

Egyetemi hallgatóból vállalkozó – Vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók vállalkozói szándékát támogató és gátló tényezők*

Szabó Krisztofer – Aranyossy Márta – Bárczy Dóra

Kutatásunk a hazai fiatalok vállalkozói hajlandóságát vizsgálja, azon egyetemistákra fókuszálva, akiknek képzése és ambíciói egyaránt a vállalkozói életút irányába mutatnak. Kutatási kérdéseink arra irányultak, hogy a diákok milyen karrierutat terveznek, mi motiválja őket a vállalkozásindításra és mi akadályozza, s miként teremt ösztönző közeget számukra az egyetem. A kérdések megválaszolására egy összehasonlíthatóságot biztosító kérdőíves adatgyűjtést végeztünk vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók körében, majd az adatokat leíró statisztikai eszközökkel, statisztikai tesztekkel és klaszterelemzéssel vizsgáltuk. Megállapítottuk, hogy a magyar és nemzetközi átlagnál nagyobb vállalkozó kedvvel rendelkező fiatalokat elsősorban az autonómiára irányuló motivációjuk és bátorságuk, kockázattészlelésük különbözteti meg társaiktól, és hogy a kiemelkedő akadályként észlelt tőkehiány kapcsán az egyetemektől is örömmel várnának finanszírozási segítséget is.

Journal of Economic Literature (JEL) kódok: M13, I23, I25

Kulcsszavak: vállalkozásalapítás, vállalkozói szándék, egyetemi vállalkozásösztönzés

1. Bevezetés

A regisztrált gazdasági szervezetek száma Magyarországon a 2020. év végén megközelítette a kétmilliót (KSH 2021). Ez a szám 2014 óta évente átlagosan 1 százalékkal nőtt, és érdekes módon ez alól a koronavírus-járvány által sújtott 2020-as év sem volt kivétel (KSH 2021). A vállalkozásszám növekedésében nagy szerepe volt az önálló és egyéni vállalkozói létszám növekedésének, hiszen ez idő alatt a társas vállalkozások száma fokozatosan csökkent (KSH 2020). Bár ez a szerkezeti eltolódás a kisebb egyéni vállalkozások felé részben szabályozási változásoknak köszönhető, még emellett is elmondható, hogy a kisebb vállalkozások születése üzleti és tudományos érdeklődésre egyaránt joggal tart számot. Az érdeklődést kiemelten indokolja

* A jelen kiadványban megjelenő írások a szerzők nézeteit tartalmazzák, ami nem feltétlenül egyezik a Magyar Nemzeti Bank hivatalos álláspontjával.

Szabó Krisztofer PhD-hallgató a Budapesti Corvinus Egyetemen. E-mail: krisztofer.szabo@uni-corvinus.hu
Aranyossy Márta egyetemi docens a Budapesti Corvinus Egyetemen. E-mail: marta.aranyossy@uni-corvinus.hu
Bárczy Dóra a Budapesti Corvinus Egyetem mesterszakos végzettje. E-mail: barczy.dora@gmail.com

A magyar nyelvű kézirat első változata 2021. szeptember 15-én érkezett szerkesztőségünkbe.

DOI: <https://doi.org/10.25201/HSZ.21.2.125>

a vállalkozó kedv és a munkahelyteremtés, a fenntartható gazdasági fejlődés, illetve a gazdasági növekedés közötti pozitív asszociációs kapcsolat (Carree – Thurik 2010; Meyer – Krüger 2021).

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy a hazai fiatalok, köztük is elsősorban a motiváció és képzés tekintetében is leginkább vállalkozásindításra fogékony egyetemisták tervezik-e a vállalkozásalapítást, mi motiválja őket ebben, illetve milyen akadályait érzik. A gazdasági egyetemek hallgatói innovációra ösztönző, vállalkozáshoz kapcsolódó diskurzusokban gazdag környezetben élnek mindennapjaikat, a témáról explicit módon is gondolkodnak, így az ő vizsgálatukkal várhatóan gazdagabb és robusztusabb információhalmazhoz juthatunk, mintha a népesség tágabb rétegére fókuszálnánk (Borsi – Dóry 2020). Ráadásul rajtuk keresztül az egyetem szerepét is jobban megismerhetjük a vállalkozói ökoszisztémában, megtudhatjuk, hogy az egyetemi képzés és a képzésen kívül nyújtott szolgáltatások miként segíthetik őket jövőbeli vállalkozói karrierjük során. Az egyetemista populáció és az egyetemi környezet elemzése annak a széles körben használt hipotézisnek a vizsgálata kapcsán is fontos, mely szerint az oktatás pozitív hatással van a vállalkozói hajlandóságra, a felsőoktatás pedig befolyásolhatja akár a vállalkozói ötleteket is (S. Gubik 2021).

Tanulmányunk elsőként a vállalkozói szándék kutatásának alapvető elméleti modelljeit és főbb eredményeit tekinti át, majd röviden bemutatjuk a hasonló fókuszú hazai vizsgálatok és az egyetemi vállalkozásösztönzés irodalmának tanulságait is. Ezután felvázoljuk kutatási kérdéseinket és a megválaszolásukhoz használt adatgyűjtési és -elemzési módszertani kereteket, továbbá bemutatjuk és értelmezzük a kutatás során kapott fontosabb eredményeinket. Az összegzésben az eredmények alapján levonható következtetések mellett a kutatásunk korlátaira és jövőbeli kiterjesztési lehetőségeire is kitérünk.

2. Elméleti háttér

2.1. A viselkedést, így a vállalkozási szándékot is befolyásoló tényezők néhány alapmodellje

Ajzen (1985) tervezett magatartás modellje szerint a különböző cselekvések, viselkedés mögött álló szándékot alapvetően három tényező befolyásolja: az *attitűdök*, a *szubjektív normák* és az *érezelt magatartási kontroll*, melyeket később kiegészített az *aktuális magatartási kontroll* tényezőjével. A vállalkozásindítási szándék tekintetében a modell alapján elmondható, hogy az egyén *személyes attitűdje*, a *társadalmi megítélés*, illetve az *érezelt segítő vagy gátló faktorok* a legfőbb befolyásoló tényezők (Ajzen 2006).

Bandura (1977) valamivel tágabb fókuszú társadalmi tanulás elméletének keretei között a viselkedés lényegében három tényező dinamikus, folyamatos kölcsönhatásának eredménye: a *személyi tényezőké*, a *környezeté* és a *viselkedésé*. Shapero és Sokol (1982) Bandura modelljéhez hasonlóan elsősorban az egyén és a környezet

kapcsolatában kereste a cselekvés mozgatórugóit, de szűkebb értelmezésben, már kifejezetten a vállalkozási szándék alakulására koncentrálva. A szerzők által kidolgozott *vállalkozásesemény modell (Model of the Entrepreneurial Event)* középpontjában annak vizsgálata áll, hogy az egyént szociális és kulturális környezete hogyan befolyásolja a vállalkozói út választásában (*Jakopec et al. 2013*). *Shapero és Sokol (1982)* szerint a három leglényegesebb tényező, mely hatást gyakorol az egyén vállalkozói szándékára, az *észlelt kívánatosság, megvalósíthatóság, valamint a cselekvési hajlandóság*.

Hasonló logikát követve más modellek is születtek a vállalkozói szándékot befolyásoló faktorok strukturálására: így *Sánchez (2011)* például az *önhatékonyság, a proaktivitás és a kockázatvállalási hajlandóság* szerepét hangsúlyozza, míg *Bigos és Michalik (2020)* tanulmányában az *önismeret, önszabályozás, belső motiváció, empátia és társas készségek* kerülnek előtérbe – illetve a 2.2 fejezetben a vállalkozói személyiségjegyekre épülő további megközelítéseket is bemutatunk.

2.2. Vállalkozói személyiségjegyek

Az elmúlt néhány évtizedben a vállalkozói szándékot kutatók érdeklődésének előtérébe kerültek az egyén személyiségjegyei (*Yang – Ai 2019*), megállapítva, hogy az egyén személyisége meghatározó tényezője a pályaválasztási döntésnek (*Holland 1997*). A kutatások azt is igazolták, hogy a személyiségjegyek nagy befolyást gyakorolhatnak az egyén vállalkozási kedvére, a vállalkozás elkezdésére, vagy az azzal való felhagyásra, illetve a vállalkozás sikerességére és profitabilitására egyaránt. *Caliendo és szerzőtársai (2011)* részletesen kifejtették *Goldberg (1971)* ötfaktoros személyiségjegy-modelljének vállalkozói léthez fűződő kapcsolatát, amelyben az *extrovertáltság, a neurotizmus/érzelmi stabilitás, nyitottság, lelkiismeretesség és kedvesség* dimenzióit elemzik.

Jain és Arora (2020) kutatása szerint további két belső tényező vizsgálatának van relevanciája a témát illetően. Az egyik a kontroll észlelt (internális) helye (*locus of control*), mely nagyban hozzájárulhat a pozitív vállalkozói attitűd kialakulásához (*Baluku et al. 2018*), a másik az egyén *kockázatvállalási hajlandósága*, mely kifejezetten nagy hatást gyakorol a vállalkozói szándéokra. Ahogy *Yusof et al. 2007* is megállapítja a vállalkozók jellemzően kerülnek azokat a szituációkat, melyekben kimagaslóan nagy kockázatot, vagy épp ellenkezőleg, túl magas fokú biztonságot, bizonyosságot érzlelnék.

2.3. Vállalkozói folyamatmodellek

Gartner (1985) szerint a vállalkozás létrejöttének összetett, többdimenziós folyamatának vizsgálatakor legalább négy fontos szempontot mindenképp szükséges vizsgálni: a *vállalkozó egyént*, az általa létrehozott *szervezetet*, a *környezetet*, amiben az új vállalkozás születik, és a vállalkozási tevékenység *elindulásának folyamatát, lépéseit*. A környezet és az egyéni tényezők szerepét már az előző fejezetekben vázoltuk, a vállalkozásindítás folyamatát tekintve pedig *Shane (2003)* és *Baron (2007)* modelljei relevánsak, amelyek elemeit röviden az 1. táblázatban foglaltuk össze.

