

IMREH-TÓTH Mónika – BAJMÓCY Zoltán – IMREH Szabolcs

## VÁLLALKOZÓ HALLGATÓK – VALÓBAN REÁLIS JÖVŐKÉP A VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁS?

A tanulmány az egyetemi hallgatók, mint a jövő potenciális tudásintenzív vállalkozóinak sajátosságát hivatott vizsgálni, empirikus úton. A kutatás feltáró jellegű, hiszen igen keveset tudni általában az egyetemi hallgatók, és különösen a Szegedi Tudományegyetem egyetemi hallgatóinak vállalat alapítási motivációról, aktivitásáról és az egyetem ezzel kapcsolatos szerepéről. A vizsgálatok két fő cél köré összpontosulnak: a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatóinak vállalat alapítási aktivitását feltárni, valamint a vállalat indításhoz szükséges ismereteket feltérképezni. A tanulmány első részében a szerzők a kérdőíves megkérdezés eredményeit ismertetik, mely keretében 840 főt kérdeztek meg a hallgatói vállalkozás alapítási aktivitás feltárása érdekében. Ezt követően húsz, már hallgató korában vállalkozást alapító személlyel történő mélyinterjúk eredményeit mutatják be, különös tekintettel arra, milyen specialitásokkal bírnak azon vállalkozók, akik már hallgatóként belevágtak egy vállalkozás elindításába.<sup>1</sup>

**Kulcsszavak:** vállalkozás indítása, vállalat alapítási motivációk, egyetemi hallgatók

Tanulmányunk alapvető célja az egyetemi hallgatók vállalat alapítási aktivitásának, illetve a vállalkozás indítást befolyásoló tényezőknek a vizsgálata. A kutatás empirikus jellegű, megkérdezésen alapuló vizsgálatok eredményeiből von le következtetéseket.

Vizsgálataink során két fő kutatási célt határoztunk meg:

1. kutatási cél: Feltárni a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatóinak vállalat alapítási aktivitását. Összevethető módon képet kívánunk nyerni arról, milyen az intézmény hallgatóinak vállalkozói aktivitása, illetőleg mennyiben és milyen időtávon tekintik karriercélnak a vállalkozói létet.
2. kutatási cél: A vállalat indításhoz szükséges ismeretek feltérképezése. Lényegében a vállalkozói döntés „megerősítő” elemeinek egy része kerül itt a vizsgálat középpontjába: az ismeretek és az oktatás szerepe.

A hallgatói sokaság vizsgálata kérdőíves megkérdezés révén zajlott. E megkérdezésekből arról nyerhettünk képet, hogy a jelenlegi hallgatók milyen mértékű

és típusú vállalkozói aktivitással jellemezhetőek, milyen ismereteket tartanak fontosnak az esetlegesen folytandó vállalkozói tevékenység szemszögéből, illetve miben látják az egyetem esetleges támogató szerepét a vállalkozóvá válási folyamatban.

A hallgatókból lett vállalkozók alapsokaságának elemzése mélyinterjúk segítségével zajlott. Az e körből nyerhető információk mintegy kontrollálják a másik blokk eredményeit, behelyezik azokat a tényleges vállalkozói lét realitásába. Itt már olyan válaszadókról van szó, akik hallgatóként sikeresen végigmentek a vállalat alapítás és a cég kezdeti működtetésének periódusán. E vállalkozók kapcsán szintén arra voltunk kíváncsiak, hogy mely ismereteket tartottak fontosnak a vállalkozói tevékenység szemszögéből, illetve hogyan látták az egyetem befolyásoló szerepét a vállalat alapítással kapcsolatban.

További alapvető elvárás volt a kutatási design kialakítása során, hogy eredményeink lehetőleg összevethetőek legyenek más hazai és nemzetközi kutatási eredményekkel. Két igen fontos nemzetközi felméréssel tekintettük alapvetőnek az összehasonlíthatóság lehetőségét:

- a Global Entrepreneurship Monitor-kutatásokkal (ehhez igazodnak korábban is bemutatott vállalkozási definícióink),
- a GUESSS-(Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) kutatással, amely szintén számos országra terjed ki. A kérdőív szerkesztése során e kutatás kategóriáit nagymértékben figyelembe vettük, kiemelt hangsúllyal a karrierelképzelésekre és a vállalatindítás előkészítésével kapcsolatos kérdésekre.

### A vállalkozóvá válás – a vállalkozásoktatás áttekintése

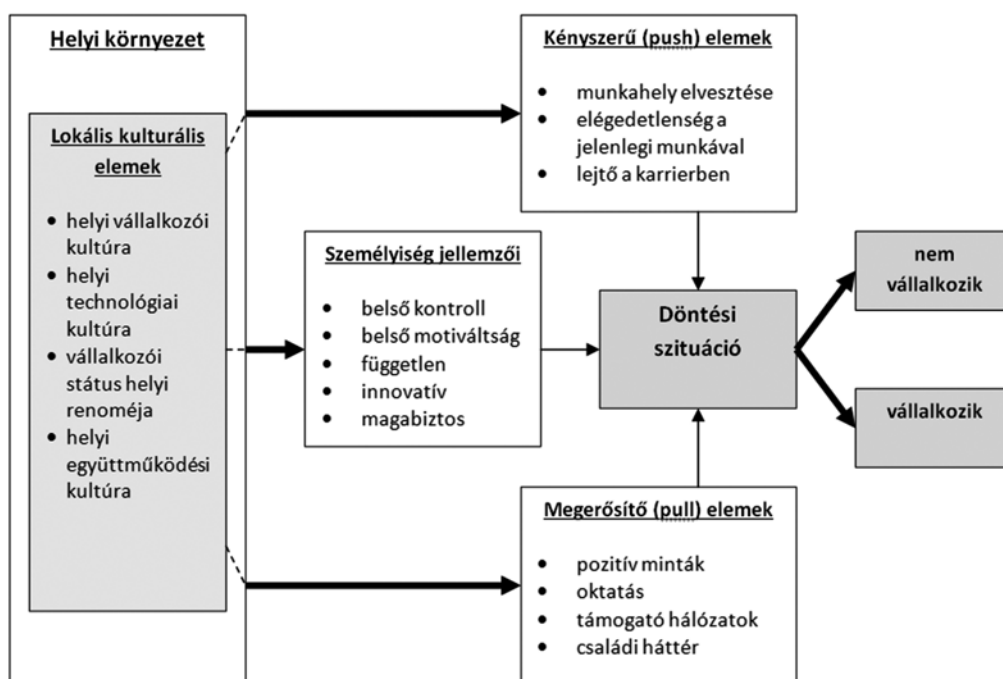
A kutatási koncepció kiindulópontja, hogy a vállalkozói aktivitást számos tényező befolyásolja. Ezek részint külső környezetbeli, részint személyes (pszichológiai és ismereteket, készségeket fedő) tényezők (1. ábra). Mindezt a kisvállalat-gazdaságtani és vállalkozástani (entrepreneurship) irodalom részletesen visszaigazolja.

tős részben külső környezetben gyökerező – tényezők, amelyek immár egy konkrét szituációban a vállalkozás-alapítással kapcsolatos döntés végiggondolását eredményezik. Ezek lehetnek úgynevezett „kényszerítő” és „megerősítő” elemek. Az innovatív vállalkozások létrejöttét főként ez utóbbiak segítik elő. E befolyásoló tényezők aztán a vállalat alapítás megindítását vagy a vállalkozás elvetését eredményezhetik.

