



Közzététel: 2022. november 21.

A tanulmány címe:

**Vállalkozási hajlandóság egyetemisták körében**

Szerzők:

**TESSÉNYI JUDIT**

a Neumann János Egyetem tanára

E-mail: [tessenyi.judit@gtk-uni.neumann.hu](mailto:tessenyi.judit@gtk-uni.neumann.hu)

**KUN ZSUZSANNA**

a Budapesti Corvinus Egyetem PhD-hallgatója

E-mail: [zsuzsanna.kun@uni-corvinus.hu](mailto:zsuzsanna.kun@uni-corvinus.hu)

DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2022.11.hu1010>

**Az alábbi feltételek érvényesek minden, a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Statisztikai Szemle c. folyóiratában (a továbbiakban: Folyóirat) megjelenő tanulmányra. Felhasználó a tanulmány vagy annak részei felhasználásával egyidejűleg tudomásul veszi a jelen dokumentumban foglalt felhasználási feltételeket, és azokat magára nézve kötelezőnek fogadja el. Tudomásul veszi, hogy a jelen feltételek megszegéséből eredő valamennyi kárért felelősséggel tartozik.**

1. A jogszabályi tartalom kivételével a tanulmányok a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szjt.) szerint szerzői műnek minősülnek. A szerzői jog jogosultja a KSH.
2. A KSH földrajzi és időbeli korlátozás nélküli, nem kizárólagos, nem átadható, térítésmentes felhasználási jogot biztosít a Felhasználó részére a tanulmány vonatkozásában.
3. A felhasználási jog keretében a Felhasználó jogosult a tanulmány:
  - a) oktatási és kutatási célú felhasználására (nyilvánosságra hozatalára és továbbítására a 4. pontban foglalt kivétellel) a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
  - b) tartalmáról összefoglaló készítésére az írott és az elektronikus médiában a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
  - c) részletének idézésére – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző(k) megnevezésével.
4. A Felhasználó nem jogosult a tanulmány továbbértékesítésére, haszonszerzési célú felhasználására. Ez a korlátozás nem érinti a tanulmány felhasználásával előállított, de az Szjt. szerint önálló szerzői műnek minősülő mű ilyen célú felhasználását.
5. A tanulmány átdolgozása, újra publikálása tilos.
6. A 3. a)–c) pontban foglaltak alapján a Folyóiratot és a szerző(ke)t az alábbiak szerint kell feltüntetni:  
„*Forrás: Statisztikai Szemle c. folyóirat 100. évfolyam 11. számában megjelent, **Tessényi Judit és Kun Zsuzsanna** által írt, **Vállalkozási hajlandóság egyetemisták körében** című tanulmány (link csatolása)”*
7. A Folyóiratban megjelenő tanulmányok kutatói véleményeket tükröznek, amelyek nem feltétlenül esnek egybe a KSH vagy a szerzők által képviselt intézmények hivatalos álláspontjával.

Tessényi Judit – Kun Zsuzsanna

## Vállalkozási hajlandóság egyetemisták körében

### Entrepreneurship among university students

Tessényi Judit, a Neumann János Egyetem tanára

E-mail: tessenyi.judit@gtk-uni.neumann.hu

Kun Zsuzsanna, a Budapesti Corvinus Egyetem PhD-hallgatója

E-mail: zsuzsanna.kun@uni-corvinus.hu

Tanulmányunkban azt szeretnénk megvizsgálni, hogy 2022-ben a fiatal felnőttek hogyan viszonyulnak az énhatékonysághoz, illetve a vállalkozói attitűdhöz és karakterhez. Mivel több tanulmány igazolja, hogy a vállalkozói ambíciók a diplomás fiatal felnőttek körében a legmagasabbak, evidensnek tűnik, hogy egyetemisták körében végezzünk ilyen jellegű felmérést. Két magyarországi, vidéki egyetem gazdaságtudományi, kertészeti és mérnöki karának hallgatóit kérdeztük meg várakozásaikról és a diploma megszerzését követő 5 évvel későbbi terveikről, illetve a véleményüket a vállalkozói léttel és saját attitűdjeikkel kapcsolatban. A minta (N=323) meghatározása egyszerű koncentrált mintavételi eljárással történt, a vizsgálati sokaságot a magyarországi felsőoktatási hallgatók jelentik. Szignifikáns kapcsolatot találtunk az innovációra való nyitottság (új dolgok kipróbálása) és a kockázatkeresés mutatói mentén. A legtöbb kérdésben sokkal énhatékonyabbak és jobb problémamegoldó készségekkel rendelkeznek azok, akik vállalkozóként vagy családi vállalkozásban képzelték el felnőtt életüket.

Kulcsszavak: vállalkozási kedv, várakozások, attitűd

In our paper, we want to examine the situation in 2022 among young adults regarding self-efficacy, entrepreneurial attitude and character. Since several studies prove that entrepreneurial ambitions are the highest among young adults with a degree it seems obvious to conduct a survey among university students and examine its results. Students from two countryside universities were surveyed from the field of management studies, horticulture and engineering about their 5 years plan and how they think about entrepreneurship and their own attitude on this topic. The sample (N=323) results from a simple concentrated sampling; the total population is Hungarian students. A significant relationship was found along the indicators of openness to innovation (trying new things) and adventure, risk-seeking and excitement. Most of Bandura's questions are significant, those who imagine their adult life as an entrepreneur or in a family business are much more self-efficacious and have better problem-solving skills.

Keywords: entrepreneurship, expectations, attitude

*Kopátsy (1998)* felvetése óta bizonyosságot nyert, hogy egy ország innovációs képességét és ezzel gazdasági eredményességét döntően befolyásolja az, hogy mekkora a vállalkozási kedv (*Csizmadia–Grosz, 2011*). A gazdaságfejlesztési stratégia stabilitásának fokozása érdekében célszerű nagyobb figyelmet fordítani a vállalkozásokra (*Korompai, 2021*).

