



MULTIDISZCIPLINÁRIS KIHÍVÁSOK, SOKSZÍNŰ VÁLASZOK

18  57

BGE



2020



1. szám

Online folyóirat

Szerkesztette: VÁGÁNY Judit Bernadett, PhD - FENYVESI Éva, PhD

Borító: FLOW PR

Kiadja: Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék

Felelős kiadó: FENYVESI Éva, PhD
a Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék vezetője

ISSN 2630-886X

2020.

VÁLLALKOZÓI KOMPETENCIÁK KOMPARATÍV
VIZSGÁLATA ALBÁN ÉS MAGYAR KÖZGAZDÁSZ
HALLGATÓK KÖZÖTT

COMPARATIVE ANALYSE OF ENTREPRENEURIAL
COMPETENCES BETWEEN ALBANIAN AND
HUNGARIAN STUDENTS

KÁRPÁTI-DARÓCZI Judit - KARLOVITZ János Tibor

Kulcsszavak: *kompetencia, vállalkozói kompetencia, egyetemi hallgató, munkaerőpiac*

Keywords: *competence, entrepreneurial competences, university students, labor market*

JEL kód: O57

<https://doi.org/10.33565/MKSV.2020.01.04>

ÖSSZEFOGLALÓ

Kutatásunk fókuszában a vállalkozói kompetenciák vizsgálata áll – nemzetközi kontextusban. Akár vállalkozóként, akár munkavállalóként szeretne valaki eredményesen részt venni a munkaerőpiacon, a vállalkozói kompetenciák mindenki számára fontosak, azonban hipotézisünk szerint vannak különbségek az Európai Unión belül és kívül.

Jelen tanulmányban azt kívánjuk bemutatni, milyen különbségek érhetők tetten az albán és a magyar közgazdász hallgatók vállalkozói attitűdjeit illetően. Azzal a feltételezéssel élünk, hogy a két ország gazdász hallgatóinak vállalkozói kompetenciái eltérést mutatnak. Ennek lehetséges okát az országok közötti kulturális háttérre alapoztuk. A kutatás 2017 őszén kezdődött az Óbudai Egyetemen a magyar hallgatók körében, majd 2018 novemberében három albán egyetemen gyűjtöttünk – a kontroll-csoporttal együtt – közel hatszáz kérdőívet.

Jelen tanulmányunkban 122 magyar és 397 albán hallgatói kérdőív került feldolgozásra, BSc-s hallgatóktól. A kérdőívünk személyes háttérrel, viselkedésről és életmódról szól, és összesen 49 bétfokozatú Likert típusú egyetértési skálás kérdést tartalmaz.

Elemzésünkben az egyváltozós (medián, módusz, gyakoriságok) statisztikai elemzések mellett többváltozós (varianciaanalízis, klaszteranalízis) elemzések segítségével kívánjuk bemutatni a két ország hallgatóinak vállalkozói kompetenciáit és a közöttük lévő különbségeket.

Eredményeink. Megállapítottuk, hogy az albán hallgatók több vállalkozói háttérrel rendelkeznek. Ugyanakkor a magyar hallgatók személyes tulajdonságaikban gyakrabban a vállalkozókra jellemző válaszokat adták. A kapott válaszok alapján bemutatjuk (bizonyítjuk), hogy az Európai Unióhoz tartozó Magyarországon a vállalkozói kompetenciák fontosabbak az oktatásban, mint az EU-n kívüli Albániában. Utóbbiak pl. az embert előbbre valónak tartják, mint a célokat vagy eszközöket.

SUMMARY

Our research focuses on the examination of entrepreneurial competencies - in an international context. Whether you want to participate as an entrepreneur or an employee in the labour market effectively, entrepreneurial competencies are important to everyone, but the significance of this is somewhat different within and outside the European Union.

In this study we want to show what differences can be found in the entrepreneurial attitudes of Albanian and Hungarian economics students. We have assumed that the entrepreneurial competencies of the students of the two countries differ. The reason for this is based on the cultural background between countries. The research started in the autumn of 2017 at the University of Óbuda among Hungarian students, and in November 2018 we collected nearly six hundred questionnaires together with the control group in three Albanian universities.

In our present presentation 122 Hungarian and 397 Albanian student questionnaires were processed from BSc students. Our questionnaire is about personal background, behaviour, and lifestyle, and contains a total of 49 seven-point Likert-scale questions.

In our analysis, in addition to single-variable (median, mode, frequency) statistical analyses, we wish to present the competencies and differences between the entrepreneurs of the two countries with the help of multivariate (variance analysis, cluster analysis) analyses.

Our results: We have found that Albanian students have more entrepreneurial backgrounds. At the same time, Hungarian students were more entrepreneurial in their personal qualities. Based on the responses received, we demonstrate (prove) that entrepreneurial competences in Hungary in the European Union are more important in education than in Albania outside the EU. For example, the latter people are more forward-looking than goals or tools.

BEVEZETÉS

A szakirodalomban úgy tűnik, világszerte kutatják: kiből lesz a vállalkozó, milyen tulajdonságok, attitűd szükségesek ahhoz, hogy valaki vállalkozásba fogjon, továbbá abban sikeres legyen (néhány friss példa különböző kontinensekről: Jonsdottir and Macdonald, 2019; Hebles et al., 2019; Munoz et al., 2019; Baluku et al., 2019; Zat'kova and Ambrozy, 2019). Az Európai Unió az oktatás-nevelés alapját adó kompetencia-rendszerében a vállalkozói készségeket, mint az egyik fő kulcskompetencia-együttest határozza meg. Már itt előre bocsátjuk, hogy a vállalkozói kompetenciákra szinte minden foglalkozási ágban és beosztásban, a munkahelyi hierarchia bármely szintjén szükség van, ugyanakkor felmerül a kérdés, hogy valaki a tulajdonságai alapján inkább lenne vállalkozó, vagy – mint a túlnyomó többség – alkalmazott. A poszt-kommunista országokban még aktuálisabbá teszi a kérdést az, hogy a politikai-gazdasági rendszerváltáskor indított és azóta is prosperáló családi vállalkozások működtetését ki fogja átvenni, akad-e nemzedékváltáshoz a gyerekek között megfelelő attitűdökkel rendelkező személy (vö. Vágány et al., 2016).

