

Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozói attitűdkutatásának módszertani sajátosságai*

Farkas Szilveszter,

a Budapesti Gazdasági Főiskola
egyetemi docense

E-mail:
farkas.szilveszter@pszfb.bgf.hu

S. Gubik Andrea,

a Miskolci Egyetem egyetemi
docense

E-mail: getgubik@uni-miskolc.hu

Magyarország 2006-ban csatlakozott a svájci Szt. Galleni Egyetem által koordinált, a hallgatói vállalkozási erő felmérését célzó nemzetközi egyetemi kutatáshoz (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – GUESSS), amely az egyetemi hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és vállalkozási tevékenységét kérdőíves adatfelvétel segítségével vizsgálja. Az online megkérdezésnek köszönhetően Magyarország esetében 2011-ben 5 677 hallgató válasza alapján lehetett értékelni a vállalkozásindítási szándékot és annak legfontosabb alakító tényezőit.

Egy kérdőíves felmérés csak abban az esetben képes a kutatási kérdésekre helyes választ adni, ha a kérdőív összeállítása, a megfelelő célcsoporthoz történő eljuttatása és a kitöltés motiválása, valamint a pontos adatelemzés egyaránt megvalósul. A kutatás nemzetközi jellegéből adódóan további kihívások jelentkeznek, mint például a kérdőív interpretálhatóságának eltérő kulturális hatásai.

A cikk célja, hogy a GUESS módszertani sajátosságait a kutatás elméleti alapjaként szolgáló tervezett magatartás-elméleten (theory of planned behavior) keresztül mutassa be.

TÁRGYSZÓ:

Vállalkozás.

Felsőfokú oktatási intézmény.

Adatfelvétel.

* A tanulmány elkészítését az OTKA K 109839 programja támogatta.

A vállalkozóvá válás, a vállalkozói tevékenység ösztönzése kiemelt gazdaságpolitikai kérdések a munkahelyteremtésre és a gazdasági növekedésre gyakorolt hatásuk miatt. Elsősorban a gyors növekedést produkáló „gazellák” játszanak ezeken a területeken meghatározó szerepet. Egy felmérés eredményei szerint a vállalatok leggyorsabban növekvő 5 százaléka 45,8, a leggyorsabban növekvő 1 százaléka pedig 20 százalékból járult hozzá a munkahelyteremtéshez 2002 és 2005 között Magyarországon (Békés–Muraközy [2011]). Ezek a vállalkozások fogékonyabbak az innovációra a gyors növekedést nem produkáló társaikhoz képest (OECD [2002], Autio–Kronlund–Kovalainen [2007], Papanek [2010]).

Autio [2005] szerint érdemi növekedési potenciállal rendelkező vállalkozásokat leginkább a jó anyagi körülmények között élő, magasan képzett és egy jó üzleti lehetőség megvalósítása érdekében vállalkozó fiatalok hoznak létre. Azaz a jelenleg felsőfokú tanulmányaikat folytatók vállalkozási aktivitását befolyásoló tényezők feltárása és a lehetséges beavatkozási területek beazonosítása kritikus jelentőségű lehet az elkövetkező évek gazdasági növekedése és munkahelyteremtése szempontjából.

Tanulmányunk alapvetően leíró jellegű. Célja, hogy átfogó képet adjon a hallgatói vállalkozási erő felmérését célzó nemzetközi egyetemi kutatási projektről (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – GUESSS), elsősorban annak módszertani kérdései szemszögéből. Lépésről lépésre haladva mutatjuk be a kutatás sajátosságait, buktatóit, a felmerülő torzító tényezőket, valamint azoknak a kutatási eredményekre gyakorolt esetleges hatásait.

Első lépésben a GUESSS célkitűzéseit írjuk le. Ezt követően a kutatási program elméleti koncepcióját foglaljuk össze, ismertetjük az általunk választott megoldások mellett a szakirodalomban fellelhető leggyakoribb operacionalizálási lehetőségeket. Kitérünk a kérdőív szerkezetére, az eddigi adatfelvételek és az adatgyűjtés speciális kérdéseire. Végül az alkalmazott modell tesztelési lehetőségeit ismertetjük.

1. A kutatás célkitűzései

A GUESSS¹ hallgatók megkérdezésével azok vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és vállalkozási tevékenységét vizsgálja. A vállalkozásindítási folyamat mélyebb megértése érdekében elemzi a diákok karrierelképzeléseit a diploma meg-

¹ A kutatási projekt honlapja: <http://guesssurvey.org>.

szerzése után és néhány év elteltével, a családi és saját vállalkozásokat, valamint a jövőbeli vállalkozási terveket. Szisztematikus és hosszú távú vizsgálatokkal segíti felderíteni azokat a folyamatokat és tényezőket, amelyek döntőek lehetnek a vállalkozásindítási szándék alakulásában.

A kutatás legfontosabb célja, hogy azonosítsa azokat az egyéni motívumokat és személyes háttérbeli jellemzőket, amelyek a vállalkozóvá válási folyamatot érdemben befolyásolhatják. Emellett mód van a kulturális és intézményi tényezők vállalkozásindítási elképzelésekre gyakorolt hatásának vizsgálatára is. Kideríthető, hogy az egyes felsőoktatási intézmények milyen szolgáltatásokkal és kurzusokkal támogatják a hallgatók vállalkozási elképzeléseit, és hogy mennyire képesek vállalkozásbarát légkör kialakítására. A kutatás nemzetközi jellegéből adódóan az egyetemek nem csak nemzeti, de nemzetközi összehasonlítására is lehetőség nyílik.

A projekt a szűken vett kutatási kérdések mellett közösségi célokat is szolgál. Az adatfelvétel és -feldolgozás segítségével a részt vevő országok a vállalkozásindítás egy fontos területéről kaphatnak átfogó képet. A hallgatói vállalkozói attitűdök közép- és hosszú távon hatással lesznek az egyes országok vállalkozói aktivitására és így a társadalmi-gazdasági fejlődésre. A társadalmi döntéshozatal, a gazdaságpolitika különböző területei (például a vállalkozásfejlesztési politika) számára ajánlások fogalmazhatók meg a kutatások során feltárt eredmények értő felhasználásával. A felmérések alapján kidolgozásra kerülő oktatási, vállalkozásfejlesztési programok a hallgatók karriercéljait támogathatják.

A kutatás a svájci University of St. Gallen egyik intézetének, a Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship (Svájc Kisvállalkozásokat és a Vállalkozói Kedvet Kutató Intézetének) szervezésében folyik. Az ő feladatuk az adatfeldolgozás és az adatok harmonizálása. A kutatásban résztvevők ezt az elemzésre kész adatbázist kapják kézhez.

