

SZERB László – MÁRKUS Gábor

VÁLLALKOZÓI KÖRNYEZET ÉS VÁLLALKOZÁSOKTATÁS

NYOLC MAGYAR EGYETEMEN, NEMZETKÖZI ÖSSZE-
HASONLÍTÁSBAN HALLGATÓI VÉLEMÉNYEK ALAPJÁN

A 2000-es években a felsőoktatásnak számos kihívással kellett és kell szembenéznie úgy, mint bemeneti oldalon az oktatás tömegessé válása, a BA képzések elindítása, míg kimeneti oldalon a munkaerő-piaci elvárások felértékelődése. Mi a helyzet a vállalkozói ismeretek oktatásával a hazai felsőfokú intézményekben? Egy svájci vezetéssel folyó, a „Collegiate Entrepreneurship 2006” néven futó, 14 országra és több mint 37000 – köztük 3346 magyar – hallgatóra kiterjedő nemzetközi felmérés adatait felhasználva ez a cikk a vállalkozói környezet és a vállalkozásoktatás összefüggéseire világít rá, vizsgálva mind az egyetemeken kínálta lehetőségeket, mind a hallgatói elvárásokat. A vizsgálat eredményei alapján az egyetemeken vállalkozói légkörét tekintve a magyar intézmények közötti különbségek nagyobbak, mint az országok közötti eltérések. A hallgatók szerint a hazai egyetemeken meglehetősen nagy százalékban nem kínálnak vállalkozói kurzusokat, különösen hiányoznak az ilyen órák a nem gazdasági-gazdálkodási szakok eseteiben. Ugyanakkor a magyar hallgatók igen jó arányban használják ki az egyetemeken szűkös kínálatát, és – összhangban a nemzetközi adatokkal – elsősorban vállalkozásindítással kapcsolatos kurzusokat és konkrét segítséget, cégalapítási tanácsadást preferálnak. Összességében azonban a magyar felsőoktatásnak, összhangban a Bolognai Alapelvek, a Lisszaboni Stratégia és a Kisvállalkozások Európai Chartája megfogalmazásaival, sokkal inkább preferálnia kellene a vállalkozói ismeretek oktatását a mérnöki, a természettudományos és a humán szakoknál, a gazdasági-gazdálkodási képzés területén pedig a szerzők javasolják az önálló szakirány indítási lehetőségét.

Kulcsszavak: vállalkozásoktatás egyetemeken, vállalkozói attitűdök, vállalkozói környezet

A 2006-os év a hazai felsőoktatás számára a Bologna-folyamathoz történő átalakulás és reform jegyében telt el. Beindultak az első bolognai évfolyamok a régebbi terminológiával főiskolai, az új szerint BA, vagy felsőfokú alapképzés területén. További bizonytalanságot jelent azonban a mesterszakok képzési követelményeinek és a szakok meghatározása, így nagy valószínűséggel 2008-ra csúszik át az első Bologna-kompetens mesterszak beindítása.

Felsőoktatásunk számára az elmúlt évtizedekben nem ez volt az első reform. Az 1990-es években a hallgatók számának jelentős növekedésével, majd a képzési és a finanszírozási struktúra átalakulásával kellett megküzdeni. A 2000-es évek azonban újabb kihívásokat jelentettek a felsőoktatás számára is. Egyrészt vál-

tozóban van az egyetemeken-főiskolák hagyományos oktatási szerepe. Ameddig évszázadokon át az egyetemi képzés egy szűk körű elit kiképzését, művelését szolgálta, addig mára a felsőoktatás tömegessé vált. A képzés kimeneti követelményei szerint pedig az általános műveltségi kívánalmakkal szemben felértékelődtek a munkaerő-piaci elvárások. Másrészt, a mai egyetemektől egyre inkább megkívánják, hogy ne csak oktasson, hanem más szerepeknek is feleljen meg. Így az utóbbi időben elvárt, hogy az egyetemeken a gazdaságfejlesztéshez, kutatásfejlesztéshez és a helyi regionális fejlődéshez is járuljanak hozzá. A II. Nemzeti Fejlesztési Terv úgynevezett Pólus programjaiban a részt vevő nyolc nagyváros tudástökéjének fejlesztésében az egyetemeken kulcsfontosságú szerephez jutnak.

Magyarország gazdaságfejlesztésében eddig a külföldi működő tőke (FDI) játszott kulcsfontosságú szerepet. A közeljövőben azonban ez az út nem igazán járható, hiszen az Európai Unióhoz történő csatlakozás nem teszi lehetővé külön kedvezmények nyújtását, és a közép-kelet-európai régió tőkevonása is leértékelődött Ázsiával szemben. Ez főleg a leszakadóban levő régiók számára rossz hír. A hagyományos bérelőny is elolvadni látszik, ráadásul Magyarország versenyképessége is visszaesett az elmúlt években még a környező és az újonnan csatlakozott országokhoz képest is. A másik alternatíva, a helyi erőkre alapozott gazdaságfejlesztéshez viszont kiművelt emberfők szükségesek, ezt pedig az egyetemeknek kellene biztosítaniuk. A magasabban képzett emberek munkaerőként termelékenyebbek, ennek következtében jobbak elhelyezkedési lehetőségeik, ráadásul rugalmasabbak is a változások irányába, mint az alacsonyabb képzettségű munkavállalók. A Global Entrepreneurship Monitor kutatása alapján ugyanakkor mind nemzetközi, mind magyar jelenséggént megfigyelhetjük a felsőfokú képzettségűek növekvő részarányát a vállalkozók között is (Acs et al., 2005; Reynolds et al., 2001, 2004; Szerb et al., 2004; Szerb, 2005).

A saját cég alapítását ma Magyarországon nem mindig a kínáló jó lehetőség motiválja, hanem a pályakezdési és az elhelyezkedési nehézségek, amelyek a diplomások körében az elmúlt években fokozódnak. Ameddig a műszaki végzettségűek iránt folyamatosan magas a kereslet a munkaerőpiacon, addig a bölcsész, a jogász, és még a közgazdász munkakörök eseteiben is a telítődés jelei mutatkoznak. Az elhelyezkedési esélyeket nagymértékben befolyásolják a cégek elvárásai a pályakezdők irányába. Csapatmunkára, precíz munkavégzésre nevelés, kommunikációs készség, önismeret, nyelvek tudása mind olyanok, amiben még a pályakezdőknek fejlődniük kell a munkaadók véleménye szerint, és ebben szerepe van a felsőoktatásnak is (Selmeczy, 2005).

Mi kell a sikeres vállalkozásalapításhoz? A közkeletű vélekedés két szélsőséges, egymással ellentétes álláspontot is megfogalmaz. Az egyik vélemény szerint ehhez elegendő egy jó ötlet és megfelelő mennyiségű pénz, a vállalkozó személyes képességei, tulajdonságai ehhez képest elhanyagolható szerepet játszanak. A másik felfogás szerint a sikeres vállalkozáshoz született vállalkozóra van szükség, amiben a tanult, szerzett képességeknek kicsi a jelentősége. A tudományos szakma álláspontja szerint mindkét állítás tartalmaz igazságokat, azonban összességében hamisak. A sikeres vállalkozáshoz ugyanis nem elegendők az erőforrások és a jó ötlet, szükség van hozzá a vállalkozóra is, sikeres vállalkozóvá pedig tanulással is lehet válni.

Természetesen szükség van némi vállalkozói vénára is, olyan inkább genetikailag adott tulajdonságokra, mint az önállóság, a kockázatvállalási képesség, a kreativitás, a döntéshozatal, a lehetőségek felismerése is, azonban a legtöbb ilyen „született” tulajdonság is fejleszthető (Szerb, 2000).

A vállalkozóvá válást nagymértékben befolyásolják külső környezeti társadalmi, gazdasági és politikai tényezők is. Teljesen egyetérthetünk Kuczi Tiborral (Kuczi, 1998), aki szerint a vállalkozás alapvetően kulturális jelenség, nagymértékben befolyásolt a tradíció, a hagyományok által. Régóta ismert a család „átörökítő” hatása is: vállalkozói szülők gyerekeiből nagyobb valószínűséggel lesz vállalkozó. A másik gyakran említett kritikus tényezője a vállalkozóvá válásban az oktatásnak, az iskolának van. A vállalkozói kurzusok felfutása az USA-ban az 1990-es években hozzájárult a vállalkozói aktivitás növekedéséhez (Kuratko, 2003). Ráadásul az amerikai egyetemek nem csupán vállalkozói kurzusokat kínálnak, hanem megpróbálják elősegíteni egy olyan vállalkozási környezet kialakítását az egyetemen, ami serkenti mind a hallgatók, mind az egyetemen dolgozók vállalkozói attitűdjét. Hallgatói inkubátorok, spin-off vállalkozások, tanácsadás, speciális pénzügyi alapok létrehozása mellett az amerikai egyetemek külön vállalkozói kutatói központokat is gyakran működtetnek (Etzkowitz et al., 2000).