1. táblázat		
A vállalkozói folyamat modelljeinek összehasonlítása		
	Shane (2003)	Baron (2007)
Vállalkozásindítás fő szakaszai/ lépései	0. Üzleti lehetőség megléte 1. Üzleti lehetőség észlelése 2. Lehetőségek kiaknázása 3. Megvalósítás	1. Indulás előtti 2. Indulási 3. Indulás utáni
Folyamatra hatást gyakorló változók	– Egyéni tulajdonságok – Vállalkozói környezet	– Egyéni – Csoportos – Társadalmi
Forrás: Baron (2007) és Shane (2003) alapján szerkesztve		

E vállalkozói folyamatmodellek alapján elmondható, hogy a mélyebb megértés érdekében mindenképp érdemes az induló vállalkozásokat a teljes lépcsősorozaton keresztül vizsgálni. A potenciális vállalkozók általában hasonló utat járnak be, a folyamat bizonyos lépései, főbb szakaszai többségük életútjában azonosítható, ugyanakkor az egyes folyamatok részletes tartalma nagyban eltérhet egymástól az egyéni utak függvényében (Baron 2007).

2.4. Ökoszisztéma-modellek

Az utóbbi évtizedben előtérbe került az a megközelítés, miszerint túlságosan leszűkíti a látóteret, amennyiben a vállalkozásokat és vállalkozó kedvet csupán egyéni nézőpontból, a vállalkozó személyén keresztül vizsgáljuk. Ezért előtérbe kerültek az ökoszisztémára fókuszáló megközelítések (Ács et al. 2018). A vállalkozói ökoszisztémákat úgy definiálhatjuk, mint független faktorok és faktorok olyan önszerveződő összessége, amely egy területen belül termékeny vállalkozói tevékenységet eredményez (Stam – Spigel 2016). A vállalkozási ökoszisztéma különböző szinteken, nemlineáris kapcsolatrendszerben működő különféle szereplőknek adaptív és földrajzilag meghatározott közössége (Roundy et al. 2017). A kutatások fókusza ezen kapcsolatokat feltárására, oksági vizsgálatára, a hatások relatív súlyának és dinamikus változásának elemzésére irányul. Az ökoszisztéma-modellek középpontjában tehát továbbra is a vállalkozó egyén áll, ám a modell figyelembe veszi a rendszerbeli interakciókat olyan szereplőkkel, mint a kormányzat, formális intézmények, fizikai infrastruktúra, a pénzügyi szektor, K+F rendszerek, piaci struktúrák és az oktatási rendszer (Stam 2015; Ács et al. 2018). Az intézményi környezetnek ez utóbbi eleme, tekintettel a felsőoktatás hangsúlyos szerepére jelen kutatásunk szempontjából is, különös relevanciával bír, így a következőkben erre fókuszálunk.

3. Egyetemi hallgatók vállalkozásösztönzése Magyarországon

3.1. A hazai hallgatói vállalkozási szándékra irányuló kutatások

Magyarország 2006 óta tagja a svájci St. Gallen-i Egyetem által koordinált GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) kutatásnak, melynek célja megismerni a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és esetleges

vállalkozási tevékenységét (S. Gubik – Farkas 2016). A GUESSS-felmérések az ismétlődő jellegből fakadó időbeli összehasonlíthatóság mellett a jelentős számú résztvevő ország bevonásával lehetővé teszik az országonkénti összehasonlítást is a hallgatói vállalkozási kedv tekintetében, melynek mérésére a kutatás során megalkották az úgynevezett *vállalkozási indexet*. Ez alapján a magyarországi hallgatók vállalkozói indexének értéke (12,3) csak kis mértékben marad el a nemzetközi átlagtól (12,8) (S. Gubik – Farkas 2013). A korábbi évek kutatási eredményei alapján hazánkban egy 2008-ig felívelő, majd azután csökkenő trendet lehetett megfigyelni a vállalkozást tervező diákok arányában. Ennek egyik lehetséges magyarázó oka a 2008-as világválság kirobbanása, de az elmúlt évtizedben a folyamatosan növekvő munkavállalói jövedelemszint is hozzájárult ahhoz, hogy egyre kevésbé lett vonzó a vállalkozói életforma, amely bizonytalanabb (Bauer – Endrész 2018), és inkább hosszú távú jövedelmi kilátásokkal kecsegtet. Így például 2014 és 2017 között az alkalmazotti réteg aránya Magyarországon 9,5 százalékkal nőtt, miközben a vállalkozók aránya hosszabb távon csökkent (KSH 2018). Mindemellett S. Gubik és Farkas (2016) szerint a negatív (vagy legjobb esetben is semleges) hazai felsőoktatási és társadalmi környezet hatása, azaz a támogató felsőoktatási eszközrendszer hiánya és a vállalkozók viszonylag alacsony társadalmi rangja sem elhanyagolható.

A GUESSS-felmérésből az is tisztán kiderült, hogy a hallgatók rövid távon legnagyobb arányban az alkalmazotti, vállalati szférában terveznek elhelyezkedni végzésük után (Imreh-Tóth et al. 2013). S. Gubik és Farkas (2016) elemzése is megerősíti, hogy közvetlenül a tanulmányaik befejezését követően a hallgatók körülbelül 2/3-a képzeli el magát alkalmazottként, túlnyomórészt nagyvállalatnál, kisebb részben a kis- és középvállalati (KKV-) szektorban vagy a közszférában. A saját vállalkozásban gondolkodók hányada ekkor még elenyészően kicsi. A végzés után 5 évvel azonban a vállalkozó kedv szignifikánsan megnő (35,4 százalékra). Ez alapján feltételezhető, hogy első körben friss diplomásként más vállalatnál kívánnak a hallgatók szükséges tapasztalatokat gyűjteni, majd ezt követően később, e tapasztalataik birtokában már reálisabbnak találják a saját vállalkozás indítását (S. Gubik – Farkas 2013). A válaszadók megítélése szerint a vállalkozási, vállalat-gazdaságtani és pénzügyi ismeretek a leginkább elengedhetetlenek, ha valaki saját vállalkozást tervez (Imreh-Tóth et al. 2013), de a tapasztalatok hiánya vagy megléte nagy befolyást gyakorolhat a fiatalok vállalkozási kedvére (S. Gubik – Farkas 2013). Ugyanakkor a kutatásokból az is kiderült, hogy a látott családi szerepmódel meghatározóbb a vállalkozói ismeretek megléténél (Szerb – Lukovszki 2013). Ezt bizonyítja többek között az is, hogy a családi vállalkozói háttér magyarázó ereje évről-évre növekvő tendenciát mutat, így feltételezhetően egyre nagyobb szerepe van a vállalkozói döntés meghozatalában (S. Gubik – Farkas 2016).

A vállalkozói motivációk között kiemelt szerepe van a függetlenség és az önmegvalósítás keresésének (Westhead et al. 2005). A függetlenség legfőbb tényezője a szabadság, azaz hogy az egyén a saját maga ura lehessen, míg az önmegvalósításé a kreativitás kiélése, a fejlődés, a személyes álmok valóra váltása (Kim et al. 2006).

Ezeket követik a sorban a jövedelemszerzéssel összefüggő motivációk, mint amilyen a magasabb jövedelem vagy az elérhető pénzügyi biztonság. Mindemellett, ami az egyéni személyiségjegyeket és képességeket illeti, bebizonyosodott, hogy a tudatosság és az innovációs képességek meglete pozitívan hat a hallgatók vállalkozásindítási szándékára (S. Gubik – Farkas 2016). Közülük az innovációs képesség az erősebb faktor, mely magában foglalja az összes lépést az új ötletek generálásától kezdve a termékfejlesztésen át a vállalkozás indításáig. A tudatosság, a célzott tervezés szintén befolyásoló hatásúnak bizonyult, azonban az is kiderült, hogy a túlzott tervezés a hallgatók zöme szerint nem jó stratégia, mivel a vállalkozásindításhoz kell bizonyos spontaneitás és gyors alkalmazkodóképesség a helyzet folyamatos és váratlan alakulásának kezeléséhez (Szerb – Lukovszki 2013).

Mindezek alapján olyan komplex modellek is születtek, amelyek az egyetemi hallgatók karrierválasztási döntéseit, köztük a vállalkozói szándékot a befolyásoló faktorok széles körének tükrében vizsgálják. Így S. Gubik (2021) modelljében a karrierválasztást az egyéni attitűd, az önhatékonyság, a szubjektív normák, az észlelt vállalkozói klíma és a vállalkozói szerepmodellek befolyásolják, amelyek nem csupán az egyéni személyiségjegyek következményei, hanem hatással van rá a családi és tágabb társadalmi környezet is, csakúgy, mint az egyetem. Ezeknek a környezeti tényezőknek a hatása pedig az egyéni értékek, a tudás, a képességek és a tapasztalat, illetve az egyén számára rendelkezésre álló szolgáltatások és erőforrások közvetítésével valósul meg. A következőkben kifejezetten az egyetemi környezet befolyásoló hatására térünk ki.

3.2. Az egyetemi környezet szerepe a vállalkozásösztönzésben

Az eddig elvégzett felmérések eredményei egyhangúan igazolták és hangsúlyozták az intézményi, felsőoktatási környezet erős befolyását a hallgatók vállalkozási kedvére (S. Gubik – Farkas 2016). A magyar kutatások az oktatás szerepének vizsgálata során azt is megállapították, hogy a főbb képzési területen tanulók vállalkozói kedve között szignifikáns különbségek lehetnek: a gazdasági, üzleti képzésben résztvevők nagyobb arányban gondolkodnak saját vállalkozás alapításán, mint társaik. Ennek kétféle magyarázata is adott: egyrészt lehetséges, hogy mivel üzleti tanulmányokat folytatnak, nagyobb eséllyel találkoztak a vállalkozásokat, a vállalkozásalapítást érintő ismeretekkel, emiatt érett meg bennük a vállalkozási szándék. De az is elképzelhető, hogy tudatosan választották az ilyen területen folytatott tanulmányokat azért, mert már a döntéskor is megvolt bennük a vállalkozói kedv (Szerb – Márkus 2007). A hallgatói vállalkozási szándékot illetően a gazdasági képzést a természettudományi terület követi, utolsó pedig a társadalomtudományi (S. Gubik – Farkas 2016).