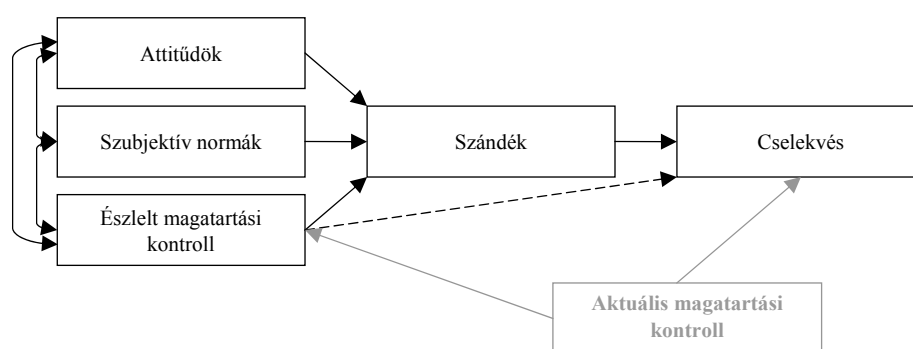
2. A kutatás koncepciója és operacionalizálási lehetőségei

A GUESSS kutatási koncepciója *Ajzen* [1991] tervezett magatartás-elméletén nyugszik. Eszerint az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll együttesen befolyásolják a vállalkozóvá válás szándékát, amely elvezet a tényleges cselekvéshez. Az ábra *Ajzen* tervezett magatartás-elméletét mutatja.

Az *Ajzen*-modell egyik központi gondolata a szándék és a cselekvés megkülönböztetése. A komoly vállalkozói szándék még nem jelenti azt, hogy az adott cselekvés ténylegesen meg is valósul, azaz sor kerül a vállalkozásindításra. A szándék az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll függvénye. Komoly

szándék nélkül nem várható tényleges cselekvés. Ugyanakkor a tényleges cselekvést befolyásolják olyan objektíve rendelkezésre álló tényezők, mint például a szükséges források, lehetőségek elérése (pénz, idő stb.), amelyek az adott szándék megvalósításához szükségesek. Ezt a tényezőt a modell aktuális magatartási kontrollnak nevezi, és Ajzen modelljének újabb változata tartalmazza csupán (Ajzen [2006]).

A vállalkozásindítási szándék alakítói



Forrás: Ajzen [2006].

A modell szerint a vállalkozásindításra irányuló attitűd és a vállalkozási szándék között pozitív irányú összefüggés van. Minél kedvezőbb az egyén vállalkozásindítással összefüggő beállítottsága, várhatóan annál nagyobb lesz a vállalkozásindítási szándéka is. A támogató szociális környezet, a társadalmi normák ugyancsak pozitívan hathatnak a vállalkozásindítási szándéokra. Minél inkább úgy észleli az egyén, hogy környezete pozitívan viszonyul vállalkozásindítási elképzeléseihez, annál inkább várható, hogy szándékot mutat majd saját vállalkozás megvalósítására.

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

A szándékot befolyásoló tényezők egymással is összefüggnek, illetve az észlelt magatartási kontroll két dimenziója, a kontrollálhatóság és az énhatékonyság között szintén létezik kapcsolat, mely lehet egymást erősítő, de ellentétes irányú is. Elképzelhető, hogy az az egyén, aki azt gondolja, rendelkezik a szükséges képességekkel

és tapasztalatokkal, egyúttal úgy is érzi, hogy képes kontrollálni is az eseményeket. Ugyanakkor lehetséges, hogy mindezek ellenére azt érzékeli, az események kicsúszhatnak a kezei közül.

A kérdőív egyaránt lehetőséget ad a modell tényezőinek és azok legfontosabb befolyásolóinak a vizsgálatára. A fogalmak operacionalizálása során a szakirodalomra hagyatkoztunk, maga a kérdőív is a bevett mérési módszereknek megfelelő kérdéseket tartalmazza. Azonban, mint a legtöbb, kvalitatív tényezőket mérni próbáló kutatásnál, itt is felmerül az érvényesség kérdése, azaz, hogy valóban a mérni kívánt változó mérése történt-e meg. A következőkben megvizsgáljuk a szakirodalomban található ajánlásokat a modell tényezőinek mérésére, illetve bemutatjuk, hogy mi hogyan valósítottuk azt meg.

2.1. Vállalkozási szándék

A vállalkozási szándék mérésére bevett lehetőség a Likert-skálás kérdések alkalmazása. A válaszadókat leggyakrabban a vállalkozásindítással összefüggő állítások értékelésére kérik. *Krueger* [1993] egyszerű eldöntendő kérdéssel (igen/nem válaszlehetőséget adva) igyekezett megragadni a fogalmat, a „Gondolod, hogy fogsz valaha vállalkozni?” kérdés segítségével. *Autio et al.* [2001] annak a valószínűségét próbálták mérni, hogy az egyén a kérdőív kitöltésétől számított egy vagy öt éven belül indít-e saját vállalkozást. Négy darab, ötfokozatú Likert-skálán megfogalmazott kérdést alkalmaztak, ebből kettő a teljes állásban folytatott vállalkozásra, kettő a részmunkaidőben végzett vállalkozói tevékenységre vonatkozott (egy, illetve öt éven belül).

Ajzen [2002b] hangsúlyozza, hogy a szándék mérésére alkalmazott minden szempontnak ugyanazt a jelenséget kell vizsgálnia, azaz erős korrelációt kell mutatniuk (fontos a belső konzisztencia érvényesülése). Ő maga a szándékot és a tényezőket is hétfokozatú szemantikus differenciálskálán méri.

A GUESSS-kérdőívben több lehetőség is adódik a szándék mérésére. Az egyik, *Autio* megoldásához hasonló, de a tanulmányokhoz pontosabban köti a vállalkozásindítási szándékot a „Milyen karriert tervezel közvetlenül a tanulmányok befejezése után és milyen karriert 5 évvel a végzés után?” kérdés segítségével (a válaszadás táblázatos formában történik). A tizenhárom válaszlehetőség alapvetően az alkalmazotti, vállalatalapítói, követői/örökösi és egyéb életpályákat különíti el. A másik kérdés pedig a „Gondoltál-e már komolyan arra, hogy saját vállalkozást indíts?”. Itt kilenc válaszlehetőség közül kellett a válaszadónak a rájuk leginkább megfelelőt megadni. Ezek: Soha; Esetlegesen, néha; Újra meg újra (ismétlődően); Viszonylag konkrétan; Határozottan döntöttem egy vállalkozás alapításáról; Konkrét ütemtervvel rendelkezem, hogy mikor, milyen lépéseket tegyek az alapításért; Már elkezdtem a megvaló-

sítást; Az általam alapított vállalat alkalmazottja vagyok; Egy vállalatnál többet alapítottam és legalább egyben aktív szerepet töltök be.

2.2. Attitűdök

Az attitűd mérésére *Ajzen* [2002a] szerint bármilyen standard attitűdskála alkalmas. Módszertani jellegű cikkében szemantikus differenciálskálára hoz példákat, de a Likert- és a Thurstone-skála alkalmazását is felveti.