Az utóbbi években a vállalkozóvá válás elősegítésének kérdése egyre inkább középpontba került. Az egyetemről kirajzó értelmiség a jövő vállalkozásainak záloga, olyan dinamikusan fejlődő és innovatív területeken, mint pl. az információs technológia vagy a biotechnológia. Valójában a sikeres egyetemek az USA-ban kihangsúlyozzák az oktatási intézmények, mint a high-tech start-up vállalatok katalizátorai fontos szerepét: rendkívül szemléletes példa, hogy ha a négyezer, az MIT diplomásai és tanári kara által alapított cég egy önálló nemzetet alakítana, akkor ezek a cégek a nemzetet a világ 24. legnagyobb gazdaságává tennék (Lüthje – Franke,

1. ábra

A vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők



Forrás: Mueller – Thomas (2000) és Shane et al. (2003) alapján Bajmócy (2004)

Mindez azt jelenti, hogy a lakosok (és így az egyetemi hallgatók) csupán egy része tekinthető potenciális vállalkozónak, azaz olyanak, aki bizonyos esetekben egyáltalán elgondolkodik a vállalkozói léten. A konkrét vállalkozói döntés azonban ezekből a jellemzőkből nem vezethető le. Itt játszanak szerepet azok a – jelen-

2002). Hasonlóan, a Stanford Egyetem a Szilícium Völgy több élen járó cégével kapcsolatban van (Pfeiffer, 1997). A különböző európai régiókban végzett gazdasági tanulmányok azt mutatják, hogy az egyetemek hatása a cégek létrehozására az USA-n kívül is megfigyelhető (Lüthje – Franke, 2002).

Számos irányból közelítik a vállalkozásoktatást, emellett több elnevezés is létezik rá vonatkozóan. A „vállalkozásoktatás” (entrepreneurship education) kifejezés általánosan használt az USA-ban és Kanadában, viszont kevésbé volt elterjedt Európában az 1980-as évek elején. Az Egyesült Királyságban és ír kontextusban az előnyben részesített kifejezés a „vállalati oktatás” (enterprise education) volt, de az 1990-es évek elejére a „vállalat” fogalma fokozatosan beleolvadt a „vállalkozástudomány” (entrepreneurship) fogalmába. Minden különbségtétel és különbségtételi próbálkozással együtt a vállalati, az üzleti és akár a vállalkozásoktatási tevé-

kenység végső célja egyaránt a független vállalkozás létrehozásának és sikerebbé tételének ösztönzése (Imreh-Tóth et al., 2011).

A legtöbb felmérés azt mutatja, hogy a vállalkozás-oktatás egyértelműen eredményesen ösztönzi a hallgatókat a saját vállalkozás elindítására. Egy graduális vállalkozási program áttekintése szerint az Egyesült Királyságban a program a résztvevők több mint felét ösztönözte arra, hogy vállalkozásukat hamarabb kezdjék el, mint azt tervezték (Brown, 1990). Végül Vesper és McMullan (1997) kimutatta, hogy azok, akik teljesítették a vállalkozói kurzusokat, a start-up folyamatában helyesebb döntések meghozatalára voltak képesek (Vesper – McMullan, 1997). Kutatásunk során kísérletet tettünk arra, hogy megvizsgáljuk, vajon befolyásolják-e, segítik-e az egyes egyetemi kurzusok a hallgatók vállalkozóvá válását.

### A SZTE hallgatói körében végzett kérdőíves megkérdezés eredményei

A továbbiakban az egyetemi hallgatók körében végzett kérdőíves megkérdezés eredményeit elemezzük. A kutatási koncepciónak megfelelően ezen elemzések mindkét kutatási kérdés megválaszolásához adalékokkal szolgálnak.

A karonkénti megoszlás mind az alapsokaságnál, mind a minta jellemzőinél ismertek voltak. A minta és az alapsokaság megoszlása igen jelentős eltéréseket mutat, azaz a mintavétel a kari megoszlás szemszögéből nem tekinthető reprezentatívnak.

E szempont szerinti reprezentativitás megteremtésére utólag sem törekedtünk. Egyrészt, a többi demográfiai jellemzőben nincs pontos információ az alap-

sokaság megoszlásáról, így egy kiragadott szempont szerinti reprezentativitás nem változtatna jelentősen a minta használhatóságán. Másrészt, egy ilyen lépés a feldolgozható kérdőívek számának jelentős csökkenésével járt volna, hiszen bizonyos karok esetén a válaszadási hajlandóság nagyon alacsony volt. Harmadrészt, kutatásunk nagyban feltáró jellegű, és eredményeinket az egyetemmel kapcsolatban, összességében kívánjuk prezentálni, azaz a kari megoszlás másodlagos szempont. Végül pedig a Természettudományi és Informatikai Kar jelentős felülreprezentáltsága kutatási témánk szempontjából kezelhető probléma. Sok esetben a hallgatói vállalkozói kutatások kifejezetten csak a természettudományi és műszaki képzések hallgatóira irányulnak.

A Szegedi Tudományegyetem *nappali tagozatos* hallgatói körében 2011 során végeztünk kérdőíves felmérést. Az önkitöltős, nyitott válaszokat nem tartalmazó kérdőívek lekérdezése elektronikusan történt. A kérdőíveket a teljes alapsokaság megkapta, a SZTE valamennyi nappali tagozatos hallgatója (egy ETR-es felületen keresztül). *840 kitöltött kérdőív* érkezett vissza, azaz az alapsokaság 4,2%-a került bele mintánkba. Ez elektronikus megkérdezés esetén szokványos aránynak tekinthető. Az adatok feldolgozását SPSS segítségével végeztük.

### A hallgatók karrierelképzelései

Jelen pont a hallgatók karrierelképzeléseit vizsgálja két időtávon.<sup>2</sup> Arra kérdeztünk rá, hogy jelenlegi tanulmányai befejezését követően hol kíván a hallgató elhelyezkedni öt éven belül, illetve öt évet követően (1. és 2. táblázat).

A feltett kérdés: *Jelenlegi tanulmányainak befejezését követően hol szeretne elhelyezkedni öt éven belül?*

1. táblázat

#### A hallgatók rövid távú karrierelképzelései

(öt éven belül)

Kar	Gyakoriság (db)	Megoszlás (%)
Kis- vagy közepes méretű vállalkozásnál	193	23,0
Nagyvállalatnál	181	21,5
Egyetemen, főiskolán vagy kutatóintézetben	186	22,1
Közszférában	156	18,6
Folytatni kívánom a családi vállalkozást	10	1,2
Át szeretnék venni egy már működő (nem családi) céget	2	0,2
Saját vállalkozást (egyéni vállalkozást) szeretnék alapítani	36	4,3
Folytatni szeretném a már jelenleg is létező vállalkozásomat	7	0,8
Valamilyen egyéb tevékenységet szeretnék folytatni	69	8,2
Összesen:	840	100,0

A válaszadók túlnyomó többsége alkalmazotként képzei el rövid távon jövőjét. Körülbelül egyenlő arányban jelölték meg a hallgatók a kis- és középvállalkozásokat (KKV-k), a nagyvállalatokat, az akadémiai szférát és a közszférát leendő foglalkoztatójukként. Mintegy 6,5% jelölt meg valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet: saját vállalkozás alapítását, a meglévő családi vállalkozás, vagy egyéb, már működő cég átvételét. 0,8% (7 fő) nyilatkozott úgy, hogy jelenleg is létező vállalkozását szeretné folytatni. Ez utóbbi azt bizonyítja, hogy a vállalkozói lét igen alacsony arányban bár, de a nappali tagozatos hallgatók között már a tanulmányok ideje alatt is jelen van.

A feltett kérdés: *Jelenlegi tanulmányainak befejezését követően hol szeretne elhelyezkedni öt éven túl?*

csit magasabb: 0,471 (0,001 szinten szignifikáns). Azaz a rövid távú karrierelképzelésből közepes erősségű következtetés vonható le a hosszú távú elképzelésekre. Ez egyben azt is jelenti, hogy a karrierutakban azért jelentős váltások is várhatók. A hallgatók jelentős része képzei el máshol a jövőjét rövid és hosszú távon.

Elemzésünk szempontjából most az a lényeges kérdés, hogy kikből válhat hosszabb távon potenciálisan vállalkozó. Azok, akik öt éven belül valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet jelöltek meg, meglehetősen stabilan kitartanak ezen életpálya mellett. A saját vállalkozás indítását tervezők mintegy 75%-a szeretne öt éven túl is vállalkozói tevékenységet végezni. A családi vállalkozást átvevők esetén ez 70%, a már most is céggel rendelkezők kapcsán pedig 100%.