Az egyetem által kínált vállalkozói kurzusokon való részvétel és a vállalkozói szándék között pozitív irányú kapcsolatot támasztott alá Szerb és Lukovszki (2013) kutatása, ami arra utal, hogy a szakmai tudást fejlesztő tárgyak, kurzusok mellett kifejezetten vállalkozói ismereteket is érdemes tanítani. A magyarországi felsőoktatásban tanulóknak igényük lenne a vállalkozási oktatásban való részvételre, ám gyengének ítélik

az erre irányuló kínálatot (Imreh-Tóth et al. 2013). Ezt támasztotta alá S. Gubik és Farkas (2013) is, miszerint Magyarország lemaradásban van az újszerű, gyakorlati elemeket is felvonultató képzések kínálatában a nyugati felsőoktatáshoz képest. Mindemellett pedig a tanterven kívüli tudásátadást célzó programok – coaching, workshopok, tréningek – a kutatások szerint szintén ösztönözhetik a vállalkozóvá válást (Maresch et al. 2016; Premand et al. 2016).

Ám mindezek az alapvetően a vállalkozói tudást és a készségfejlesztést célzó eszközök nem feltétlenül elegendők a vállalkozói hajlandóság növeléséhez (Nowiński et al. 2019). Az egyetemek a vállalkozói ökoszisztéma perem- és rendszerfeltételei (Stam 2015) közül nemcsak a tudáshoz járulhatnak hozzá, hanem jelentős szerepük lehet más faktorok kapcsán is:

- támogató szolgáltatások: ilyen, a vállalkozói aspirációkat befolyásoló szolgáltatások között megjelenhet a tanácsadás, a coaching vagy workshopok biztosítása (Premand et al. 2016);
- fizikai infrastruktúra: például olyan inkubációs szolgáltatásként, amely munkahelyszínt, digitális infrastruktúrát biztosít a vállalkozó szellemű hallgatók számára;
- finanszírozás: egyetemi inkubációs programok finanszírozási elemei vagy alumni-hálózatok angyalbefektetői klubjai által (Aranyossy 2019);
- hálózatok és kereslet: az egyetemek vállalati és intézményi partnerkapcsolatai, kapcsolati tőkéje kölcsönösen előnyös módon állíthatók az induló vállalkozások szolgálatába;
- kultúra: a diákok „*vállalkozói szellemiségét, gondolkodását, értékrendjét jelenti, ami az egyetem keretei között végzett tevékenység és létrejövő tudás hasznosulására hat*” (Kuti – Bedő 2018:48).

Ezzel összhangban az egyetemeket a vállalkozói ökoszisztémában való tudatos szerepvállalásra ösztönző magyarországi programok legfrissebbike az *Egyetemi Innovációs Ökoszisztéma program*, amely állami szerepvállalással ösztönzi az egyetemeket olyan célok elérésére, mint „az intézmények szellemi és infrastrukturális kompetenciáinak transzparens szolgáltatásként történő megjelenítése”; „aktív, kölcsönös előnyökön alapuló, üzleti szemléletű kapcsolat kialakítása az egyetemek és az üzleti szféra között”, „az intézmények szellemi és infrastrukturális kompetenciáinak transzparens szolgáltatásként történő megjelenítése” (NKFI 2021). A program 2019 és 2021 között mind az iparjogvédelmi bejelentések (>130), mind az egyetem–vállalat partnerszerződések (>1 300), mind a támogatott vállalkozások (>500) számában reménykeltő eredményeket tudott felmutatni¹.

¹ *Megszaporodtak az egyetemek és a vállalatok közötti együttműködések*. 2021. október 27. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20211027/megszaporodtak-az-egyetemek-es-a-vallalatok-kozotti-egyuttmu-kodesek-506422>. Letöltés ideje: 2022. január 7.

4. Módszertan

Az egyetem vállalkozási ökoszisztémában betöltött szerepe egyre nyilvánvalóbbá vált az utóbbi évtizedekben, számos kutatás és szakpolitikai ajánlás született a témában (*EESC 2013*). Ahogy láttuk, Magyarországon is megkezdődtek az egyetemi vállalkozásösztönzést támogató programok. Érdeemes tehát újabb és újabb pillanatfelvételt készíteni a hazai helyzetről, lehetőség szerint olyan adatfelvételi módszerekkel, amelyek összehasonlíthatóvá tehetik ezeket a keresztmetszeti vizsgálatokat. Miközben a vállalkozásoktatás az utóbbi egy évtizedben gyakori témája mind a közgazdaságtani, mind az oktatási tudományterület kutatásainak, egyelőre nem egyhangúak az eredmények az egyetem és a vállalkozási szándék közötti kapcsolat hatásmechanizmusa, összetevői és erőssége kapcsán sem (*Wach – Głodowska 2019*). Ahogy ráadásul *S. Gubik (2021)* is hangsúlyozza, ezen a területen újszerű megközelítést jelent, ha a vállalkozási szándékot az egyetemi hallgatók karrierválasztási döntéseinek tágabb kontextusában vizsgáljuk, és nemcsak a rövid távú (a diplomaszerezést közvetlenül követően), hanem hosszabb távú vállalkozásindításra vonatkozó szándékot is felmérjük.

Kutatásunk egyedi jellemzője, hogy igyekeztünk egy olyan szűkebb sokaságot találni, ahol várhatóan sokan és explicit módon gondolkodnak a vállalkozásindításról, és ahol a hallgatóknak lehet is tapasztalata az ezt ösztönző egyetemi környezeti elemekkel. Egy ilyen sokaság megkérdezése megbízhatóbb és gazdagabb információtartalmú adatbázist eredményezhet az egyetemisták kapcsolódó észleléseiről (*Borsi – Dóry 2020*). A Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) vállalkozásfejlesztés mesterszakára sok hallgató érkezik kifejezetten azzal a szándékkal, hogy jövőbeli vállalkozási karrierjére felkészüljön. A mesterszak céljai között is szerepel, hogy a hallgatók „vállalkozásfejlesztési (innovációs) elméleti és módszertani üzleti ismereteik, a tudatosan fejlesztett vezetői készségek és képességek birtokában alkalmassak kis- és középvállalkozások alapítására”². Így ezen szak hallgatói kiváló alanyai a vizsgálódásunknak. A képzést kínáló egyetemek³ közül a BCE szerepel az országos gazdálkodástudományi hallgatói kiválósági rangsor első helyén⁴ – így érdemesnek mutatkozik arra, hogy az itt folyó képzés hallgatóit kiemelten vizsgáljuk.

² 18/2016. (VIII. 5.) EMMI rendelet a felsőoktatási szakképzések, az alap- és mesterképzések képzési és kimeneti követelményeiről, valamint a tanári felkészítés közös követelményeiről és az egyes tanárszakok képzési és kimeneti követelményeiről szóló 8/2013. (I. 30.) EMMI rendelet módosításáról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600018.EMM×hift=20160813&txreferrer=00000001.txt>. Letöltés ideje: 2021. augusztus 24.

³ Az utóbbi öt tanévben, 2017–2021 kezdéssel, 14 magyarországi egyetem indított vállalkozásfejlesztés mester szakot: Budapesti Corvinus Egyetem, Debreceni Egyetem, Eszterházi Károly Katolikus Egyetem, IBS Nemzetközi Üzleti Főiskola, Kodolányi János Egyetem, Miskolci Egyetem, Budapesti Metropolitan Egyetem, Óbudai Egyetem, Pécsi Tudományegyetem, Soproni Egyetem, Szegedi Tudományegyetem, Budapesti Gazdasági Egyetem, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Gazdasági és Társadalomtudományi Képzések Központ, Neumann János Egyetem.

⁴ *Friss felsőoktatási rangsor: itt van a legjobb gazdasági egyetemek listája.* https://eduline.hu/felsooktatatas/20201128_gazdasagi_egyetemek_hvg_rangsor. Letöltés ideje: 2021. február 16.

A kutatás során a következő kutatási kérdéseket vizsgáljuk:

K1: Különböznek-e a BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók az általánosabb magyar kutatások megkérdezettjeitől az alábbi dimenziók mentén:

- (a) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút közvetlenül a diplomaszerzés után?
- (b) szerepel-e a terveikben a vállalkozói karrierút hosszabb távon?
- (c) észlelésük szerint mi akadályozza őket a vállalkozásindításban?
- (d) milyen tudásterületeket tartanak fontosnak a vállalkozásindításhoz, és ezek megszerzésében mennyiben támogatja őket a mesterképzés?
- (e) milyen más módon támogatja őket az egyetemi környezet?

K2: A nagyobb vállalkozó kedvvel rendelkező BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók – az (a)–(e) dimenziók mentén – miben különböznek a nem vállalkozói karrierre készülő társaiktól?

Az adatgyűjtést kérdőíves adatfelvétellel végeztük, elsősorban már korábbi kutatásokban is szereplő kérdések szerepeltetésével, amelyet esetenként új kérdésekkel egészítettünk ki a vizsgálat speciális fókuszához igazodva. A legfontosabb viszonyítási pontokat Szerb – Márkus (2007); S. Gubik (2013); Imreh-Tóth et al. (2013) és S. Gubik – Farkas (2016) jelentették. A szakirodalomban már szereplő kérdések alkalmazása nemcsak azt biztosította, hogy az eredményeink összehasonlíthatóak legyenek, hanem azt is, hogy a kérdések megfogalmazása már előzetesen tesztelt és bevált legyen. A kérdőívet a más forrásból átvett kérdések forrásmegjelölésével együtt a *Függelék 4. táblázata* tartalmazza. Az összehasonlíthatóság érdekében a válaszlehetőségeknél is alapvetően a korábbi megkérdezések skáláihoz alkalmazkodtunk, így lehetséges, hogy különböző kérdések esetében eltérő – 4–5–6–7 – fokozatszámú Likert-skálák segítségével adhatták meg válaszaikat a megkérdezettek. Mindez azt jelenti, hogy – felülsúlyozva a hazai és nemzetközi összehasonlíthatóság jelentőségét – lemondtunk a könnyebb áttekinthetőségről, amit egy összehangolt, egységes skála alkalmazása jelentett volna, ám kérdésenként egy-egy kérdés válaszalternatívái kapcsán természetesen csupán egyféle skálát alkalmaztunk.