Lehetőség nyílik az attitűdök közvetlen és közvetett mérésére egyaránt. Az első a személy cselekvése egészére vonatkozó megítélésre vonatkozik. A közvetett mérés pedig azt igyekszik megragadni, hogy mennyire hisz az egyén egy adott esemény bekövetkezésében, és azt mennyire tartja fontosnak. Ekkor azt próbálják a kérdések megragadni, hogy miért vélekednek a válaszadók egy bizonyos módon. Mivel az attitűdök mögött álló mozgatóerők sokszor ambivalensek, *Ajzen* [2002a] hangsúlyozza, hogy a belső konzisztencia itt nem szükségszerűen érvényesül.

Kutatásunkban a korábbi tesztek gyakorlatának megfelelően (például *Autio et al.* [2001], *Krueger–Reilly–Carsrud* [2000]) az attitűdöt a vállalkozás karriercélként történő elfogadottságaként határoztuk meg, ám a korábbi vizsgálatoktól eltérően nem egy, hanem négy változó együttes hatásával mértük. Ehhez a 9. kérdést használtuk fel, ahol a válaszadóknak a következő négy, vállalkozásindítással összefüggésben megfogalmazott, hétfokozatú Likert-skálán mért állítást kellett értékelniük:

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

2.3. Szubjektív normák

A szubjektív normák mérésére több megközelítés is található a szakirodalomban. *Kolvereid* [1996] három szempont alapján mérte a válaszadó szerint meghatározó csoportok (szűk család, barátok, egyéb olyan személyek, akiknek fontos a véleménye) vélekedését az esetleges vállalkozási tevékenységről. *Krueger, Reilly és Carsrud* [2000] szintén ezt a megközelítést alkalmazták, de a kapott válaszokat aszerint is súlyozták, hogy a válaszadó mennyire ad az egyes csoportok véleményére. *Autio et al.* [2001]) egy további szempontot is megvizsgáltak, mégpedig azt, hogy a megkérdezettek mennyire érzik úgy, hogy az egyetemi környezetük ösztönző a vállalkozás szempontjából.

A GUESSS-kérdőív mindhárom megközelítés tesztelésére lehetőséget ad. A 10. kérdés („Ha vállalkozó lennél, mit szólnának, hogyan vélekednének erről az emberek a környezetben?”) esetén a válaszadók azt jelölték meg, hogy megítélésük szerint mennyire lenne negatív vagy pozitív környezetük vélekedése, ha vállalkozásba fognának. A szülők/családtagok, a barátok/diáktársak és a megkérdezettek számára fontos emberek véleményét kellett értékelni.

A 11. kérdés („Kérjük, jelöld meg, hogy mennyire adsz az alábbi személyek véleményére!”) pedig azt mutatja meg, mennyire tartják a válaszadók fontosnak az egyes csoportok véleményét. A támogató egyetemi klímát a kérdőív 2.6. kérdése deríti fel. Mindhárom kérdéscsoportnál 1-től 7-ig terjedő Likert-skálán kellett a válaszadóknak a véleményüket árnyalni.

2.4. Észlelt magatartási kontroll

A legtöbb kutatás változó számú állítás Likert-skálán történő mérésével értékeli az észlelt magatartási kontrollt. *Autio et al.* [2001] négy állítást fogalmaztak meg (Biztos vagyok benne, hogy sikeres lennék, mint vállalkozó; Könnyű lenne számomra egy vállalkozás elindítása; Egy saját vállalkozás indítása valószínűleg a legjobb módja lenne, hogy az oktatásom előnyeit kiaknázzam; Rendelkezem a szükséges képességekkel ahhoz, hogy sikeres vállalkozó lehessenek), amelyeket 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán kellett a válaszadóknak értékelni. *Ajzen* [2002a] szerint az észlelt magatartási kontroll mérésének a kontrollálhatóságra és az énhatékonyságra egyaránt ki kell terjednie, és itt is figyelembe kell venni a szempontok belső konzisztenciáját.

Mi az észlelt magatartási kontrollt *Ajzen* [2002a] ajánlásainak megfelelően, két változó segítségével mértük. A kérdőív 12. kérdése a kontrollálhatóság, 13. kérdése pedig az énhatékonyság mérésére alkalmas. Mindkettő esetén hétfokozatú Likert-skálán kellett értékelni az egyes állításokat, illetve a tényezők jelentőségét.

A 12. kérdés („Kérjük, jelöld meg, hogy mennyire vagy biztos az alábbi szerepek/feladatok végrehajtásában!”) kilenc olyan állítást tartalmazott, amely alapján eldönthető volt, hogy mennyire érzi úgy az egyén, képes kézben tartani, irányítani az eseményeket, hogy érzékel-e mások általi kontrollt saját döntéseiben:

- Általában képes vagyok meghatározni, hogy mi történjen az életemben.
- Általában képes vagyok védeni saját érdekeimet.
- Amikor terveket készítek, majdnem biztos vagyok abban, hogy elvégzem azokat.
- Annak érdekében, hogy a terveim beváljanak, gondoskodom arról, hogy az én elképzeléseim összhangban legyenek azoknak az embereknek az elképzeléseivel, akiknek hatalma van fölöttem.

- Életemet elsősorban más, erős egyéniségek irányítják.
- Ha megkapok valamit, amit szeretnék, az azért van, mert szerencsés vagyok.
- Nem mindig okos dolog hosszú távra terveznem, mert sok dolog válhat a jó vagy rossz szerencse kérdésévé.
- Sokszor úgy találok, hogy aminek meg kell történnie, az meg fog történni.
- Úgy érzem, hogy ami az életemben történik, azt gyakran mások befolyásolják/határozzák meg.

A 13. kérdés az énhatékonyságot mérte: „Kérjük, jelöld meg, hogy mennyire vagy biztos az alábbi szerepek/feladatok végrehajtásában!”. Itt tizenkét tényezőt kellett értékelniük a válaszadóknak, ebből tizenegy a kockázatviselő képességükre, innovativitásukra vonatkozik, valamint arra, hogy mennyire következetesek a döntéseikben:

- célok kijelölése és megvalósítása;
- célokhoz igazított időbeosztás;
- döntéshozatal bizonytalanság és kockázat mellett;
- felelősségvállalás az ötletekért és döntésekért;
- kockázat és bizonytalanság csökkentése;
- pénzügyi elemzés készítése;
- saját vállalat indítása;
- saját vállalkozásomat sikeressé teszem;
- számított kockázatok figyelembe vétele;
- új ötletek kitalálása;
- új termékek és szolgáltatások fejlesztése.

3. A kérdőív felépítése

Az Ajzen-modell tesztelésén túl a GUESSS-kérdőív számos további, a hallgatók vállalkozási szándékával, azok befolyásolóival foglalkozó kérdést is tartalmaz. Alapvetően négy kérdéscsoport köré szerveződik, ezek a karrierelképzelésekben tetten érhető vállalkozói szándék, az egyetemi-főiskolai környezet hatása, a vállalkozói szándék Ajzen tervezett magatartás-elméletére alapozott feltérképezése és a családi vállalkozások befolyásoló szerepe. A négy kérdéskör tizenhat kérdéscsoportja többségében zárt kérdéseket tartalmaz, alternatívákat és szelektíveket egyaránt. A kérdőív öt esetben kínál fel „Egyéb” válaszlehetőséget.