Mi a helyzet a vállalkozói ismeretek oktatásával a hazai felsőfokú intézményekben? Vajon felkészítik-e hazai intézményeink a hallgatókat arra, hogy saját vállalkozást hozzanak létre, vagy hogy kisebb méretű cégekben dolgozzanak? Román Zoltán (2006) vizsgálatainak eredménye alapján nem igazán. A legtöbb hazai felsőoktatási intézményben vállalati, gazdasági ismeretekhez a hallgatók leginkább a vállalati gazdaságtan tárgy keretében jutnak, ahol azonban elsősorban a nagyobb méretű cégek szerepelnek a fókuszban. Speciális, vállalkozásalapítási, vállalkozói ismeretekhez csupán a gazdasági, gazdálkodási szakos hallgatók juthatnak, legtöbbször választható tárgyként. Több egyetem kínál vállalkozói szakirányos képzést is. A Figyelő című hetilap egy közelmúltban megjelent cikke azonban megerősíti, hogy a hazai felsőoktatás nem nyújt használható ismereteket a kezdő vállalkozók számára. A nem kellően „vállalkozóbarát” képzés mellett sok hallgató esetében problémát jelent a tanultak gyakorlati alkalmazása is (Kovács, 2006).

Az egyetemi hallgatók vállalkozói irányultságát már eddig is számos országban vizsgálták. Így készültek tanulmányok Ausztráliában, az USA-ban, a skandináv országokban, német nyelvterületen Ausztriában, Svájcban és Németországban is (Kuratko, 2003; Autio et al., 2001; Franke – Lüthje, 2004; Krueger – Reilly, 2000;

Peterman – Kennedy, 2003; Schwarz et al., 2006). Az elsősorban a német nyelvterületre kiterjedő tapasztalatokat összegezte és indította el immár 14 országot felölelő nemzetközi kutatását a svájci University of St. Gallen és a német European Business School „International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006” címmel, amiben több mint 37000, ezek közül 3346 magyar hallgató és nyolc hazai egyetem vett részt. A felmérés céljai között a felsőoktatási hallgatók vállalkozói potenciáljának felmérése és a nemzetközi összehasonlítás mellett az egyetemek-főiskolák által biztosított vállalkozás feltételei és oktatási lehetőségeinek értékelése is szerepeltek. Ameddig egy korábbi cikkünkben a hallgatók vállalkozói hajlandóságát, preferenciáit elemeztük és kimutattuk az egyetemi oktatás pozitív szignifikáns szerepét a vállalkozói attitűdre (Szerb - Márkus, 2007), addig ebben a tanulmányban a kutatásban részt vevő egyetemek vállalkozói környezetét elemezzük és értékeljük. Jelen vizsgálat nagy előnye, hogy a magyar megfigyeléseket össze tudjuk hasonlítani 11 másik ország adataival, így nemzetközi összehasonlításban is értékelni tudjuk a kapott eredményeket.

A következőkben először az adatfelvétel módját, a minta alapvető jellemzőit és az adatfeldolgozás mikéntjét ismertetjük. A következő fejezetben szemléltetjük a hallgatók jelenlegi vállalkozói attitűdjeit és aktivitását, majd bemutatjuk, hogy a hallgatók milyen vállalkozói

kurzusokat vesznek és vehetnek fel. Ezt követi az egyetemek általános vállalkozói környezetének, és hallgatók elvárásainak elemzése arról, hogy milyen szolgáltatásokat biztosítsanak számukra az egyetemek. Az utolsó fejezetben összefoglaljuk és értékeljük az eredményeket.

Az adatfelvétel és a minta jellemzői

A kutatás kezdeményezője, a University of St. Gallen kutatócsoportja végezte a kérdőív kidolgozását, a felmérés koordinálását és az eredmények összehasonlító publikálását is. A kutatáshoz az egyes országok reprezentatív képviselői csatlakoztak. Magyarországot a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karaképviselte, ezen tanulmány szerzői által. A magyar kutatás irányítója Dr. Szerb László egyetemi docens volt. Az országok kutatásvezetői feleltek a felmérésben részt vevő felsőoktatási intézmények kijelöléséért és a hallgatókkal történő kapcsolattartásért. Az intézmények kijelölése után került sor az intézményi kapcsolattartó személyek megkeresésére és felkérésére. Az egyes intézmények reprezentáns képviselőit az 1. melléklet tartalmazza.

Maga a felmérés az interneten keresztül zajlott le, ahol a kérdőívhez vezető linket a hallgatók e-mailben kapták meg. A kérdőív öt nyelven, angolul, franciául, magyarul, németül és finnül készült el. A magyar

1. táblázat

A részt vevő országok és a minta jellemzői

Ország	Egyetemek száma	Hallgatói létszám	Kitöltött kérdőívek száma	Válaszadási százalékok	Tanulmányi idő év (átlag)	BA szint	Mesterszint	PhD	Teljes idős	Levelező/részidős	Átlagos kor év	Férfi Aránya %
Ausztrália	3	52 536	67	0,1	2,28	97,0	0	3,0	79,1	20,9	23,24	44,8
Ausztria	23	122 600	8 857	7,2	3,64	40,2	52,8	7,0	74,7	25,3	25,32	47,7
Belgium	5	21 954	1 612	7,3	2,75	40,7	48,1	11,2	92,7	7,3	23,04	51,9
Dél-Afrika	1	12 600	25	0,2	3,68	12,0	84	4,0	96,0	4,0	22,88	60,0
Finnország	8	45 400	1 566	3,4	2,48	79,4	20,2	0,4	85,8	14,2	25,45	48,3
Franciaország	1	2 500	67	2,7	1	94,0	6	0	100	0	20,96	37,3
Írország	4	37 000	248	0,7	3,11	91,5	6,1	2,4	95,6	4,4	23,81	48,0
Liechtenstein	1	570	200	35,1	2,31	67,5	31,5	1,0	65,0	35,0	26,34	71,5
Magyarország	8	169 025	3 346	2,0	3,19	40,2	58,6	1,2	90,6	9,4	23,26	51,6
Németország	9	111 474	3 189	2,9	3,23	42,9	52,9	4,2	96,9	3,1	24,01	48,7
Norvégia	6	38 125	1 086	2,9	3,06	30,5	67,2	2,3	97,2	2,8	24,44	60,0
Svájc	26	55 105	8 825	16,0	3,1	56,4	34,9	8,7	84,4	15,6	24,84	62,8
Szingapúr	1	3 500	354	10,1	2,18	98,9	1,1	0	98,3	1,7	22,52	49,4
Új-Zéland	2	27 353	7 970	29,1	2,91	84,1	11,4	4,5	93,7	6,3	22,82	46,8
Összesen	93	699 742	37 412	5,9	3,15	56,2	38,1	5,7	86,6	13,4	24,22	52,2

hallgatók csak magyarul tölthették ki a kérdőívet, és más nyelvi opciót nem kaptak. A kérdőív kitöltésének átlagos ideje a hallgatók szerint 20-25 perc volt. A válaszadási hajlandóságot egyes országok díjakkal igyekeztek fokozni, Magyarország esetében például 10 db pendrive került kisorsolásra a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának (PTE-KTK) felajánlásában. A PTE-KTK vállalta magára a hazai kutatás finanszírozását is.

A nemzetközi minta összesen 37412 kitöltött kérdőívet tartalmaz. A minta legfontosabb jellemzőit az 1. táblázat mutatja.

A további elemzésekből a roppant alacsony mintaszám miatt kihagytuk Ausztráliát, Franciaországot és Dél-Afrikát, ugyanakkor megjegyezzük, hogy a felmérés nem tekinthető reprezentatívnak Írország és Szingapúr eseteiben sem, így ezen két ország adatait csak bizonyos fenntartással lehet kezelni. A hallgatók jelentős része nappali tagozatos, jellemzően inkább a felsőbb évfolyamokon tanulmányokat folytatók, és a felmérést végzők szakmai hátterének köszönhetően leginkább az üzleti-közgazdasági területről származók. A magyar minta nem tér el lényegesen a többi országtól.

A magyarországi minta egyetemek szerinti megoszlását a 2. táblázat mutatja. Megjegyzés, hogy a minta homogenitásának biztosítása érdekében csak egyetemekeket kérdeztünk meg, viszont törekedtünk a regionalitás megfelelő reprezentálására is. Mint a későbbiekben láthatjuk, az országok és az egyes szakok közti különbségek jelentősebbek, mint az egyetemek közti eltérések (2. táblázat).

2. táblázat

A felmérésben részt vevő magyarországi egyetemek és a mintaszám

Részt vevő egyetem	Teljes hallgatói létszám	Kitöltött kérdőívek száma	Válaszási arány
Budapesti Corvinus Egyetem	16 511	543	3,29
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	25 553	387	1,51
Debreceni Egyetem	25 230	236	0,94
Miskolci Egyetem	14 335	410	2,86
Pannon Egyetem	10 473	358	3,42
Pécsi Tudományegyetem	35 326	655	1,85
Széchenyi István Egyetem	11 071	346	3,13
Szegedi Tudományegyetem	30 526	313	1,03
Más		88	
Összesen	16 9025	3 346	1,98

A magyarországi átlagos válaszadási arány elmaradt ugyan Liechtenstein, Svájc vagy Új-Zéland tíz százalékos meghaladó eredményétől, azonban az átlagos 2 százalék nem mondható rossznak. A legaktívabbnak a Budapesti Corvinus Egyetem, a Pannon Egyetem és a Miskolci Egyetem bizonyult. A válaszadási arány visszatükröződik abban is, hogy direkt e-mail formájában melyik helyen tudtuk eljuttatni egyedileg is a hallgatóknak a kérdőívre mutató linket, vagy pedig csak általános hirdetés és egyetemi oktatók felhívásai nyomán lehetett tudomást szerezni a felmérésről. A leginkább az egyedi e-mail és az oktatói felhívás kombinációja bizonyult hatásosnak. Ezúton is köszönetet mondunk mindazon kollégáknak és munkatársaknak, akik segítséget nyújtottak a sikeres adatfelvételhez.