Ebbe a kutatási irányba kapcsolódtunk be 2018-ban. Először csak azt vizsgáltuk, hogy az Óbudai Egyetem hallgatói között milyen a vállalkozói hajlandóság (Kárpáti-Daróczi and Karlovitz, 2017), majd áttértünk annak a kutatására, hogy egyáltalán: milyen arányban vannak jelen a képzésben azok, akiknek akár már most ki lehetne váltani a vállalkozói igazolványt. Mivel viszonylag kis százalékban (arányban) találtunk a gazdasz hallgatók között vállalkozásra „éretteket” – és ebben más módszerekkel és eszközökkel, a Farkas-féle (Farkas and Sáfrányné Gubik, 2016) vizsgálat is hasonló eredményre jutott –, kíváncsiak lettünk arra, hogy ez inkább „antropológiai” sajátosság, avagy inkább kulturális gyökerei vannak-e. Mivel rendszeresen részt veszünk Erasmus-mobilitásban, adva volt a lehetőség, hogy kutatásainkat kiterjesszük más országok gazdasz hallgatóinak mintáira is. A szakirodalom feldolgozása alapján gondoltuk úgy, hogy a gazdasz hallgatók a vállalkozáshoz szükséges ismeretekkel már rendelkeznek, ezért a kompetenciákat, illetve attitűdöket „tisztábban” lehet náluk vizsgálni, mint más csoportoknál.

SZAKIRODALOM FELDOLGOZÁS

A kulcskompetenciák az oktatás tankötelezett szakaszában

A mindenki számára kötelező köznevelési / közoktatási rendszerben az EU-s kulcskompetenciák jegyében zajlik az oktató-nevelő munka. Ezek implementációja nyomán, ezekre építve lehet majd kialakítani az egyes foglalkozások műveléséhez szükséges szakmai kompetenciákat.

A magyarországi didaktikai szakirodalomban sokáig megszokott (Nagy, 1967) jártasság, készség, képesség (Nagy, 1979) fogalmakat az 1980-as évek legvégétől kezdi felváltani a kompetencia-fogalom (Báthory, 2006), amely először az 1995-ös Nemzeti alaptanterv implementációjához kapcsolódik, majd Magyarország 2004. évi Európai Unióhoz történő csatlakozásával terjed el széles körűen. A csatlakozás körül Magyarország is küld képviselőt az EU oktatási kompetenciákkal foglalkozó illetékes bizottságába, amely hónapról hónapra összeül, és közös bizottsági munka keretében finomhangolják az alábbi oktatási kompetencia-területek kapcsolódó tartalmait, összefüggő területeit.

A kompetenciák közül önmagában igazából egyik sem létezik: mindegyik összefüggésben van mindegyikkel. Így, amikor vállalkozói kompetenciákat fejlesztünk, valójában az anyanyelvi és idegen nyelvi kommunikáció-, a matematikai-természetismereti-műszaki-, a digitális-, a tanulási folyamatokat segítő, a szociális készségeket kibontakoztató, a kulturális kompetenciákat gazdagító komponenseket is erősítjük. Ugyanígy, amikor a kommunikációs vagy matematikai stb. képességeket javítjuk, *együttal* azon munkálkodunk, hogy pl. a vállalkozói kompetenciák ugyancsak erősödjenek.

Részletezve tanulmányunkban a vállalkozói kompetenciákat, a következőket találjuk a vonatkozó európai dokumentumban: „*A kezdeményezőkéesség és vállalkozói kompetencia az egyén azon képességére utal, hogy elképzeléseit meg tudja valósítani.*” (2006/962/EK, p.17) Főbb elemei:

- Kreativitás
- Innováció
- Kockázatvállalás
- Tervkészítés és kivitelezés képessége

Amint érzékelhető, a vállalkozási kompetencia, mint európai kulcskompetencia fogalma nem jelent feltétlenül vállalkozás-indítási képességet. Olyan készség-együttesről van szó, amelynek mindenkiben meg kell lennie csakúgy, mint az olvasás vagy számolás készségének. Az Európai Tanács 2004-es ajánlásában is úgy fogalmaz, hogy a vállalkozói készséget a kulcskompetenciák között nem egy elkülönített pszichológiai változónak kell tekinteni, hanem „a különböző készségek, ismeretek, attitűdök és egyéni tulajdonságok együtteseként” jelenik meg (Oktatás és képzés munkaprogram végrehajtása, 2004). Ennek megfelelően ezek a kompetenciák elengedhetetlenek ahhoz is, hogy valaki sikeres vállalkozóvá váljék, és ahhoz is, hogy valaki a saját életét irányítsa. Ilyen értelemben ez a készség minden, a munkaerő-piacon megjelenő ember számára szükséges és hasznos kompetenciahalmazt jelöl.