2. táblázat

**A hallgatók hosszú távú karrierelképzelései**

(öt év elteltével)

Kar	Gyakoriság (db)	Megoszlás (%)
Kis- vagy közepes méretű vállalkozásnál	150	17,9
Nagyvállalatnál	219	26,1
Egyetemen, főiskolán vagy kutatóintézetben	138	16,4
Közszférában	114	13,6
Folytatni kívánom a családi vállalkozást	9	1,1
Át szeretnék venni egy már működő (nem családi) céget	10	1,2
Saját vállalkozást (egyéni vállalkozást) szeretnék alapítani	112	13,3
Folytatni szeretném a már jelenleg is létező vállalkozásomat	14	1,7
Valamilyen egyéb tevékenységet szeretnék folytatni	74	8,8
Összesen:	840	100,0

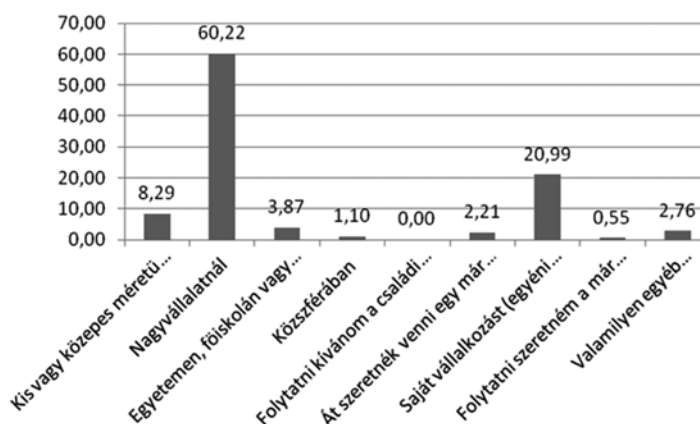
2. ábra

A 2. ábrán látható, hogy hosszabb távon (öt év elteltével) az elképzelések érezhetően módosulnak, és pontosan a vállalkozói tevékenység irányába. Itt már 17,3% jelölt meg valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet. Ezen belül dominánsan van jelen a saját vállalkozás indításának elképzelése.

A rövid és hosszú távú karrierelképzelések természetesen nem függetlenek egymástól. A két kérdésre adott válasz kapcsán mért szimmetrikus  $\lambda$ -mutató értéke 0,445 volt (0,001 szinten szignifikáns). Mindez azt jelenti, hogy ha ismerjük a hallgató egyik kérdésre adott választát, akkor 44,5%-kal csökkenthető a másik ismerv szerinti hovatartozás becslésekor elkövetett hiba.

Míthogy a két kérdés ez esetben egymásra épül, így ennél is fontosabb az öt éven túli karrierelképzelést függő változónak tekintő aszimmetrikus  $\lambda$ -mutató értéke. Ez az előbbihez képest még egy ki-

**A rövid távon nagyvállalatokat választók tervei hosszú távon**



A rövid távon alkalmazotti létet elképzelők esetén a kép már változatosabb. A legstabilabbnak a nagyvállalati életpálya tűnik. Ez esetben a válaszadók 60%-a

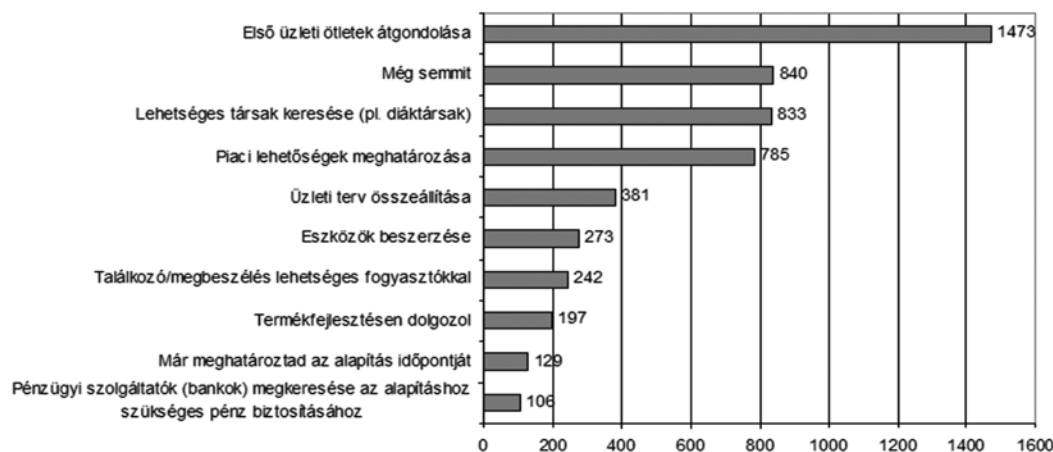
hosszabb távon is a nagyvállalati szférában képzei el a jövőjét. Viszont a nagyvállalati alkalmazotti lét legmarkánsabb alternatívája a saját vállalkozás (21%).

A kis- és középvállalati szféra esetén már nem ilyen egyértelmű a helyzet. A legjelentősebb alternatíva itt a nagyvállalati alkalmazotti lét. Mintegy 10% nyilatkozott úgy, hogy ez esetben a hosszú távú terve a vállalat-alapítás (3. ábra).

zекvens. Aki valamilyen formában már elgondolkodott a vállalkozói léten, azokat tekintjük potenciális vállalkozóknak. Aztán ezen belül adjuk meg a tényleges vállalkozói tevékenység csoportjait.

Azok esetén, akik szándékot jeleztek a vállalat-alapításra két dolgot vizsgálunk meg. Egyrészt, jelenleg végeznek-e vállalkozói tevékenységet, másrészt, hogy tettek-e valamilyen konkrét lépést a vállalat-alapítás

A rövid távon KKV-kat választók tervei hosszú távon



3. ábra

irányába. Ez alapján a „potenciális”, a „születendő”, az „új” vagy a „megállapodott” kategóriákba soroljuk őket. Azok, akik a vállalkozói tevékenység felhagyásáról nyilatkoztak, a megszűnő vállalkozások csoportjába kerülnek.

Az így kialakított csoportba tartozás és az előzőekben vizsgált karrierképzelések

Az akadémiai szférában elhelyezkedni kívánók valamivel több mint fele hosszú távon is ott képzei el a jövőjét. Ennek legerősebb (ám így is viszonylag gyenge) alternatívája a nagyvállalati alkalmazotti lét. Ez esetben kb. 10% a később önfoglalkoztatást választók aránya.

összevetése volt az utolsó kontroll a folyamatban. Azok, akik a „nem vállalkozók” csoportjába kerültek, nem jelöltek meg önfoglalkoztató karriercélt öt éven belül, és hosszabb távon is csak 2% alatti arányban (4. ábra).

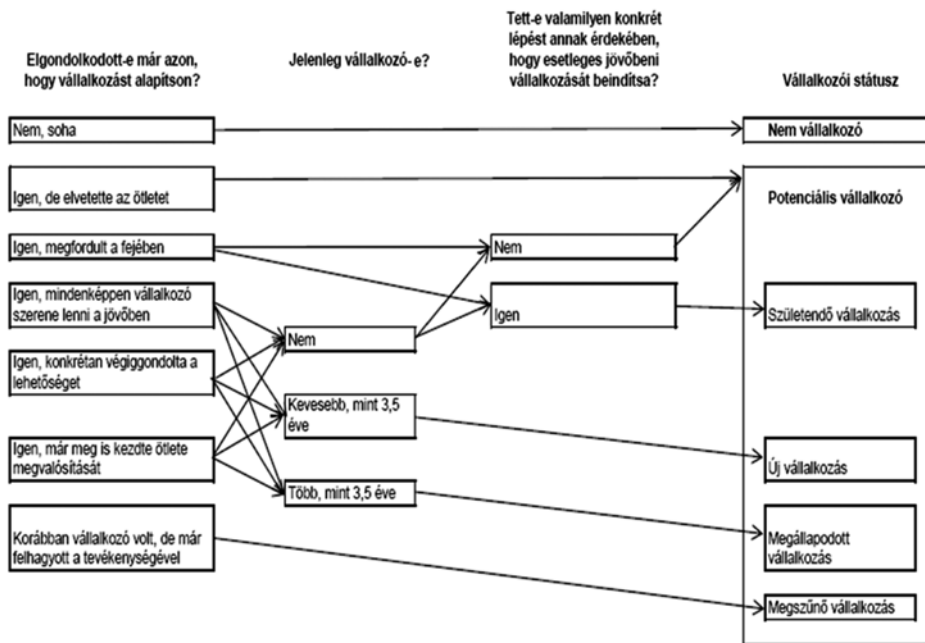
4. ábra

Hallgatók vállalkozói aktivitása

A vállalkozói aktivitás meghatározása több lépésben történt. A kérdőívben három kérdés vonatkozott e témakörre, amelyek egymást kölcsönösen kontrollálták. Erre utólag szükség is volt, hiszen a három kérdésre adott válaszok nem voltak konzisztensek.