Az első kérdéscsoport a személyes adatokat tudakolja. A második a tanulmányokkal kapcsolatos, a képzési szintre, a tanulmányok időtartamára és területére vonatkozik, valamint kitér az egyetem által kínált vállalkozói kurzusok, szolgáltatások és azok hallgatók általi kihasználásának felmérésére.

A vállalkozói szándék egyik legfontosabb elemére, a tervezett karrierre – közvetlenül a tanulmányok befejezését követően, illetve öt évvel a végzés után – kérdez rá a 3. és a 4. kérdés. Az 5. pedig a megjelölt karrierválasztás motívumait deríti fel.

A 6. és 7. kérdés a válaszadó családi hátterére, egyrészt a családi vállalkozásokra, másrészt a családi kapcsolatok fontosságára vonatkozik.

A 8. kérdésre adott válaszokból állapítható meg, hogy a hallgató vállalkozói motivációi milyenek. A felkínált kilenc válasz alapján súlyozással egy indexváltozó készült, amely a hallgatói vállalkozói szándékot méri, és amely nemzetközi és intézményi szintű összehasonlításra ad lehetőséget.² (Lásd *Sieger–Fueglistaller–Zellweger* [2011] 37. old.) A 9. kérdés a vállalkozói attitűd, a 10. és a 11. kérdések az észlelt társadalmi normák mérésére alkalmasak. A 12. és a 13. kérdés a válaszadó által értékelt magatartási jellemzőkre vonatkozik. Az utóbbi részletesen igyekszik feltárni a vállalkozói szándékot, tizenkét alkérdés méri a potenciális vállalkozó hallgatók legfontosabb jellemzőit. (A 13.1-től a 13.12-ig alkérdésre csak azok a potenciális vállalkozók válaszolhattak, akik a 8. kérdésnél a 3–7. válaszokat jelölték meg.)

A 14. kérdés az aktív vállalkozó hallgatók vállalkozásaira kérdez rá, az alapítás részleteiről, az alapítótársak számáról, az alkalmazotti létszámról, a tevékenységi területről (ágazatról), a családi támogatás mértékéről, a vállalkozói tapasztalatokról, az alapítás pénzügyi forrásairól és az eredményességről szóló kérdéseket kellett megválaszolni.

A 15. és 16. kérdés a családi vállalkozás átvételével kapcsolatos, további hat alkérdés pedig az átvétel helyzetére, a családi vállalkozással kapcsolatos attitűdökre vonatkozik.

4. Az adatfelvételek és az adatgyűjtés speciális kérdései

A Főiskolai Hallgatók Vállalkozókedvét Vizsgáló Nemzetközi Felmérésre (International Survey on Collegiate Entrepreneurship – ISCE), majd a GUESSS adatfelvételeire általában két évente kerül sor. Az első lekérdezés 2003-ban történt, ekkor még csak két ország részvételével. Az 1. táblázat mutatja a kutatás nemzetközivé válását és a megkérdezettek számának alakulását. A legutolsó adatfelvétel 2011-ben volt, ekkor már 26 ország bevonásával.

² Az indexváltozó elnevezése 2008-ban index of students' entrepreneurship power (hallgatói vállalkozóerő/-képesség), 2011-ben entrepreneurship index (vállalkozási index). A különböző elnevezések mögött azonban azonos a módszertan és a tartalom.

1. táblázat

A kutatásban részt vevő országok és hallgatók száma

Év	Részt vevő országok száma	Kérdőívet kitöltő hallgatók száma*	A kutatás címe
2003	2	..	START
2004	2	5 000	ISCE
2006	14	37 000	ISCE
2008	19	63 000	GUESSS
2011	26	93 000	GUESSS

* Kerekített adatok.

Forrás: http://www.guesssurvey.org/e_project_history.html.

A kutatásban részt vevő országok és egyetemek köre folyamatosan bővül, elsősorban a téma időszerűségének köszönhetően. Az ismétlődő adatfelvételek és a folyamatos visszajelzések eredményeképpen a kutatás folyamatos fejlődésen megy keresztül. Ennek megfelelően alakul a kérdőív is, aktualitást nyert kérdések, országspecifikus kérdéscsoportok kerülhetnek bele, de a fő kérdéscsoportok változatlanok maradnak. Ezáltal a kérdőív módját ad a folyamatok időbeli változásának nyomon követésére és az ezek mögötti mozgatórugók megértésére. Az országok és a részt vevő egyetemek számának bővülésével pedig a földrajzi összehasonlításra is egyre több lehetőség van.

A 2011. évi, 5. felmérésben összesen 93 265 hallgató vett részt 502 felsőoktatási intézményből. Magyarországon 5 677 hallgató töltötte ki az elektronikus kérdőívet (8 százalékos átlagos válaszadási aránnyal). A 2. táblázat a magyarországi résztvevők megoszlását tartalmazza a válaszadók felsőoktatási intézménye szerint.

A kutatás során arra törekedtünk, hogy a kérdőívvel valamennyi hallgatót elérjük. A kérdőív elektronikus elérhetősége azonban korlátozta a kérdésbe ténylegesen bevont magyarországi felsőoktatási intézmények számát, kimaradtak a kérdésből a néhány tucat vagy néhány száz hallgatóval rendelkező alapítványi és egyházi intézmények. Az állami felsőoktatási intézmények mindegyikét megkerestük. Felkérő levélben vettük fel a kapcsolatot a téma iránt érdeklődő oktató kollégákkal (a nemzetközi háttér bemutatásával és személyes referencia nyújtásával), akiket a kérdőív linkje kiküldésének megszervezésére kértünk. Cserébe a teljes magyarországi adatbázist az intézményi együttműködő partnerek rendelkezésére bocsátottuk. Ahol nem volt oktatói kapcsolatunk, ott a tanulmányi osztály vagy az annak szerepét betöltő szervezeti egység vezetőjével vettük fel a kapcsolatot. Mivel a hallgatókat sok helyütt a tanulmányi rendszeren keresztül már számtalan hasonló kéréssel keresték meg, néhány intézményben a hallgatói önkormányzattal külön kellett egyeztetnünk.