Felmérésünk során mi egy már validált attitűdkutatási kérdőív mentén indultunk el. Előbb Szegeden (Szegedi Tudományegyetem), majd Kecskeméten (Neumann János Egyetem) a gazdaságtudományi karokon – illetve Kecskeméten a Neumann János Egyetem Műszaki és Informatikai Karának (GAMF), valamint a Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar hallgatóinak bevonásával – a hallgatói válaszok elemzésével megvizsgáltuk, hogyan vélekednek a vállalkozóvá válásról, szerepel-e középtávú elképzeléseikben ez a kérdés. *Tessényi (2022)* a kutatásai során először 130 kecskeméti válaszadó válaszát értékelte ki, egy szegedi adatfelvételt követően pedig a válaszadók végső száma 323-ra nőtt, ami részletesebb, artikuláltabb statisztikai elemzési módszerek alkalmazására is lehetőséget kínált.

*Farkas és S. Gubik (2013)* 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 döntő jelentőségű lehet az elkövetkező évek gazdasági növekedése és munkahelyteremtése szempontjából (*Farkas et al., 2017*).

## 1. A kutatási előzmények ismertetése

A vállalkozói személyiség mibenléte régóta a vállalkozói kutatások fókuszában van. Az egyik legfontosabb kérdés az, hogy mi határozza meg, hogy kiből lesz vállalkozó, és kik azok, akik inkább alkalmazottként keresik a kenyerüket (*Málovics et al., 2015*).

Közel tíz éve, 2013-ban a TÁMOP (Társadalmi Megújulás Operatív Program) keretein belül készült egy, a vállalkozási hajlandóságra és attitűdre vonatkozó, 2000 fős, nem, kor, településtípus és iskolai végzettség tekintetében reprezentatív

kutatás (Tóth, 2013), amely során a megkérdezettek 18,0%-a válaszolta, hogy szívesen vállalkozna, míg 74,4% azt, hogy nem szeretne vállalkozó lenni. A teljes minta mindössze 7,7%-a dolgozott a válaszadáskor is vállalkozóként. Kiinduló hipotézisünk szerint a kecskeméti és a szegedi fiatalok körében is hasonló vállalkozási hajlandóságot fogunk találni.

Már az előzetes, kisebb mintás felmérés is azt mutatta, hogy a nemek közötti eltérés a vállalkozóvá válás kérdésében jelentős, így második hipotézisünk szerint szignifikáns eltérés várható nemek szerint (Tessényi, 2022). A nemenkénti és születési évenkénti különbségek vizsgálatával további kutatási lehetőségeket szeretnénk megvilágítani. A vállalkozói kedv és a nemenkénti eltérések kapcsolatát 2011 óta – többek között – az Európai Bizottság és az OECD jelentéseiben is megtaláljuk (Koltai–Geambasu, 2020). Szerb–Lukovszki, 2013 a hallgatók vállalkozói indítékait vizsgálták, és a GEST<sup>1</sup> nemzetközi kutatás vonatkozásában igazolták, hogy „a hallgatók fele nem kíván vállalkozásba kezdeni, a családi szerepmodellek hiánya miatt, illetve az alacsony kockázatvállalási hajlandóságuk miatt” (Koltai–Szalka, 2013, 74. o.). Kérdőíves felmérésünkben több kérdés is kitér a vállalkozói lét megítélésére és a középtávú szándékban várható változásra. A GEM<sup>2</sup>-tanulmányok szerint saját vállalkozást indító személy tipikusan középkorú (35–45 éves) férfi, általában főiskolai vagy egyetemi végzettséggel (GEM, 2022). A magyar tipológia ehhez az általános képhez illeszkedik (Szerb–Imreh, 2007). Mivel tanulmányunk kifejezetten egyetemista hallgatók körében felvett adatok alapján készült, a fenti megállapítás annyiban lényeges, hogy az alább bemutatott válaszadói kör nagyobb arányban férfiakból áll, akik előreláthatólag hamarosan diplomát szereznek, tehát azt várhatjuk, hogy az átlagsokasághoz képest magasabb vállalkozói hajlandóságot találunk, mint a fenti GEM-tanulmány eredményeiben. A GEM 25 éves tanulmánysorozatában található az *Adult Population Survey* (APS), amely elemzi a vállalkozói jellemzőket, motivációkat és a vállalkozást indító egyének ambícióit, valamint a velük kapcsolatos társadalmi attitűdöket („vállalkozói szellem”), és amelynek itemjei közül kiválasztottuk a saját kérdőívünkben szereplő kérdések azon részét, amivel kiegészítettük Schwartz és Bandura kutatási kérdőívét.

Az egyetemisták vállalkozói szándékának elemzésére számos vizsgálatot találtunk, így például – a főként német nyelvterületen szerzett tapasztalatokat összegezve – a svájci St. Gallen-i Egyetem (University of St. Gallen) és a European Business School (Németország) nemzetközi kutatási projektbe kezdett *International Survey of Collegiate* címmel (Szerb–Imreh, 2007). 2017-ben pedig

<sup>1</sup> Gründungen und Entrepreneurship bei Studierenden (Vállalkozásindítás a hallgatók körében), FH Kaiserslautern University of Applied Sciences.

<sup>2</sup> Global Entrepreneurship Monitor – Globális Vállalkozási Monitor.

a Miskolci Egyetemen *S. Gubik Andrea és Bartha Zoltán (2017, 349. o.)* vizsgálta az egyetemisták vállalkozói hajlandóságát, elsősorban intézményi tényezők vonatkozásában. Utóbbiak érdekes megállapítása, hogy „a szándék nem feltétlenül realizálódik saját vállalkozás létrehozatalában, mégis a vállalkozói aktivitás fontos mérföldköve”. Vizsgálatunk szempontjából ugyancsak lényeges eredményük, hogy a vállalkozási hajlandóság tekintetében a vállalkozói attitűddel találtak a legerősebb korrelációt (981-es korrelációs együttható) (*S. Gubik–Bartha, 2017*).