Ha valaki soha nem gondolkodott el azon, hogy vállalkozást indítson, azt mindenképpen a „nem vállalkozók” csoportjába soroltuk, attól függetlenül, hogy a másik két kérdésre adott válasz esetleg nem volt konzisztens.

A vállalkozói státus meghatározásának folyamatábrája



VEZETÉSTUDOMÁNY

A vizsgált hallgatók mintegy kétharmada (65,4%-a) valamilyen formában már elgondolkodott a vállalkozói életformán, őket tekintjük „potenciális vállalkozóknak”. Ennek megfelelően a maradék 34,6%-ot soroltuk a „nem vállalkozók” kategóriájába.

A potenciális vállalkozók döntő többsége csak viszonylag felületes végiggondolásról nyilatkozott: „megfordult a fejemben”. A válaszadók 10%-a esetén a végiggondolás eredménye a vállalkozói tevékenység elvetése volt. Össességében 15,5% válasza engedett arra következtetni, hogy esetükben már alapos végiggondolás történt. A megszűnő vállalkozások aránya mindössze 0,2% (3. táblázat).

A feltett kérdés: *Elgondolkodott-e Ön már azon, hogy vállalkozást alapítson?*

Azok aránya, akik valamilyen konkrét lépést tettek már a vállalkozásindítás irányába, de jelenleg még nem folytatnak vállalkozói tevékenységet 10,6%, ezeket ez eseteket soroltuk a születendő vállalkozások csoportjába. 2,4% azok aránya, akik jelenleg is vállalkozók. Ezek nagyobb része (1,7%) új vállalkozás, míg kisebb része (0,7%) megállapodott vállalkozás. Elhanyagolható (0,2%) a megszűnő vállalkozások aránya.

Mindebből kiszámítható a GEM „Teljes vállalkozói mutatójával” összevethető korai fázisú vállalkozói aktivitás. Ez a születendő és az új vállalkozások együttes aránya: jelen mintában 12,3% (4. táblázat).

Az ismeretek fontosságának megítélését három különböző csoport esetén is vizsgáltuk. Egyrészt a teljes mintán (840 fő), másrészt azon „potenciális vállalko-

3. táblázat

### A „potenciális” és a „nem vállalkozók” elkülönítése

Kar	Gyakoriság (db)	Megoszlás (%)
Nem, soha	291	34,6
Igen, megfordult a fejemben	335	39,9
Igen, konkrétan végiggondoltam a lehetőséget	71	8,5
Igen, de elvettem az ötletet	82	9,8
Igen, mindenképpen vállalkozó szeretnék lenni a jövőben	37	4,4
Igen, már meg is kezdtem az ötletem megvalósítását	22	2,6
Korábban vállalkozó voltam, de tevékenységgel az elmúlt egy év során felhagytam	1	0,1
Korábban vállalkozó voltam, de tevékenységgel egy évnél régebben hagytam fel	1	0,1
Összesen:	840	100,0

4. táblázat

### A vállalkozói aktivitás szerinti csoportok megoszlása

Képzési forma	Gyakoriság (db)	Megoszlás (%)
Nem vállalkozó	291	34,6
Potenciális vállalkozó, de jelenleg nincs vállalkozói aktivitása	438	52,2
Születendő vállalkozás	89	10,6
Új vállalkozás	14	1,7
Megállapodott vállalkozás	6	0,7
Megszűnő vállalkozás	2	0,2
Összesen:	840	100,0

A potenciális vállalkozókon belül megvizsgáltuk, jelenleg rendelkezik-e vállalkozással, illetve tett-e konkrét lépéseket a vállalkozásalapítás irányába. Ez alapján kirajzolódott a vállalkozói státus szerinti csoportok.

Az elvárásoknak megfelelően a hallgatók legnagyobb csoportja olyan potenciális vállalkozó, amelynek jelenleg nincsen vállalkozói aktivitása (52,2%).

zók” esetén, akik nem utasítják teljesen el a vállalkozói létet (549 fő), és végül azok esetén, akikhez valamilyen vállalkozói státust rendeltünk, tehát a születendő, az új, a megalapozott és a megszűnő vállalkozások esetén (111 fő) (5. táblázat).

A feltett kérdés: *Az alábbi ismereteket mennyire tartja fontosnak egy vállalkozás indításához (1–4 skálán, ahol 1 egyáltalán nem fontos, 5 nagyon fontos)?*

A vállalkozói ismeretek fontosságának megítélése

	Teljes minta		Potenciális vállalkozók		Vállalkozók	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
Vállalkozói ismeretek	3,69	0,63	3,70	0,61	3,71	0,58
Marketingismeretek	3,56	0,68	3,56	0,66	3,46	0,75
Pénzügyi ismeretek	3,68	0,62	3,68	0,58	3,59	0,58
Üzleti terv készítésének ismerete	3,53	0,68	3,52	0,67	3,50	0,71
Innovációmenedzsment-ismeretek	3,37	0,76	3,38	0,74	3,38	0,80
Pályázatírás és projektmenedzsment-ismeretek	3,56	0,68	3,56	0,68	3,53	0,70
Hálózati ismeretek	3,34	0,76	3,36	0,74	3,41	0,79

A vállalkozói aktivitás a SZTE hallgatói és a teljes hazai lakosság körében

	SZTE 2011	GEM 2010	GEM 2009	GEM 2008	GEM 2007	GEM 2006
Születendő vállalkozás	10,6	4,6	5,4	3,8	3,8	3,2
Új vállalkozás	1,7	2,6	3,7	2,8	3,1	3,0
Korai fázisú vállalkozói aktivitás	12,3	7,1	9,1	6,6	6,9	6,0
Megalapozott vállalkozás	0,7	5,4	6,7	5,3	–	6,7
Megszűnő vállalkozás	0,2	2,9	3,2	–	–	–

Mindhárom esetben igen nagy fontosságot tulajdonítottak a válaszadók a megkérdezett ismereteknek. Az átlagok az 1–4 Likert-skálán 3,5 körül mozognak, 0,6–0,7 körüli szórással. A válaszok módusza, azaz a leggyakoribb válasz minden esetben 4 volt.

A relatíve kis eltérések mellett mindhárom mintán a vállalkozói ismeretek és a pénzügyi ismeretek kapták a legnagyobb fontosságot (3,6, illetve a fölötti értékkel). Minthogy az eltérések kicsik voltak, így a teljes sorrend elemzése irreleváns. Annyi azonban leszűrhető, hogy a teljes minta és a potenciális vállalkozók mintáján kapott eredmények szinte teljesen megegyeznek. Nagyon kis mértékben különböznek ezektől a vállalkozói státussal rendelkezők által adott értékítéletek. Ők a hálózati ismereteknek valamivel nagyobb, míg a marketingismereteknek valamivel kisebb jelentőséget tulajdonítottak a másik két mintához viszonyítva.

### Nemzetközi összevetés

A kutatási koncepció megalkotása során fontos szempontnak tekintettük eredményeink összevethetőségét. Két nemzetközi jelentőségű kutatási program szolgált közvetlen inputként kérdőívünk kialakításához:

- Az egyik a 1999 óta folyó Global Entrepreneurship Monitor (GEM) kutatás. Ennek legutóbbi, 2010-es nemzetközi jelentése 59 országra ter-

jed ki és 175.000 ember megkérdezésén alapul. A GEM kutatást az amerikai Babson College (Boston, MA) vezeti.