2. táblázat

A 2011. évi GUESSS-ben résztvevők megoszlása felsőoktatási intézmény szerint

Felsőoktatási intézmény neve	2009/2010-es tanévre beiratkozott hallgatók száma	Beiratkozott hallgatók száma szerinti megoszlás (százalék)	Kiküldött felhívás (link)	Beérkezett kérdőív	Beérkezett kérdőívek megoszlása (százalék)	Válaszadási arány (százalék)
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	23 219	8,0	0	5	0,1	
Budapesti Corvinus Egyetem	17 422	6,0	4 800	201	3,5	4,2
Széchenyi István Egyetem	10 786	3,7	8 900	681	12,0	7,7
Debreceni Tudományegyetem	30 728	10,6	n.a.	538	9,5	
Miskolci Egyetem	13 940	4,8	14 055	620	10,9	4,4
Pécsi Tudományegyetem	29 032	10,0	8 400	757	13,3	9,0
Szegedi Tudományegyetem	27 436	9,5	n.a.	254	4,5	
Pannon Egyetem	10 125	3,5	0	1	0,0	
Kaposvári Egyetem	3 244	1,1	n.a.	38	0,7	
Nyugat-magyarországi Egyetem	14 261	4,9	7 600	291	5,1	3,8
Eötvös Loránd Tudományegyetem	30 767	10,6	n.a.	175	3,1	
Szent István Egyetem	10 786	3,7	n.a.	166	2,9	
Budapesti Gazdasági Főiskola	17 911	6,2	13 622	620	10,9	4,6
Óbudai Egyetem	11 438	4,0	0	5	0,1	
Dunaujvárosi Főiskola	4 312	1,5	2 460	158	2,8	6,4
Károly Róbert Főiskola	11 530	4,0	8 000	97	1,7	1,2
Általános Vállalkozási Főiskola	2 949	1,0	n.a.	147	2,6	
Gábor Dénes Főiskola	2 720	0,9	n.a.	182	3,2	
Eötvös József Főiskola	1 634	0,6	1 350	65	1,1	4,8
Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola	2 353	0,8	0	1	0,0	
Kodolányi János Főiskola	6 673	2,3	n.a.	423	7,5	
Modern Üzleti Tudományok Főiskolája	2 073	0,7	1 200	145	2,6	12,1
Semmelweis Egyetem, Egészségtudományi Kar	3 173	1,1	330	65	1,1	19,7
Egyéb		0,0		42	0,7	
<i>Összesen</i>	<i>288 512</i>	<i>100,0</i>	<i>70 717</i>	<i>5 677</i>	<i>100</i>	<i>8,0*</i>

* Átlag.

Megjegyzés. A „Kiküldött felhívás (link)” oszlop mutatja, hogy hány hallgató kapta meg a 2011. évi GUESSS-kérdőív kitöltésének internetes elérhetőségét. Nulla azt jelenti, hogy az intézmény sem a tanulmányi rendszerben, sem más módon nem jutatta el azt a hallgatóknak.

Forrás: 2011. évi GUESSS adatbázisa.

Azt tapasztaltuk, hogy egyre nagyobb akadályba ütközik a válaszadók számának növelése, habár a hallgatói tanulmányi rendszerek (Neptun, ETR) bevezetésével és a közösségi portálok terjedésével a hallgatók elviekben egyre egyszerűbben érhetők el. Ennek oka többnyire az elektronikus adatforgalom gyors növekedése, az elektronikus reklámok, megkeresések, felhívások gyarapodása. Annak ellenére, hogy verseny kiírásával, buzdító levelek megfogalmazásával igyekeztünk a hallgatóknak kedvet adni a kérdőívek kitöltéséhez, a nemválaszolás mértéke magas maradt.

A kiküldött felhívásoknak (ahol erre vonatkozóan rendelkezésre állt adat) átlagosan 8 százalékaiban kaptunk választ. Jelentős intézményi eltérések adódtak. A legaktívabbnak a Semmelweis Egyetem mutatkozott, 19 százalékot meghaladó válaszadási aránnyal. A nemválaszolás pontos megállapítását az nehezíti, hogy több esetben nem sikerült beazonosítani, hány hallgatóhoz jutott el a kitöltésre buzdító felhívás. Elvileg az elektronikus hallgatói tanulmányi rendszerekből ez az adat könnyen lekérdezhető. Amennyiben a felsőoktatási intézmény ezt az utat választotta, minden hallgatót elérünk, és számszerűsíthető az is, hogy hány kitöltött kérdőív jut az összes kiküldött felhívásra. Néhány intézménynél azonban eltérő módon szolgáltatták meg a hallgatókat (az Eötvös Loránd Tudományegyetemen például a hallgatói facebookoldalon); ezekben az esetekben vállalható becslést sem kaptunk az elért hallgatók számára vonatkozóan. (Lásd az 1. táblázat „Kiküldött felhívás (link)” oszlopfejléce alatti adatokat.)

A 2010/2011-es tanévben összesen 361 347 hallgató iratkozott be magyar felsőoktatási intézménybe, az intézményi megkeresés során potenciálisan 288 512 hallgató tölthette ki a 2011. évi GUESSS-kérdőívet; ez a beiratkozott diákok 80 százaléka. Azt biztosan tudjuk, hogy 70 717 hallgatóhoz eljutott a kérdőív linkje, ami 24,4 százalékos elérést jelent.

Az adatgyűjtéssel kapcsolatos egyik fontos kérdés annak reprezentativitása. A kapott eredmények általánosíthatósága miatt szükséges lenne az intézmények szerinti reprezentativitás megvalósulása, de képzési területek, esetleg képzési szintek szerint is lehet ilyen elvárásunk.

Esetünkben az adatbázisban szereplő hallgatók intézményi megoszlása nem követi pontosan a beiratkozott hallgatók száma szerinti intézményi megoszlást. A mintában felülreprezentáltak a Széchenyi István Egyetem, a Miskolci Egyetem, a Pécsi Tudományegyetem és a Budapesti Gazdasági Főiskola hallgatói. A képzési szintek és a nemek szerinti megoszlás jórészt megfelel az országos felsőoktatási adatoknak.

A reprezentativitás megítélését egyes esetekben nehezíti, hogy a nemzetközi gyakorlat nem egységes, sokszor az azonos elnevezések mögött is eltérő tartalmakat találunk. Például a BSc alap- és az MSc mesterszakok képzési ideje változó országonként, ugyancsak különbözik, hogy hány évesen és milyen tapasztalatokkal léphet be egy diák a felsőoktatásba. Így ha a képzési szint szerinti reprezentativitás meg is valósul, a nemzeti gyakorlatok eltérése miatt ennek gyakorlati haszna nemzetközi összehasonlításokban nem realizálódik. Hasonló okok miatt a képzési területek sem feltethetők meg maradéktalanul egymásnak.

Egy további, gyakran felmerülő kérdés a nemzetközi felméréseknél a kérdőív fordítása és ebből fakadóan a kérdések eltérő interpretálása. Egy egyébként minden módszertani ajánlásnak megfelelő felmérés is elbukhat a rosszul fordított kérdőíven, de megfelelő fordítás mellett is óhatatlanul elveszhet vagy hozzáadódhat olyan tartalom/jelentés az egyes kérdésekhez, ami a kérdőívek nemzeti eltéréseihez vezet. Ez főként kognitív tartalmat, attitűdöket elemző kérdőíveknél jelenthet problémát.