Az 1. táblázatban foglaltuk össze a magyar vállalkozási hajlandóságot mérő GEM 2021/2022-es felmérés szerinti vállalkozói attitűdöket és percepciókat reprezentáló mutatószámokat, összevetésképp a lengyel és a román adatokkal. Lengyelország a GEM-vizsgálatban az *entrepreneurial intentions* mint attitűdmutató tekintetében 47 országot rangsorolva az utolsó helyen végzett, és ez önmagában is önálló vizsgálatot érdemelne.

1. táblázat

**Vállalkozóiattitűd-mutatók Magyarország, Lengyelország és Románia esetében, 2022**

*Entrepreneurial attitudes in Hungary, Poland and Romania, 2022*

Attitűd	Magyarország	Lengyelország	Románia
Van olyan ismerőse, aki új vállalkozásba kezdett	49,7	54,0	37,7
Kedvező lehetőségek vannak területemen vállalkozás indításához	36,5	72,5	49,1
Könnyű vállalkozást indítani	49,1	64,3	27,0
Rendelkezik személyes vállalkozói ismeretekkel, készségekkel	36,0	60,1	50,0
Félelem a kudarctól	33,7	43,5	48,3
Vállalkozói szándék	8,1	2,9	9,7

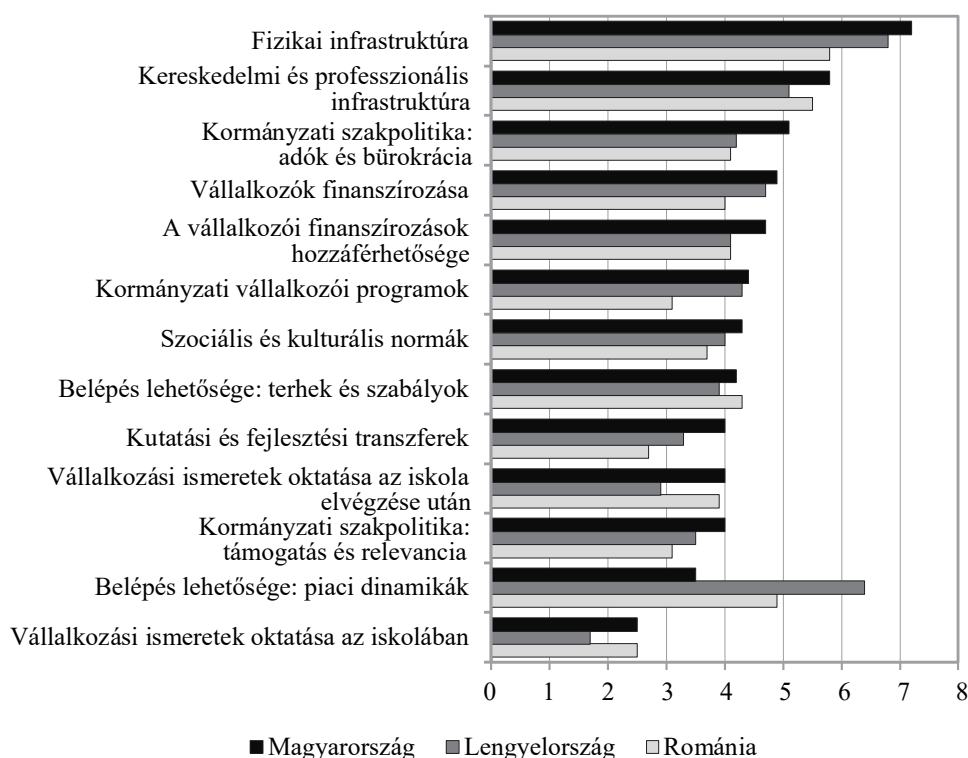
Forrás: GEM, 2022.

A táblázat adatai szerint a román megkérdezettek félnek leginkább a kudarctól, ám a lengyeleknél a legkisebb a vállalkozói szándék.

Ugyanílyen izgalmas összevetésre ad lehetőséget a GEM-kutatásban részt vevő szakértők által összeállított 13 paraméter mentén vizsgált, a vállalkozási kedvet alapvetően befolyásoló keretfeltételek összevetése, amelyet hazánk adatai mellett Lengyelország és Románia adataival összevetve az alábbi diagramon mutatunk be (1. ábra).

1. ábra

**A magyar, a lengyel és a román vállalkozási hajlandóságot meghatározó keretfeltételek rangsora a GEM, 2022/2021 szerint, szakértői vélemények alapján**  
*Framework conditions for Hungarian, Polish and Romanian willingness to entrepreneurship according to GEM 2022/2021 based on experts' opinion*



Forrás: saját szerkesztés, a GEM, 2022/2021 adatai alapján.

Az 1. ábra adatai szerint a vállalkozói hajlandóságot befolyásoló környezet Magyarországon átlagosnak tekinthető, csupán a fizikai infrastruktúra, a vállalkozói pénzügyi támogatás valamivel jobb némiképp az átlagnál, viszont a piacra lépés dinamikáját kedvezőtlenebbül ítélték meg a szakértők az összes ország átlagánál.