- A másik a *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey-(GUESSS)* kutatás, amelyet a svájci St. Gallen egyeteme fog össze. Legutóbbi, 2011-es nemzetközi jelentése 26 ország 489 egyetemének több mint 93.000 hallgatóját mérte fel.

A GEM-kutatás képezte a vállalkozói státus szerinti csoportosítás alapját. A korai fázisú vállalkozói aktivitás mutatója jelen kutatásunkban is a GEM által használttal analóg módon történt. A GUESSS-kutatást vettük alapul a hallgatói karrierképzelésekre, illetve a vállalkozásalapítás irányába tett lépésekre vonatkozó kérdéseink kialakításánál. Mindkét felmérés kiterjed Magyarországra is.

A teljes hazai lakosságra – reprezentatív GEM-felmérés alapján – a magyar lakosság vállalkozói aktivitása kismértékben fluktuáló képet mutat. A korai fázisú vállalkozói aktivitás (amely a születendő vállalkozások és az új vállalkozások együttes arányát mutatja) 7% körül alakul. A kutatás országcsoportonként végzi az összevetést. Az úgynevezett „hatékonyságvezérelt” országok körében ez a vállalkozói aktivitás közepesen alacsonynak mondható. Ugyanakkor az EU15-országokhoz képest már átlag feletti (6. táblázat).

### VEZETÉSTUDOMÁNY

A Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatói körében a korai fázisú vállalkozói aktivitás jelentősen meghaladja a teljes lakosságra vonatkozó hazai átlagot. Azaz az egyetemi hallgatók jóval inkább orientálódnak a vállalkozói lét felé, mint általában a magyar lakosság.

Miközben az új vállalkozások esetén az arány kissé mértékben alulmúlja a GEM adatát, addig a születendő vállalkozások esetén jelentősen meghaladja azt. Ez jelentheti egyrészt azt, hogy a hallgatók számos esetben konkrét lépést tesznek a vállalat alapítás irányába, de ez nem jut el addig, hogy ténylegesen létrehozzák cégüket. Vagy jelentheti azt, hogy a vállalat alapítás irányába tett lépések már a hallgatói évek alatt megtörténnek, és végül a konkrét vállalat alapításra a tanulmányok befejezését követően kerül sor. Ez teljesen magától értetődő volna a nappali tagozatos hallgatók esetén. A valóságban vélhetően minkét jelenléssel számolni kell.

Az azonban mindenképpen feltételezhető, hogy a nappali tagozatos hallgatói lét alapvetően a vállalkozás irányába tett első lépéseknek, és nem a vállalat működtetésének kedvez. Ezt igazolja vissza az is, hogy a megállapodott és megszűnő vállalkozások aránya jelentősen kisebb az egyetemi hallgatók, mint a teljes lakosság körében (5. ábra).

A GUESSS-kutatás adataival a hallgatók karrierelképzeléseit, illetve a vállalkozói léthez való viszonyulásukat tudjuk összevetni. Míg előbbi esetben a legfrissebb nemzetközi átlagértékekkel tudunk kapcsolatot teremteni, addig az utóbbi esetben a hazai átlaghoz van lehetőségünk viszonyítani. Ennek oka a GUESSS-kutatások adatközlési módja, illetve a 2006 és 2011 között bekövetkezett módszertanváltás.<sup>3</sup>

A GUESSS-kutatás is visszaigazolta, hogy rövid távon a hallgatók többsége a vállalati szférában szeretne alkalmazottként elhelyezked-

ni. A kis- és közepes méretű vállalkozást választók aránya szinte teljes mértékben megegyezik a két mintán. A nagyvállalatokat viszont kicsit kevesebben választanák a SZTE hallgatói közül, mint a nemzetközi átlag.

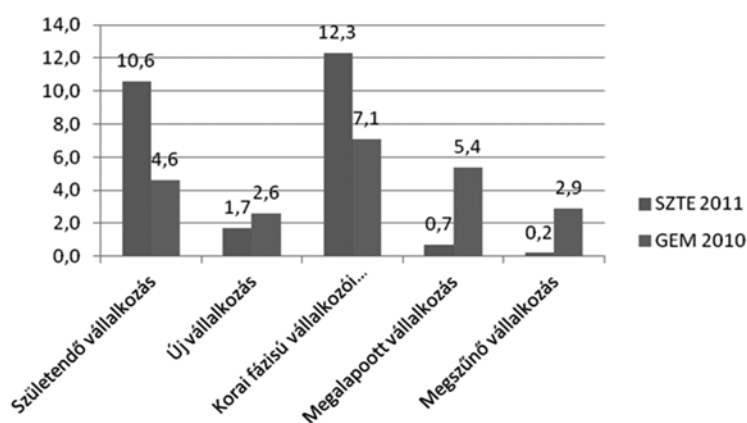
A SZTE hallgatói a nemzetközi átlaghoz viszonyítva jóval nagyobb arányban választanák rövid távon az akadémiai, illetve a közszférát. Jóval kisebb arányban gondolkodnak viszont „egyéb” elhelyezkedési módokban (pl. GYES, GYED, egyéb inaktív állapot, civil szféra, szabadúszó, vagy éppen a nem dolgozás eshetősége).

Az önfoglalkoztató tevékenységek kapcsán az arány meglehetősen hasonlós, bár a különbség azért egyértelmű. Míg a SZTE hallgatói közül rövid távon 6,5% jelölt meg valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet, addig a nemzetközi átlag e tekintetben 10,8% (6. ábra).

A hosszú távú karrierelképzelésekben igen jelentős a különbség a SZTE hallgatói és a nemzetközi átlag kö-

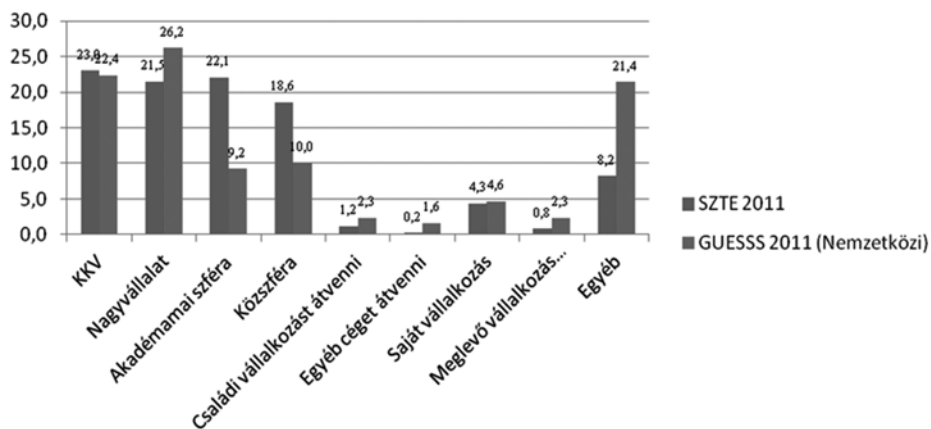
5. ábra

Vállalkozói aktivitás a SZTE hallgatói és a teljes hazai lakosság körében



6. ábra

A hallgatók rövid távú (öt éven belül) karrierelképzelései nemzetközi összevetésben





zött. Míg a SZTE esetén ezen időtávon is a vállalati alkalmazotti lét a legnagyobb súlyú, addig a nemzetközi mintán már a saját vállalkozás vagy az „egyéb” kategória is ugyanezt a nagyságrendet képviseli.

Továbbra is igaz, hogy a SZTE hallgatói jóval nagyobb arányban választanák a köz- és az akadémiai szférát, mint a nemzetközi átlag. Az önfoglalkoztatóvá válás azonban jóval kevésbé vonzó itthon, mint külföldön. A SZTE hallgatóinak 17,3%-a választana hosszabb távon valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet. Ugyanez az arány 34,6% a GUESSS mintáján. A SZTE nappali tagozatos hallgatói közül körülbelül feleannyian tartják vonzónak a vállalkozói életpályát, mint a külföldi társaik.