Bár a kérdések nyomán pontosan be lehet azonosítani a hallgatók tanulmányi szakterületét, a magyar adatok elemzése során mi négy nagyobb csoportot képeztünk úgy, mint gazdasági/gazdálkodási, mérnöki/informatikai, természettudományi és bölcsész. Ezen belül is kiemelt figyelmet fordítunk a gazdasági területre. A magyar mintánál ez a négy terület a teljes minta 93,3 százalékát teszi ki a következő megoszlásban: gazdasági/gazdálkodási 47%, mérnöki/informatikai 14,6%, természettudományi 23,8%, bölcsész 7,9%, egyéb 6,7%. A magyar minta elemzésének másik dimenzióját az egyes egyetemek adják. Természetesen törekedtünk arra is, hogy a teljes nemzetközi mintával, illetve az egyes országokkal is összehasonlíthatók legyenek az adatok.

A hallgatók jelenlegi és tervezett vállalkozásai

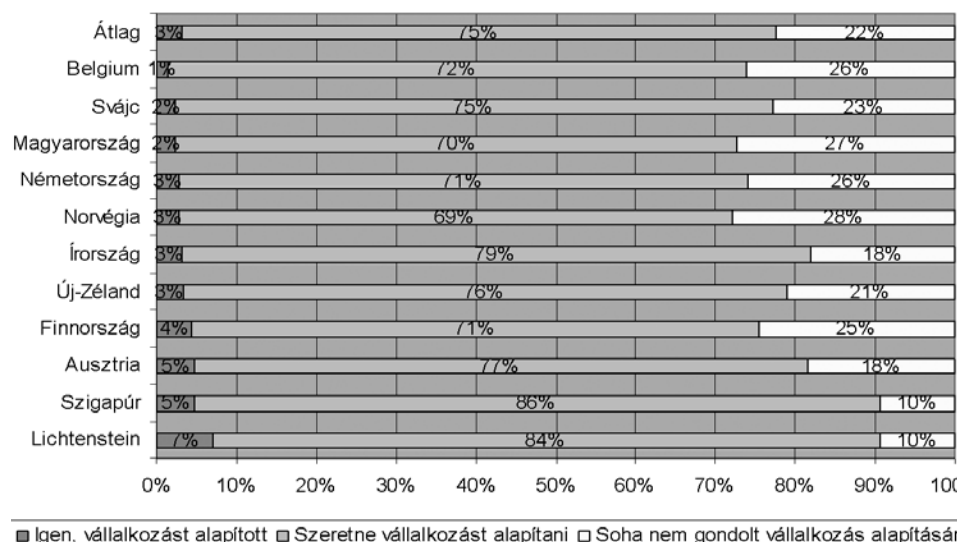
Mielőtt azt vizsgálnánk, hogy milyen módon alakítják, formálják az egyetemek a hallgatókat a vállalkozás irányába, először nézzük meg a hallgatók jelenlegi vállalkozói attitűdjeit. Ezt mutatja országok közti összehasonlításban az 1. ábra.

Mint az 1. ábrából kivehető, a hallgatók jelentős része még nem alapított saját céget. Magyarországon mindössze 81 főnek, a felmérésben résztvevők 2,4%-ának van saját alapítású vállalkozása. Igen magas viszont azok aránya (27,3%), akik még sohasem gondoltak arra, hogy saját céget hozzanak létre, ezzel csak Norvégiát előzzük meg. Ugyanakkor az összes hallgató nagyjából háromnegyede, Magyarországon 70%-a lényegében nem zárta ki azt, hogy vállalkozás alapításában részt vegyen az életpályája során valamikor.

Ha közelebbről megvizsgáljuk a hallgatóknak azt a 74,5%-át, aki nem zárta ki a vállalkozás alapítását, akkor az is látható, hogy többségük (45,5%) nem igazán gondolja ezt komolyan, és mindössze az összes hallgató 11,5%-ának vannak igen komoly, és további

Az egyes országok hallgatóinak vállalkozói attitűdjei

1. ábra



év, ami lényegesen magasabb, mint az összes hallgató átlagéletkora. A magas átlagéletkor az idősebb, döntő mértékben levelezős hallgatók vállalkozói aktivitásának köszönhető. Nem meglepő azonban, hogy az alkalmazottak száma alapján a cégek a mikrovállalkozások közé tartoznak, az alapítók száma pedig nem éri el átlagosan a kettőt. A kérdések során az is kiderült, hogy a tulajdonos partnerek mintegy 55%-a a hallgató személyes kapcsolatából, nagyjából harmaduk ugyanazon az egyetemen tanuló hallgatótársakból, 14%

7,7%-ának határozott elképzelései a saját vállalkozásról, 2,2% már elkezdte az alapítást, és lépéseket is tett ennek érdekében. További 7,2% már korábban komolyan gondolt vállalkozás létrehozására, de felhagyott ezzel a tervével.

A 3. táblázat mutatja a jelenlegi hallgatók vállalkozásainak néhány jellemző vonását. Megjegyezzük, hogy a kis mintaszám miatt ezek az adatok különösen óvatosan kezelendők (3. táblázat).

más egyetemi hallgatókból, minden ötödik pedig a közeli rokonok köréből tevődött össze. A cégtulajdonos hallgatók 29%-a kizárólag egyedül alapított céget.

A magyar egyetemi hallgatók vállalkozásalapítási tendenciái jelentősen nem térnek el a többi országétól. A mintából összesen 81 magyar hallgató alapított már céget. Ezen cégek közül 17 (21%) azonban mára már megszűnt. Azt gondolnánk, hogy a céget alapító hallgatók többnyire a levelezősök köréből tevődnek össze.

3. táblázat

A hallgatók által alapított vállalkozások jellemzői

Ország	szám	A hallgatók százalékában*	A cég kora	Alkalmazottak száma	Alapítók száma	Az alapító átlagéletkora
Liechtenstein	14	7,0 (7,0)	4,2	2,5	2,8	31,9
Szingapúr	17	4,8 (5,0)	2,5	2,4	2,3	24,1
Ausztria	424	4,7 (6,3)	5,0	4,1	1,6	30,8
Finnország	68	4,4 (4,5)	5,2	1,8	1,6	29,1
Új-Zéland	260	3,3 (3,6)	5,3	4,1	1,8	30,6
Írország	8	3,2 (2,9)	8,2	1,3	2,4	35,3
Norvégia	31	2,8 (5,6)	4,4	2,0	1,8	28,9
Németország	84	2,7 (4,3)	3,3	1,9	1,8	26,0
Magyarország	81	2,4 (2,7)	3,6	3,5	2,0	27,9
Svájc	210	2,4 (3,2)	4,4	4,1	2,3	28,2
Belgium	22	1,4 (1,8)	7,1	4,3	2,1	29,8
Átlag	1 224	3,2 (4,2)	4,8	3,7	1,9	29,6

*Az üzleti-gazdasági szakos hallgatók százalékában

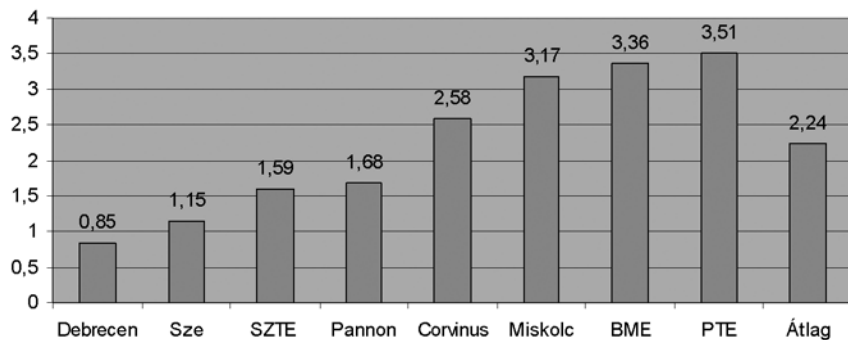
Mint az a 3. táblázatból látható, az alapított cég átlagéletkora 4,8 év, az alapítók átlagéletkora pedig 29,6

Ez nem igazán van így, hiszen a 81 cégből csupán 27 (33%) alapítása köthető a nem nappalis hallgatókhoz. Igaz, hogy ugyanakkor a levelezős hallgatók részará-

nya a mintában a tíz százalékot sem éri el. Az sem igaz, hogy többnyire az idősebb diákok „vetemednek” cég-alapításra: a minta átlagéletkora 23,3 év, a céget alapított nappali tagozatos hallgatóké ugyan 24,9 év, de az alapításkor csupán 22,4 évesek voltak. A vállalkozással rendelkező levelezős diákok esetében az átlagéletkor 34,1 év, de az alapításkor csupán 27,3 évesek voltak.