Az adatfelvételre 2021 tavaszán került sor, nem oktatói megkereséssel és nem tantárgyhoz vagy értékeléshez kötve, anonim módon, ezzel is csökkentve az egyetemi környezetben zajló adatfelvételtől eredő torzítást. A kérdőívet a teljes sokasághoz sikerült eljuttatni elektronikus csatornákon keresztül. Az adatfelvétel idején a BCE vállalkozásfejlesztés mesterszakán tanuló hallgatók felvételi adatok alapján becsült száma 247 fő volt, akik közül 65-en vettek részt a kutatásunkban, összességében 25 százalék feletti lefedettséget eredményezve. Bár a minta elemszáma első pillantásra alacsony, a sokasághoz viszonyítva már jelentős arányt képvisel, miközben

a használt statisztikai elemzési módszerek jól alkalmazhatók ennél az elemszámnál is. A 65 elemű mintánk válaszadóinak átlagéletkora 24 év volt, 55,6 százalékuk volt nő. A minta hallgatóinak 41,3 százaléka fővárosi, 17,5 százaléka más nagyvárosból, a többiek kisebb vidéki városokból vagy községekből származtak. A továbbiakban a kutatási kérdések vizsgálatához illeszkedő statisztikai mutatókat, tesztek (pl. ANOVA), korrelációs együtthatókat (Pearson-féle, Spearman-féle rho és Kendall-féle tau) és hierarchikus klaszterelemzést használtunk. Bár a csoportátlagok szignifikáns eltéréseit vizsgáló ANOVA-teszt intervallum- vagy arányskálán mért változókat feltételez, amennyiben a Likert-skála szimmetrikus és ekvidisztáns, akkor feltételezhető, hogy intervallumskálaként viselkedik (Carifio – Perla 2007), így a mi elemzési céljainkra is alkalmas lehetett.

5. Eredmények

5.1. Karrierelképzelések és vállalkozói szándék

A hallgatók karrierelképzeléseit érdemes időtáv szempontjából több ponton is vizsgálni, mivel azok természetes módon nagyban eltérhetnek, amennyiben a végzést követő időszakra, vagy hosszabb távra koncentrálnak. Kutatásunkból az derült ki (1. ábra), hogy a vállalkozásfejlesztés szakos hallgatók a végzést követően legnagyobb arányban egy nagyvállalatnál szeretnének elhelyezkedni (51 százalék), ezt követik második helyen a KKV-k (23 százalék). Már a végzést követő öt éven belül is a harmadik legnépszerűbb lehetőség a körükben a függetlenként, családi vagy saját vállalkozásban való érvényesülés (17 százalék). A közszférát, a kutatói területet vagy a családalapítást ilyen távon a hallgatók nagyon kis része tervezi csak (3–3–2 százalék). Friss diplomásként kilépve az életbe – még akkor is, ha az egyetemi tanulmányok mellett az egyén szert tudott tenni némi tapasztalatra gyakornoki munka során –, érthető, ha a diákok nagy része úgy érzi, hogy ha a kellő elméleti alaptudása és a szándéka meg is lenne egy vállalkozás elindításához, valódi piaci tapasztalat hiányában nem mer rögtön, a végzést követően belevágni. Ezt megerősítik az adataink is: az öt éven túli tervekben az arányok jelentős átrendeződését láthatjuk. Ekkor már a független karrierút kerül az első helyre, a vállalkozásfejlesztés szakos hallgatók több mint fele szeretne ekkorra már valamilyen vállalkozói tevékenységet folytatni (54 százalék). A nagyvállalatnál (8 százalék), illetve KKV-nál (15 százalék) történő munkavégzés népszerűsége ennek megfelelően eddigre már csökken.

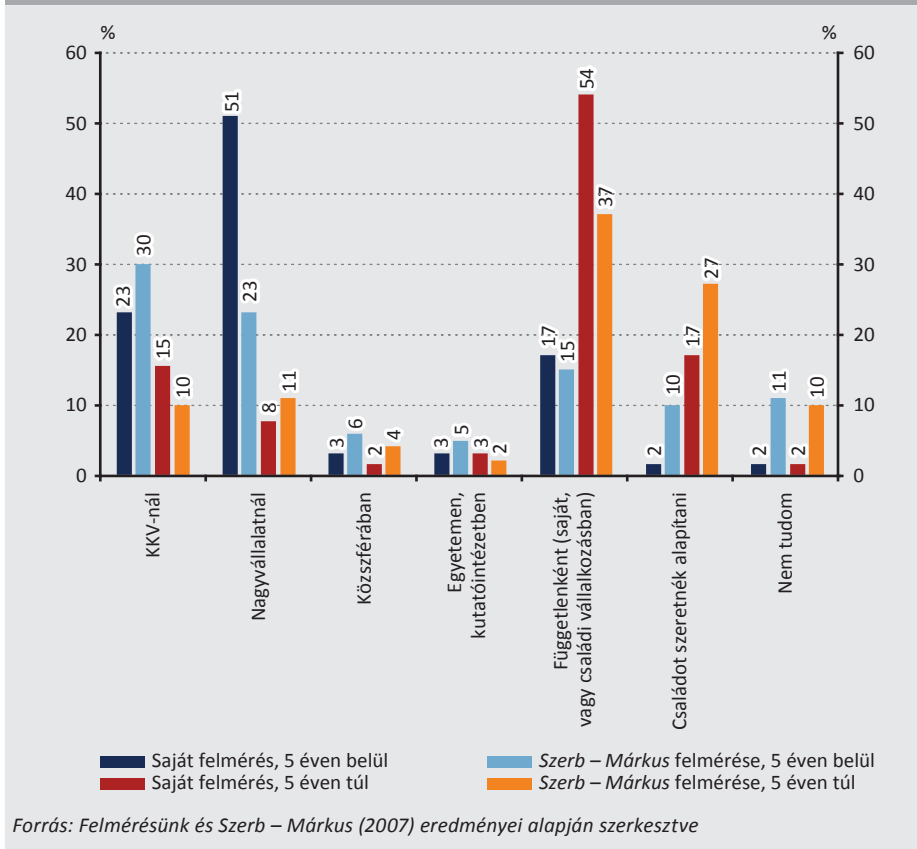
A válaszadóink közül négyen (6 százalék) már alapítottak vállalkozást és abban dolgoznak, további 13 mesterszakos hallgatónak már van konkrét üzleti ötlete, öten a szükséges erőforrások megszerzésén dolgoznak, hárman pedig már a termék/ szolgáltatás piacra dobásán.

Az 1. ábrán Szerb és Márkus (2007) tapasztalataival összevetve az eredményeinket azt láthatjuk, hogy a vállalkozásfejlesztés mesterszakon már rövid távon is kicsivel

népszerűbb a vállalkozói létforma, hosszú távon pedig a pozitív különbszet még tovább nő. Bár a végzést követő öt éven túl az általános gazdasági szakok hallgatói körében is első helyre kerül a függetlenként való érvényesülés lehetősége, sokkal kisebb arányban (37 százalék), mint a BCE vállalkozásfejlesztés szakán (54 százalék). Az ugyanezen skála alapján mérő legutolsó nemzetközi kutatás (Fueglistaller et al. 2006) szerint a diplomaszerezés utáni öt évben önállósódó hallgatók nemzetközi átlaga 17,6 százalék, míg öt éven túl a diákok 48,1 százaléka tervezi a saját vagy családi vállalkozásban a jövőjét. Vagyis a vizsgált mesterszakos hallgatóink hosszú távú terveik alapján még a nemzetközi átlagot is meghaladóan vállalkozó kedvűek (54 százalék). Mindez megerősíti előzetes feltevéseinket arról, hogy a vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók között nagyobb a vállalkozói karrierre készülők aránya, így a továbbiakban ennek ismeretében vizsgálódhatunk. Hasonlóképpen alátámasztja mintánk speciális jellegét az, hogy megkérdezésünk alapján a válaszadók 32 százaléka teljes egészében, 27 százaléka pedig részben jövőbeli vállalkozói szándéka miatt választotta a vállalkozásfejlesztés mesterszakot a képzésre való jelentkezéskor.

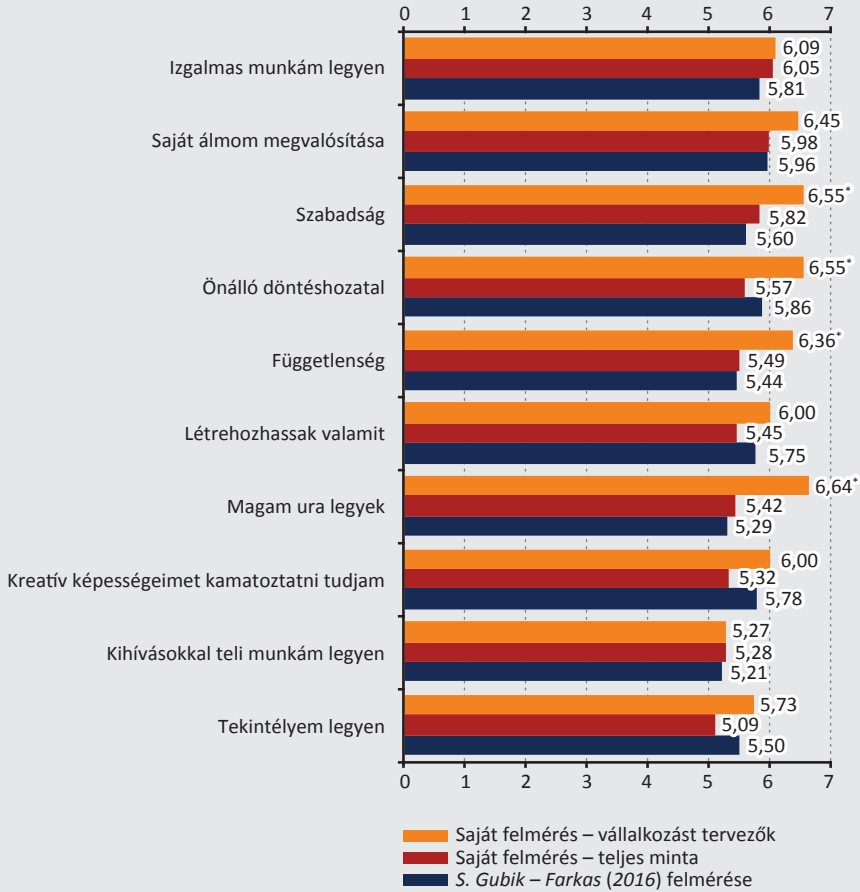
1. ábra

A hallgatók általános karrierelképzelései és azok változásai (a válaszadók százalékában)