A GEM „kistestvére”, a *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) elnevezésű, két évente lefolytatott kutatássorozat mélységében vizsgálja az egyetemi hallgatók vállalkozói szándékait és tevékenységét. 2018-ban 54 ország 3000 egyetemének több mint 208 000 hallgatója, Magyarországról több mint 9000 hallgató töltötte ki a kérdőíveket, amelyek eredményeit rendszeresen közzéteszik. Ezekkel a mutatókkal a GUESSS a világ egyik legna-

gyobb vállalkozási kutatási projektje. Legfrissebb, 2021. őszi kutatásuk szerint az összes megkérdezett hallgató 17,8%-a közvetlenül a tanulmányok befejezése után kíván vállalkozó lenni, és 32,3%-uk tervezi, hogy a tanulmányaik befejezése után 5 évvel vállalkozó lesz (Sieger *et al.*, 2021). Fontos megemlítenünk, hogy ez utóbbi vizsgálat szerint kiemelkedő jelentőségük van az egyetemeknek a vállalkozói hajlandóság és az ambíciók növelésében. A grandiózus kutatásban magyar részről a Miskolci Egyetem kutatói vesznek részt, akiknek az ismétlődő adatfelvételeknek köszönhetően lehetőségük nyílt a vállalkozói hajlandóság időbeli alakulásának megfigyelésére is. Megállapították, hogy a vállalkozói kedv 2008-ban a végzést követő tervek tekintetében megemelkedett, de az öt év elteltével mérhető tervek tekintetében is növekedés történt. Ezt követően csökkenés következett be, 2013-ban jelentős mértékben, a 2006-os érték felére esett vissza azok aránya, akik már a végzést követően vállalkozást terveztek alapítani (S. Gubik–Farkas, 2016).

Az énhatékonyság és a vállalkozói szellem kapcsolódása is egyre jelentősebb kutatási terület a vállalkozók vizsgálata tekintetében. Az énhatékonyság az a felfogás, ahogyan az egyén bízik a képességeiben a célok elérése érdekében. A magasabb énhatékonyság nagyobb esélyt jelenthet a sikerre (Bandura, 1986). Korábbi kutatási eredmények azt igazolták, hogy a magasabb énhatékonysággal rendelkező válaszadók nagyobb valószínűséggel válnak vállalkozóvá (Krueger *et al.*, 2000), illetve nagyobb valószínűséggel alapítanak induló vállalkozást (Townsend *et al.*, 2010). A nemek tekintetében is megfigyelhető összefüggés, hiszen a nők énhatékonysági pontszámai alacsonyabbak, mint a férfiak hasonló pontszámai (Langowitz–S. Minniti, 2007), ugyanakkor a férfiak körében magasabb a vállalkozási hajlandóság is (Tessényi, 2022; Koltai–Geambasu, 2020).

## 2. Módszertan

A mérőeszközök kiválasztásában meghatározó szerepe volt a korábbi kutatásokban való gyakori alkalmazásuknak (Koltai–Szalka, 2013) és a fentebb hivatkozott publikációk hasonló módszertanának. A fellelt magyar kutatási eredmények és a fentebb részletezett nemzetközi kutatási eredmények, valamint a korábbi, egyetemisták körében végzett, a vállalkozói hajlandóságra és attitűdre vonatkozó hazai és nemzetközi publikációk másodelemzését követően online kérdőívet bocsátottunk a hallgatók rendelkezésére, melyben a válaszadók személyes értékeinek mérésére Schwartz értékelméletét alkalmaztuk. Azaz személyes értékmé-

rő eszközként az eredetileg 57 tételből álló SVS-t (*Schwartz's Human Value Scale* – Schwartz emberiérték-skálája) használtuk (*Schwartz, 1992*). Az SVS rövidebb, 21 tételes változata, az úgynevezett *Portrait Values Questionnaire* (PVQ) szintén használatos az Európai Társadalmi Felmérésben, mivel az eredeti skála kitöltése hosszú időt vesz igénybe (*ESS9, 2021*). A vizsgálatunk során használt skála az eredeti SVS rövidített változata, 10 személyes értékre fókuszál. A Schwartz-skála fordított abban az értelemben, hogy az 1-es érték jelöli, hogy a válaszadó nagyobb mértékben gondolja jellemzőnek az adott állítást, azaz az alacsonyabb átlagpontszámmal rendelkező itemek jobban jellemzik a válaszadót (*Lindeman–Verkasalo, 2005*).

A válaszadók énhatékonyságukat három (10, 10 és 19 itemből álló) alskálán jelölhették. A *Bandura (1986)* eredeti skálája szerinti itemeket a két mintavételi hely esetében eltérő hosszúságú Likert-skálán rögzítettük, ezért standardizált itemekkel végeztük az elemzést. A magasabb, standardizált értékek jellemzőbb előfordulást jelentenek az egyes személyes jellemzők tekintetében.

A harmadik, 19 itemes kérdéssor az attitűdökre vonatkozik, a fentebb hivatkozott GUESSS-kutatás kivonata. Adaptálva a saját hipotéziseinkhez és a magyar szociokulturális jellemzőkhöz, kitértünk azon kérdéskör vizsgálatára is, hogy milyen a hozzáállás a fenntarthatósági és a környezetvédelmi kérdésekhez, a családi vállalkozásokhoz, valamint az innovatív megoldásokhoz és az üzleti tisztesség kérdésköréhez. Értelmezésünkben – a fentebb hivatkozott GUESSS-kutatásban, valamint *Farkas és S. Gubik (2013)* munkájában is definiált – vállalkozói attitűd fogalmán a vállalkozóvá válást mint pozitív alternatívát, illetve a jövőre nézve szubjektív vélekedést határozhatjuk meg.

### 3. A vizsgálati eredmények bemutatása

1. hipotézis: nemek közötti különbség: a nőknek általában alacsonyabb a vállalkozói hajlandóságuk.

2. hipotézis: generációnként, néhány évnyi korkülönbség alapján is megállapítható különbség a vállalkozói kedvet illetően.

A nemek tekintetében szignifikáns eltérést figyelhetünk meg a férfiak és a nők között a vállalkozói hajlandóság tekintetében ( $\text{Khi}^2(4)=13,346$ ,  $p=0,010$ ). A kapcsolat mértéke szignifikáns, gyenge kapcsolat (Cramer's  $V=0,212$ ,  $p=0,010$ ). A férfiak összességében nagyobb arányban kívánnak rögtön a diploma után vállalkozóvá válni ( $n_{\text{fi}}=35$ ,  $n_{\text{nő}}=17$ ). A nők nagyobb arányban igénylik,



hogy a vállalkozóvá válás előtt tapasztalatot szerezzenek ( $n_{\text{fi}}=72$ ,  $n_{\text{nő}}=91$ ) (2. táblázat).