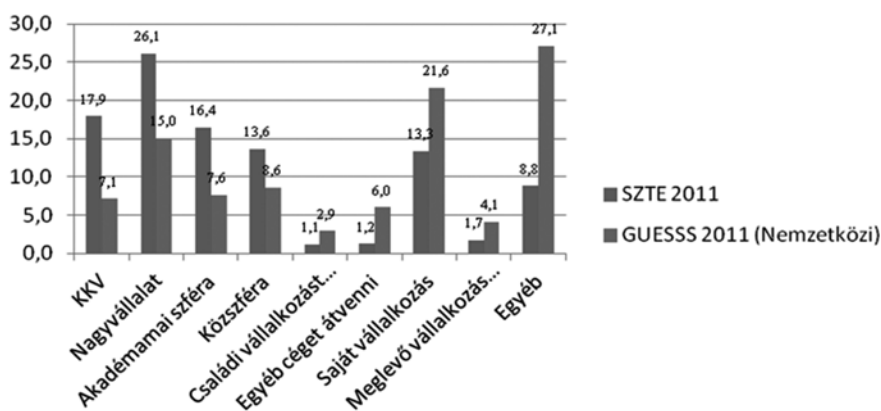
Az önfoglalkoztató tevékenység valamennyi típusában jóval alulmúlja a nemzetközi átlagot. A működő

cég átvétele egyáltalán nem vonzó perspektíva a hazai hallgatók számára. Arányaiban a saját vállalat alapítása áll legközelebb a nemzetközi értékhez: 13,3% a 21,6%-kal szemben (7. ábra).

A karrieraspirációk részletes hazai adatai csak 2006-ra állnak rendelkezésünkre. Ennek kapcsán elmondható, hogy a SZTE hallgatói a hazai átlaghoz képest is nagyobb arányban választanák a közszférát, és kisebb arányban az önfoglalkoztatást. Míg a SZTE hallgatói közül rövid távon 85,2% választaná az alkalmazott létet, addig ugyanez az arány a hazai átlagban 60,2% volt. Hosszú távon egészen jelentős az eltérés: 74% áll szemben 25,8%-kal. Ki kell ugyanakkor emelni, hogy a két felmérés között eltelt öt év jelentősen módosíthatja a preferenciákat. A gazdasági

7. ábra

A hallgatók hosszú távú (öt éven túli) karrierelképzelései nemzetközi összevetésben



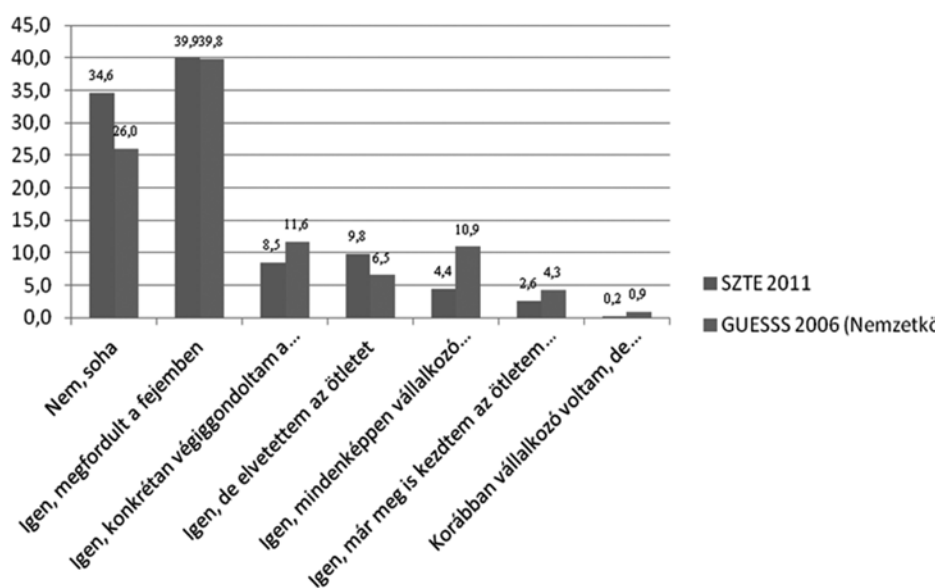
válság erősen felértékelheti a biztonság iránti igényt és leértékelheti a vállalkozói lét vonzóságát.

A vállalkozói léthez való kissé konkrétabb viszonyulást ragadta meg kutatásunk – és egyben a GUESSS-kutatás – azon kérdéscsoportja, amely azt vizsgálta, hogy „elgondolkodott-e már a hallgató azon, hogy vállalkozást alapítson”.

Ebben az esetben a SZTE-s adatokat a GUESSS-felmérés 2006-os adataival tudjuk közvetlenül összevetni, az időközben lezajlott módszertanváltás miatt (ez kérdőívünk összeállításának időpontjában még nem volt ismert). Közvetlenül csak egy 2011-egy adattal valósítható meg az összehasonlítás. Míg a SZTE hallgatói közül 34,6% nyilatkozott úgy, hogy soha nem gondolt vállalat alapításra, addig a nemzetközi érték ezzel kapcsolatban 16,3%. Azaz a hazai hallgatók összességében kevésbé orientáltak a vállalatindítás irányába, mint külföldi társaik (8. ábra).

8. ábra

A hallgatók viszonyulása a vállalkozói léthez hazai összevetésben



Miközben az üzleti ötlet felületes végiggondolása körülbelül hasonló arányban jellemzi a SZTE-s és a nemzetközi hallgatókat, addig az összes többi (immár konkrétabb) lépés esetén lemaradásunk van. Ezzel áll összhangban az is, hogy míg a nemzetközi mintán csak a hallgatók 6,5%-a nyilatkozott úgy, hogy végiggondolás után elvetette a vállalkozásindítás ötletét, addig a SZTE-s arány e tekintetben 9,8%.

Mind a karrierelképzelésekre, mind a vállalkozói léthez való viszonyulást firtató kérdések alapján az a kép rajzolódik ki, hogy a SZTE nappali tagozatos hallgatói kevésbé hajlanak a vállalat alapításra, illetőleg kevésbé tartják vonzóknak a vállalkozói életpályát, mint külföldi társaik. Nagyon óvatos összevetést tehetünk e tekintetben a hazai átlaghoz képest is. Itt is az a kép bontakozik ki, hogy a SZTE hallgatói jelenleg más hazai egyetemek hallgatóihoz képest is kissé kevésbé fogékonyak a vállalkozói létre.

### A hallgatói vállalkozókkal készített mélyinterjúk elemzése

A mélyinterjú vizsgálat során arra voltunk kíváncsiak, hogy vajon milyen specialitásokkal bírnak azon vállalkozók, akik már hallgatóként belevágtak egy vállalkozás elindításába. E cél elérése érdekében a kutatásunk során húsz olyan vállalkozót kérdeztünk meg, aki már hallgató korában elindította vállalkozását, függetlenül attól, hogy jelenleg is abban a vállalkozásban tevékenykedik, vagy már egy újabb vállalkozásba kezdett, illetve megszüntette vállalkozói tevékenységét. Az interjúk tanulmányozása során tartalomelemzés segítségével ismétlődő motívumokat keresünk a megkérdezettek válaszaiban annak érdekében, hogy megvizsgáljuk, milyen közös pontok fedezhetőek fel, illetve milyen következtetéseket lehet levonni belőlük.

Az első modulban az interjúalany azonosítására került sor, a második részben általános kérdéseket boncolgattunk (pl. a vállalkozóvá válás története, tanulmányok és vállalkozás kapcsolata stb.), végül olyan speciális kérdésekkel zártuk az interjút, mint például az alapításkor tapasztalt nehézségek, vagy a vállalkozással szemben támasztott elvárások felidézése. A továbbiakban e három fő terület mentén mutatjuk be a megkérdezés legfőbb eredményeit. Az egyes kérdéskörökre adott válaszok lényegi elemeit interjúalanyonként ismertetjük.

### Az interjúalanyok azonosítása

Elsőként az interjúalanyok azonosítására került sor, ezen belül a vállalkozó nevére, titulására, valamint a vállalkozás nevére és fő profiljára voltunk kíváncsiak. Természetesen az elemzés során is biztosítjuk a megkérde-

zettek anonimitását, így név nélkül, számozással jelöljük az egyes alanyokat. A 7. táblázat azt tartalmazza, hogy a megkérdezettek mely szakterületen tevékenykednek.

