exogén tényezők esetében is multinomiális logisztikus regressziót végeztünk. A vizsgálat során újra a korábban elemzett „Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?” változó három kategóriába sűrített változatát használtuk függő változóként. Független változóként pedig a nem változó (0 férfi, 1 nő), a kor (születési év), a családi vállalkozói tapasztalatokra vonatkozó változót (1 nincs, és nem is volt, 2 van) vontuk be. A felsőoktatási intézmények vállalkozásindításra kifejtendő hatásának elemzése érdekében pedig az igénybe vett előadások és gyakorlatok (db), az igénybe vett erőforrások (db), az igénybe vett hálózati és tanácsadói szolgáltatások (db), valamint a képzési terület változót (1 gazdasági/üzleti tudományok, 2 egyéb) használtuk fel.

A regresszióelemzés eredményeit a 2. táblázat tartalmazza. A megalkotott modell szignifikánsnak bizonyult, (KHI négyzet próba szignifikáns), a modellbe beépített változók egyenkénti szignifikáns hatásáról pedig a Wald-statisztika tanúskodik. Ugyanakkor a modell magyarázóereje mindössze 13,1 százalék (Nagelkerke féle $R^2 = 0,131$).

2. táblázat

A vállalkozásindítási szándék exogén tényezőinek hatása

Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts	Változó	B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp(B)
Vállalkozásindítást tervez	Konstans	51,406	10,941	22,075	,000	
	Nem	-,654	,064	103,061	,000	,520
	Kor	-,026	,006	21,977	,000	,975
	Családi vállalkozói tapasztalatok	,655	,062	109,982	,000	1,926
	Igénybe vett előadások és gyakorlatok	,124	,021	35,732	,000	1,132
	Igénybe vett erőforrások	,042	,045	,853	,356	1,043
	Képzési terület	-,275	,071	15,063	,000	,759
Már vállalkozó	Konstans	296,674	23,397	160,776	,000	
	Nem	-1,069	,206	26,949	,000	,343
	Kor	-,151	,012	162,760	,000	,860
	Családi vállalkozói tapasztalatok	1,376	,214	41,347	,000	3,959
	Igénybe vett előadások és gyakorlatok	,231	,061	14,180	,000	1,260
	Igénybe vett erőforrások	-,652	,175	13,872	,000	,521
	Képzési terület	-,769	,226	11,563	,001	,464

Nagelkerke-féle $R^2 = 0,131$

Forrás: GUESSS 2011 adatbázis alapján saját számítás

Az eredmények alapján azt állapíthatjuk meg, hogy a családi vállalkozói tapasztalatok változó gyakorolja a legnagyobb hatást a vállalkozásindítással kapcsolatos döntésre. Az esélyhányadosa ($Exp[B]$) a vállalkozásindítást tervez kategória esetén 1,926, ami azt jelenti, hogy a többi változót kontroll alatt tartva a családi vállalkozói tapasztalatok megjelenésével nő a vállalkozásindítás fontolgtatásának az esélye (azaz, ha a vállalkozói tapasztalatokkal nem rendelkezők egyszeriben vállalkozói családi háttérrel rendelkezének, akkor átlagosan 1,926-szeresére (92,6%-kal) növekedne az esélye annak, hogy a „Vállalkozásindítást tervez”, nem pedig a „Nem tervez vállalkozásindítást” kategóriába essenek). A már vállalkozóknál még nagyobb a családi háttér befolyása, itt 3,959-szeresére nő a vállalkozás esélye a vállalkozást nem tervezőkhöz viszonyítva. A családi vállalkozói tapasztalatok tehát nagymértékben befolyásolják a szándékot, és ezt jelentősen meghaladó mértékben járulnak hozzá a tényleges cselekvéshez.

Az oktatás és képzés szerepét megvizsgálva azt tapasztaljuk, hogy az igénybe vett előadások és erőforrások gyakorolnak csupán szignifikáns hatást a vállalkozásindítási szándéokra. A kurzusok igénybevételének hatása jelentősebb, itt egy további felvett kurzus 13 százalékkal növeli annak az esélyét, hogy egy hallgató vállalkozásindítást tervezzen. Ez a hatás csaknem ilyen erős a már vállalkozással rendelkező kategóriánál is. Szerb és szerzőtársának (Szerb – Márkus, 2007) a GUESSS korábbi adatbázisára támaszkodó modellje a vállalkozói kurzus hatását találta a legjelentősebbnek a modellbe bevont változók közül. Végül a képzési területet megvizsgálva azt tapasztaljuk, hogy a gazdasági/üzleti terület támogatja leginkább a vállalkozóvá válást, az egyéb területekkel (természettudományi és egyéb társadalomtudományi területek) összevetve.