Zachár (2003) az Európai Tanács ajánlása mentén 3 dimenzióba sorolja a kezdeményezőkéesség és vállalkozói kompetenciákat:

- ismeretek (gazdaság működése; vállalkozások szabályai; „lehetőségek”)

- készségek („menedzselés”; önismeret; együttműködés) és
- attitűdök (kezdeményezőkétség; motiváció; akarat; innováció)

Shaphero és Sokol 1982-ben készített Vállalkozói esemény elméletében (Entrepreneurial Event Theory) azt feltételezik, hogy a vállalkozói szándékot és a későbbi viselkedésformákat az egyén életében bekövetkező kritikus változások váltják ki, mozdítják elő (Koltai and Szalka, 2013.). Bandura (1986) társadalmi megismerés elmélet (TMGE) modelljében a hangsúly a megfigyelés alapján történő tanuláson, az utánzáson és a modellezésen van. Elméletében integrálja a személyes tényezőket (benne a megismerést), a viselkedést és a környezet folyamatos kölcsönhatását. A legtöbb szerző a vállalkozói motivációkat gazdasági és nem gazdasági szempont szerint csoportosítja (Koltai and Szalka, 2013 a vállalkozók motivációinak csoportosítását az alábbi források alapján teszi: Hébert and Link, 1982; Cromie, 1987; Holmquist and Sundin, 1990; Birley, 1989; Gatewood et al., 1995; Morris et al., 2006; Chu et al., 2011; Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo, 2012). Például Chu és munkatársai (2011) kutatásuk alapján a legfőbb okként a növekvő jövedelmet, a függetlenséget és a sikerorientáltságot, valamint a becsületességet, ügyfélorientáltságot és a vezetői képességeket említették. Kulenovich és szerzőtársai (2018) a kutatásukban található válaszokból 15 szempontot találtak, melyek a vállalkozás motivációit jelentik az általuk feldolgozott forrásokban, és ezek szerint rendszerezték a legfontosabb szakirodalmi forrásokat (1. táblázat).

1. táblázat. Vállalkozói motivációk a kiválasztott tanulmányokban

S.sz.	Nyilatkozat/Motívumok	Forrás és Faktor-klasszifikáció
1.	önfoglalkoztatás	Williams (2008)
2.	növelni akarja a jövedelmét	Greater Business Achievement (Stefanovic et al., 2010), Income (Robichaud et al., 2010, Benzing et al., 2010)
3.	üzleti lehetőség megőrzése	Williams (2008)
4.	saját elégedettség és növekedés	(Stefanovic et al., 2010, Robichaud et al., 2010, Benzing et al., 2010)
5.	használja a saját múltbeli tapasztalatait és a képzettségeit	Nagyobb üzleti eredmény (Stefanovic et al., 2010); Függetlenség (Robichaud et al., 2010, Benzing et al., 2010)
6.	mindig biztos lehet a munkahelye biztonsága felől	Munkahelyi biztonság (Stefanovic et al., 2010) Jövedelem (Robichaud et al., 2010), Biztonság (Benzing et al., 2010)
7.	Személyes fenntartása/Nagyobb üzleti eredmény	Függetlenség factor (Stefanovic et al., 2010), Jövedelem (Robichaud et al., 2010), Belső (Benzing et al., 2010)
8.	a család pénzügyi biztonsága	Williams (2008)
9.	kockázati hajlam	Williams (2008)

10.	bizonyítani akarja, hogy meg tudja csinálni	Nagyobb üzleti eredmény/ Munkabiztonság (Stefanovic et al., 2010); függetlenség (Robichaud et al., 2010), Biztonság (Benzing et al., 2010)
11.	a saját főnöke akar lenni	Nagyobb üzleti eredmény/Belső faktor (Stefanovic et al., 2010); Függetlenség (Robichaud et al., 2010, Benzing et al., 2010)
12.	elégedetlen az előző munkájával	Williams (2008)
13.	a magán/családi idő jobb megszervezése miatt	Williams (2008)
14.	időtöltésként, önmaga „szórakoztatására”	Belső (Stefanovic et al., 2010, Robichaud et al., 2010, Benzing et al., 2010)
15.	úgy épít fel egy üzletet, hogy később tovább tudja adni	Függetlenség faktor/ Munka biztonság faktor(Stefanovic et al., 2010), Család/ Biztonság (Robichaud et al., 2010), Belső (Benzing et al., 2010)

Forrás: Kulenovich et al. (2018).

Timmons (2003) a kutatásai alapján a vállalkozói attitűd 6 legfőbb jellemzőjét különbözteti meg:

1. Elkötelezettség és eltökéltség
2. Rögeszmés ragaszkodás a sikerhez, lehetőséghez.
3. A kockázat, kétértelműség, a bizonytalanság tolerálása.
4. Kreativitás, adaptációs készség.
5. Kiválóságra törekvés.
6. Vezetés, csapatépítés

Vecsenyi (2003) úgy véli, hogy az alapmotívumok alapján négy alapvető vállalkozói típus létezik, mégpedig az álomépítő, a független, a pénzcsináló és a kényszervállalkozó. Bygrave (2004) az ún. 10D modelljében foglalja össze a vállalkozói legfőbb tulajdonságokat, melyek a következők: az álom megvalósítása, a határozottság, a céltudatosság, az eltökéltség, az önfeláldozás, a megszállottság, a részletekre történő odafigyelés, a sorsszerűség, az anyagi javak és a felelőség megsztása.

Lukovszki (2011) kutatásában a vállalkozókat 6 csoportba sorolja:

1. a mindenesek
2. a magukba forduló vállalkozók
3. az autokratikus vezetők
4. a kereskedők és
5. a lehetőségfókuszúak
6. a kockázatmegosztó középvállalkozók

Szerb (2010) kutatásában arra a megállapításra jutott, hogy jó egyszerű vállalkozói mutató nem létezik, ezt csak egy komplex mutatóval lehet mérni, melyre ő a Globális Vállalkozási

és Fejlődési Indexet (GEDINDEX) tartja megfelelőnek, amely 16 egyéni és 15 intézményi-környezeti változót foglal magában. Az egyedi változók forrása a GEM adatfelmérése, míg az intézményi-környezeti változók számos más nemzetközi szervezettől és intézménytől származnak.