7. táblázat

#### Az interjúalanyok beazonosítása

Interjúalany	Szakterület
1.	on-line marketing
2.	tanácsadás
3.	pályázatírás
4.	on-line marketing
5.	keresőmarketing
6.	MNS egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység
7.	humánkutató és fejlesztés, gyógyszerkutató és -fejlesztés
8.	festékkazetta-javítás, festékszalagok cseréje
9.	bolti vegyes kiskereskedelem
10.	orvosi szoftverek gyártása
11.	weboldalak készítése, tárhelyszolgáltatás, informatikai szolgáltatások
12.	saját készítésű ékszerek, főként gyöngy ékszerek
13.	on-line internetes aukción keresztül régiségek értékesítése
14.	marketing és reklám
15.	textilkereskedelem
16.	szakfordítás
17.	esküvői weboldal
18.	horgászboltos
19.	vendéglátós
20.	pályázatírás

A 7. táblázatból jól látszik, hogy az interjúk során sikerült különböző területeken tevékenykedő vállalkozókat elérni, így meg tudjuk vizsgálni, hogy vajon hasonló tapasztalatokkal rendelkeznek-e a vállalkozásalapítás és -működtetés szempontjából. A továbbiakban részletesen ismertetjük az általános és speciális kérdésekre adott válaszokat.

A vállalkozóvá válás motivációja eltér az egyes esetekben, de egy mozzanat szinte minden interjúalanynál megtalálható: a számlaképesség biztosítása. A különböző képzéseken megszerzett tudással kapcsolatosan alapjaiban véve elmondható, hogy függetlenül attól, hogy mely szakon végzett a megkérdezett, a tanulmányok nem igazán járultak hozzá sem a vállalkozóvá váláshoz, sem a vállalkozás működtetéséhez. Ez alól kivételt jelent néhány üzleti kurzus (pl. menedzsment, e-business), amelyeket kifejezetten hasznosnak ítélték

meg. Mindez arra enged következtetni, hogy a vállalkozás alapításához szükséges elméleti és gyakorlati oktatás iránt igény mutatkozik, hiszen jelenleg szerény az üzleti kurzusok kínálata. Ebből következően az egyetem megfelelő képzések segítségével hozzájárulhatnak a sikeres vállalkozásalapításhoz.

Ami a megkérdezettek vállalkozásalapítás idején meglévő készségeit, képességeit illeti, elmondható, hogy a megkérdezettek magával a tevékenységgel kapcsolatos tudással rendelkeztek, azonban a vállalkozás alapításával, működtetésével kapcsolatos ismereteknek nem voltak birtokában. Problémás esetekben a könyvelőhöz, ügyvédhez fordultak segítségért. Ilyen értelemben egyértelműen jogosultsága van az egyetem által biztosított különböző vállalkozói és üzleti kurzusoknak (sőt, az esetek egy részében a szó szoros értelmében hiánypótlóak lennének).

A sikerességgel kapcsolatban összességében megállapítható, hogy a hallgatók által alapított vállalkozások jelentős hányada „sikeresnek érzi magát”. A siker okaival kapcsolatos magyarázatoknál a várakozásoknak megfelelően alakultak az ismétlődő motívumok, egyrészt a konkrét ötlet minőségét és életképességét emelték ki kulcs sikerfaktorként, másrészt a kemény munkát, illetve a színvonalas szakmai tevékenységet.

Feltétlenül örömdetes, és ezért érdemes kiemelni, hogy a megkérdezettek túlnyomó része kellemes tapasztalatokkal rendelkezik a vállalkozói létformával kapcsolatban, és újra belefogna a vállalkozásba, akár hallgatóként is. A társadalmi felelősségvállalással kapcsolatosan elmondható, hogy a megkérdezettek jelentős hányada nem igazán tudta értelmezni a kérdést.

## Javaslatok

Az interjúkból leszűrhető információk feldolgozását követően az alábbi javaslatokat fogalmaztuk meg:

- 1) *A hallgatói vállalkozói tevékenység ösztönzésének alapvetően nem azt kell jelentenie, hogy az egyetemi tanulmányok alatt vállalkozói tevékenységre buzdítjuk a hallgatókat.* A hallgatók túlnyomó többsége vélhetően csak a végzést követően kezdene ténylegesen vállalkozói tevékenységbe. A nappali tagozatos tanulmányok közben egyéb szempontokból sem feltétlenül lenne szerencsés, ha a hallgatókat vállalkozásra ösztönöznénk.
- 2) *A hallgatói vállalkozói tevékenység legfőbb célja az lehet, hogy a diplomaszerezés idejére az erre fogékony hallgatók egy része képes legyen elkezdni vállalkozói tevékenységét.* Azaz a munkaerőpiacra vállalkozóként való belépés elősegítése lehet az elsődleges fókusz.

3) *A hallgatók számára modulok formájában kell vállalkozói ismereteket oktatni.* A hallgatók ismeretblokkokra (tehát komplex ismeretanyagra) kíváncsiak, és nem az egyes kurzusok iránt érdeklődnek szelektív módon.

4) *A hallgatók megítélése szerint az egyetem jelenleg csak „passzívan” segíti elő a vállalkozói tevékenységet (az itt megszerezhető kapcsolatrendszer, a jelenlevő inspiráló közeg vagy a normál oktatási funkció segítségével).* *Tág tere lehetne annak, hogy az egyetem aktív eszközökkel is elősegítse a hallgatók vállalkozói tevékenységét, ám ennek érdekében az egyetemnek komoly fejlesztéseket kell tennie a jelenlegi állapothoz képest.*

5) *Az aktív szerepvállalás egyik fontos eleme az egyetem által nyújtható bizonyos vállalkozásösztönző „szolgáltatások” felkínálása lehet.* Ennek a hallgatók nagy jelentőséget tulajdonítanak. Különösen fontosak lehetnek a *mentorálási programok*, hiszen a hallgatók a legnagyobb fontosságot egy olyan személy jelenlétének tulajdonították, akihez a vállalkozást érintő mindennapi kérdések kapcsán lehet fordulni.

6) *Az interjúk során nem lehetett nem észrevenni, hogy a hallgatók egy része kiegészítő jelleggel végezte vállalkozási tevékenységét, gyakran a tanulmányaitól teljesen eltérő területen.* Az ilyen jellegű „átmeneti vállalkozások” egy része a végzés után megszűnik. *Vélelmezhetően az ilyen vállalkozások egyetemi támogatásának nincs különösebb értelme hosszabb távon.*

7) *Alapvető kérdés a vállalkozásra fordított energia, mivel alapjaiban véve a nappalis hallgatóknak fő szabályként a tanulmányaikra illene koncentrálniuk.* Ilyen értelemben érdekes kérdés a hallgatók vállalkozóvá válását ösztönző problematika. (Másik oldalról közismert, hogy a hallgatók meghatározó hányada dolgozik valahol.) *Ezzel együtt inkább a „végzés közeli” és végzett hallgatók lehetnek a beavatkozások felelősséggel felvállalható célcsoportjai.*

8) *Az összesen 20 interjú alapján markáns következtetést kockázatos lenne levonni, de összességében a képzettséghez illeszkedő, tudásintenzív vállalkozók valamivel sikeresebbnek érezték magukat, illetve jobb fennmaradási arányt is produkáltak.* *Következésképp az egyetem vállalkozásfejlesztési szerepvállalásán belül érdemes az ilyen jellegű kezdeményezésekre fókuszálni.*

9) *A kérdőíves kutatás és az interjúk tapasztalatai alapján összességében az alábbi zárójavaslat fogalmazható meg az egyetem vállalkozásfejlesztési*

szerepvállalására vonatkozóan. *Feltétlenül mérlegelendő egy kétszintű beavatkozási szisztéma kidolgozása.* Az egyetemi tanulmányok során inkább a vállalkozás előkészítésére, identifikációjára hatással bíró szolgáltatások nyújtása javasolt (képzések, tárgyi és vállalkozási tudás átadása, ötlet generálása, finomítása, továbbá általánosságban a vállalkozói létformára történő felkészítés). A végzett hallgatók számára viszont reális alternatíva lehet a tényleges direkt segítségnyújtás biztosítása a végzéstől számított valamilyen időintervallumon belül (pl. az alma mater mozgalom keretei között). Ennek az intézményesített kerete egy komplex vállalkozásfejlesztési központ lehetne, amelyen belül még egy tudásintenzív vállalkozásokra szakosodott inkubátorház is működtethető lenne. A végzetteknek nyújtott hasznos szolgáltatásokon felül egy ilyen megoldásnak komoly PR-értéke volna hosszabb távon, mivel ez a fajta „utógondozás” is egyik versenyelőnye lehetne az egyetemnek

## Összegzés és következtetések

Tanulmányunkban a SZTE nappali tagozatos hallgatóinak vállalkozói aktivitását mértük fel. A kutatás jelentősége abban áll, hogy a jövő tudásintenzív vállalkozói a jelenlegi egyetemi hallgatók köréből fognak kikerülni. Egyrészt képet kívántunk nyerni a hallgatók vállalkozói léthez való viszonyulásáról, másrészt az egyetem vállalkozásindításban betöltött és potenciálisan betölthető szerepének megítéléséről.