A nem változó szintén befolyásolja a vállalkozásindítással kapcsolatos döntést, a férfiak nagyobb eséllyel latolgtatják a vállalkozásindítást, és még nagyobb a valószínűsége, hogy aktív vállalkozókká váljanak, mint a nők. Ugyancsak meghatározó a kor szerepe. Minél idősebbek a hallgatók, annál nagyobb az esélye annak, hogy saját vállalkozás elindításában gondolkodjanak, illetve saját vállalkozással rendelkezzenek.

Ugyan minden vizsgálatba bevont változó szignifikáns részt testesít meg a vállalkozói szándék alakulásában, de együtt is csak szerény magyarázatát adják a vállalkozói szándék alakulásának.

Az endogén és exogén tényezők együttes vizsgálata

A beazonosított exogén tényezők szerény magyarázóereje miatt megkíséreltük azokat összevontan vizsgálni a tervezett magatartás elmélet 3 tényezőjével. Ahogy a 3. táblázatban is látható, valamennyi vizsgálatba bevont változó szignifikáns részt testesít meg a vállalkozásindítási szándék magyarázatában, a modell magyará-

zóereje 51,2 százalékra nőtt (a korábbi 47 százalékról). A magyarázóerő korábbi modellhez viszonyított növekedése arra utal, hogy további szignifikáns tényezőket sikerült megragadni. A csekély mértékű növekedés ugyanakkor arra utalhat, hogy csak részben sikerült beazonosítani azokat a külső feltételeket, amelyek hozzájárulnak a szándék alakításához.

Összefoglalás

Vizsgálataink alátámasztották, hogy Ajzen tervezett-magatartás-elmélete megbízható magyarázatát adja a vállalkozásindítási elképzeléseknek. Ugyanakkor sikerült beazonosítani néhány olyan exogén tényezőt, amelyek növelik a megalkotott modell magyarázóerejét. Ilyen a családi vállalkozói tapasztalat, a nem és a kor változó. Ugyancsak meghatározó az oktatás vállalkozásindításra gyakorolt hatása. A regresszióelemzés eredményei alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a rendelkezésre álló szolgáltatások (előadások, tanácsadás, erőforrások) csak akkor érik el a vállalkozásindítási szándék alakítása terén nekik szánt célokat, ha azok elérhetősége nagyarányú kihasználással is párosul. A teendő tehát nem egyértelműen a kurzusok számának a növelése, illetve egyéb szolgáltatások és erőforrások biztosításának, elérhetőségének a fokozása, hanem a hallgatók igényének ezek irányába történő felébresztése terén van. Olyan területeken, ahol ez az igény nem vagy nehezen jelentkezik, ott akár kényszerrel (kötelezően teljesítendő tárgyak formájában) kell növelni a kihasználtságot.

A vállalkozók társadalmi rangja a mai magyar felnőtt társadalom szemében szerény. Ennek alakítása – legalább a hallgatók körében – olyan programok indítását követelné meg, amelyek a vállalkozó szellem, a vállalkozók társadalmi rangját emelnék. Ezek a tájékoztató, véleményformáló programok legalább olyan fontosak lennének, mint maguk a vizsgált szolgáltatások. Mindezek ugyanis nagyban hozzájárulnának a hallgatók vállalkozásindítással összefüggő attitűdjeinek formálásához és a társadalom irányából érkező visszajelzések (szubjektív normák) kedvező irányba történő elmozdulásához. Ahogy elemzéseinkből is kitűnik, ezek lényegi előmozdítói a vállalkozásindítási szándék alakulásának, formálásuk ezért kritikus jelentőségű a vállalkozási tevékenység kedvező alakulása terén.