2. ábra

A hallgatók jövőbeli karriertervezése során mérlegelt szempontok fontossága



Megjegyzés: átlagok, 7 fokozatú Likert-skálán, * jelöléssel a jelen kutatás globális átlagától $p < 5\%$ szignifikanciaszinten különböző értékek

Forrás: Felmérésünk és S. Gubik – Farkas (2016) eredményei alapján szerkesztve

Vetve egy pillantást arra is, hogy karrierterveik tekintetében a mesterszakos hallgatók milyen tényezők alapján hozzák meg a döntéseiket, megvizsgáltuk, hogy akad-e lényeges különbség a vállalkozói karrierút mellett döntők vagy azt elkerülők között. A 2. ábra is szemlélteti, hogy a teljes mintánk motivációs tényezői hasonlóak S. Gubik és Farkas (2016) általánosabb eredményeihez – a vállalkozó kedvű válaszadóink viszont időnként lényegesebben különböznek ezen általános trendektől. Az átlagok egyezőségét vizsgáló ANOVA-teszt alapján ($p < 0,05$) azt láthatjuk, hogy míg az álmok megvalósítása, illetve valaminek a létrehozása, a kreatív, izgalmas vagy kihívásokkal teli munka, illetve a tekintélyszerzés iránti vágyak megítélésében nem volt szignifikáns különbség a különböző karrierútra készülő diákcsoportok között, a következő motivációs elemek fontosságát szignifikánsan különbözően értékelték (mellettük a vállalkozó kedvűek hetes skálán elért fontossági értékeivel és zárójelben a globális átlagokkal):

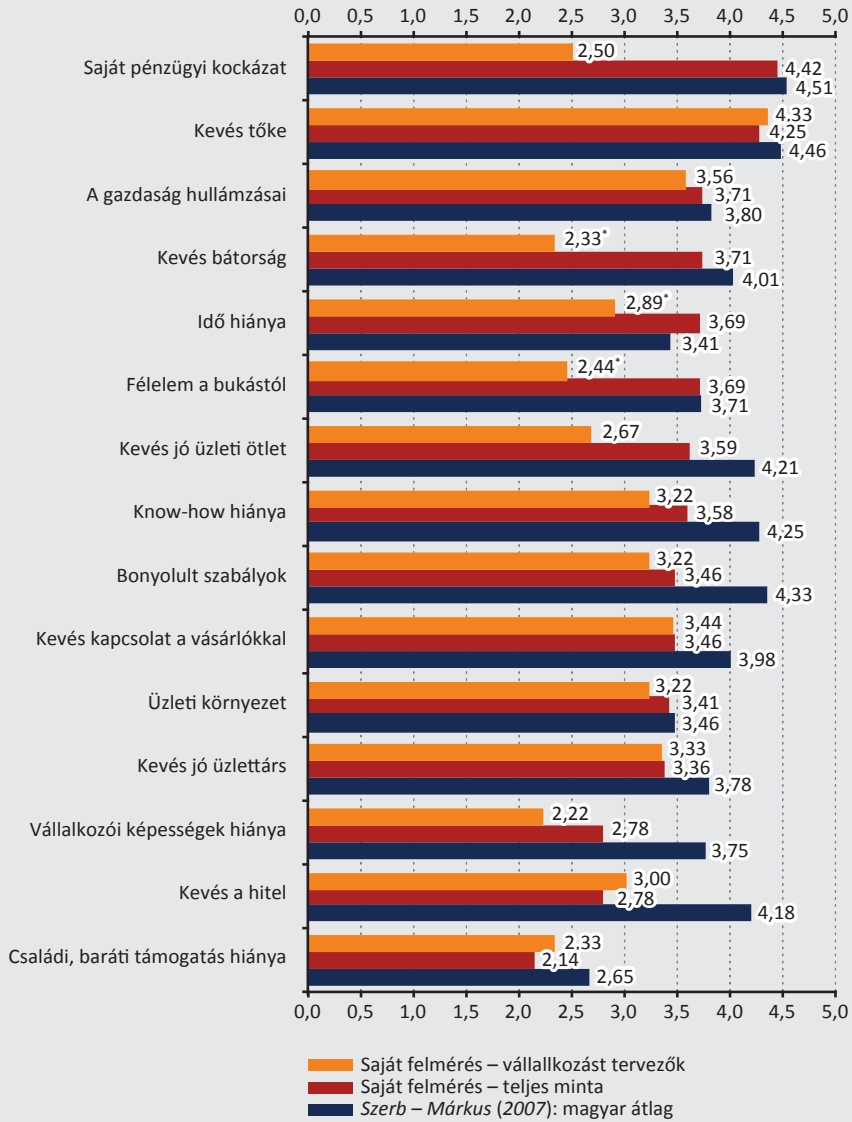
- magam ura legyek: 6,64 (5,42)
- szabadság: 6,55 (5,82)
- önálló döntéshozatal: 6,55 (5,57)
- függetlenség: 6,36 (5,49)

Egyértelműnek tűnik tehát, hogy a vállalkozásalapítást tervező hallgatók fő motivációja az autonómiára törekvés, miközben az önmegvalósításra törekvés terén kevésbé különböznek társaiktól.

5.2. A vállalkozásindítás észlelt akadályai

A témát vizsgáló kutatások nagy figyelmet szentelnek azoknak a tényezőknek a megállapítására, amelyek leginkább gátolják az egyéneket abban, hogy valóban elinduljanak a vállalkozásalapítás útján. A saját eredményeinket, vizuálisan megkülönböztetve a már vállalkozókat a ténylegesen még nem vállalkozó hallgatóktól és viszonyítási alapként Szerb – Márkus (2007) eredményeit szemlélteti a 3. ábra.

3. ábra
A hallgatók vállalkozásindítással szembeni gátló tényezői



Megjegyzés: átlagok, 5 fokozatú Likert-skálán; * jelöléssel a jelen kutatás globális átlagától p<5% szignifikanciaszinten különböző értékek

Forrás: Felmérésünk és Szerb – Márkus (2007) eredményei alapján szerkesztve

Ahogy az a 3. ábrán is látható, mintánk hallgatói általánosságban véve valamivel kevésbé érzékelik erősnek a fentebb felsorolt tényezők gátló hatását, mint a nemzeti átlag. Az e mögött meghúzódó egyik magyarázó tényező lehet, hogy tanulmányaiknak köszönhetően úgy érezhetik, megfelelően átlátják a gazdasági, piaci folyamatokat, ezáltal nő az *Ajzen (1985)* tervezett magatartás modelljéből ismert észlelt magatartási kontrolljuk. Így, habár ők is érzik bizonyos gátló tényezők hatását, valamivel gyengébben, mint mások. Érdekes megfigyelni, hogy míg a nagy átlag számára sokkal nagyobb befolyással bír a kevés jó üzleti ötlet, a know-how hiánya és a bonyolult szabályozói rendszer, addig a vállalkozásfejlesztés szakos hallgatók esetében ezek a tényezők valamivel hátrébb foglalnak csak helyet a sorban. Feltételezhető tehát, hogy az ezen a szakon tanuló diákok üzletileg felkészültebbek és a környezeti feltételeket tekintve tájékozottabbak, így nem ezekben látják az akadályokat. Nemcsak a magyar átlaghoz képest, de az ugyanezen kérdéssel mérő nemzetközi kutatáshoz viszonyítva is (*Fueglistaller et al. 2006*) kisebb problémának érzik az ötlet (3,59 a nemzetközi 4,21-hez képest) és a know-how hiányát (3,58 a 3,95-höz képest). Az viszont rájuk is igaz, hogy legnagyobb akadálynak a tőke hiányát tekintik, amely egyébként a nemzetközi felmérésben is az élre került (4,46) a pénzügyi kockázatvállalással egyetemben (4,51) (*Fueglistaller et al. 2006*). Ez érthető, hiszen ebben az életkorban és helyzetben a legtöbb egyén korlátozott tőkével rendelkezik, és egy vállalkozás elindítása során magas az elvesztésének a kockázata.

A tőke hiánya az a korlát, amely az egyébként vállalkozást tervező szűkebb csoport esetében is hasonló észlelt fontosságú, mint a mintánk globális átlagában – más akadályok megítélésében azonban jelentős különbségek mutatkoznak. Az átlagok egyezőségét vizsgáló ANOVA-teszt ($p < 0,05$) alapján azt láthatjuk, hogy a vállalkozói tervekkel rendelkező hallgatók bátrabbak, azaz szignifikánsan kisebb akadálynak tartják a bukástól való félelmet vagy a kevés bátorságot. Ez tehát a kockázatesztelés és kockázattűrés terén jelentős különbséget. Emellett az idő hiányát sem tekintik korlátozó tényezőnek, ami arra is utalhat, hogy a számukra fontos dolgokra örömmel fordítanak időt. Ezek tehát azok a jellemzők, amelyek igazán elválasztják egymástól a vállalkozói lét irányába induló fiatalokat és évfolyamtársaikat. Valószínűleg nem elég tehát a tudásra és képességekre alapozó vállalkozásösztönzés, emellett a fiatalok mélyebb motivációira, bizonytalansághoz és időbefektetéshez való viszonyára is hatni kell az eredmény érdekében.

A mélyebb összefüggések feltárására korrelációs együtthatók és feltáró klaszterelemzés segítségével is megvizsgáltuk az egyes akadályok megítélésének együttmozgását. A legszorosabb statisztikailag is szignifikáns kapcsolat ($p < 0,01$; Pearson-korreláció és nemparaméteres korrelációs együtthatók alapján is) – a megfogalmazás alapján érthető módon – a bátorság hiánya és a bukástól való félelem között mutatkozott (Pearson-korreláció értéke: 0,771). Mindemellett érdekesebb eredmény, hogy a bátoralanabb hallgatók egyben az üzleti környezet folyamatos változását is akadálynak

látták (Pearson-korreláció: 0,677), amely pedig szorosan együtt mozgott az üzleti környezet akadályozó jellegével, s bár valamivel kisebb, de még 0,5 értéket meghaladó korrelációs együtthatók mellett mindez együtt mozgott a hitel- és tőkehiánynak, illetve a pénzügyi kockázatnak a megítélésével is – azaz a kockázatkerülő hallgatók ezen finanszírozási faktorokat is komolyabb akadállynak látták. Ezen megállapításokat tükrözik a klaszterelemzés eredményei is. A vállalkozásindítást akadályozó tényezők (ld. 3. ábra) mint változók feltáró, átlagos távolságra épülő láncmódszerrel készült hierarchikus klaszterelemzése alapján az egymással leginkább szoros kapcsolatot mutató változócsoporthoz a következők:

- Kevés bátorság; Félelem a bukástól
- Kevés kapcsolat a vásárlókkal; Know-how hiánya; Kevés jó üzlettárs
- Bonyolult szabályok; A gazdaság hullámszámai; Üzleti környezet
- Kevés hitel lehetősége; Vállalkozói képességek hiánya
- Saját pénzügyi kockázat; Kevés tőke

Egyértelműen csoportosulnak tehát a vállalkozói bátorsághoz, az üzleti környezethez vagy a pénzügyi korlátokhoz kapcsolódó észlelések.