A nemzetközi GUESSS felmérésben, amelyben 21 ország hallgatóit kérdezték meg a vállalkozói hajlandóságukról, a kutatók megállapítják, hogy a vállalkozói hajlandóságot meghatározó tényezőket nem tudták egyértelműen azonosítani. A kapott válaszokból a szerzők három gátló - személyes, társadalmi és gazdasági - tényezőre következtettek. Az is kiderült ebből az átfogó kutatásból, hogy a hallgatók szeretnének vállalkozást indítani és ehhez reális képpel rendelkeznek a valóságról és a felsőfokú végzettségű hallgatók közül kerülnek ki az innovációra képes vállalkozások, amelyek új ötletekkel, termékekkel rendelkeznek; a fiatalok sokszor folytatják a szülei családi vállalkozását (Szerb and Lukovszki, 2013; Gubik and Farkas, 2015; Bogáth, 2016). Gubik (2013) kutatásában rendszerezi a felsőoktatásban résztvevők vállalkozásindítási szándékára ható legfontosabb tényezőcsoportokat. Azt vizsgálja, hogy milyen szándékok vezérlik a hallgatókat a vállalkozásindításban. Kutatásához felhasználja Icek Ajzen tervezett magatartás-elméletét (Ajzen, 2002), amely szerint három tényező, az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll együttesen befolyásolja az egyén vállalkozóvá válási szándékát. Gubik Ajzen elméletét továbbfejlesztve egyéb tényezők bevonásával jellemzi a hallgatók vállalkozói szándékát. Azt találta, hogy a családi vállalkozói tapasztalat, a hallgató neme és kora, valamint az oktatás vállalkozásindításra gyakorolt hatása is pozitívan hat a hallgatók vállalkozásindítási motivációjára.

A sikeres vállalkozóvá váláshoz elengedhetetlen a vállalkozói attitűd, amely többek között a kockázatvállalást, a nagyban gondolkodást, a kudarcűrést, az önállóságot, a rendszerszemléletet foglalja magában. Ezen kívül a sikeres vállalkozónak olyan képességekkel és készségekkel is kell rendelkeznie, mint az érzelmi intelligencia, önismeret, vezetői, kommunikációs készség, döntési és kapcsolatteremtő képesség. Harmadrészt a sikeres vállalkozáshoz a vállalkozónak ismernie kell a vállalkozással kapcsolatos jogszabályokat, valamint vállalkozási, számviteli, informatikai ismereteket is szükségük van. Mivel ez utóbbi ismereteket a gazdasági felsőoktatásban megkapják a hallgatók, ezért vizsgálatunk fókuszába őket állítottuk.

Kutatásunkban a vállalkozói kompetenciákat tehát összekapcsoljuk a vállalkozásindítással, mert gazdasz hallgatókat kérdeztünk, és úgy gondoltuk, a vállalkozás-indítási hajlandóságuk összefüggésben lehet a vállalkozási kompetenciájuk fejlettségével.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Jelen tanulmányunkban csak részeredményeket tudunk megmutatni. Ezért úgy döntöttünk, hogy primer kutatásunkban az általunk vizsgált szakirodalomban gyakran előforduló tulajdonságok figyelembe vételével, a Timmons-féle csoportosításhoz igazítva hasonlítjuk össze a két minta eredményeit.

A legfőbb kutatási kérdéseink a következők voltak:

- A hallgatók a munkaerőpiacon inkább alkalmazottként vagy inkább vállalkozóként szeretnék megjelenni?
- Milyen jellemzőkkel, tulajdonságokkal bírnak a „vállalkozóságra hajlamosak”?
- Milyen a szociális hátterük azoknak, akik inkább lennének vállalkozók?

A vizsgálathoz egy 49 kérdésből álló kérdőívet használtunk, amelyben arra kértük a megkérdezett hallgatókat, hogy a kérdésekre egy 1-7-ig terjedő Likert-skála szerint válaszoljanak (1=egyáltalán nem jellemző; 7=teljesen jellemző) aszerint, hogy – saját meglátásuk szerint – ők mennyire rendelkeznek ezekkel a tulajdonságokkal.

Kérdőívünk a személyes háttér, a viselkedésminták és az életmód dimenziói alapján vizsgálta a „vállalkozói” tulajdonságokat. Jelen tanulmányunkban kizárólag a Viselkedésminták / tulajdonságok alapján besorolt vállalkozói kompetenciákat mutatjuk be (1. ábra).



1. ábra. Viselkedésminták/tulajdonságok

Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőív eredetileg dichotóm szerkezetű volt, azaz csak „igen” / „nem” válaszokat lehetett bekarikázni. Ezt alakítottuk át hétfokú Likert skálásra abból a megfontolásból, hogy jobban különbséget lehessen tenni az erőteljes, határozott – és a kevésbé erős elkötelezettséget mutató, de azért még mindig irányt felvevő válaszok között. Így az értékelésnél legfeljebb három fokozatot számítottunk be, és négyet utasítottunk el még akkor is, ha ezek közül egy a „semleges középértéket” képviselte.

Két hipotézist fogalmaztunk meg:

H1: Az Óbudai Egyetem gazdasz hallgatói kevésbé „vállalkozóiak”, mint az albán társaik.

H2: A két minta eredményei között eltérés mutatható ki.

A minta bemutatása

Az alábbiakban a 2018 novemberében Albániában felvett kérdőívekre adott válaszok eredményeit (N=397) hasonlítjuk össze az Óbudai Egyetem 2017 őszén rögzített magyarországi mintájával (121 feldolgozott kérdőív eredményei).

Az összehasonlításához azért választottuk Albániát, mert olyan európai ország, amely egyelőre még az Európai Unió kívüli. Az albániai egyik vizsgált egyetem az ország északi részén mezőgazdasági háttérű, katolikus többségű területen található, míg a másik tengerparti, ötezer éves kereskedelmi múltra tekint vissza, az ókori Hellasz északi részén fekszik és muszlim. Hipotetikusan azt feltételeztük, hogy az albán kultúrában (gazdag kézműipari és kereskedelmi tevékenység az ókori Hellász időszakától írásban is dokumentálva) markánsabb lesz vállalkozói kompetenciák magas szintjével rendelkezők aránya.