A modell magyarázóereje arra hívja fel a figyelmet, hogy nagyon sok tisztázatlan kérdés adódik még a vállalkozásindítási elképzelések modellezésében. Fontos úrtöltene be a vállalkozásindítással kapcsolatos döntés megértésében a hallgatók szűkebb-tágabb lakókörnyezetének a vizsgálata. Hasznos lenne a lakóhely gazdasági helyzetének felderítése, valamint ennek az üzleti lehetőségekre, és általában a vállalkozásindítási szándéokra gyakorolt hatásainak az elemzése, erre azonban az adatbázis nem adott lehetőséget.

A vállalkozásindítási szándék tényezőinek együttes hatása

Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?	Változó	B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp(B)
Vállalkozásindítást tervez	Konstans	72,044	14,420	24,961	,000	
	Nem	-,477	,086	30,949	,000	,621
	Kor	-,036	,007	24,931	,000	,964
	Családi vállalkozói tapasztalatok	,515	,081	40,385	,000	1,673
	Igénybe vett előadások és gyakorlatok	,087	,027	10,498	,001	1,091
	Igénybe vett erőforrások	-,027	,059	,214	,644	,973
	Képzési terület	-,287	,093	9,437	,002	,750
	Kontrollálhatóság Defenzivitás	-,178	,041	18,616	,000	,837
	Kontrollálhatóság Passzivitás	-,305	,043	49,437	,000	,737
	Énhatékonyság Kockázattűrés	-,077	,044	3,016	,082	,926
	Énhatékonyság Innovativitás	-,852	,055	237,880	,000	2,345
	Attitűd	1,254	,058	460,485	,000	3,505
	Már vállalkozó	Konstans	323,102	28,333	130,042	,000
Nem		-,818	,234	12,193	,000	,441
Kor		-,164	,014	132,022	,000	,849
Családi vállalkozói tapasztalatok		1,157	,237	23,880	,000	3,181
Igénybe vett előadások és gyakorlatok		,124	,067	3,393	,065	1,132
Igénybe vett erőforrások		-,569	,188	9,165	,002	,566
Képzési terület		-,843	,249	11,495	,001	,430
Kontrollálhatóság Defenzivitás		-,333	,113	8,776	,003	,717
Kontrollálhatóság Passzivitás		-,410	,107	14,592	,000	,664
Énhatékonyság Kockázattűrés		,083	,125	,445	,505	1,087
Énhatékonyság Innovativitás		1,718	,181	90,153	,000	5,573
Attitűd		1,162	,169	47,125	,000	3,197

Nagelkerke-féle $R^2 = 0,512$

Forrás: GUESSS 2011 adatbázis alapján saját számítás

Lábjegyzet

¹ A tanulmány az OTKA K 76870/2009 projekt támogatásával készült.

Felhasznált irodalom

- Acs, Z.J. – Audretsch, D.B. – Braunerhjelm, P. – Carlsson, P. (2005): The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship. Working Paper <http://www.indiana.edu/~idsspea/papers/ISSN%2005-11.pdf> (letöltve: 2012. okt. 8.)
- Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue 2: p. 179–211.

- Ajzen, I. (2002): Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, Issue 4: p. 665–683.
- Ajzen, I. (2006): Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire – Brief Description of the Theory of Planned Behavior <http://people.umass.edu/ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf> (letöltve: 2012. október 8.)
- Audretsch, B.D. – Carree, M.A. – Thurik, A.R. (2001): Does entrepreneurship reduce unemployment? Tinbergen