szolgáltatási szektorban keresi boldogulását, és csupán kevesen gondolnak céget alapítani a primer, agrárgazdasággal kapcsolatos területeken.² Valamivel több mint 20% azok aránya, akik az ipar vagy iparral kapcsolatos szekunder szektorokat preferálják. Nemzetközileg az egyes országok között meglehetősen nagy a hasonlóság. A kivételek közé tartoznak a norvég nem üzleti szakos és az üzleti szakos magyar hallgatók. Ennek magyarázó okairól keveset tudunk. Nagyjából minden harmadik hallgató már valamilyen tapasztalattal is rendelkezik a választott területtel illetően, a magyar hallgatóknál ez átlag alatti érték, csak 23,5% állította, hogy szakmai ismertsége lenne a preferált szektorral kapcsolatban. Az alapítók száma meglehetősen hasonlít a hallgatók már meglévő vállalkozásaihoz, annál valamivel magasabb. A magyar hallgatók az alapítók számát illetően átlag felett találhatók 2,4-es értékkel, ami 0,5-tel magasabb, mint a meglévő hallgatói vállalkozások esetében. A hallgatók szerint a potenciális partnerek legnagyobb része (58%) a személyes kapcsolati körből, 42,4% az egyetemi tanulótársakból, 16% más egyetemi hallgatókból, és 18% rokon körből jönne. Csupán 19% jelezte, hogy egyedül szeretne céget alapítani.³

A vállalkozást elkezdett egyetemi hallgatók aránya egyetemek szerint (a válaszadók százalékában)



A 2. ábra mutatja meg a vállalkozást alapított egyetemi hallgatók arányát magyar egyetemek szerinti bontásban.

Mint látható, a hazai egyetemek között jelentős különbségek vannak, a mindössze két vállalkozót felmutató Debreceni Egyetem (0,85%) és a 3,52-es értéket mutató Pécsi Tudományegyetem között. Az átlagnál aktívabb a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, a Miskolci Egyetem és a Budapesti Corvinus Egyetem. Felhívnanánk azonban a figyelmet arra, hogy az alacsony mintaszám miatt ebből megalapozott következtetéseket nem igazán lehet levonni, ahhoz a reprezentativitást biztosító mintaszámra lenne szükség.

A 4. táblázat mutatja a potenciálisan vállalkozni akaró hallgatók tervezett vállalkozásainak jellemzőit országos bontásban.

A preferált üzleti szektorok esetében nem meglepő, hogy a hallgatók többsége a terciér,

2. ábra

szektorban keresi boldogulását, és csupán kevesen gondolnak céget alapítani a primer, agrárgazdasággal kapcsolatos területeken.² Valamivel több mint 20% azok aránya, akik az ipar vagy iparral kapcsolatos szekunder szektorokat preferálják. Nemzetközileg az egyes országok között meglehetősen nagy a hasonlóság. A kivételek közé tartoznak a norvég nem üzleti szakos és az üzleti szakos magyar hallgatók. Ennek magyarázó okairól keveset tudunk. Nagyjából minden harmadik hallgató már valamilyen tapasztalattal is rendelkezik a választott területtel illetően, a magyar hallgatóknál ez átlag alatti érték, csak 23,5% állította, hogy szakmai ismertsége lenne a preferált szektorral kapcsolatban. Az alapítók száma meglehetősen hasonlít a hallgatók már meglévő vállalkozásaihoz, annál valamivel magasabb. A magyar hallgatók az alapítók számát illetően átlag felett találhatók 2,4-es értékkel, ami 0,5-tel magasabb, mint a meglévő hallgatói vállalkozások esetében. A hallgatók szerint a potenciális partnerek legnagyobb része (58%) a személyes kapcsolati körből, 42,4% az egyetemi tanulótársakból, 16% más egyetemi hallgatókból, és 18% rokon körből jönne. Csupán 19% jelezte, hogy egyedül szeretne céget alapítani.³

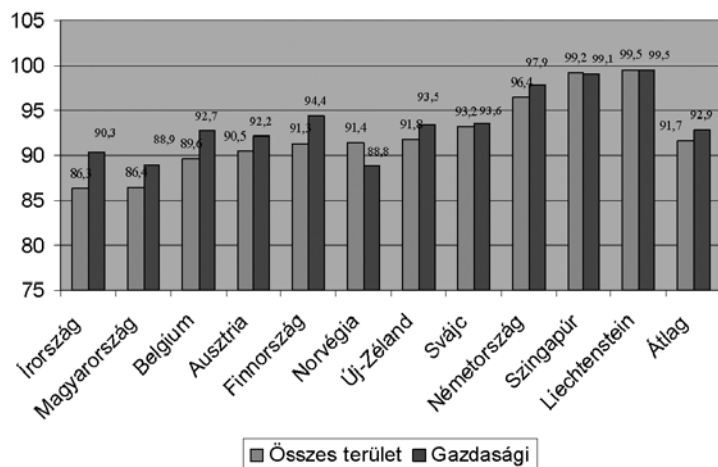
4. táblázat

A hallgatók tervezett vállalkozásai*

Ország	szám	Primer Szektor %	Szekunder Szektor %	Tercier Szektor %	Szakmai tapasztalattal %	Alapítók Száma
Liechtenstein	167	1,2 (1,2)	15,6 (15,6)	83,2 (83,2)	0,0	2,1
Szingapúr	303	0,7 (4,1)	18,8 (19,4)	80,5 (76,5)	13,2	2,5
Ausztria	6 800	1,5 (1,5)	19,5 (19,5)	79,0 (79,0)	34,0	2,0
Finnország	1 112	1,9 (1,5)	30,5 (20,5)	67,6 (77,9)	49,5	2,0
Új-Zéland	6 028	4,1 (2,6)	19,4 (21,4)	76,5 (76,0)	26,5	2,1
Írország	195	1,5 (3,5)	20,5 (18,5)	77,9 (77,9)	46,8	2,1
Norvégia	752	7,5 (1,9)	42,7 (30,5)	49,8 (67,6)	23,2	2,2
Németország	2 277	1,3 (1,3)	25,4 (25,4)	73,2 (73,2)	23,8	2,1
Magyarország	2 352	2,6 (7,5)	21,4 (42,7)	76,0 (49,8)	23,5	2,4
Svájc	6 601	1,4 (1,4)	24,3 (24,3)	74,3 (74,3)	36,0	2,3
Belgium	1167	3,5 (3,5)	18,5 (18,5)	78,0 (78,0)	29,8	2,1
Átlag	72 885	1,4 (1,7)	22,3 (18,8)	75,4 (79,5)	30,7	2,2

* zárójelben az üzleti szakos hallgatók adatai találhatóak

**Vállalkozással kapcsolatos kurzusok kínálata
(a válaszadók százalékában)**



A vállalkozói kurzusok szerepe

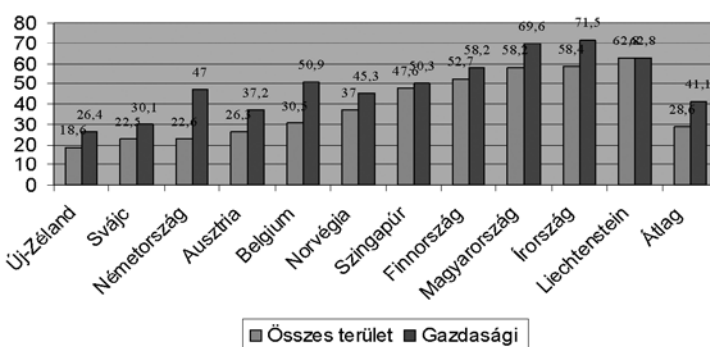
Bármennyire is törekednek az egyetemek arra, hogy az oktatáson kívül mást is kínálnak a hallgatóknak, a legnagyobb hatást a pozitív vállalkozói attitűdök kialakításában a vállalkozói kurzusok tehetik és teszik. Ugyanakkor a vállalkozói ismeretek megszerzése, a saját vállalkozás létrehozásának elősegítése nem csupán a gazdasági-gazdálkodási szakos hallgatók számára fontos vagy lenne fontos. Az elmúlt évtizedben az USA-ban a vállalkozási jellegű kurzusok robbanásszerű fejlődését tapasztalhattuk (Kuratko, 2003), ugyanakkor Európa és a világ többi része nem igazán követte ezt a tendenciát. Európában a vállalkozói kurzusokat még többnyire választható tárgyként kínálják alapvetően üzleti szakos hallgatóknak (Entrepreneurship Education ..., 2004). Arról sem szabad azonban elfelejtenünk, hogy a vállalkozói kurzusoknak sokrétű, hosszú és rövid távú hatása is lehet. Az egyik oldalról közvetlenül is fokozhatja a vállalkozói kedvet, több hallgatót elgondolkoztathat azon, hogy esetleg a vállalkozói életpálya kívánatos is lehet. A másik oldalról hosszabb távon elősegítheti azt, hogy a hallgatók vállalkozásai sikeresebbek legyenek, elkerüljék a tipikus hibákat, és ezáltal csökkenjen a bukás valószínűsége.