A két mintában kérdőívet kitöltött hallgatók túlnyomó többsége saját országában „vidéki” származású. Szinte ugyanolyan volt a nemek aránya. Mindannyian BSc-s gazdasz hallgatók voltak. Az albán mintában szereplő hallgatóknak általában több testvérük van, mint magyar társaiknak.

A rendelkezésünkre álló minta nem reprezentatív.

A kapott eredményeket Excel program segítségével elemeztük. Az egyváltozós elemzések (főként átlag) segítségével leíró statisztikai eredményeket generáltunk. Arra voltunk kíváncsiak, hogy kimutatható-e szignifikáns különbség a két térség közgazdasz hallgatóinak vállalkozói kompetenciáit illetően, viszont a mintaelemszám ezt még nem tette lehetővé, ezért további adatok gyűjtésére van szükség. Jelen tanulmányban a két ország kérdezett hallgatóit gyakoriságok alapján vetjük össze és ábrák segítségével szemléltetjük a különbségeket.

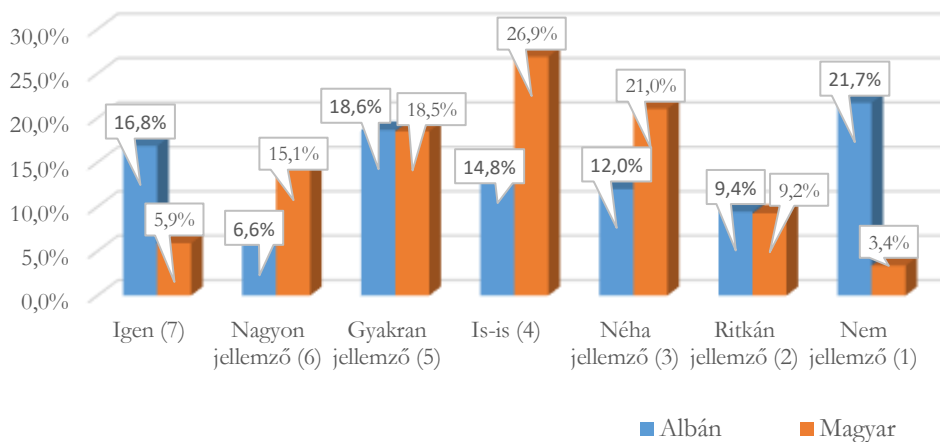
EREDMÉNYEK

Kérdőívünk:

- a személyes háttér,
- a viselkedésminták és
- az életmód dimenziói alapján vizsgálta a „vállalkozói” tulajdonságokat.

Előrebocsátjuk, hogy terjedelmi okok miatt nem tudjuk az összes részeredményt bemutatni, így csak néhány ábra segítségével próbálunk megragadni néhány vállalkozói tulajdonságot. Az alábbi válogatásunkban főként Timmons elméletéhez kapcsolódunk.

Habár a végeredmény az albán és a magyar közgazdász hallgatói minta között alapvetően aligha mutat ki számottevő eltérést a határozottan vállalkozói személyiség-összetevőjük között (nagyjából 5%-nyi ez az arány mind a két almintában), és ezt mi az ún. „antropológiai sajátosságok” közé soroljuk. Ezzel egyidőben, az egyes vállalkozói tulajdonságok között megállapíthatók némi hangsúly-eltolódások – amiket mi az eltérő kulturális sajátosságok között tartunk nyilván.

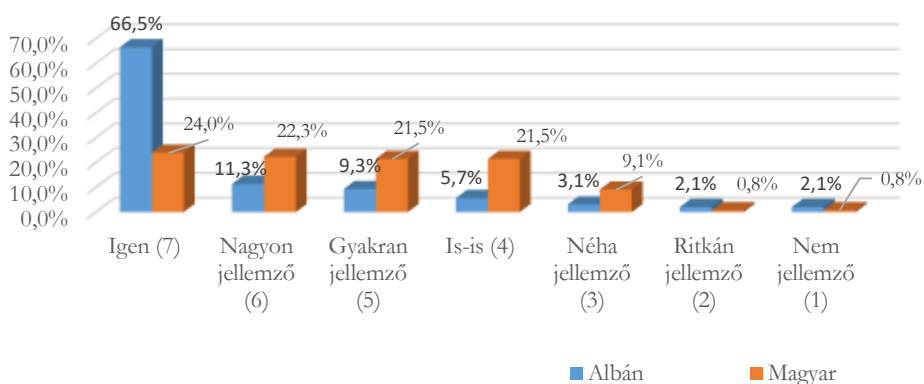


2. ábra. Nehézségek leküzdése, elkötelezettség, eltökéltség

(A megkérdezettek megoszlása a „Szeretsz úgy foglalkozni egy feladattal, hogy nem ismered az összes lehetséges nehézséget?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

Fontos vállalkozói tulajdonság, hogy a váratlannal, az ismeretlennel, a veszélyekkel, a nehézségekkel hogyan küzd meg az egyén, s ezt gyorsan feladja, avagy kitartóan küzd-e. Ebben segít, ha nagyobb elszánással, elkötelezettséggel veti bele magát a munkájába, s küzd érte az „utolsó leheletéig”, vagy legalábbis azon a határon túl, amit még alkalmazottként megtenne. Ebben a tekintetben az volt az érdekesség, hogy az albán hallgatók közül többen választották a szélső értékeket (nagyon jellemző / legkevésbé jellemző), a magyar hallgatók pedig inkább a középső értékeket vették fel (3-5).