- Institute Discussion Paper 074/3. <http://repub.eur.nl/res/pub/6857/2001-0743.pdf> (letöltve: 2012. október 8.)
- Autio, E. – Keeley, R.H. – Klofsten, M. – Parker, G.C. – Hay, M.* (2001): Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 2. Issue 2: p. 145–160.
- Autio, E. – Kronlund, M. – Kovalainen, A.* (2007): High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries: Analysis, Categorization, and Recommendations. MTI Publications, Helsinki: Edita Publishing Ltd
- Bandura, A.* (1977): *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall
- Bandura, A.* (1993): Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Educational Psychologist*, Vol. 28, Issue 2: p. 117–148.
- Békés G. – Muraközy B.* (2011): Magyar gazellák: gyors növekedésűvállalatok jellemzői és kialakulásuk elemzése Magyarországon. MTA Közgazdaságtudományi Intézet http://media.coauthors.net/konferencia/conferences/5/Gazellak_final.pdf
- Bergmann, H.* (2011): Opportunity Recognition among Intentional and Nascent Entrepreneurs. Paper presented at the 56th Annual ICSB World Conference, Stockholm, 15–18 June 2011 <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/2011/452.pdf> (letöltve: 2012. október 8.)
- Blanchflower, D.G.* (2000): Self – employment in OECD Countries. National Bureau of Economic Research, Working Paper 7486.
- Carree, M. – Stel, A. – Thurik, A.R. – Wennekers, S.* (2002): Economic Development and Business Ownership: an Analysis using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976–1996. *Small Business Economics*, Volume 19, Issue 3: p. 271–290.
- Carree, M.A. – Thurik, A.R.* (2010): The Impact of entrepreneurship on Economic Growth. in: Zoltan Acs and David Audretsch (eds.): *International Handbook of Entrepreneurship Research*, 2 edition. New York: Springer: p. 557–594.
- De Kok, J. – Vroonhof, P. – Verhoeven, W. – Timmermans, N. – Kwaak, T. – Snijders, J. – Westhof, F.* (2011): Do SMEs create more and better jobs? EIM Business & Policy Research http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2012/do-smes-create-more-and-better-jobs_en.pdf (letöltve: 2012. október 8.)
- EC* (2008): Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies Final Report of the Expert Group European Commission 2008 March http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf (letöltve: 2012. október 8.)
- Farkas Sz. – Gubik A.* (2013): Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. *Vezetéstud.*, 7–8. sz.
- Farkas Z.* (2010): *Társadalomelmélet. Az intézményes szociológia elmélete*. 2. kötet. Miskolc: Bíbor Kiadó
- Fishbein, M.* (2002): Az attitűd és a viselkedés predikciója. in: *Szociálpszichológia Szöveggyűjtemény* (Vál.: Lengyel Zsuzsa). Budapest: Osiris Kiadó
- Kolvareid, L.* (1996): Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 21, Issue 1: p. 47–57.
- Krueger, N. – Reilly, M.D. – Carsrud, A.L.* (2000): Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing* 15: p. 411–432.
- Krueger, N.F. – Brazeal, D.V.* (1994): Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18, Issue 3: p. 91–104.
- KSH* (2011): A kis- és középvállalkozások helyzete a régiókban. Központi Statisztikai Hivatal 2011. szept.
- OECD* (2002): High-Growth SMEs and Employment <http://www.oecd.org/dataoecd/18/28/2493092.pdf> (letöltve 2012. október 8.)
- Papanek G.* (2010): A gyorsan növekvő magyar kis- és középvállalatok a gazdaság motorjai. *Közgazdasági Szemle*, LVII. évf., 2010. április: p. 354–370.
- Papanek G. – Andrási Z. – Borsi B. – Farkas L. – Némethné Pál K. – Viszt E.* (2009): A mikro-, kis- és közepes vállalatok növekedésének feltételei. Budapest: GKI Gazdaságkutató Zrt.
- Pittaway, L. – Cope, J.* (2007): Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, Vol. 25, Issue 5: p. 479–510.
- Reynolds, P.D.* (1991): Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter Vol.16, Issue 2: p. 47–70.
- Schutz, A.* (1962): *Collected Papers I.: The Problem of Social Reality*. The Hague: Martinus Nijhoff
- Shapiro, A. – Sokol, L.* (1982): The social dimensions of entrepreneurship. in: *Encyclopedia of entrepreneurship* (Eds: Kent, C.A., Sexton, D.L., Vesper, K.H.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc.: p. 72–90.
- Shaver, K.G. – Scott, L.R.* (1991): Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, Issue 2: p. 23–45.
- Storey, D.J.* (1994): *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge
- Szerb, L. – Lukovszki, L.* (2013): Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján. *Vezetéstudomány*
- Szerb L. – Márkus G.* (2007): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. *Nemzetközi összehasonlító elemzés*, 2006. *Közgazdasági Szemle*, LIV. évf.: p. 248–273.
- Szirmai P. – Csapó K.* (2006): Gyakorlati vállalkozásoktatás – Diákvállalkozások támogatása a Budapesti Corvinus Egyetemen. *Új Pedagógiai Szemle*, 56. évf., 4. szám: p. 72–83.
- Thornton, P.H.* (1999): The sociology of entrepreneurship. *Annual Reviews Sociology*. Vol. 25: p. 19–46.