2. táblázat

**A nemek és a vállalkozói hajlandóság**  
*Gender and willingness to entrepreneurship*

Nem	Szívesen lennél-e vállalkozó?					Összesen
	már most az vagyok	igen, minél hamarabb a diploma megszerzése után	igen, de csak legalább öt év tapasztalatszerzés után	nem, esetleg csak a számlaképesség miatt, ha szükséges	nem, egyáltalán nem vonz ez a pálya	
Férfi	14	35	72	14	18	153
Nő	5	17	91	10	21	144
Összesen	19	52	163	24	39	297

Forrás: saját szerkesztés.

A vizsgált sokaság többsége a 20-as éveiben jár, azonban az életkori változónkat összevetettük a vállalkozói hajlandósággal, Kruskal–Wallis-teszt használatával arra keresve a választ, hogy az egyes vállalkozói hajlandóság-csoportokban van-e szignifikáns eltérés az életkor tekintetében. Kijelenthetjük, hogy szignifikáns kapcsolatban van az életkor a vállalkozói tervekkel ( $H(5) = 12,259$ ,  $p = 0,031$ ).

3. táblázat

**Vállalkozói hajlandóság-csoportok átlagos életkora**  
*Average age for each group of willingness to entrepreneurship*

Vállalkozói hajlandóság	Átlag	Elemzés (N)	Szórás
Nem, egyáltalán nem vonz ez a pálya.	25,33	39	3,76
Nem, esetleg csak a számlaképesség miatt, ha szükséges.	25,50	24	5,47
Igen, de csak legalább öt év tapasztalatszerzés után.	23,81	164	3,56
Igen, minél hamarabb a diploma megszerzése után.	24,08	53	5,00
Már most az vagyok.	26,63	19	7,72
Összesen	24,37	308	4,40

Forrás: saját szerkesztés.

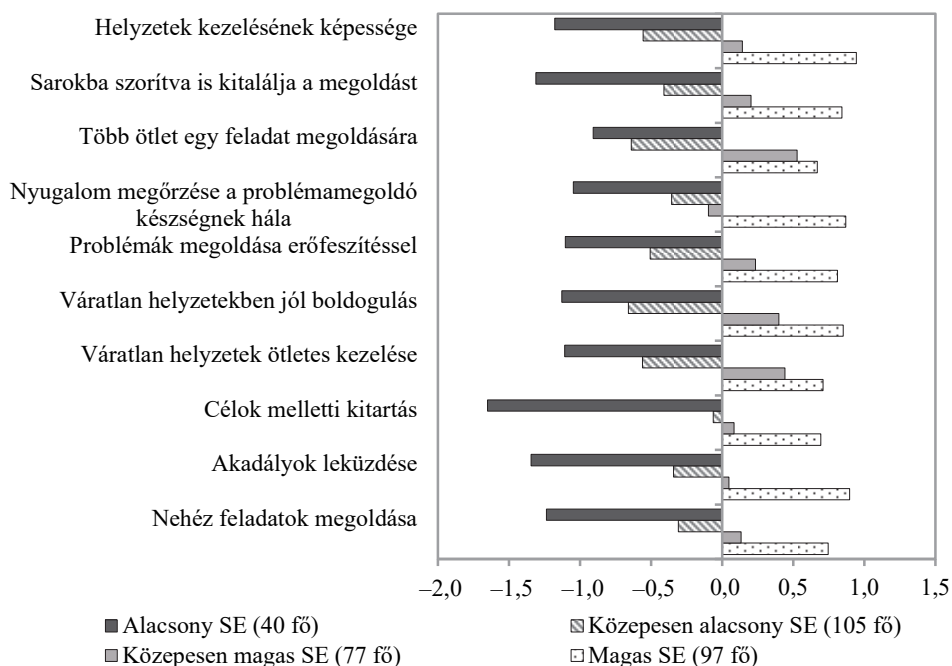
A részletes vizsgálathoz nem paraméteres *post-hoc* tesztet futtattunk. Már ennyire szűk életkori terjedelem mellett is látszik, hogy néhány életévnyi különb-

ség is számít a vállalkozói hajlandóság kialakulásában. A *post-hoc* tesztek alapján szignifikáns eltérés mutatkozik az „Igen, minél hamarabb a diploma megszerzése után” ( $M=24,1$  év) és a „Nem, egyáltalán nem vonz ez a pálya” ( $M=25,3$  év) csoportok között ( $p=0,005$ ), illetve a „Nem, egyáltalán nem vonz ez a pálya” ( $M=25,3$  év) kategória és az „Igen, de csak legalább öt év tapasztalatszerzés után” ( $M=23,8$  év) kategória között ( $p=0,010$ ). A többi vállalkozói hajlandóság-kategóriapár és az életkor tekintetében a *post-hoc* tesztek nem mutattak szignifikáns eltérést (3. táblázat).

3. hipotézis: klaszterekbe csoportosíthatóak az énhatékonyság (Bandura-skála) alapján az egyetemista válaszadók, és a klaszterek különböznek az egyes attitűdök mentén.

2. ábra

**A vizsgált minta klaszterekre bontva (énhatékonyság alapján)**  
*Clusters based on self efficacy*



Forrás: saját szerkesztés, a Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) alapján.