5.3. A felsőoktatási környezet szerepe a vállalkozói karriertervekben

Az üzleti környezet korlátozó szerepéről az előző fejezetben már beszámoltunk. Ezután megvizsgáltuk mélyebben azt is, hogy a felsőoktatási környezet milyen módon hathat a vállalkozói tervekre. Elsőként, más kutatásokhoz hasonlóan (Imreh-Tóth et al. 2013) azt vizsgáltuk, hogy a hallgatók milyen ismereteket tartanak elengedhetetlennek saját vállalkozás indításához, és vajon saját megítélésük szerint ezekre mennyire tér ki a jelenlegi oktatás. Mindezt – 1-től 4-ig terjedő Likert-skálán adott válaszait összevetve Imreh-Tóth és szerzőtársainak eredményével – a 2. táblázat foglalja össze.

Ahogy azt az átlagértékek is mutatják, a hallgatók szinte mindegyik felsorolt ismeretkört bizonyos fokig fontosnak értékelték, ebből a trendből kizárólag az innovációmenedzsment tűnik ki lefelé. A megkérdezettek szerint a vállalkozáshoz (érthetően) a vállalkozói és az üzletiterv-készítési ismeretek a legfontosabbak, ezt követik a pénzügyi és a marketingismeretek. Mindez csak minimális eltérést mutat az Imreh-Tóth és szerzőtársai (2013) felmérése során kapott eredményektől. Amennyiben mindezeket összevetjük azzal, hogy mit gondolnak, az egyetemi képzés mennyire fedeti le az említett ismereteket, az értékelés sorrendje ettől némileg eltér. Jó hír, hogy általános vállalkozási ismeretekben erősnek érzik a felkészítést a válaszadók. Emellett a pénzügyes kompetenciák (pénzügyi és üzleti tervezési ismeretek) terén érzik leginkább hatékonynak az oktatást – ez jól tükrözi egyébként a Corvinus

szakfejlesztés jellegzetes fókuszát is. Ennek az erős pénzügyes fókusznak a relevanciáját megerősíti a hallgatók visszajelzése is, miszerint a vállalkozásalapításhoz az öt leghasznosabbnak ítélt mesterszakos tantárgy toplistáján három pénzügyi tartalmú (Kockázati tőkefinanszírozás, Vállalatfinanszírozás és pénzügyi stratégia, Pénzügyi elemzés és csődelőrejelzés). A leghasznosabbnak tekintett tantárgy egyébként a válaszadók szerint a Társasági jog (48 említéssel), amely közvetlenül kapcsolódik a vállalkozásalapítás első, praktikus lépéseihez. Mindeközben a marketingismeretek láthatóan némileg háttérbe szorultak a válaszok alapján. Érdekes, hogy éppen ez – azaz a marketing irányultságú felkészítés – az egyetlen terület, amely kapcsán statisztikailag szignifikánsan ($p < 0,05$) különbözik a vállalkozó kedvű diákok véleménye: az öt éven belül vállalkozni tervező diákok 3,09 értékben jelentősen magasabbra értékelték az egyetemi marketingfelkészítés szintjét, szemben a minta globális átlagával (2,52). A vállalkozást tervező hallgatók tehát vagy jobban kihasználták az egyetemi oktatási portfólió kínálta lehetőségeket e téren, vagy csak optimistábbak saját felkészültségüket illetően.

2. táblázat

A vállalkozáshoz szükséges ismeretek

	<i>Imreh-Tóth et al. (2013)</i> felmérése	Saját felmérés: mennyire fontos?	Saját felmérés: mennyire fedi le az oktatás?
Vállalkozói ismeretek	3,69	3,75	3,33
Marketing ismeretek	3,56	3,20	2,45
Pénzügyi ismeretek	3,68	3,23	2,93
Üzleti terv készítésének ismerete	3,53	3,53	2,9
Innovációmenedzsment- ismeretek	3,37	2,43	2,58
Pályázatírás- és projektmenedzsment- ismeretek	3,56	3,13	2,53

Megjegyzés: átlagok, 4 fokozatú Likert-skálán

Forrás: Felmérésünk és Imreh-Tóth et al. (2013) eredményei alapján összeállítva

A tanórákon, ismeretátadáson és képességfejlesztésen túlmenően más módon is támogathatja az egyetemi környezet a vállalkozói karrierépítést. A 3. táblázat összegzi az erről megkérdezett hallgatók véleményét. A különböző környezeti elemek megítélésében nem volt szignifikáns különbség az eltérő karrierutakat tervezők között. A megkérdezettek a mesterképzés oktatóit tartják a legnagyobb erősségnek, ám arról már csak közepesen vannak meggyőződve, hogy az egyetemen tanultak lefedik a vállalkozásindításhoz szükséges ismereteket. Ezt az ismeretek terén kirajzolódó hiányérzetet már az előzőekben részletesen feltártuk. Mindemellett az egyetemnek mint a vállalkozói ökoszisztéma fontos elemének a tudásátadáson

túlmutató funkcióit is hasznosnak találják, illetve találnák a hallgatók. A támogató szolgáltatások és a kapcsolatépítési lehetőségek biztosítása akár formalizált keretek között (egyetemi inkubátor, accelerator működtetésével), akár önszerveződő módon (pl. diákszervezetekben vagy a kereslet-kínálat lazán strukturált találkozásával) is megvalósulhat az egyetemeken. A BCE-n e téren meglévő lehetőségekkel alapvetően elégedettek a hallgatók. Ezen túlmenően az egyetemi környezet kapcsán fontos új elvárásként jelenik meg az, hogy a leghasznosabbnak azt találnák, ha az egyetemen lennének olyan lehetőségek, melyek segítenek finanszírozási forrást találni a vállalkozáshoz. Ez összecseng azzal a korábbi megállapításunkkal, hogy a vállalkozásindítást tervező válaszadóink a kevés tőkét tekintették terveik legfontosabb akadályának, annak ellenére, hogy tantárgyi keretek között tanulmányozzák a kockázatitőke-piacban vagy a közösségi finanszírozásban (*Bethlendi – Végh 2014*) rejlő lehetőségeket is. Az a tény, hogy ezt érzik legkevésbé teljesülni az egyetemi környezetben, irányt mutathat az egyetemi döntéshozóknak a vállalkozói ökoszisztéma fejlesztését illetően. Ennek értelmében, amennyiben az érintett egyetemi hallgatók szemszögéből nézzük a vállalkozásindítást befolyásoló tényezőket, akkor az egyetem a tudásátadó, kapcsolatépítő és szolgáltató funkciói mellett a finanszírozó vagy finanszírozást elősegítő funkciót is betölthetné az ökoszisztémában – ennek hatékony és az egyetem céljaival összeegyeztethető modelljét a jövőben érdemes lehet megvizsgálni.

3. táblázat

Az egyetem mint vállalkozást támogató közeg megítélése

Állítás	Mennyire fontos? (az adott tényezőt első helyen rangsorolók száma, n=65)	Mennyire érzi a valóságban támogatónak? (átlagok, 6 fokozatú Likert-skálán)	Klaszter
Az órákra meghívott vendéglőadók megfelelő betekintést nyújtanak a vállalkozói létbe.	4	5,08	1
Az oktatók hitelesen oktatnak a vállalkozásokról.	7	4,50	2
Az egyetemi környezet lehetőséget nyújt vállalati, üzleti kapcsolatok kiépítésére.	9	4,23	1
Az egyetemi környezetben van lehetőségem megfelelő szakértői támogatáshoz, tanácsadáshoz jutni a vállalkozással kapcsolatban (pl. pénzügyi tervezés, jogi vállalatalapítás).	8	4,15	1
Az egyetemen tanultak lefedik a vállalkozásindításhoz szükséges ismereteket.	17	3,70	2
Az egyetemen vannak olyan lehetőségek, melyek segítenek finanszírozási forrást találni a vállalkozásomhoz.	18	3,58	1

Mindemellett megjegyzendő, hogy bár a legtöbben a vállalkozói ismereteket és a finanszírozási lehetőségeket sorolták első helyre, a változók hierarchikus klaszterelemzése alapján a válaszadók megítélése alapvetően megoszlik a vizsgált egyetemi vállalkozásösztönző tényezők kapcsán. A vállalkozásindítást támogató egyetemi tényezők (3. táblázat) mint változók feltáró, átlagos távolságra épülő láncmódszerrel készült, hierarchikus klaszterelemzése alapján a hallgatók egy része az ismeretátadást és az azt képviselő, hiteles oktatókat tartja fontosnak (klaszter 2), míg mások inkább a klasszikus egyetemi oktatáson kívül eső, további tényezőket helyezik előtérbe (klaszter 1).

6. Összegzés és kitekintés

Kutatásunk során egyrészt igyekeztünk hozzájárulni a hazai fiatalok vállalkozási kedvét és motivációit feltáró empiria bővítéséhez, másrészt az általános magyarországi képet azzal árnyaltuk, hogy olyan egyetemistákat vizsgáltunk, akiknek ambíciói és képzése egyaránt erősen a vállalkozói életút irányába mutat.