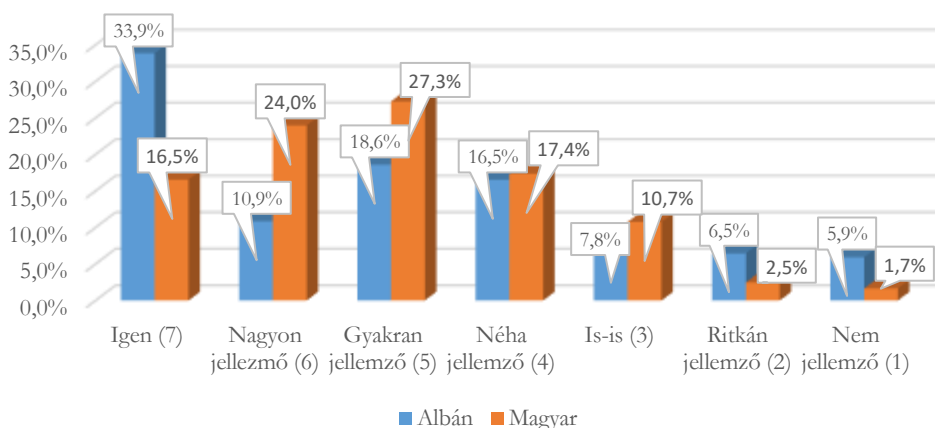


3. ábra. Éjjel-nappal dolgozik a célja megvalósítása érdekében

(A megkérdezettek megoszlása a „Kész vagy-e egy cél elérése érdekében éjjel-nappal dolgozni?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy a magyar gazdaság hallgatók többsége az 5-7-es kategóriákat jelölte meg: ők azok, akik „mindent” megpróbálnak megtenni céljaik elérése érdekében. Az albán mintánkban a hallgatók kétharmada a legerősebb (7) értéket jelölte meg. Bár a két minta hasonló eredményeket mutat, az albán hallgatók erőteljes céltudatossága feltűnő.

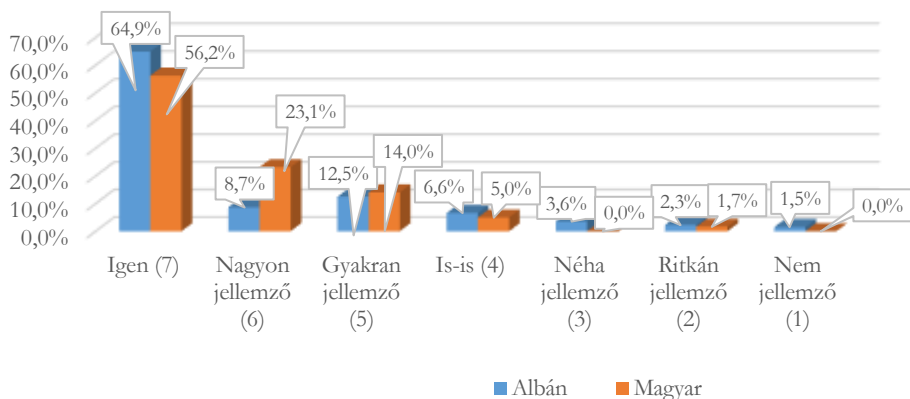


4. ábra. Kockázatvállalási hajlandóság

(A megkérdezettek megoszlása a „Vállalsz-e kockázatot az izgalom kedvéért?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

A kockázatvállalási hajlandóság tekintetében ugyancsak mindkét minta inkább „vállalkozói” válaszokat adott (5-7. értékek), és ebben a tekintetben is szembetűnő, hogy az albán hallgatók mennyivel határozottabban teszik ezt.

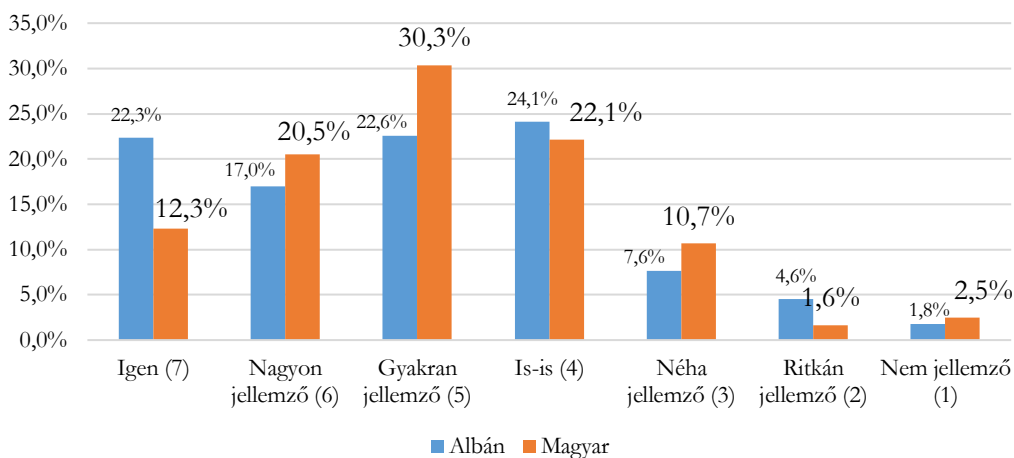


5. ábra. Problémamegoldás (kreativitás)

(A megkérdezettek megoszlása a „Élvezed, ha megtalálsz a megoldást a fenyegető problémára?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

Az 5. ábra azt mutatja, hogy a problémamegoldás (kreativitás) területén, ha az 5-7. fokozatokat együtt tárgyaljuk, a magyar hallgatók valamivel kreatívabbnak vélik önmagukat, azonban az albán hallgatók sokkal egyértelműbben fejezik ki saját magukról.