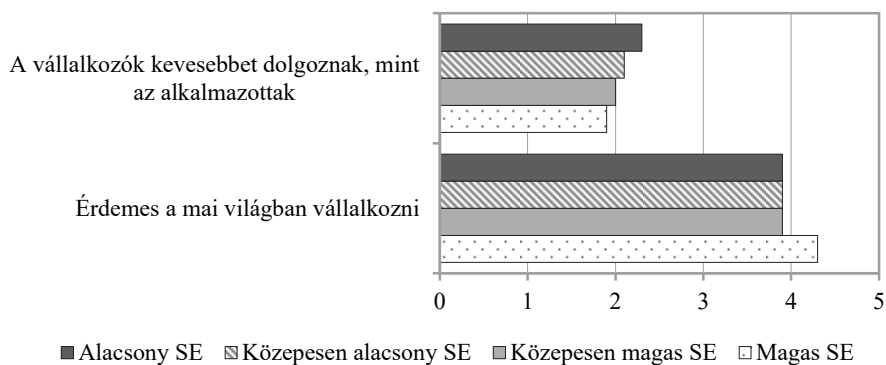
Azt követően, hogy (Ward-módszerrel) klasztereket képeztünk azért, hogy megvizsgáljuk, miként szegmentálhatók a mintában szereplő hallgatók, az így kialakított csoportokat külön is elemeztük. Négy énhatékonysági csoportot (SE:

*Self Efficacy* = énhatékonyság) hoztunk létre: alacsony, közepesen alacsony, közepesen magas és magas énhatékonysági jellemzőkkel rendelkező klasztereket. A klaszterbesorolások ordinálisnak tekinthetők, abban az értelemben, hogy a magasabb énhatékonysági besorolású klaszterek magasabb énhatékonysági jellemzőkkel rendelkeznek minden egyes énhatékonysági item mentén (2. ábra).

Két esetben találtunk szignifikáns eltérést a vállalkozói attitűdök tekintetében a klaszterek között a Kruskal–Wallis-teszt eredményei mentén, az „Érdemes a mai világban vállalkozni” ( $H(3)=9,960$ ,  $p=0,019$ ) és „A vállalkozók kevesebbet dolgoznak, mint az alkalmazottak” ( $H(3)=11,171$ ,  $p=0,011$ ) attitűdök esetében. Mivel az attitűdállítások esetében az 1-es érték jelentette a „Teljes mértékben igaz rám” kategóriát, az alacsonyabb átlagpontok magasabb szintű jellemzést jelentenek. Azaz igazolódni látszik, hogy az alacsony énhatékonysági klaszterek tagjai inkább gondolják, hogy a vállalkozók kevesebbet dolgoznak, mint a magasabb énhatékonysági klaszterek tagjai. Az is látszik ugyanakkor, hogy a magas énhatékonysági csoportok érdekesebbnek gondolják a vállalkozás indítását a mai világban (3. ábra).

3. ábra

**A vállalkozói attitűdök eltérő átlagai az énhatékonysági klaszterekben**  
*Entrepreneurial attitude in self-efficacy clusters*



Forrás: saját szerkesztés, SPSS alapján.

4. hipotézis: a vállalkozás indítását tervezők attitűdjei eltérőek a vállalkozásról formált vélekedés tekintetében, és értékeik is különböznek.

A jövőben vállalkozást tervezők (94 fő) és vállalkozást nem tervezők (228 fő) különbségeit az attitűdkérdések mentén Mann–Whitney-próbával vizsgáltuk. Szignifikáns eltérés mutatkozik az „Érdemes a mai világban vállalkozni” ( $U=7301$ ,  $p=0,000$ ), az „Érdemes a mai világban tisztességesen gazdálkodva vállalkozni” ( $U=8449$ ,  $p=0,003$ ) attitűdök esetében. Ez a két attitűd inkább azok-

ra jellemző, akik vállalkozást terveznek indítani (mivel az ő esetükben alacsonyabb az attitűd átlagpontszáma a vállalkozást nem tervezőkhöz képest). Szintén szignifikáns az összefüggés a „Csak olyan vállalkozásba érdemes fogni, ami valamilyen újdonsággal jelenik meg a piacon” (U=8130,5, p=0,001), valamint „A családi vállalkozásokban könnyen összekeveredik a család és a cég vagyona” (U=9294, p=0,049) itemek esetében, azonban az alkalmazotti létet tervezők körére jellemzőbb a családi vállalkozások vagyonegyesítésével kapcsolatos hozzáállás (mivel esetükben alacsonyabb az attitűd átlagpontszáma).

Érdemes megemlíteni azt is, hogy 10%-os határral további négy attitűditem is szignifikánsan eltér a vállalkozást tervező és nem tervező csoport között, mivel kettő jobban jellemzi az alkalmazotti létet tervezőket: „A családi vállalkozások fő célja a család számára a megélhetés biztosítása” (U=9365, p=0,062), és „A családi vállalkozások szinte sose nőnek nagyvállalkozássá” (U=9395,5, p=0,092). Két másik pedig jobban jellemzi a vállalkozást indítani szándékozókat: „A fogyasztók jobban bíznak a családi, mint a nem családi vállalkozásokban” (U=9373,5, p=0,065), valamint „A családi vállalkozások általában nem élnek túl a generációváltást” (U=9544, p=0,096).

4. táblázat

**A vállalkozni szándékozók és azt nem tervezők közötti eltérés  
a vállalkozással kapcsolatos vélekedéseikben**  
*Differences of opinion on entrepreneurship between those who intend to start  
their own business and those who do not plan it*

Vállalkozással kapcsolatos vélekedések	Alkalmazott		Vállalkozás/családi vállalat	
	átlag	szórás	átlag	szórás
Érdemes a mai világban vállalkozni.	2,18	0,82	1,69	0,73
Érdemes a mai világban tisztességesen gazdálkodva vállalkozni.	2,52	1,10	2,09	0,84
Csak olyan vállalkozásba érdemes fogni, ami valamilyen újdonsággal jelenik meg a piacon.	2,75	1,04	3,17	1,00
A családi vállalkozások fő célja a család számára a megélhetés biztosítása.	2,20	0,95	2,43	0,99
A fogyasztók jobban bíznak a családi, mint a nem családi vállalkozásokban.	3,03	0,98	2,78	1,02
A családi vállalkozások általában nem élnek túl a generációváltást.	3,36	0,78	3,20	0,86
A családi vállalkozásoknál könnyen összekeveredik a család és a cég vagyona.	2,45	1,00	2,68	1,01
A családi vállalkozások szinte sosem nőnek nagyvállalkozássá.	3,29	1,06	3,49	1,03

Forrás: saját szerkesztés, SPSS alapján.