A hasonló hazai kutatásokkal való összehasonlíthatóságot célzó kérdőíves felmérésünk megerősítette azt a feltevést, hogy a vállalkozásfejlesztés mesterszak hallgatói az átlagosnál lényegesen nagyobb arányban terveznek vállalkozásalapítást. Bár a diplomázás utáni első években még jellemzően nagyvállaltnál szeretnének tapasztalatokat gyűjteni, az öt éven túli terveik között már minden második diák a független – saját vagy családi – vállalkozást jelölte meg karriercélként. Ezen vállalkozó kedvű hallgatók hasonlóan keresik az izgalmas munkát és az önmegvalósítást, mint társaik, ám szignifikánsan jobban vágyanak a függetlenségre, önálló döntéshozatalra. A közeljövő vállalkozói a korlátokat is némileg másként érzlelik: bátrabbak, és az idő hiányát sem látják problémának. Az autonómiára törekvés, a kockázatészlelés és az időáldozat észlelése tehát a legerősebb megkülönböztető jellemzői a vállalkozást tervező fiataloknak ezen a céltudatos hallgatókat tömörítő szakon. Ez egyben arra is utal, hogy a hagyományos, tudásátadás alapú egyetemi vállalkozásösztönző eszközök – amelyekkel egyébként mintánk válaszadói alapvetően elégedettek – kevésnek bizonyulhatnak a hathatós motivációhoz, hiszen a hallgatók kockázathoz, illetve befektetésekhez való viszonyát kevésbé tudják átalakítani. Ebben az attitűdformálásban viszont nagyobb szerepet kaphatnának a vállalkozói példaképek, mentorok a jövőben, amennyiben hitelesen tudják képviselni a vállalkozói szemléletmódot.

Abban viszont a vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók és köztük a vállalkozói ambíciókat mutatók is hasonlítanak más egyetemeken végzett társaikra, hogy a vállalkozásalapítás legjelentősebb akadályaiként a tőke hiányát és a saját pénzügyi kockázat nagyságát azonosítják. Nem véletlen tehát, hogy az egyetemi környezet támogató jellegét erősítendő, elsősorban finanszírozási lehetőségek biztosítását

tartanak hasznosnak. Az amerikai és nyugat-európai egyetemeken ez sem szokatlan – akár egyetemi inkubátorok, akár az alumni közösség befektetői bevonása által –, és Magyarországon sem példa nélküliek a forrást is biztosító egyetemi programok – ám a hazai felsőoktatási intézmények előtt még hosszú fejlődési út áll ezen a téren. Mindezek vonatkozásában ismét többféle megoldás képzelhető el a gyakorlatban. Néhány ilyen lehet például, ha:

- az egyetem tanácsot vagy folyamattámogatást ad finanszírozási kérdésekben;
- az egyetem a meglévő finanszírozói partnerkapcsolatait hasznosítja a diákvállalkozások érdekében;
- az egyetem formalizált inkubátort működtet, amely portfóliójában finanszírozási elemek is megjelennek;
- az egyetem, illetve az egyetem érintettjei (alumni, vállalati és intézményi partnerek) befektetési alapot működtetnek.

Már a hazai Egyetemi Innovációs Ökoszisztéma program is ösztönzi a vállalati – akár banki vagy befektetői – partnerkapcsolatokat, illetve a Hungarian Startup University Program⁵ is tartalmaz olyan finanszírozási elemeket (bár csupán egyéni ösztöndíj formájában), amelyek az innovatív és nagy növekedési potenciállal rendelkező startupok (*Fazekas 2016*) korai finanszírozásához hozzájárulhatnak. De lehet még mit tanulnunk az olyan nemzetközi példákból, mint a barcelonai ESADE egyetemi alumni üzleti hálózat, az ESADE BAN, amely már több mint 235 cégnek biztosított tőkét, összesen több mint 35 millió euro értékben fektetve be (*ESADE 2021*). A nemzetközi viszonyoktól elmaradó hazai vállalkozási kedv emelését tehát az egyetemek azzal is támogathatnák, hogy az ökoszisztémában megszokott szerepeik mellett akár a vállalkozásfinanszírozás terén is nagyobb szerepet vállalnak összekötőként, szervezőként vagy akár befektetőként. Mindez nem feltétlenül csak az aktuális egyetemi hallgatók számára jelentené vállalkozásindítási akadályok lebontását, hanem új lehetőségeket teremthetne más egyetemi polgárok – oktatók, kutatók és az alumni – számára is.

Annak érdekében azonban, hogy az országos helyzetet alaposabban felmérjük és az intézményi és szakpolitikai döntéshozatalt tovább segítsük, két irányba lehet érdemes kutatásainkat kiterjeszteni a jövőben. Egyrészt más egyetemek vállalkozói irányultságú szakjain tanuló diákok motivációit és észlelését is fontos lenne felmérni, hogy a leginkább fogékony fiatalokról reprezentatívabb képet kapjunk. Másrészt a vállalkozói folyamat érettebb szakaszait elérő fiatalok vizsgálatával arról is képet

⁵ Bemutatkozás. Hungarian Startup University Program. <https://hsup.nkfi.gov.hu/>. Letöltés ideje: 2022. január 10.

kaphatnánk, amire a mi mintánk csak nagyon csekély lehetőséget adott, hogy miként változnak a motivációk és észlelt akadályok a vállalkozói tervek megvalósítása során.

Felhasznált irodalom

- Ács, Z.J. – Szerb, L. – Lafuente, E. – Lloyd, A. (2018): *Global Entrepreneurship and Development Index 2018*. Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03279-1>
- Ajzen, I. (1985): *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. In: Kuhl, J. – Beckmann, J. (eds.): *Action Control: From cognition to behavior*, Springer, Berlin, Heidelberg, pp. 11–39. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (2006): *Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire*. https://www.researchgate.net/publication/235913732_Constructing_a_Theory_of_Planned_Behavior_Questionnaire. Letöltés ideje: 2021. június 6.
- Aranycs Márta (2019): *Vállalkozásösztönzés az egyetemen*. In: Jáki Erika (szerk.): *A kockázati tőkefinanszírozás elméleti kérdései gyakorlati problémákkal illusztrálva I*. Budapest, Magyarország: Budapesti Corvinus Egyetem, pp. 35–47.
- Baluku, M.M. – Bantu, E. – Otto, K. (2018): *Effect of Locus of Control on Entrepreneurial Attitudes and Self-Employment Intentions: The Moderating Role of Individualism*. *Journal of Enterprising Culture*, 26(3): 251–283. <https://doi.org/10.1142/S0218495818500103>
- Bandura, A. (1977): *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.
- Baron, R. A. (2007): *Entrepreneurship: A process perspective*. In: Baum, J.R. – Frese, M. – Baron, R.A. (eds.): *The psychology of entrepreneurship*. Lawrence Erlbaum Associates: London, pp. 19–40.
- Bauer Péter – Endrész Marianna (2018): *Vállalati dinamika és aggregált növekedés Magyarországon*. *Hitelintézet Szemle*, 17(2): 68–98. <https://doi.org/10.25201/HSZ.17.2.6898>
- Bethlendi András – Végh Richárd (2014): *Közösségi finanszírozás–valós lehetőség-e a hazai kisvállalatok számára?* *Hitelintézet Szemle*, 13(4): 102–126. <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/5-bethlendi-vegh-2.pdf>
- Bigos, K. – Michalik, A. (2020): *Do Emotional Competencies Influence Students' Entrepreneurial Intentions?* *Sustainability*, 12(23): 10025. <https://doi.org/10.3390/su122310025>
- Borsi, B. – Dóry, T. (2020): *Perception of multilevel factors for entrepreneurial innovation success: A survey of university students*. *Acta Oeconomica*, 70(4): 615–632. <https://doi.org/10.1556/032.2020.00039>

- Caliendo, M. – Fossen, F. – Kritikos, A.S. (2011): *Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed*. *Small Business Economics*, 42(4): 787–814. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9514-8>
- Carifio, J. – Perla, R. (2007): *Ten Common Misunderstandings, Misconceptions, Persistent Myths and Urban Legends about Likert Scales and Likert Response Formats and their Antidotes*. *Journal of Social Sciences*, 3(3): 106–116. <https://doi.org/10.3844/jssp.2007.106.116>
- Carree, M.A. – Thurik, A.R. (2010): *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*. In: Acs, Z. – Audretsch, D. (eds.) (2010): *International Handbook of Entrepreneurship Research*, 2nd edition, New York: Springer, pp. 557–594. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_20
- EESC (2013): *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. European Economic and Social Committee. <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/entrepreneurship-2020-action-plan>. Letöltés ideje: 2022. január 7.
- ESADE (2021): *About ESADE BAN*. <https://www.esadealumni.net/en/investors/about-esade-ban>. Letöltés ideje: 2021. december 28.
- Fazekas Balázs (2016): *Értékteremtő bizonytalanság – A kockázati tőke reálopciók megközelítése*. *Hitelintézeti Szemle*, 15(4): 151–166. <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/fazekas-balazs.pdf>
- Fueglistaller, U. – Klandt, H. – Halter, F. (2006): *International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006*. St.Gallen (Switzerland) and Oestrich-Winkel (Germany): University of St. Gallen (HSG) and European Business School (ebs). https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/ISCE2006-ENG.pdf
- Gartner, W. (1985): *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*. *Academy of Management Review*, 10(4): 696–706. <https://doi.org/10.2307/258039>
- Goldberg, L.R. (1971): *Five models of clinical judgment: An empirical comparison between linear and nonlinear representations of the human inference process*. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6(4): 458–479. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(71\)90028-6](https://doi.org/10.1016/0030-5073(71)90028-6)
- Holland, J.L. (1997): *Making vocational choices. A theory of vocational personalities and work environments*. Psychological Assessment Resources: Odessa.
- Imreh-Tóth Mónika – Bajmócy Zoltán – Imreh Szabolcs (2013): *Vállalkozó hallgatók – Valóban reális jövőkép a vállalkozóvá válás?* *Vezetéstudomány*, 44(7–8): 51–63. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.05>