A nemzetközi gyakorlatban ismert eljárás szerint a kérdőívet az eredeti nyelvről célnyelvre történő fordítás után újra az eredeti nyelvre fordítják le, majd ellenőrzik, hogy annak tartalma a kiinduló változattól eltér-e. Más ajánlások szerint az odavisszafordítás helyett érdemes alaposabb fordításra törekedni, amit azonnal értékelni, tesztelni kell. Ilyen módszer a többszörös fordítás, azaz a kérdőívet többen is lefordítják egymástól függetlenül, majd ezeket a változatokat vetik össze. Megoldás lehet a kérdőív tesztelése, érthetőségének ellenőrzése. Más ajánlás szerint pedig, amelyet magunk is követtünk, a kérdőív fordítását nem egy személynek kell végeznie, fontos, hogy abban egyszerre vegyen részt a szakterületben, illetve a kérdőívszerkesztésben jártas személy is a fordító mellett (*Harkness–Schoua-Glusberg* [2003]).

A nemzetközi kérdőívek további problémája a kérdések értelmezésének kulturális különbségei. Példaként említjük a „Cultural studies” és az „Other social sciences” (egyéb társadalomtudományok) képzési területek megkülönböztetését. Ez a magyar képzési szerkezetben nehezen értelmezhető még az egy-kétszavas magyarázatok ellenére is. Így a „Társadalomtudomány, kulturális orientációval (ideértve: vallás, filozófia, pszichológia)”, illetve az „Egyéb társadalomtudományok (például szociológia, politikatudomány, kommunikáció)” megoldást választottuk. Az 5. kérdésre sem könnyű válaszolni, hiszen nehezen értelmezhető, értékelhető a „Társadalmi küldetés követése” vagy a „Környezeti küldetés követése”, mint munkával, karrierrel kapcsolatos indíték.

A kérdőív önkitöltős jellegéből adódóan értelmezési gondok léphetnek fel, magyarázat, instrukció híján előállhat, hogy a válaszadók a kérdőív összeállítóitól eltérő módon értelmeznek egyes kérdéseket. Ezt egy esetben, a tanulmányokra vonatkozó kérdések egyikében („Hány évet tanultál eddig összesen?”) mi is tapasztaltuk, így azt ki kellett hagynunk a feldolgozásból.³

5. Az adatelemzés sajátosságai

A kutatás során feltett kérdésekre adandó válaszok megfogalmazása lehetetlen megfelelő matematikai-statisztikai módszerek alkalmazása nélkül. A vizsgált jelen-

³ Volt, aki ezt az általános iskolától kezdve értelmezte, és volt, aki csak a felsőfokú tanulmányokra vonatkoztatta.

séget leíró változók és a válaszadók nagy száma igényli a változók közötti kapcsolat jellegét és erősségét számszerűsítő módszerek használatát. A kérdések jellegétől függnnek a választott módszerek, amit modellépítésnek is nevezhetünk.

Általános kutatói gyakorlat, hogy az adatbázis változói önmagukban nem kerülnek felhasználásra, valamilyen szintű összevonás történik, például faktorelemzéssel a változók, klaszterelemzéssel a válaszadók számát redukáljuk.

A következőkben nem a szokásos, általános problémákat soroljuk fel, hanem a GUESSSS-szel összefüggésben felmerülő kérdéseket vizsgáljuk.

5.1. Alternatív modellek és a tesztelés alternatívái

Számos tanulmány központi témája az *Ajzen*-féle [1991], [2006] modell tesztelése, annak megállapítása, hogy az attitűdök, szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll milyen mértékben határozzák meg a vállalkozásindítási szándékot és magát a tényleges cselekvést. Gyakran találkozhatunk olyan vizsgálatokkal is, amelyek más modellel vetik össze, versenyeztetik *Ajzen* modelljét, és sok esetben a modell kiterjesztésével, további tényezők bevonásával növelik a modell magyarázóerejét.

A leggyakrabban a szakirodalomban korrelációs együtthatók útján értékelik a változók közötti kapcsolatot, valamint többváltozós regressziós modellek alkalmazásával igazolják a kutatók által feltételezett ok-okozati összefüggéseket, illetve határozzák meg az elmélet magyarázóerejét. *Autio et al.* [2001] 3 445 finn, svéd és amerikai hallgató, *Gird* és *Bagraim* [2008] 247 dél-afrikai hallgató, *Carr* és *Sequeira* [2007] 308 amerikai hallgató vizsgálatával tesztelte ilyen módon a modellt.

Krueger munkáiban több alkalommal is tesztelt vállalkozásindítási szándékra vonatkozó modelleket. 1993-ban 126, 2000-ben 97 diák adatait használta fel, és mindkét alkalommal hasonló módszertant alkalmazott, azzal a kivétellel, hogy az 1993-as munkában dichotóm változóval mérte a vállalkozásindítási szándékot, 2000-ben azonban már folytonos változót használt. Első lépésben páronként vizsgálta a modell egyes tényezői közötti kapcsolat erősségét lineáris korrelációs együtthatókkal, a dichotóm változó esetében pedig biszeriális korrelációval. Ezt követően pedig útelemzéssel kalkulálta a vizsgált független változók teljes hatását a vállalkozásindítási szándékra. Tette ezt 1993-ban is, annak ellenére, hogy a szándék mérésére dichotóm változót használt.

Multinomiális logisztikus regresszióval dolgoztak *Zellweger*, *Sieger* és *Halter* [2011], valamint *Szerb* és *Márkus* [2007] is. A módszer erénye, hogy alacsony mérési szintű, nem normális eloszlású változók esetén is jól alkalmazható.

Találunk példát a strukturális egyenlőségek módszerének (structural equation modeling – SEM) alkalmazására is, amelynek célja a változók közötti oksági kapcsolatok minél pontosabb leírása. Ilyen elemzés lelhető fel *Kolvereid* [1996], *Plant* és *Ren* [2010] munkáiban.

A vizsgálatokhoz leggyakrabban SPSS szoftvercsomagot használnak, a SEM pedig LISREL vagy AMOS programokból futtatható.

Mi a GUESSS-adatbázis elemzése során Ajzen tervezett magatartás-elméletét multinomiális logisztikus regresszió segítségével teszteltük. Ennek oka az volt, hogy a vállalkozási szándék kifejezésére alacsony mérési szintű változót használtunk. A modell alacsony interpretálhatósága mellett is képes a vállalkozásindítási szándékot ténylegesen befolyásoló legfontosabb tényezőket beazonosítani és magyarázóerejük mértékét megadni.

5.2. Multinomiális logisztikus regresszió

A kutatás során egyik fő célunk a vállalkozói magatartásra ható tényezők feltárása és hatásuk erősségének számszerűsítése volt. Erre kiválóan alkalmas a regresszióelemzés, egész pontosan annak az adatbázis-változónak jellegéhez igazított változata, a multinomiális logisztikus regresszió.