Mint az a 4. táblázatból kiderül, a vállalkozás felé hajlók alternatívaként tekintenek a vállalkozásra, szerintük a fogyasztók jobban akceptálják a családi vállalkozási formát, azonban tartanak a generációváltás esetleges kockázataitól. Az alkalmazotti létet tervezők az innovatív elképzeléssel bíró vállalkozásokat tartják életképesnek, és szkeptikusan a családi vállalkozások fejlődési lehetőségeit illetően.

A Schwartz-skálán mért személyes értékek tekintetében a vállalkozást tervező és nem tervező csoport között Mann–Whitney-próba alapján szignifikáns eltérés mutatkozik a kreativitás (S1) ( $U=8592,5$ ,  $p=0,004$ ), és a kockázatvállalás (S7) ( $U=6907$ ,  $p=0,000$ ) esetében a vállalkozást tervező csoport javára. Érdeemes megemlíteni, hogy 10%-on további három jellemző Schwartz-ítem is szignifikáns eltérést mutat: a biztonságos, kiszámítható körülmények (S3) ( $U=9209,5$ ,  $p=0,054$ ) és a konformitás (S8) ( $U=9359$ ,  $p=0,000$ ) az alkalmazotti elhelyezkedést tervezőkre jobban jellemzőek, míg a mások jólétével való törődés, a körülötte lévő emberek segítése (S5) ( $U=9265,5$ ,  $p=0,071$ ) a vállalkozást/családi vállalatot tervezőkre jellemző nagyobb mértékben (lásd 5. táblázat).

5. táblázat

**A vállalkozni szándékozók és azt nem tervezők közötti eltérés a személyes értékekben**

*Differences of personal values between those who intend to start their own business and those who do not plan it*

Személyes értékek	Alkalmazott		Vállalkozás/családi vállalat	
	átlag	szórás	átlag	szórás
S1: Fontos számára, hogy új dolgokat találjon ki, hogy kreatív legyen. Szereti a dolgokat a saját egyéni módján intézni.	2,38	1,06	2,00	0,98
S3: Fontos számára, hogy biztonságos körülmények között éljen. Elkerül mindent, ami veszélyezteti biztonságát.	2,15	1,06	2,47	1,28
S5: Nagyon fontos számára, hogy segítsen a körülötte élő embereknek. Törődik mások jólétével.	2,32	1,03	2,12	1,01
S7: Keresi a kalandokat és szeret kockázatot vállalni. Izgalmas életet akar élni.	3,28	1,37	2,41	1,24
S8: Fontos számára, hogy mindig megfelelően viselkedjen. El akarja kerülni, hogy olyat tegyen, ami más ember szemében helytelen.	2,57	1,47	2,85	1,45

Forrás: saját szerkesztés, SPSS alapján.

## 4. Összegzés

Két csoportot különítettünk el az egyetemi éveket követő szándékokat illetően, a vállalkozóként és az alkalmazottként karrierjüket tervezők szegmensét. A két csoport esetében szignifikáns kapcsolatot találtunk az innovációs nyitottság (új dolgok kipróbálása) és a kaland-, kockázatkeresés, izgalom mutatói mentén (Schwartz-skála). A vizsgált értékek zöme (7) szignifikáns, sokkal érzékenyebbek, jobb a problémamegoldó képességük azoknak, akik felnőtt életüket vállalkozóként vagy családi vállalkozásban képzelik el. A férfiak vállalkozói hajlandósága már egyetemista korukban magasabb, mint a hölgyeké.

„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 objektív tényezők, mint például a szükséges források, lehetőségek elérése (pénz, idő stb.), amelyek az adott szándék megvalósításához szükségesek.” (S. Gubik et al., 2018, 78. o.) A regionális támogatottság és intézményi háttér bemutatása meghaladja cikkünk kereteit: *Hägen (2021)*, *Müller (2021)* és *Piskóti (2021)* legfrissebb publikációiban is jól nyomon követhető Kecskemét ez irányú tudatos vállalkozásfejlesztési tevékenysége, de hasonló törekvéseket detektálhatunk számos vidéki nagyváros tekintetében.

A fentiek alapján megállapíthatjuk, hogy a *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) két évente lefolytatott kutatássorozat mellett is érdemes regionálisan és gyakrabban is vizsgálni a fiatal felnőttek vállalkozói hajlandóságát, összevetve annak viselkedési közgazdaságtani vonatkozásaival, vagy éppen nemzeti sajátosságaival. Lehetséges további kutatási irányt jelölhetünk ki például a motivációs elemekre és a longitudinális tapasztalatokra vonatkozó kérdéskörre irányítva a figyelmet.

## Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretnék köszönetet mondani Farkas Gergelynek a szegedi egyetemisták körében végzett kutatása kérdőívének megosztásáért és felhasználásának engedélyéért.