Valószínű, hogy a kiváló vállalkozási környezet Liechtenstein esetében az egy egyetem által kínált vállalkozói kurzusok kínálatával magyarázható (3. ábra). Átlagosan a nem gazdasági szakterületeken az egyetemek 8,3%-a nem kínál vállalkozási kurzusokat, és még az üzleti-gazdasági területek 7,1%-án is hiányoznak a vállalkozói kurzusok, legalábbis a hallgatók állítá-

sa szerint. Magyarország a lista második helyén szerepel: a nem gazdasági szakterületeken az egyetemek 13,6%, a gazdasági szakirányoknál pedig 11,1% azoknak az aránya, ahol vállalkozói kurzus felvételére nincs lehetőség. Hozzá kell tennünk azt, hogy a nincs lehetőség vállalkozói kurzus felvételére adott hallgatói válasz nem feltétlenül azt mutatja, hogy nincsen ilyen kurzus, hanem hogy a hallgató nem tud ilyenről. Hogy a vállalkozói irányultság és az egyetemi környezet között nem feltétlenül van szoros kapcsolat, arra éppen Németország a példa, ahol szinte minden szakon lehetőség van felvenni vállalkozói kurzusokat, ugyanakkor a vállalkozói potenciál meglehetősen alacsony (3. ábra).

A potenciális lehetőségek vizsgálata mellett érdemes azt is megnézni, hogy a hallgatók milyen aktivitást tanúsítottak a vállalkozási kurzusok felvétele kapcsán. Az országos összehasonlítást a 4. ábra tartalmazza (4. ábra).

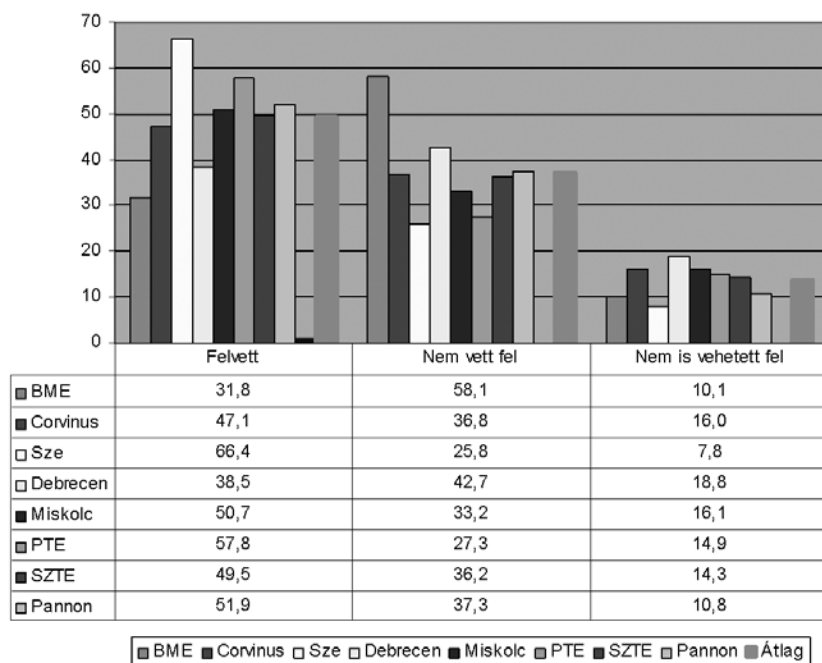
A vállalkozói kurzusokat felvettek aránya



Magyarország helyzete ebből a szempontból nem rossz: a kínáló lehetőségeket a vállalkozással kapcsolatos kurzus felvétele területén a liechtensteinek és az írek után a magyar hallgatók használták ki legjobban. Helyzetünk még jobb az üzleti/gazdasági tanulmányokat folytatók esetében, ahol a második helyen állunk. Meglehetősen meglepő és érthetetlen ugyanakkor, hogy az egyetemek nyújtotta vállalkozói kurzusokat mennyire nem használják ki Új-Zélandon vagy a német területeken, Svájcban, Ausztriában és Németországban.

Az egyes hazai egyetemek között azonban meglehetősen nagyok a különbségek a vállalkozói kurzusok felvétele területén (5. ábra): a legkevésbé aktívnak a BME hallgatói bizonyultak (31,8%), ugyanakkor a Széchenyi Egyetem hallgatóinak majd kétharmada (66,4%) élt a kínáló lehetőséggel. Az átlagot meghaladó a PTE, a Pannon Egyetem és Miskolc szereplése, ugyan-

A vállalkozói kurzusok látogatási aránya (százalékban) a magyar egyetemeken



akkor az SZTE, a Corvinus és a Debreceni Egyetem hallgatói az átlag alatt találhatók. Debrecenben jelezte egyébként a legtöbb hallgató, hogy vállalkozói kurzust nem is tudtak volna felvenni (18,8%). Bár más jellegű felmérésen alapult, Román (2006) magállapításai a nem gazdasági-gazdálkodási szakok hallgatóinak vállalkozói kurzusfelvételi lehetőségeiről összecsengenek a „Collegiate Entrepreneurship 2006” kutatás során találtakal (5. ábra).

A magyar minta esetében megnéztük azt is, hogy milyen kapcsolat van a vállalkozói státus választása és a vállalkozásokkal kapcsolatos kurzus felvétele között: az öt éven belüli vállalkozói választás esetében a kapcsolat pozitív, de nem meghatározó, ugyanakkor az 5 év utáni önfoglalkoztatói választás és a vállalkozói kurzusok felvétele között pozitív és 5% szignifikanciaszintnél jobb korrelációt találtunk. Ez azt jelenti, hogy azok közül, akik nem vettek fel vállalkozói

5. ábrat kurzust, 5 évvel a végzés után 53% preferálja a vállalkozói státust, akik viszont ilyen órákat látogattak, 61%-ra nő a vállalkozást választók aránya. Természetesen az is lehet, hogy a hallgatók már a vállalkozói státusra készülve vesznek fel vállalkozói kurzusokat, de bármelyik oldalról is közelítjük a kérdést, az egyetemeken vállalkozói kurzusai pozitív hatással vannak a vállalkozóvá válásra. Ugyanezt az összehasonlítást az egyes tudományterületek szempontjából vizsgálva is jelentősek a különbségek (6. ábra).

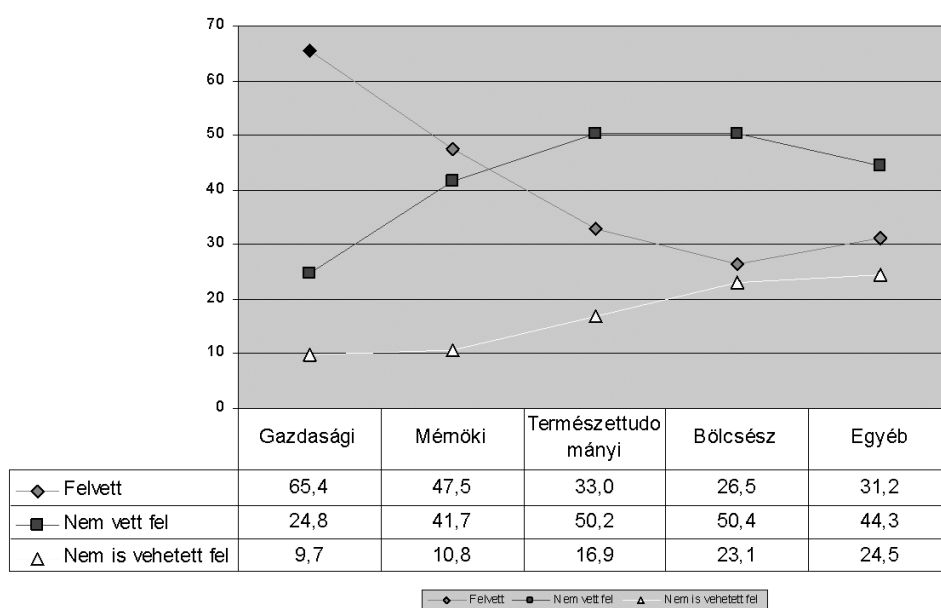
A várakozásoknak megfelelően a gazdasági szakos hallgatók a legaktívabbak, a legkevésbé pedig a bölcsész szakosok vettek fel vállalkozói kurzusokat. Igaz, nekik kevesebb lehetőségük is volt erre, mint a többieknek.

Ugyanakkor viszont a Kruskal – Wallis-tesztet alkalmazva 5%-os szignifikanciaszinten állíthatjuk, hogy az egyes tudományterületeken a lehetőségek szignifikánsan különböznek.

Amennyiben a gazdasági tudományterületet kiemeljük a felsorolásból, úgy viszont már 5%-os szignifikanciaszinten állíthatjuk, hogy a fennmaradó tudományterületeken a vállalkozóikurzus-hallgatási lehetőségek szignifikánsan nem különböznek.