Kutatásunkat 2011-ben folytattuk a SZTE nappali tagozatos hallgatóinak kérdőíves megkérdezésével, illetve a vállalkozó hallgatók körében folytatott mélyinterjúkkal. A kérdőívet valamennyi nappali tagozatos hallgató számára eljuttattuk elektronikus úton. 840 kitöltött kérdőív adatait dolgoztuk fel. A mélyinterjúk során húsz olyan vállalkozót kérdeztünk meg, aki már hallgató korában vállalkozást alapított. Az eredményekből kiderül, hogy a SZTE hallgatóinak túlnyomó többsége rövid távon alkalmazottként képzelel el jövőjét. Csupán 6,5% jelölt meg rövid távú karriercélként valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet. Ez kismértékben alacsonyabb, mint a 10,8%-os nemzetközi átlag.

A SZTE hallgatói a nemzetközi átlaghoz viszonyítva jóval nagyobb arányban választanák rövid távon az akadémiai, illetve a közszférát. Jóval kisebb arányban gondolkodnak viszont „egyéb” elhelyezkedési módokban (pl. gyes, gyed, egyéb inaktív állapot, civil szféra, szabadúszó, vagy éppen a nem dolgozás eshetősége).

*Hosszabb távon* (öt év elteltével) az elképzelések érezhetően módosulnak a vállalkozói tevékenység irá-

nyába. Itt már 17,3% jelölt meg valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet. Ez azonban lényegesen elmarad a 34,6%-os nemzetközi átlagtól.

Azok, akik öt éven belül valamilyen önfoglalkoztató tevékenységet jelöltek meg, meglehetősen stabilan kitartanak ezen életpálya mellett. *A saját vállalkozás indítását tervezők mintegy 75%-a szeretne öt éven túl is vállalkozói tevékenységet végezni.* Másik oldalról a hosszabb távon vállalkozni vágyók túlnyomó többsége rövid távon vállalati alkalmazottként képzelel el jövőjét. Ez összhangban áll a tényleges vállalat alapítás azon aspektusával, miszerint leggyakrabban korábbi vállalati alkalmazottak indítanak új céget.

A vizsgált hallgatók mintegy kétharmada (65,4%-a) valamilyen formában már elgondolkodott a vállalkozói életformán. A válaszadók 10%-ánál a végiggondolás eredménye a vállalkozói tevékenység elvetése volt. Míg a SZTE hallgatói közül 34,6% nyilatkozott úgy, hogy soha nem gondolt vállalat alapításra, addig a nemzetközi érték ezzel kapcsolatban 16,3%. *Azaz a hazai hallgatók összességében kevésbé orientáltak a vállalat indítás irányába, mint külföldi társaik.*

*A hallgatók legnagyobb csoportja olyan „potenciális vállalkozó”, akinek jelenleg nincsen vállalkozói aktivitása (52,2%).* Azok aránya, akik valamilyen konkrét lépést tettek már a vállalkozásindítás irányába, de jelenleg még nem folytatnak vállalkozói tevékenységet, 10,6%, ezeket ez eseteket soroltuk a *születendő vállalkozások* csoportjába. 2,4% azok aránya, akik jelenleg is vállalkozók. Ezek nagyobb része (1,7%) új vállalkozás, míg kisebb része (0,7%) *megalapozott vállalkozás*. Elhanyagolható (0,2%) a *megszűnő vállalkozások* aránya. Ezek alapján *a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatói körében a korai fázisú vállalkozói aktivitás (12,3%) jelentősen meghaladja a teljes magyar lakosságra vonatkozó hazai átlagot (7,1%).* Ez nagyban visszaigazolja a hallgatók vállalkozói tevékenységének jelentőségét.

*Miközben a vállalat alapítás irányába tett lépések már a hallgatói évek alatt megtörténnek, a konkrét vállalat alapításra jellemzően a tanulmányok befejezését követően kerül sor.* Emellett feltételezhető, hogy bár a hallgatók számos esetben konkrét lépést tesznek a vállalat alapítás irányába, ez sokszor nem jut el addig, hogy ténylegesen létrehozzák cégüket.

*A hallgatók összességében igen nagy fontosságot tulajdonítottak a vállalat alapításra és működtetésre vonatkozó, különböző egyetemi kurzusok során megszereshető ismereteknek.* E tekintetben a válaszadók két nagy csoportra bomlanak. Mintegy negyedük (26,5%) valamennyi megkérdezett ismeretet viszonylag lényegtelennek tart, míg háromnegyedük (73,5%) valamennyi

vizsgált ismeretnek átlag feletti fontosságot tulajdonított. A hallgatók ismeretblokkokra kíváncsiak, nem szelektálnak a vállalatiindításhoz potenciálisan szükséges ismeretek között.

Az egyetem által nyújtható, vállalkozás segítő szolgáltatásokat a hallgatók összességében fontosnak ítélték. A legnagyobb jelentőséget a vállalkozói ismeretek elméleti és gyakorlati oktatásának, valamint egy olyan személy jelenlétének tulajdonították, akihez a vállalkozást érintő mindennapi kérdések kapcsán fordulhatnak.

## Lábjegyzet

<sup>1</sup> A kutatás a TÁMOP-4.2.1-08/1-2008-0002 azonosítószámú „Tudáshasznosulást, tudástranszfert szolgáló eszköz- és feltételrendszer kialakítása, fejlesztése a Szegedi Tudományegyetemen és a Dél-alföldi régióban” című pályázat keretein belül valósult meg.

<sup>2</sup> A kérdőív összeállításánál támaszkodtunk a GUESSS-kutatásban szereplő kérdésekre, pontosan a későbbiekben bemutatott összehasonlíthatóság érdekében.

<sup>3</sup> Azaz, ebben az esetben a GUESSS-kutatás hazai eredményeit vetjük össze a „saját” SZTE-s felmérés eredményeivel.

## Felhasznált irodalom

Bajmócy Z. (2004): Helyi társadalmi környezet a kisvállalkozások inkubációjában. in: Czagány L. – Garai L. (szerk.): A szociális identitás, az információ

és a piac. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. Szeged: JATEPress: 229–242. o.

Brown, R. (1990): Encouraging enterprise: Britain's graduate enterprise program. *Journal of Small Business Management*, 10: 71–77. o.

Imreh-Tóth M. – Imreh Sz. – Prónay Sz. – Vilmányi M. – Lukovics M. – Kovács P. (2011): Vállalkozásoktatás a felsőoktatásban: lehetőségek és remények. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. Szeged: JATEPress (megjelenés alatt)

Lüthje, C. – Franke, N. (2002): Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. *European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management*, 2002. május 9–11., Stockholm

Mueller, S.L. – Thomas, A.S. (2000): Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 1: 51–75. o.

Pfeiffer, E. (1997): What MIT learned from Stanford. *Forbes*, 25: 59. o.

Shane, S. – Locke, E.A. – Collins, C.J. (2003): Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 2: 257–279. o.

Vesper, K. – McMullan, E.W. (1997): New venture scholarship versus practice: When entrepreneurship academics try the real things as applied research. *Technovation*, 7: 349–358. o.