A regressziós modell természetesen igazodik az elméleti alapvetéshez, a függő változó a „Gondoltál-e már arra, hogy saját vállalkozást indíts?” kérdésre adott válaszok három kategóriába sűrített változata (1. Nem tervez vállalkozást; 2. Vállalkozásindítást tervez; 3. Már vállalkozó). Az eredeti változó kilenc lehetőséget kínál fel. A független modellbeli változók mérésére (attitűdök, észlelt magatartási kontroll és szubjektív normák) összesen 28 változó állt rendelkezésre. Ezek számának tömörítésére főkomponens-elemzést végeztünk. A transzformált változók kerültek végül a modellbe, amelynek legfontosabb adatait a 3. táblázat tartalmazza.⁴

3. táblázat

A változóredukció eredménye

Jellemző	Változó száma	Faktorok száma	Faktorok magyarázó ereje (százalék)
Attitűd	4	1	84,42
Szubjektív normák	3	1	82,91
Kontrollálhatóság (észlelt magatartási kontroll)	9	3	65,83
Énhatékony (észlelt magatartási kontroll)	12	3	69,09

Forrás: A 2011. évi GUESSS adatbázisa alapján, SPSS programcsomaggal végzett számítások.

⁴ A 2011. évi GUESSS részletes eredményeit bemutató tanulmány megjelenés előtt áll „S. Gubik A.: A magyar hallgatók vállalkozásindítási szándékát befolyásoló tényezők modellje – Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése” címmel.

A szükségszerű összevonás a főkomponens-elemzés során az egyes változócsoportokban 15,6 és 34,2 százalék közötti „információvesztéssel” járt. A faktorelemzés még egy problémát felvet, a faktorok függetlenségének problémáját (*Czirfusz* [2010]). Az első két jellemző esetében ez a probléma elhanyagolható, a harmadiknál és a negyediknél azonban a faktorváltozók további felhasználása során nem hagyhatjuk figyelmen kívül.

4. táblázat

A vállalkozásindítási szándék endogén tényezőinek hatása

Változó	B	Standard hiba	Wald-teszt	Szignifikancia	Exp(B)
Vállalkozásindítást tervez					
Konstans	-0,265	0,036	53,379	0,000	
Defenzivitás (észlelt magatartási kontroll – kontrollálhatóság)	-0,177	0,037	23,351	0,000	0,838
Passzivitás (észlelt magatartási kontroll – kontrollálhatóság)	-0,369	0,038	93,185	0,000	0,691
Kockázattűrés (észlelt magatartási kontroll – énhatékonyság)	0,009	0,039	0,054	0,816	1,009
Innovativitás (észlelt magatartási kontroll – énhatékonyság)	0,938	0,050	356,364	0,000	2,556
Attitűd	1,205	0,052	536,131	0,000	3,338
Már vállalkozó					
Konstans	-3,840	0,166	537,769	0,000	
Defenzivitás (észlelt magatartási kontroll – kontrollálhatóság)	-0,369	0,099	13,937	0,000	0,691
Passzivitás (észlelt magatartási kontroll – kontrollálhatóság)	-0,702	0,090	60,947	0,000	0,495
Kockázattűrés (észlelt magatartási kontroll – énhatékonyság)	0,290	0,107	7,288	0,007	1,336
Innovativitás (észlelt magatartási kontroll – énhatékonyság)	1,791	0,160	125,857	0,000	5,994
Attitűd	1,042	0,147	50,449	0,000	2,835

Megjegyzés. Nagelkerke-féle $R^2 = 0,47$.

Forrás: A 2011. évi GUESSS adatbázisa alapján, SPSS programcsomaggal végzett számítás.

A vállalkozásindítási szándék elemzésének következő lépése a magyarázó tényezők hatásának vizsgálata. Az adatbázis előbb leírt sajátosságai miatt a multinomiális logisztikus regresszió kínálkozott a legjobb választásnak. Az esélyhányadosok értelmezése olykor nem egyértelmű, mert nem engedik meg eltérő hatások pontos összeha-

sonlítását (Bartus [2003]). A szerző szerint bonyolultabb modellekben az is előfordulhat, hogy az irányt is rosszul állapítják meg. Mi az elemzések során ezért csak a modell együttes magyarázóerejét vettük figyelembe, és a változók egyenkénti szignifikáns hatásáról győződöttünk meg. A regresszióelemzés eredményét a 4. táblázat mutatja.

A modell szignifikanciájáról a χ^2 -négyzet próba, magyarázóerejéről a Nagelkerke-féle R^2 érték ad információt. A változók egyenkénti szignifikáns voltáról a Wald-statisztika segítségével bizonyosodhatunk meg, az esélyhányadosok pedig az egyes változók parciális hatásának nagyságát mutatják. A vizsgálat eredményei szerint a vállalkozásindítási szándék legfontosabb meghatározói a vállalkozásindítással összefüggésben kialakult attitűdök és az énhatékonyság. Mindkét esetben pozitív irányú az összefüggés, ami azt jelenti, hogy minél inkább pozitív az egyén vállalkozásindítással kapcsolatos attitűdje, és minél inkább hisz abban, hogy rendelkezik a szükséges kompetenciákkal, annál nagyobb eséllyel mutat szándékot saját vállalkozás létrehozatalára. A kontrollálhatóság mérésére alkalmazott két változó negatív irányú kapcsolatban van a vállalkozásindítási szándékkal. Ez azt jelenti, hogy minél inkább úgy érzi az egyén, hogy képes irányítani a jövőjét, annál nagyobb eséllyel válhat vállalkozóvá. A vizsgálatok megerősítették, hogy az attitűdök és az észlelt magatartási kontroll valóban meghatározó szerepet játszanak a vállalkozásindítási szándék alakulásában. A szubjektív normák szerepét azonban nem sikerült alátámasztani.

Elemzésünk, annak felvetett korlátai ellenére, hasonló eredménnyel végződött, mint a vizsgált modell szakirodalomban fellelhető egyéb tesztjei. Valamennyi vizsgálat (bármilyen operacionalizálási és tesztelési megoldást választottak a kutatók) alátámasztotta az attitűdök és az észlelt magatartási kontroll szignifikáns hatását a vállalkozási szándéokra.⁵ Ugyanakkor a szubjektív normák szerepét nem sikerült egyértelműen alátámasztani. Egyes kutatások szerint szignifikáns hatással van a vállalkozásindítási elképzelésekre (lásd például *Kolvreid* [1997], *Gird-Bagraim* [2008]), mások ugyanakkor nem tudták ezt igazolni (például *Autio et al.* [2001], *Krueger-Reilly-Carsrud* [2000]). A vitatott eredmények a változó újragondolását igénylik. Megoldás lehet annak eltávolítása a modellből. Egyes szerzők a szubjektív norma konceptualizálási hibájaként fogják fel az egymásnak ellentmondó eredményeket (*Conner-Armitage* [1998]), és ilyen jellegű további finomítást javasolnak a modellen.

6. Összefoglalás

Egy módszertanilag jól kidolgozott kérdőíves felmérésbe kapcsolódhattunk be 2006-ban, amely alkalmas a magyarországi egyetemi és főiskolai hallgatók vállalko-

⁵ *Conner és Armitage* [2001] a szakirodalomban fellelhető empirikus munkák közül 185-öt tekintett át és értékelt.

zói magatartásának feltáró elemzésére. Ebben a cikkben néhány olyan fontos kérdésre térünk ki, amelyek a kutatás eredményeire érdemi hatással vannak. A kutatás Ajzen tervezett magatartás-elméletén alapuló koncepciója kiforrottnak tekinthető, alkalmas kiindulási alap következtetéseink levonásához. A kérdések operacionalizálásának módja szintén megfelel a nemzetközi gyakorlatnak és a szerző ajánlásainak.