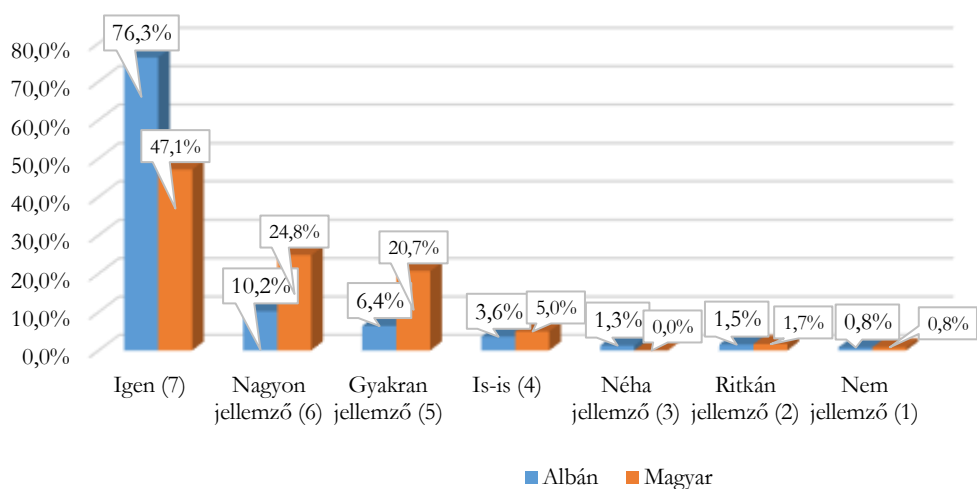


6. ábra. Vezetési, irányítási képességek

(A megkérdezettek megoszlása a „Ha egy csoportban patthelyzettel kell szembesülnöd, általában te vagy-e az, aki elsőként lép, s újból mozgásba hozza a dolgokat?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

Amint az a 6. ábra látható, a kérdezett albán és magyar hallgatók között nem volt számottevő különbség abban a tekintetben, hogy milyennek ítélik meg a saját vezetői, vezetési képességeiket. Talán annyi különbség fedezhető fel mégis, hogy az albánok között több volt a határozottabban „vezetői”, mint a magyar mintában. A kérdezett hallgatók nagyjából háromötöde tartotta magát vezetői képességekkel rendelkezőnek (5-7 értékek).



7. ábra. Önálló döntéshozatal

(A megkérdezettek megoszlása az „Élvezed, ha magad dönthetsz a munkáddal kapcsolatban?” kérdésre adott válaszaik alapján (N=518))

Forrás: Saját szerkesztés

Az önálló döntéshozatali képesség ugyancsak fontos „vállalkozói” tulajdonság, amely ugyanakkor nélkülözhetetlennek tűnik a mindennapi önállóságra törekvő életvitelben is. Ebben az albán hallgatói minta sokkal határozottabbnak bizonyult, ám ha az 5-7. értékeket együtt számoljuk, a magyar (közgazdász) hallgatók is úgy vélik, rendelkeznek ezzel a tulajdonsággal.

KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A Bolognai rendszerben a hallgatók egyéni tanulmányi életutakat járnak végig (leginkább a mesterképzésben). Főleg a gazdasági tartalmú képzésnek fontos kimeneti követelménye, hogy cégvezetésre képes, kisvállalkozások irányítására, nagyvállalatok középvezetői teendőinek ellátására képes munkavállalók kerüljenek ki a felsőoktatási rendszerből.

Eredményeink alapján úgy tűnik, mintha a vizsgált albán gazdász hallgatói csoport határozottabb lenne a vélemény-nyilvánításban, önmaga értékelésében, azonban az első három értéket összegezve, már jóval kiegyenlítettebbek az arányok, nincsenek a két

hallgatói csoport között számottevő különbségek. Úgy tűnik, a magyar hallgatók visszafogottabbak, s mintha kevesebb önbizalommal rendelkeznének.

Az 1. hipotézisünk, mely szerint az Óbudai Egyetem hallgatói kevésbé „vállalkozóiak”, mint az albán társaik, elfogadásra került.

A 2. hipotézisünk – amely azt feltételezi, hogy a két minta között eltérés mutatható ki – viszont az eddigi eredmények alapján nem igazolható, mivel szignifikáns különbséget nem tudtunk kimutatni a két minta között. Ennek egyik oka a mintaelemszámok eltéréseben keresendő, amely további adatfelvételre sarkall bennünket.

A néhány bemutatott részeredmény azonban nem magyarázza meg azt az eredményünket, hogy összességében és egészében, az egyéni eredmények összegzése után, mindkét mintában nagyon alacsony a „vállalkozói” válaszok aránya: mintegy öt százaléknyi (azt soroltuk ebbe a kategóriába, ahol a 49 kérdésre adott válaszok közül legalább a kétharmada – 33 válasz – volt a „vállalkozói” kimenetelű).

A közeljövőben vállalkozói kompetencia-kutatásainkat ki szeretnénk terjeszteni további országokra (Lengyelország, Törökország, Szlovákia, Románia), továbbá a hazai minta elemszámát szeretnénk más egyetemi mintákkal kiegészíteni.

FELHASZNÁLT IRODALOM

2006/962/EK: *Az Európai Parlament és Tanács ajánlása az egész életen át tartó tanulásról szükséges kulcskompetenciákról*, Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 2006.12.30., Brüsszel.

Ajzen, I. (2002). 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. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

Baluku, M. M., Leonsio, M., Bantu, E. and Otto, K. (2019). The impact of autonomy on the relationship between mentoring and entrepreneurial intentions among youth in Germany, Kenya, and Uganda, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 25, No. 2, pp.170-192. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2017-0373>

Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social-Cognitive View*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Barba-Sánchez, V. and Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture, *Publicado en Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 18, No. 2, pp.132-138. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)

Báthory Zoltán (2006). *A hozzáadott remény*, Aula, Budapest.

Benzing, C., Chu, H. M. and Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems, *Journal of Small Business Management*, Vol. 47, No. 1, pp.58-91. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00262.x>

Birley, S. (1989). Female Entrepreneurs: Are they Really any Different? *Journal of Small Business Management*, Vol. 27, No. 1, pp.32-37.