6. ábrat

A vállalkozói kurzusokat felvettek aránya a magyar egyetemeken szakcsoportok szerinti bontásban (százalékban)



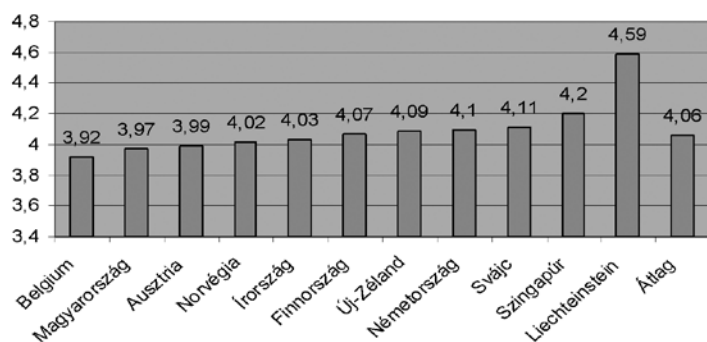
Az általános vállalkozói környezet és a hallgatók elvárásai

Mint azt a bevezetőben láthattuk, az egyetemektől ma már nem csupán az várható el, hogy oktassanak, jelen esetben, hogy vállalkozói kurzusokat kínáljanak, hanem az is, hogy olyan környezetet biztosítsanak hallgatóik számára, amely elősegíti a vállalkozások indítását, létrehozását. Arra a kérdésre, hogy milyennek ítéli a hallgató az oktatási intézményében a légkört és az

két dolgot mutathat: egyrészt, hogy az egyetemek általában nem igazán képesek érdemben elősegíteni a hallgatók vállalkozásindítását, másrészt, hogy a személyes tulajdonságok és attitűdök fontosabbak a környezeti feltételeknél.

A felmérésben részt vett hazai egyetemek vállalkozási környezetét vizsgálva a nemzetközinel nagyobb különbségek látszódnak (8. ábra). A két szélső érték („nagyon jó”, „nagyon rossz”) minden oktatási intézmény esetében igen kis részarányt képvisel, átlagosan

Az egyetemek vállalkozói környezete országos összehasonlításban

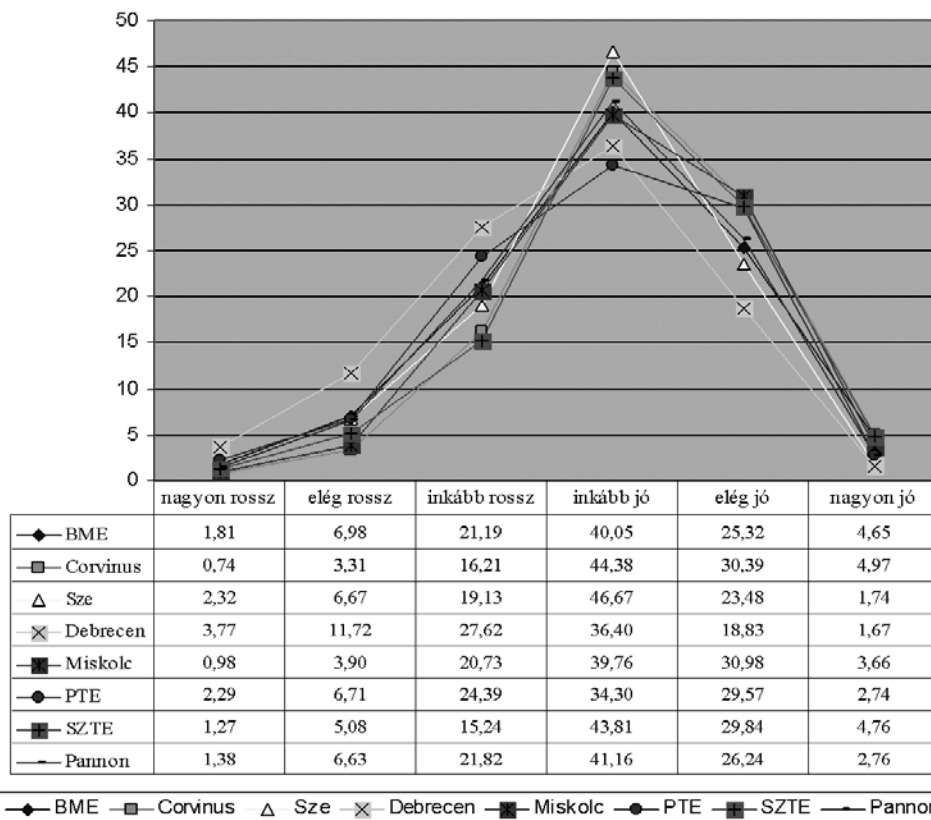


7. ábra 3,6%, illetve 1,7%. A legjelentősebb az „inkább jó”, az „elég jó”, illetve az „inkább rossz” válaszok aránya. Ez alapján elmondható, hogy a felmérésben részt vevő hallgatók többsége összességében nem ítéli rossznak az egyetemi légkört. A legmagasabb osztályzatot a Budapesti Corvinus Egyetem kapta (4,15), míg ellenpólusként a legrosszabb a Debreceni Egyetem (3,60). Némileg az átlagos érték alatt helyezkedik el a Széchenyi Egyetem, a Pécsi Tudományegyetem, a Pannon Egyetem és a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, míg az átlag felett található a Miskolci Egyetem és a Szegedi Tudományegyetem (8. ábra).

előfeltételeket egy üzleti vállalkozás indításához, a hatfokozatú Likert-skálán lehetett válaszolni, ahol 1= nagyon rossz 6= nagyon jó közötti értékeket szerepeltek. Az eredmények a részt vevő országok szintjén a 7. ábrán láthatók (7. ábra).

Az egyetemek által biztosított vállalkozói környezet a hallgatók véleménye szerint összességében „elég jó”. Az egyes országok közti különbségek meglehetősen kicsik, egyedül Liechtensteinben csupán egy egyetem működik. A többiek átlaga 3,92 és 4,20 között ingadozik. Említésre érdemes, hogy a vállalkozói potenciál és a vállalkozói egyetemi környezet közötti korreláció igen kicsi és nem szignifikáns. Ez

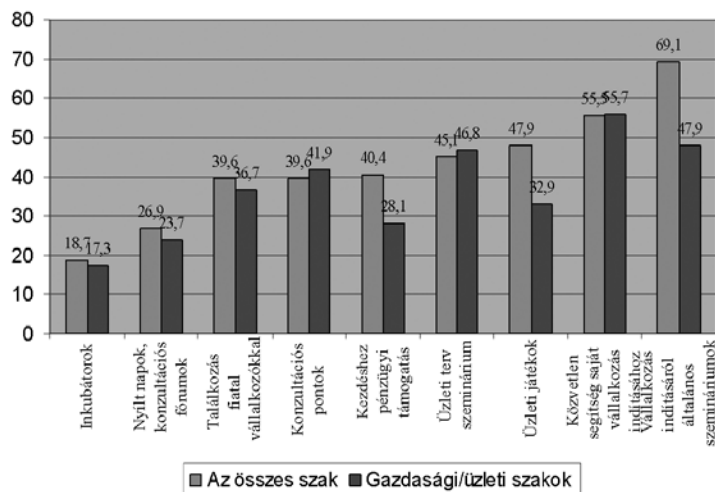
A magyarországi egyetemek vállalkozói környezet sorrendje, a válaszadók százalékában



8. ábra

9. ábra

A hallgatók elvárásai az egyetemek irányába nemzetközi összehasonlításban (a válaszadók százalékában)



Az eredmények értékeléséhez hozzátartozik az is, hogy általában a gazdasági/gazdálkodási szakos hallgatók pozitívabban értékelik az egyetemek vállalászási környezetét, valószínűleg azért, mert az ilyen egyetemek, karok több lehetőséget is kínálnak számukra.

Az érem egyik oldala, hogy mit kínálnak az egyetemek, a másik oldalról viszont fontos, hogy mire lenne igényük a hallgatóknak. Ismételten hangsúlyozzuk azonban, hogy a hallgatói elvárások függenek a hallgatók vállalászói tapasztalataitól és informáltságától is. A 9. ábra mutatja ezeket a hallgatói preferenciákat az összes szak és a gazdasági/üzleti szakok eseteiben külön-külön és a minta egészében (9. ábra).

A hallgatók a legkevésbé igényelik az inkubátorszolgáltatásokat és a szimpóziумokat, nyílt napokat, fórumokat, a legpreferáltabbak közé pedig a vállalászásindítási szemináriumok és a közvetlen segítség a vállalászás indításához tartoznak. Magasra értékelték még az üzleti játékok és az üzleti terv kurzusok is,

kisebb respektje van viszont a konzultációs pontoknak és a fiatal vállalkozókkal történő találkozóknak. A hallgatók mintegy 40%-a úgy véli, hogy az egyetem pénzügyileg is támogathatná a vállalászásindítást, azonban a gazdasági szakos hallgatók esetében ez az elvárás csak a hallgatók 28,1%-át érinti. Szignifikáns különbségek egyébként a magyar és a más országok hallgatóinak elvárásai között nincsenek, azonban a magyarok kevésbé szeretnék az üzleti játékokat, és többet találnának fiatal vállalkozókkal.