## Irodalom

- Bandura, A (1986): *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice–Hall. <https://doi.org/10.5465/amr.1987.4306538>
- Csizmadia Z. – Grosz A. (2011): *Innováció és együttműködés. A kapcsolathálózatok innovációra gyakorolt hatása*. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Győr.
- Global Report (2022): *Global Entrepreneurship Monitor, 2021/2022*.  
<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report> Letöltés dátuma: 2022. március 18.
- ESS Round 9: European Social Survey (2021): *ESS-9 2018 Documentation Report. Edition 3.1. Bergen, European Social Survey Data Archive*, NSD – Norwegian Centre for Research Data for ESS ERIC <https://doi.org/10.21338/NSD-ESS9-2018>.
- Farkas G. – Málovics É. – Kincsesné Vajda B. (2017): Az innovatív vállalkozói karakter nyomában. In: Vilmányi M. – Kazár K. (szerk.): *Menedzsment innovációk az üzleti és a nonbusiness szférákban*. SZTE Gazdaságtudományi Kar.  
<http://eco.u-szeged.hu/download.php?docID=67929>
- Farkas G. – S. Gubik A. (2013): Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozói attitűdkutatásának módszertani sajátosságai. *Statistikai Szemle*. 91. évf. 10. sz.
- Hágen A. (2021): Kecskemét kincsei – A kecskeméti értékekre alapuló közösségfejlesztés új útjai. *Gradus*. 4.évf. 75–80.old. <https://doi.org/10.47833/2021.4.TGT.009>
- Koltai J. P. – Szalka É. (2013): A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon (Research of entrepreneurial intentions of the Hungarian female students). *Veze-téstudomány – Budapest Management Review*. 44. évf. 7–8. sz. pp. 71–79.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.07>
- Koltai L. – Geambasu R. (2020): Vállalkozónők a koronavírus idején néhány európai országban.  
[https://hetfa.hu/wp-content/uploads/2020/10/noi-vallalkozok\\_nemzetkozi\\_FINAL.pdf](https://hetfa.hu/wp-content/uploads/2020/10/noi-vallalkozok_nemzetkozi_FINAL.pdf)
- Kopátsy S. (1998): *A vállalkozások országa lettünk*. Blogbejegyzés/kézirat. Kopátsy Sándor Tudásközpont 2022. Pallas Athéné Domus Meriti Alapítvány.
- Korompai A. (2021): Kecskeméti vállalkozások a belső városgyűrűben. *Gradus*. Vol.8. No. 4. 12–21. old. <https://doi.org/10.47833/2021.4.TGT.002>
- Krueger, N. F. – Reilly, M. D. – Carsrud, A. L. (2000): Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*. Vol. 15. No. 5–6. pp. 411–432.
- Langowitz, N. – Minniti, M. (2007): The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 31. No. 3. pp. 341–364.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Lindeman, M. – Verkasalo, M. (2005): Measuring Values With the Short Schwartz's Value Survey. *Journal of Personality Assessment*. Vol. 85. No. 2. pp. 170–178.  
[https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8502\\_09](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8502_09)
- Málovics É.– Vajda B. – Farkas G. (2015): Az értékek szerepe az innovációt támogató vezetési kultúrában. In: *Gazdasági és társadalmi elemzések és fejlesztési lehetőségek: az ELI társadalmi, gazdasági megalapozása és multiplikátor hatása*. Pátria Nyomda Zrt., Szeged, pp. 213–228. ISBN 978–963–306–371–2
- Müller A. (2021): Művészet és marketing Kecskeméten – Kecskemét belső identitásának erősítése egy helyi IMAGE-vállalkozó példáján. *Gradus*. Vol. 8. No. 4. 103–118.old.  
<https://doi.org/10.47833/2021.4.TGT.012>

- Piskóti I. (2021): Az én városom – identitás – elégedettség – kötődés – márka és a belső városmarketing. *Gradus*. Vol. 8. No. 4. pp. 46–57. <https://doi.org/10.47833/2021.4.TGT.006>
- S. Gubik A. – Bartha Z. (2017): Az egyetemi hallgatók vállalkozói hajlandóságának intézményi meghatározói. In: Györkő D. – Kleschné Csapi V. – Bedő Zs. (szerk.): *ICUBERD*. Book of Papers, pp. 343–363. [http://real.mtak.hu/74897/1/SGA\\_BZ\\_ICUBERD2017\\_final\\_paper\\_u.pdf](http://real.mtak.hu/74897/1/SGA_BZ_ICUBERD2017_final_paper_u.pdf)  
Letöltés dátuma: 2022. március 8.
- S. Gubik A. – Farkas S. (2016): A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*. Vol. 47. No. 3. pp. 46–55. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.03.05>
- S. Gubik A. – Farkas S. – Kása R. (2018): A tervezett magatartás elméletének alkalmazása a vállalkozói hajlandóság alakulásának magyarázatára. *Közgazdasági Szemle*. Vol. 65. No. 1. pp. 74–101. ISSN 0023–4346 <https://doi.org/10.18414/KSZ.2018.1.74>
- Sieger, P. – Raemy, L. – Zellweger, T. – Fueglistaller, U. – Hatak, I. (2021): *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU–HSG/IMU–U. [https://www.guesssurvey.org/resources/PDF\\_InterReports/GUESSS\\_2021\\_Global\\_Report.pdf](https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2021_Global_Report.pdf)  
Letöltés dátuma: 2022. március 9.
- Schwartz, S. H. (1992): Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In: Zanna, M. (ed.): *Advances in experimental social psychology*. Vol. 25. pp. 1–65. New York: Academic Press. [http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Szerb L. – Imreh Sz. (2007): *Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes of Hungarian Students: An International Comparison*. 5th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking June 1–2, 2007, Budapest, Hungary.  
[https://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/6\\_Szerb.pdf](https://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/6_Szerb.pdf) Letöltés dátuma: 2022. március 8.
- Szerb L. – Lukovszki L. (2013): Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján – Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? (Entrepreneurial attitudes of the Hungarian students and the analysis of the factors influencing attitudes based on the data of GUESSS survey – Who want to undertake really?). *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*. Vol. 44. No. 7–8. pp. 30–40.  
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.07.03>
- Tessényi J. (2022): Vállalkozói hajlandóság kecskeméti egyetemisták körében. *Gradus*. Vol. 9. No. 1. <https://doi.org/10.47833/2022.1.ECO.005>
- Tóth Á. (2013): *A magyar lakosság vállalkozási hajlandósága és az újdonságok iránti nyitottsága – országos megkérdezés eredményei*. TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058 tanulmány <https://bit.ly/3EkXjU5> Letöltés dátuma: 2022. március 7.
- Townsend, D. M. – Busenitz, L. W. – Arthurs, J. D. (2010): To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new business. *Journal of Business Venturing*. Vol. 25. No. 2. pp. 192–202.