- Jain, S. – Arora, S. (2020): *Impact of Entrepreneurial Traits on Entrepreneurial Intentions among Management Students*. Indian Journal of Industrial Relations, 56(1): 131–143.
- Jakopec, A. – Krekar, I.M. – Susanj, Z. (2013): *Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics*. Studia Psychologica, 55(4): 289–297. <https://doi.org/10.21909/sp.2013.04.643>
- Kim, P. – Aldrich, H.E. – Keister, L.A. (2006): *Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States*. Small Business Economics, 27(1): 5–22. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-0007-x>
- KSH (2018): *Munkaerőpiaci helyzetkép, 2014–2018*. Központi Statisztikai Hivatal. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/munkerohely/munkerohely17.pdf>. Letöltés ideje: 2022. január 7.
- KSH (2020): *A regisztrált gazdasági szervezetek száma, 2019*. Központi Statisztikai Hivatal. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/gazd/2019/index.html>. Letöltés ideje: 2021. szeptember 7.
- KSH (2021): *A regisztrált gazdasági szervezetek száma – GFO'14 (2014–)*, Központi Statisztikai Hivatal STADAT rendszer. https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd010.html. Letöltés ideje: 2021. szeptember 7.
- Kuti Mónika – Bedő Zsolt (2018). *Az egyetemi központú vállalkozói ökoszisztéma és a közösségi finanszírozás kapcsolata*. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 49(2): 45–52. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.02.05>
- Maresch, D. – Harms, R. – Kailer, N. – Wimmer-Wurm, B. (2016): *The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs*. Technological Forecasting and Social Change, 104 (March): 172–179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Meyer, N. – Krüger, N. (2021): *South African female entrepreneurs' motivational factors: Differences between young and established businesses owners*. Forum Scientiae Oeconomia, 9(1): 75–90. https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO1_5
- NKFI (2021): *Egyetemi innovációs ökoszisztéma*. Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal. <https://nkfi.gov.hu/palyazoknak/nkfi-alap/egyetemi-innovacios-okoszisztema-2019-121-egyetemi-oko/palyazati-felhivas-2019-121-egyetemi-oko>. Letöltés ideje: 2021. december 27.
- Nowiński, W. – Haddoud, M. Y. – Lančarič, D. – Egerová, D. – Czeglédi, Cs. (2019): *The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries*. Studies in Higher Education, 44(2): 361–379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>

- Premand, P. – Brodmann, S. – Almeida, R. – Grun, R. – Barouni, M. (2016): *Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates*. World Development, 77(January): 311–327. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.08.028>
- Roundy, P.T. – Brockman, B.K. – Bradshaw, M. (2017): *The resilience of entrepreneurial ecosystems*. Journal of Business Venturing Insights, 8(November): 99–104. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.002>
- S. Gubik Andrea (2013): *A magyar hallgatók vállalkozásindító szándékát befolyásoló tényezők modellje – Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése*. Vezetéstudomány, 44(7–8): 19–29. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.02>
- S. Gubik Andrea (2021): *Entrepreneurial career: Factors influencing the decision of Hungarian students*. Entrepreneurial Business and Economics Review 9(3): 43–58. <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090303>
- S. Gubik Andrea – Farkas Szilveszter (2013): *Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében*. Vezetéstudomány, 44(7–8): 5–17. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.01>
- S. Gubik Andrea – Farkas Szilveszter (2016): *A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására*. Vezetéstudomány, 47(3): 46–55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.03.05>
- Sánchez, J.C. (2011): *University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation*. International Entrepreneurship and Management Journal, 7(2): 239–254. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>
- Shane, S. (2003): *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing: Cheltenham.
- Shapero, A. – Sokol, L. (1982): *The social dimensions of entrepreneurship*. In: Kent, C.A. – Sexton, D.L. – Vesper, K.H. (eds.): *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, pp. 72–90.
- Stam, E. (2015): *Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique*. European Planning Studies, 23(9): 1759–1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Stam, E. – Spigel, B. (2016): *Entrepreneurial Ecosystems*. Working Papers 16-13, Utrecht School of Economics. https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/347982/16_13.pdf. Letöltés ideje: 2022. január 5.

- Szerb László – Lukovszki Livia (2013): *Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján – Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni?* *Vezetéstudomány*, 44(7–8): 30–40. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.03>
- Szerb László – Márkus Gábor (2007): *A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására – Nemzetközi összehasonlító elemzés, 2006.* *Közgazdasági Szemle*, 54(3): 248–273.
- Wach, K. – Głodowska, A. (2019): *The Role of University in the Development of Entrepreneurial Intentions of Younger Generations: Selected Models.* In: Pietrzykowski, M. (Ed.): *Fostering Entrepreneurial and Sales Competencies in Higher Education*, Poznań (Poland): Bogucki Wydawnictwo Naukowe, pp. 45–63. <https://doi.org/10.12657/9788379862801-4>
- Westhead, P. – Deniz U. – Mike W. – Martin B. (2005): *Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behaviour and Contributions.* *Small Business Economics* 25(2): 109–132. <https://doi.org/10.1007/s11187-003-6461-9>
- Yang, J. – Ai, D. (2019): *Effect of the Big Five Personality Traits on Entrepreneurial Probability: Influence of China's Household Registration System.* *Journal of Labor Research*, 40(4): 487–503. <https://doi.org/10.1007/s12122-019-09294-z>
- Yusof, M. – Sandhu, M.S. – Jain, K.K. (2007): *Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: A case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar).* *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2): 1–18.

Függelék

4. táblázat		
A kérdőív felépítése		
Kérdéscsoport	Kérdés (a forrás megjelölésével) *kötelező kérdés	Válasz típusa
1. Célcsoport szűrés	Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem vállalkozásfejlesztés mesterszakán tanulsz?* (saját kérdés) – Igen (→ tovább 2.szakaszra) – Nem (→ kérdőív vége)	Feleletválasztós
2. Karrier elképzelések	Hol képzeled el a karrieredet a végzést követő 5 éven belül?*(Szerb – Márkus 2007)	Feleletválasztós
	Hol képzeled el a karrieredet a végzést követő 5 éven túl?*(Szerb – Márkus 2007)	Feleletválasztós
	Kérlek, értékelj, hogy az alábbi tényezők mennyire fontosak a számodra, mikor a saját karrieredet mérlegeled?*(S. Gubik – Farkas 2016)	Likert-skála (1= egyáltalán nem fontos; 7=nagyon fontos)
	Van-e a családodokban vállalkozás?*(saját kérdés)	Feleletválasztós
	Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?*(S. Gubik 2013)	Feleletválasztós
3. Vállalkozás indítás tervezése (akik még nem vállalkoznak)	Hol tartasz jelenleg a vállalkozói folyamatban?*(saját kérdés)	Feleletválasztós
	Tettél-e már valamilyen lépéseket a saját vállalkozás alapítása érdekében?*(S. Gubik 2013)	Többválasztós
	Mikor indítanád el vállalkozásodat?*(Szerb – Márkus 2007)	Feleletválasztós
	Hol alapítanád vállalkozást?*(saját kérdés)	Feleletválasztós
	Megítélésed szerint az alábbi tényezők mennyire akadályoznak a vállalkozásindításban?*(Szerb – Márkus 2007)	Likert skála (1= egyáltalán nem; 6=nagyon erősen)
	Szerepet játszott a mesterképzésre való jelentkezésed során vállalkozói szándékod?*(saját kérdés)(→ tovább 5.szakaszra)	Feleletválasztós
4. Vállalkozási tevékenység (akik már vállalkoznak)	Mikor indítottad el vállalkozásodat?*(saját kérdés)	Feleletválasztós
	Amennyiben alapképzés alatt indítottad el vállalkozásodat, ez szerepet játszott a mesterképzésre való jelentkezésed során? (saját kérdés)	Feleletválasztós
	Hogyan alapítottad a vállalkozásod? (saját kérdés)	Feleletválasztós
	Ha többen indítottátok, hányan vagytok alapítók a cégben? (saját kérdés)	Szabad válasz
	Mivel foglalkozik a vállalkozás?*(saját kérdés)	Szabad válasz
	Hol alapítottad a vállalkozásodat?*(saját kérdés)	Feleletválasztós
	Megítélésed szerint az alábbi tényezők mennyire akadályoztak mielőtt elindítottad volna vállalkozásodat?*(Szerb – Márkus 2007) (→ tovább 5.szakaszra)	Likert skála (1= egyáltalán nem; 6=nagyon erősen)

4. táblázat		
A kérdőív felépítése		
Kérdéscsoport	Kérdés (a forrás megjelölésével) *kötelező kérdés	Válasz típusa
5. Vállalkozás és oktatás	Az alábbi ismereteket mennyire tartod fontosnak egy vállalkozás indításához?*(<i>Imreh-Tóth et al. 2013</i>)	Likert skála (1= egyáltalán nem fontos; 4= nagyon fontos)
	Az alábbi ismeretek esetében mennyire érzed azt, hogy a mesterképzés kellő tudással vértéz fel belőlük?*(<i>saját kérdés</i>)	Likert skála (1= egyáltalán nem fontos; 4= nagyon fontos)
	Megítélésed szerint a jelenlegi formában melyikre fordít nagyobb figyelmet az oktatás a szakon?*(<i>saját kérdés</i>)	Feleletválasztós
	Kérlek, értékeld az alábbi állításokat!*(<i>saját kérdés</i>)	Likert skála (1= egyáltalán nem értek egyet; 6=teljes mértékben egyetértek)
	Kérlek, állítsd sorrendbe az alábbi tényezőket fontossági sorrend szerint!*(<i>saját kérdés</i>)	Sorba állítás (1=legfontosabb; 6=legkevésbé fontos)
	Melyek azok a mesterképzésen tanult tantárgyak, amik, úgy érzed, olyan tudást közvetítenek, mely konkrétan hasznosítható vállalkozásalapítás esetén?*(<i>saját kérdés</i>)	Többválasztós
	Van-e olyan konkrét, vállalkozáshoz kapcsolódó kurzus, amit hiányolsz a jelenlegi tantervből? (<i>saját kérdés</i>)	Szabad válasz
	Milyen olyan extra lehetőségekről tudsz az egyetemen, melyek a tanítás keretein túl segítik azokat a diákokat, akik saját vállalkozás alapításán gondolkodnak? (<i>saját kérdés</i>)	Szabad válasz
	Van-e valamilyen egyéb ötleted (akár oktatásra vonatkozó, akár tantermi kereteken túl), hogyan tudná az egyetem jobban támogatni a vállalkozói ambíciókkal rendelkezőket? (<i>saját kérdés</i>) (→ tovább 6.szakaszra)	Szabad válasz
6. Demográfia	Nemed* (<i>saját kérdés</i>)	Feleletválasztós
	Korod* (<i>saját kérdés</i>)	Szabad válasz
	Milyen településen élsz?*(<i>saját kérdés</i>) (→ kérdőív vége)	Feleletválasztós