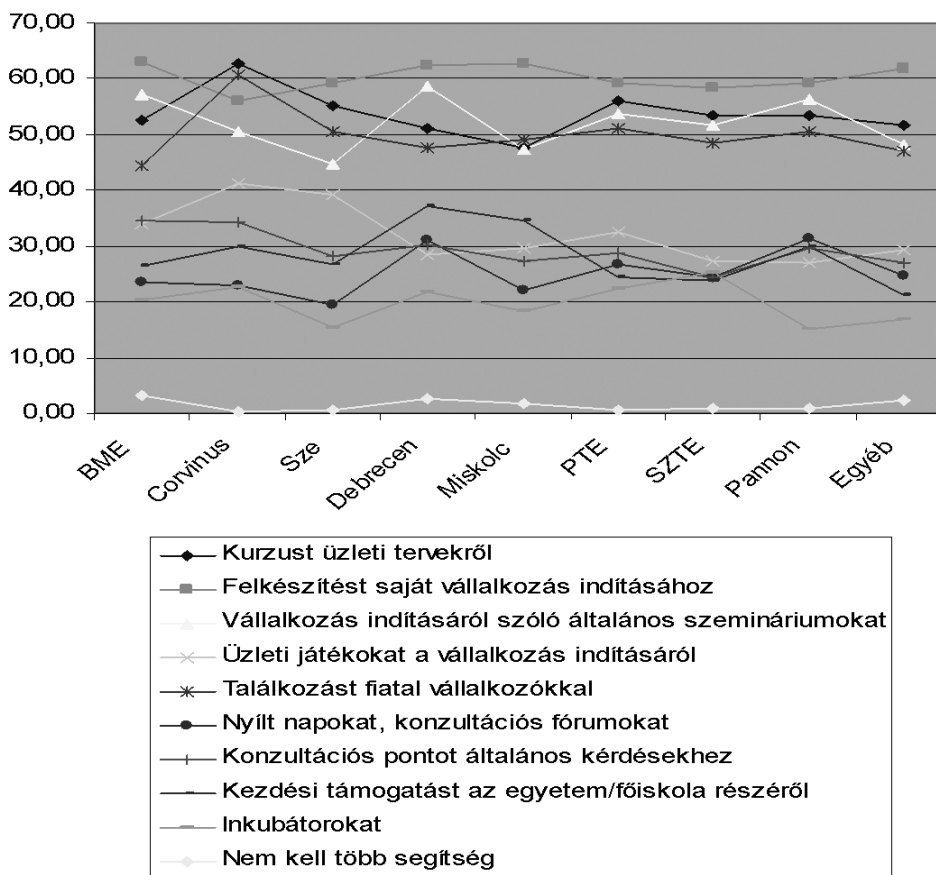
A vizsgált hazai egyetemek esetében részletesen is bemutatjuk a hallgatói elvárásokat a 10. ábrán (10. ábra).

Egy egyszerű vizuális ábrázolással is könnyen szemléltethető, de a klaszteranalízis is igazolja, hogy az igények között 3 jól elkülöníthető csoport van. Az első a legkézenfekvőbb: a hallgatók 0,2–3,1%-a nem igényelne több segítséget.

A második csoportban a hallgatók 15–41%-a igényelne üzleti játékokat a vállalászás indításáról, nyílt napokat,

10. ábrát

A magyar hallgatók elvárásai az oktatási intézmény felé egyetemek szerinti bontásban (az adott kategóriát igénylők a válaszadók százalékában)



konzultációs fórumokat, konzultációs pontokat, kezdeti támogatást az egyetem/főiskola részéről, és inkubátorokat. A harmadik csoportban a hallgatók 44–63 %-a igényelne kurzust üzleti tervekről, felkészítést saját vállalkozás indításához, vállalkozás indításáról szóló általános szemináriumokat, és találkozást fiatal vállalkozókkal.

Összefoglalás és következtetések

Ebben a cikkben egy svájci vezetésű, „International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006” című nemzetközi kutatás alapján hasonlítottuk össze a felmérésben részt vevő és értékelhető eredményeket mutató 11 ország 88 egyeteme 37 412 hallgatójának vállalkozói környezeti tényezőit. Az összehasonlítást elvégeztük az országok között és Magyarország esetében mind egyetemi, mind a választott négy tudomány-főcsoportos bontásban.

Bár az egyetemek általános vállalkozói légkörét tekintve hátul szerepelünk az országok rangsorában, nagy különbséget nem tapasztalhatunk a többi ország és a magyar egyetemek között. A magyar egyetemek közötti különbségek némileg nagyobbak, mint az országok közötti eltérések.

Az egyetemi hallgatók vállalkozói attitűdjénél is inkább az országok közötti lista hátsó felében helyezkedtünk el, azonban drasztikusan nem különbözünk a felmérésben részt vevő többi országtól. A magyar hallgatók csupán 27%-a zárta ki, hogy valamikor élete során vállalkozást indítson, ez azonban a felmérésben részt vevő országok között meglehetősen magas érték. Csupán 81 hallgató (2,4%) indított már vállalkozást, vagy vett részt cégalapításban. Ezen korábban alapított cégek 20%-a 2006 júniusában már nem létezett. Az egyetem azonban fontos helyszín a vállalkozás jövőbeli partnerválasztása szempontjából, a hallgatók 42%-a jelenlegi egyetemi társai, másik 16%-a más egyetemisták közül szeretne jövőbeli partnert választani.

A legtöbb országban az egyetemek mind a gazdasági/üzleti, mind a más szakos hallgatóknak kínál vállalkozással kapcsolatos kurzusokat, igaz Magyarország meglehetősen elől szerepel azon a listán, amely azt mutatja, hogy az egyetemek hány százaléka nem kínál ilyen oktatási lehetőséget. Ha önálló tárgyként nem is minden egyetem, de más tárgyak keretén belül – ilyen tipikusan a vállalati gazdaságtan – alapvető vállalkozói ismereteket juthatnak legalább a gazdasági, gazdálkodási szakos hallgatók. Elképzelhető ugyanakkor az is, hogy a magyar hallgatók tájékoztatlanabbak ezen a téren. Jelentősebbek a hazai különbségek, amikor a vállalkozói kurzusok kínálatát tudománycsoportos

bontásban nézzük: a bölcsészek és természettudományos hallgatók éppen úgy, mint a mérnököknek készülők kevésbé vehetnek fel vállalkozói órákat, mint a gazdálkodási/üzleti szakokon tanulók. Ez főleg azért jelent problémát, mivel a bölcsész szakos hallgatók karrierelvárásai a vállalkozásokra vonatkozóan nem különböznek szignifikánsan a többi szakos hallgatótól, így ezek a diplomások kevésbé felkészülten vághatnak bele a saját vállalkozásuk alapítási procedúrájába.

Igen jó helyezést értünk el viszont abból a szempontból, hogy mennyire használják ki a hallgatók az egyetemek vállalkozói kurzuskínálatát, ami legalábbis részben kompenzálja a magyar egyetemek kisebb kurzuskínálatát. Markáns különbségek láthatók azonban a vállalkozói kurzust felvettek arányában a hazai egyetemek között, talán sokak meglepetésére a Széchenyi Egyetem hallgatói bizonyultak a legaktívabbnak. Az egyes tudományterületeket vizsgálva a gazdasági/üzleti szakos hallgatók majd két és félszer magasabb arányban látogattak vállalkozói kurzusokat, mint az utolsó helyezett bölcsészek. A vállalkozói kurzusok látogatása azért is fontos, mert az ilyen órákat felvett hallgatók nagyobb arányban preferálják az önfoglalkoztatói státust, azaz az egyetemi vállalkozói kurzusok pozitívan hatnak a vállalkozóvá válásra.

Vizsgáltuk a hallgatók egyetemekkel kapcsolatos elvárásait is. A magyar hallgatók nem igazán különböznek a felmérésben részt vett országok többi hallgatóitól, elsősorban vállalkozásindítással kapcsolatos kurzusokat kívánnak és konkrét segítséget, tanácsadást szeretnének kapni a cégalapításhoz. Sokan preferálják az üzleti terv kurzusokat és az üzleti játékokat is. A magyar hallgatók többet szeretnének találkozni fiatal vállalkozókkal, mint a többi országok diákjai. A legkevésbé népszerűnek az inkubátorok, a szimpóziumok és a nyílt napok bizonyultak, lehet, hogy azért, mert a hallgatók nincsenek igazán tisztában ezek gyakorlati hasznáival.

A felmérésben részt vevő magyar egyetemek relatíve jó szereplése mellett azonban meg kell jegyeznünk azt is, hogy az átlagos hazai felsőoktatási kép ennél biztosan rosszabb, a hallgatói elvárások azonban valószínűleg hasonlóak. Meg kell jegyeznünk azt is, hogy a vállalkozói képzés a nem felsőfokú oktatásból szinte teljes egészében hiányzik, ami valószínűleg hozzájárul ahhoz, hogy a vállalkozói készségek és képességek szintjén nemzetközileg is le vagyunk maradva. Sőt, Európa is le van maradva az USA-hoz képest, amit számos európai uniós dokumentum rögzít. A Lisszaboni Stratégia 2000-ben megfogalmazott céljai között először szerepelt a vállalkozók képzése és a vállalkozói ismeretek oktatásának szélesítése. Az ezzel majd

egy időben készült Kisvállalkozások Európai Chartája tíz pontos programjának első helyén szerepel a vállalkozási és üzleti ismeretek oktatása minden iskolai szinten.