A kérdőív felépítésében és tartalmában egyaránt alkalmas a szükséges adatok begyűjtésére, a visszajelzések hatására a felszínre került hibák korrekciója folyamatosan megtörténik. A kutatás nemzetközi jellegénél fogva a magyar eredmények jól elhelyezhetők a további 25 részt vevő ország „mezőnyében”. 2011-ben már több mint 500 intézmény közel 100 ezer hallgatóját tartalmazó adatbázis adott erre lehetőséget. Az ismétlődő adatfelvételek pedig az elmozdulások irányát és okait is segítenek feltárni.

A lekérdezés valamennyi állami felsőoktatási intézményre kiterjed, a néhány tucat vagy néhány száz hallgatóval rendelkező alapítványi és egyházi intézmények kivételével. Az adatfelvételek igazodnak a válaszadás körülményeihez és a válaszadók elérhetőségéhez, noha a hallgatók aktivitásának, a válaszadási hajlandóságnak a növelése egyre nagyobb kihívást jelent.

Az adatelemzés során az oksági kapcsolatok meghatározása miatt nem kerülhető ki a matematikai-statisztikai módszerek alkalmazása. Megválasztásukkor szem előtt kell tartanunk az egyes módszerek alkalmazásának feltételeit és következményeit. A módszerek sajátosságából számos torzítási lehetőség következik (információvesztés a változók számának redukciója következtében a faktoranalízisben vagy az oksági kapcsolatok értelmezése miatt a multinomiális logisztikus regresszióban), amelyek a kapott eredményekre is hatással vannak.

Bármilyen irányban folynak majd a további kutatások, valós eredmények csak akkor érhetők el, ha segítségükkel meg tudjuk határozni, hogy mely fronton és milyen jellegű beavatkozással lehet a hallgatók vélekedésében és tényleges magatartásában érdemi változást előidézni, azaz ha megtaláljuk a modell három tényezőjének mögöttes mozgatóit, és megértjük azok működését.

Irodalom

- AJZEN, I. [1991]: The Theory of Planned Behavior. *Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50. No. 2. pp. 179–211.
- AJZEN, I. [2002a]: Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 32. No. 4. pp. 665–683.
- AJZEN, I. [2002b]: *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. <http://www.uni-bielefeld.de/ikg/zick/ajzen%20construction%20a%20tpb%20questionnaire.pdf>

- AJZEN, I. [2006]: *Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire – Brief Description of the Theory of Planned Behavior*.
<http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- AUTIO, E. – KEELEY, R. H. – KLOFSTEN, M. – PARKER, G. C. – HAY, M. [2001]: Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*. Vol. 2. No. 2. pp. 145–160.
- AUTIO, E. [2005]: *Report on High-Expectation Entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School. London. http://new.gemconsortium.org/assets/uploads/1313506401GEM_2005_High_Growth_Report.pdf
- AUTIO, E. – KRONLUND, M. – KOVALAINEN, A. [2007]: *High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries: Analysis, Categorization, and Recommendations*. Edita Publishing Ltd. Helsinki.
- BÉKÉS G. – MURAKÖZY B. [2011]: *Magyar gazellák: gyors növekedésű vállalatok jellemzői és kialakulásuk elemzése Magyarországon*. MTA Közgazdaságtudományi Intézet. Budapest. http://media.coauthors.net/konferencia/conferences/5/Gazellak_final.pdf
- BARTUS T. [2003]: Logisztikus regressziós eredmények értelmezése. *Statistikai Szemle*. 81. évf. 4. sz. 328–347. old.
- CARR, J. C. – SEQUEIRA, J. M. [2007]: Prior Family Business Exposure as Intergenerational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach. *Journal of Business Research*. Vol. 60. No. 10. pp. 1090–1098.
- CONNER, M. – ARMITAGE, C. J. [1998]: Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 28. No. 15. pp. 1429–1464.
- CZIRFUSZ M. [2010]: Faktoranalízis, a látszattmegoldás. *Tér és Társadalom*. 24. évf. 1. sz. 37–49. old.
- GIRD, A. – BAGRAIM, J. J. [2008]: The Theory of Planned Behaviour as Predictor of Entrepreneurial Intent Amongst Final-Year University Students. *South African Journal of Psychology*. Vol. 38. No. 4. pp. 711–724.
- HARKNESS, J. – SCHOUA-GLUSBERG, A. [2003] Questionnaires in Translation. In: *Harkness, J. A. – Van De Vijver, I. R. – Mohler, P. Ph.: Cross-Cultural Survey Methods*. Wiley. New York.
- KOLVEREID, L. [1996]: Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurs. Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 21. No. 1. pp. 47–56.
- KRUEGER, N. F. – REILLY, M. D. – CARSRUD, A. L. [2000]: Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*. Vol. 15. No. 5. pp. 411–432.
- KRUEGER, N. F. [1993]: The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 18. No. 1. pp. 5–21.
- OECD (ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT) [2002]: *High-Growth SMEs and Employment*. <http://www.oecd.org/dataoecd/18/28/2493092.pdf>
- PAPANEK G. [2010]: A gyorsan növekvő magyar kis- és középvállalatok a gazdaság motorjai. *Közgazdasági Szemle*. LVII. évf. 4. sz. 354–370. old.
- PLANT, R. – REN, J. [2010]: A Comparative Study of Motivation and Entrepreneurial Intentionality: Chinese and American Perspectives. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 15. No. 2. pp. 187–204.

- SIEGER, PH. – FUEGLISTALLER, U. – ZELLWEGER, TH. [2011]: *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students Across the World*. International Report of the GUESSS Project 2011. Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship, University of St.Gallen. St.Gallen.
- SZERB L. – MÁRKUS G. [2007]: A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. Nemzetközi összehasonlító elemzés, 2006. *Közgazdasági Szemle*. LIV. évf. 3. sz. 248–273. old.
- ZELLWEGER, T. – SIEGER, P. – HALTER, F. [2011]: Should I Stay or Should I Go? Career Choice Intentions of Students with Family Business Background. *Journal of Business Venturing*. Vol. 26. No. 5. pp. 521–536.

Summary

Hungary joined the “Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey” (GUESSS) research project coordinated and led by the University of St. Gallen, Switzerland in 2006. It evaluates students’ entrepreneurial intentions and activities. In 2011 an online survey addressing 5 677 students was conducted in Hungary. They were asked about their business start-up activities and intentions as well as about the most important factors shaping them.

Surveys provide accurate answers to research questions only if their conduct, the motivation of the target groups, the way they are reached and the data analysis are adequate and consistent. Further challenges also arose from the international nature of the research, for example, the cultural interpretation of the questionnaire.

The aim of this paper is to highlight the methodological peculiarities of the GUESSS carried out in Hungary by means of Ajzen’s theory of planned behaviour.