- Bogáth Ágnes (2016). Utódlástervezés családi vállalkozásoknál. In Csiszárnik-Kocsir Ágnes (ed.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VI.: Tanulmánykötet*, Óbudai Egyetem, Budapest, pp.21-28.
- Bygrave, W. D. (2004). The entrepreneurial process. In Bygrave, W. D. and Zacharakis, A. (eds.), *The portable MBA in entrepreneurship*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ, pp.1-27.
- Chu, Hung M., Orhan Kara, O., Xiaowei Zhu, X. and Gok, K. (2011). Chinese entrepreneurs: Motivations, success factors, problems, and business-related stress, *Journal of Chinese Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 2, pp.84-111. <https://doi.org/10.1108/17561391111144546>
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 8, No. 3, pp.251-261. <https://doi.org/10.1002/job.4030080306>
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G. and Gartner, W. B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation, *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, No. 5, pp.371-391. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00035-7](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00035-7)
- Gubik S. A. (2013). A magyar hallgatók vállalkozásindítási szándékát befolyásoló tényezők modellje – Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése, *Vezetéstudomány*, Vol. 44, No. 7-8, pp.19-29.
- Gubik S. A. and Farkas Sz. (2013). Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében, *Vezetéstudomány*, Vol. 44, No. 7-8, pp.5-17.
- Hébert, R. F. and Link, A. N. (1982). *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, Praeger, New York.
- Hebles, M., Llanos-Contreras, O. and Yaniz-Alvarez-de-Eulate, C. (2019). Perceived Evolution of the Entrepreneurial Competence Based on the Implementation of a Training Program in Entrepreneurship and Innovation, *Revista Espanola de Orientacion y Psicopedagogia*, Vol. 30, No. 1, pp.9-26.
- Holmquist, C. and Sundin, E. (1990). What's Special about Highly Educated Women Entrepreneurs? *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 2, No. 2, pp.181-194. <https://doi.org/10.1080/08985629000000012>
- Jonsdottir, S. R. and Macdonald, M. A. (2019). The feasibility of innovation and entrepreneurial education in middle schools, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 26, No. 2, pp.255-272. <https://doi.org/10.1108/jsbed-08-2018-0251>
- Kárpáti-Daróczy J. and Karlovitz J. T. (2017). Hallgatók vállalkozói elképzelései és vállalkozói potenciál az Óbudai Egyetem hallgatói körében. In Torgyik J. (ed.), *Válogatott tanulmányok a társadalomtudományok köréből*, International Research Institute, Komárno, pp.160-171. <http://doi.org/10.18427/iri-2017-0139>
- Koltai J. P. and Szalka É. (2013). A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon. *Vezetéstudomány*, Vol. 44, No. 7-8, pp.71-97.
- Lukovszki L. (2011). Vállalkozói személyiségjegyek? avagy mi teszi a vállalkozót? *Vezetéstudomány*, Vol. 42, No. 11, pp.16-30.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E. and Coombes, S. M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, No. 2, pp.221-244. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2006.00165.x>
- Kulenovich, M., Azra Pašić Mesihović and Ljiljan Veselinović (2018). What Drives a Student to Start a Business? Evidence from Bosnia and Herzegovina, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for Entrepreneurship*, Vol. 8, No. 2, pp.58-79.

- Munoz, C. A., Guerra, M. E. and Mosey, S. (2019). The potential impact of entrepreneurship education on doctoral students within the non-commercial research environment in Chile, *Studies in Higher Education*, Published online 25 Mar 2019. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1597036>
- Nagy J. (1979). *Köznevelés és rendszereszmélet*, Országos Oktatástechnológiai Központ, Veszprém.
- Nagy S. (1967). *Didaktika*, Tankönyvkiadó, Budapest.
- Robichaud, Y., Cachon, J. C. and Haq, R. (2010). Motives, success factors, and barriers among Canadian female entrepreneurs: The case of Greater Sudbury, *Entrepreneurial Practice Review*, Vol. 1, No. 2, pp.35-65.
- Saphero A. and Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D. and Vesper, K. (eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, pp.72-90.
- Stefanovic, I., Prokic, S., and Ranković, L. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Rijeka*, Vol. 28, No. 2, pp.251-269.
- Szerb L. (2010). *Vállalkozások, vállalkozási elméletek, vállalkozások mérése és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index*, Akadémiai Doktori Értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- Szerb L., Farkas Sz., Koltai J., Lukovszki L., Ruda, W., Ascúa, R., Danko, B. and Martin, T. A. (eds.) (2015). *Hungarian Students' Entrepreneurial Attitudes, Motivations and Perceptions based on the GEST Survey*, Ediciones UNL, Santa Fe.
- Szerb L. and Lukovszky L. (2013). Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a guesss-felmérés adatai alapján – Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? *Vezetéstudomány*, Vol. 44, No. 7-8, pp.30-40.
- Timmons J. (2003). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st century*, Irwin, Homewood, IL.
- Vágány Judit, Fenyvesi Éva and Kárpátné Daróczy Judit (2016). Sikeres családi vállalkozás, és ami mögötte van, *Gradus*, Vol. 3, No. 1, pp.506-511.
- Vecsenyi J. (2003). *Vállalkozás: Az ötlettől az újrakezdésig*, Aula, Budapest.
- Zachár L. (2009). *Az Európai Unió kulcskompetenciái: Tréneri kézikönyv*, Perfekt, Székesfehérvár.
- Zat'kova, T. S. and Ambrozy, M. (2019). VET Teacher Preparation in Slovakia and the New Professionals - Entrepreneurship Trainers for VET, *TEM Journal – Technology Education Management Informatics*, Vol. 8, No. 1, pp.248-254. <https://doi.org/10.18421/TEM81-35>