Az EU lisszaboni programjának végrehajtásáról nemrégiben közreadott jelentés a 2005-ben új alapokra helyezett Lisszaboni Stratégiára hivatkozva kiemeli, hogy a vállalkozások milyen fontos szerepet töltenek be a gazdasági növekedésben, a foglalkoztatásban és az önmegvalósításban. (A Közösség..., 2006). A vállalkozás alapját pedig azok a jellemvonások, készségek, üzleti ismeretek adják, amelyek fejlesztésében az oktatásnak igen fontos szerepe van. A dokumentum az egyetemek kapcsán két kötelezettséget fogalmaz meg:

- „A vállalkozói ismeretek oktatását az egyetemek és a műszaki oktatási intézmények – több tantárgy között megosztva – be kell hogy építsék a tanterveikbe, és hallgatóik számára kötelezővé vagy ajánlottá kell tenniük e kurzusokon való részvételt.
- A tudományos, illetve a műszaki tanulmányokban a vállalkozói gondolkodásmód és kompetencia, valamint a kiválóság ötvözésével a hallgatók és a kutatók eredményesebben tehetik pénzzé elképzeléseiket és a kifejlesztett technológiákat.” (A Közösség..., 2006, 9. o.).

A dokumentum további ajánlásokat is megfogalmaz a spin-off vállalkozások, a vállalkozási tanszékek létrehozatala és az interaktív oktatási lehetőségek jobb kihasználása, a és az MBA-programok területein, amiben még az EU országainak döntő többsége is lemaradt. Magyarországon viszont még a Bolognai Elveknek megfelelő lépések sem történtek meg minden esetben, nem csupán a vállalkozásoktatás, de még a gazdasági-gazdálkodási képzés területén sem, és így elképzelhető, hogy az a csúfság is megesik, hogy a vállalkozás nem kerül be a tervezett mesterprogramok szakirányai közé. A bolognai képzésnek megfelelő kimenetek között még BA szinten sem jelennek meg a vállalkozás és az önfoglalkoztatás jellemzői, a képzés a kisebb méretű cégeknél is egyértelműen az alkalmazotti munkakörre kíván felkészíteni (László, 2006). És akkor még nem is beszélünk arról, hogy kifejezetten vállalkozási ismereteket nem csupán a gazdasági-gazdálkodási szakos hallgatóknak kellene nyújtani.

Felhasznált irodalom

Acs, Z. – Arenius, P. – Hay, M. – Minnit, M. (2005): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2005 Global Report Executive Summary, MA: Babson College; and London: London Business School

- A Közösség... (2006): A Közösség lisszaboni programjának végrehajtása: A vállalkozói készségek előmozdítása az oktatás és a tanulás révén, Brüsszel, 13. 2. 2006, Letölthető: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0033:HU:NOT>
- Autio, E. (2005): High-Expectation Entrepreneurship 2005, London Business School – Babson College
- Autio, E. – Keeley, R.H. – Klofsten, M. – Parker, G.G.C – Hay, M. (2001): Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA, Enterprise and Innovation Management Studies Volume 2, Number 2/May 1, 2001, 145–160. o.
- Birch, D. (1987): Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work. New York, Free Press
- Carroll, G. R. – Mosakowski, E. (1987): “The career dynamics of self-employment”, Administrative Science Quarterly, Vol. 32, 570–589. o.
- Cheel, E. – Haworth, J. – Brearley, S. (1991): Entrepreneurial personality, Routledge, London; New York
- Csapó, K (2006): Áttekintés a gyorsan növekvő vállalkozásokat támogató kormányzati programokról, Vállalkozás és Innováció 1. évfolyam 1. szám
- Entrepreneurship Education... (2004): Entrepreneurship Education Grows at European Universities and Business Schools, EFMD Press releases letöltött: 2006.11.1-3 http://www.efmd.org/html/knowledge/publ_detail.asp?id=040929qmsx&aid=041028nkfp&tid=3
- Etzkowitz, H. – Webster, A. – Gebhardt, C. – Terra, B.R.C. (2000): The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm, Research Policy 29, 2, 3130330. o.
- Fueglistaller, U. – Klandt, H. – Halter, F. (2006): International survey on collegiate entrepreneurship 2006, Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen, St. Gallen
- Fostering... (2006): Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning, Commission of the European Communities Report Brussels, 13.22006 COM(2006)
- Franke, N. – Lüthje, C. (2004): Entrepreneurial intention of business students: A benchmarking study, International Journal of Innovation and Technology Management Vol 1 no 3.
- Kovács Á. (2006): Palackba zárt üzleti szellem, Figyelő, augusztus 5.
- Krueger, N. – Reilly, M-D. (2000): “Competing models of entrepreneurial intentions.” Journal of Business Venturing 15, 411–432. o.
- Kuczsi T. (1998): Vállalkozói kultúra – az életutak finalitása, Replika, március, 157–170. o.
- László Gy. (2006): A Képzési és Kimeneti Követelmények kialakításának feladatai az üzleti képzésben, Társadalom és Gazdaság, megjelenés alatt

- Kuratko, D.* (2003): Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century, Coleman Foundation White Paper Series, U.S. Association of Small Business and Entrepreneurship
- Leminősítette Magyarországot a Világbank 2006, ORIGO hírek, letöltve 2006. 10. 03: <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/hazaihirek/20060906leminositette.html>
- Peterman, N. – Kennedy, J.* (2003): Enterprise education: Influencing Students' preception of entrepreneurship, Entrepreneurship Theory & Practice Winter, 129–144. o.
- Reynolds, P. – Hay, M. – Bygrave, W. – Camp, S. – Autio, E.* (2001): Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report, London
- Reynolds, P. – Bygrave, W. – Autio, E.* (2004): GEM 2003 Global Report, Working paper London Business School
- Román Z.* (2006): A kis- és középvállalatok és a vállalkozási készség, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest
- Román Z.* (2004): Az önfoglalkoztatás fontosabb kategóriái, gazdasági-társadalmi szerepe, Magyar Vállalatgazdasági Kutatásokért Alapítvány, Budapest
- Román Z.* (2006): A vállalkozás oktatása a felsőoktatásban. Vezetéstudomány, 37. évf., 1. szám, 2–9. o.
- Schwarz, E. – Almer-Jarz, D. – Wdowiak, M.* (2006): The role of students' attitudes and perception of environment conditions in their carrier decision toward self-employment, In proceedings of the PODIM 26th Conference, Cooperation between the economic, academic and governmental spheres: Mechanisms and levers, Maribor, 261–277. o.
- Selmeczy, I.* (2005): Javulhat a diplomás pályakezdők helyzete, MKIK GVI: Gazdasági Havi Tájékoztató, 2005/ december, Budapest
- Szerb L.* (2000): Kisvállalati gazdaságtan és vállalkozástan, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- Szerb L.* (2004): A vállalkozás és vállalkozói aktivitás mérése, Statisztikai Szemle Vol 82, no. 6–7. 545–566. o.
- Szerb L. – Acs, Z.J. – Varga A. – Ulbert J. – Bodor É.* (2004): Az új vállalkozások gazdaságra gyakorolt hatásainak vizsgálata nemzetközi összehasonlításban. A Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi kutatás legfontosabb eredményei a 2001–2003-as időszakban. Közgazdasági Szemle 51. évf., 7–8. sz., 679–98. o.
- Szerb L.* (szerk. 2005): Vállalkozásindítás, vállalkozói hajlandóság és a vállalkozási környezeti tényezők alakulása Magyarországon a 2000-es évek első felében. Pécsi Egyetemi Kiadó
- Szerb L. – Ács, Z. J. – Bedőné Károly J. – Csapó K. – Terjesen, S. – Varga A. – Ulbert J.* (2006): Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2005 – A vállalkozói aktivitás és a vállalkozást befolyásoló tényezők alakulása Magyarországon az európai uniós csatlakozás után, Pécsi Tudományegyetem
- Szerb, L. – Márkus G.* (2007): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választásra, Közgazdasági Szemle LIV. évf., 3. szám, 256–281 o.
- Vecsenyi J.* (2003): Vállalkozás – Az ötlettől az újrakezdésig. Aula, Budapest

1. melléklet

A felmérésben részt vevő egyetemi oktatók

Ezúton is szeretnénk köszönetet mondani mindazon kollégáknak és adminisztratív dolgozóknak, akik segítséget nyújtottak nekünk abban, hogy ez a kutatás sikeres legyen. Az 1. mellékletben a kutatásban részt vevő egyetemi oktatók névsora található.

Budapest Corvinus Egyetem	Dr. Szirmai Péter, egyetemi docens
	Dr. Bokor Attila, egyetemi docens
	Csapó Krisztián, PhD-hallgató
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	Dr. Veress József, egyetemi tanár
Debreceni Egyetem	Dr. Ujhelyi Mária, egyetemi docens
Miskolci Egyetem	Dr. Fülöp Gyula, egyetemi docens
	Dr. Lukács Edit, egyetemi adjunktus
Pécsi Tudományegyetem	Dr. Szerb László, egyetemi docens, a kutatás vezetője
	Márkus Gábor, PhD-hallgató
Széchenyi István Egyetem	Dr. Farkas Szilveszter, egyetemi docens
Szegedi Tudományegyetem	Dr. Imreh Szabolcs, egyetemi adjunktus
	Bajmócy Zoltán, egyetemi tanársegéd

Cikk beérkezett: 2006. 11. hó

Lektori vélemény alapján javított: 2007. 3. hó