

S. GUBIK Andrea – FARKAS Szilveszter

A KARRIERMOTÍVUMOK VÁLTOZÁSÁNAK HATÁSAI A MAGYARORSZÁGI HALLGATÓK VÁLLALKOZÁSINDÍTÁSI ELKÉPZELÉSEINEK ALAKULÁSÁRA

A magyar felsőoktatásban tanulók a jövő sikeres vállalkozói lehetnek, ezért nagyon fontos feltérképezni elképzeléseiket a vállalkozásindításról, és meghatározni, hogyan lehet ezeket kedvező irányba elmozdítani. Magyarország 2006-ban csatlakozott a Szt. Gallen-i Egyetem (Svájc) által koordinált GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) kutatáshoz, amely a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és vállalkozási tevékenységét kérdőíves adatfelvétel segítségével vizsgálja. A cikk négy adatfelvétel eredményeit felhasználva arra vállalkozik, hogy bemutassa a hallgatók karrierelképzeléseinek legjellemzőbb vonásait és a 2006 óta kibontakozó változások vállalkozásindítási elképzelésekre gyakorolt hatásait.¹

Kulcsszavak: vállalkozás, vállalkozásoktatás, vállalkozói attitűd, karrier, felsőoktatás

A vállalkozóvá válás és a vállalkozói tevékenység ösztönzése kiemelt gazdaságpolitikai kérdés a munkahely-teremtésre és a gazdasági növekedésre gyakorolt hatásuk miatt. A fiatal korosztály kiemelkedően magas munkanélküliségi rátájának csökkentésére szintén a vállalkozói tevékenység lehet az egyik megoldás (Eurofound, 2015). Számos kutatás foglalkozik a fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzésével. A GEM (Global Entrepreneurship Monitor) a 18-34 évesek vállalkozói hajlandóságát elemezve arra a következtetésre jutott, hogy ez a korosztály 1,6-szer magasabb vállalkozói hajlandóságot mutat, mint az idősebb generáció (Schot et al., 2015). A ténylegesen vállalkozást indítók aránya ugyanakkor messze elmarad ettől, ráadásul a korcsoport vállalkozásainak túlélése alacsonyabb, mint az idősebbek által indított vállalkozásoké (OECD, 2015). A túlélő vállalatok azonban növekedésorientáltabbak, az Eurostat Factors of Business Success kérdőíves felméréseinek eredményei szerint a 30 év alattiak vállalkozásai több, mint kétszeres növekedést mutattak a vizsgált 3 éves időszak alatt, míg a 40 év felettiak mindössze 131 százalékos átlagos növekedést értek el (Schrör, 2006).

A felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb arányban hozzák létre vállalkozásaikat magasabb hozzáadott értéket előállító ágazatokban (pl. high-tech

iparágak), magasabb alaptőkével alapítják meg vállalkozásukat (Richert – Schiller, 1994, hivatkozva: Lüthje – Franke, 2002).

Autio (2005) továbbá megállapítja, hogy 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 a jövő sikeres vállalkozói lehetnek. Az elkövetkező évek gazdasági növekedése és munkahely-teremtése szempontjából is meghatározó ezért, hogy milyen karrierelképzelései vannak az egyetemi, főiskolai hallgatóknak, sikeres vállalkozókká válhatnak-e, ösztönözhető-e ilyen irányú döntés meghozatalára?

A cikk célja, hogy megvizsgálja, hogyan változtak a felsőoktatásban részt vevő fiatalok karrierelképzelései az elmúlt közel tíz év alatt, és ezek milyen hatással vannak a vállalkozásindítási elképzeléseikre. Az elemzés során a GUESSS-felmérések (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, <http://guesssurvey.org>) adatbázisaira támaszkodunk, az adatokat SPSS-programcsomag segítségével elemezzük. A GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey)² egyetemisták megkérdezésével a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és

a vállalkozási tevékenységét vizsgálja. A vállalkozásindítási folyamat mélyebb megértése érdekében elemzi a hallgatók karrierelképzeléseit a diploma megszerzése után és néhány év elteltével, a családi és saját vállalkozásokat, valamint a jövőbeli vállalkozási terveket. Szisztematikus és hosszú távú vizsgálatokkal segít felderíteni azokat a folyamatokat és tényezőket, amelyek döntőek lehetnek a vállalkozásindítási szándék alakulásában. (Farkas – Gubik, 2013).

Személyiségjegyek és vállalkozói hajlandóság

Számos szociológiai, szociálpszichológiai munka foglalkozik a mai fiatalok személyiségjegyeinek sajátosságai-val, az egyes generációk közötti eltérések megvilágításával és okainak keresésével. Gyakran találkozunk a mai fiatalok kapcsán az y generáció elnevezéssel, amellyel általában az 1980-as és '90-es években születetteket jelöljük. Az ezt követően születetteket z generációnak nevezik. Hagyományosan a generációt a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumként határozták meg. Napjaink generációit inkább szociológiai, mint biológiai értelemben érdemes definiálni. A generáció azonos időszakban született személyek csoportjára vonatkozik, akik összehasonlítható életkorban és életszakaszban vannak (McCrimble – Wolfinger, 2009).

Az elmúlt néhány év során a felsőoktatásban hallgató fiatalok az y és a z generáció képviselői. A korábbi generációktól eltérő személyiségjegyeik a munka világában is kihívást jelentenek. Hogy mit várnak el leendő karrierjüktől, meghatározza, hogy hogyan szólíthatók meg leendő munkáltatóik által, hogy hogyan motiválhatók, milyen munkakörülmények között teljesítenek a leginkább jól. Meghatározza továbbá azt is, hogy szeretnének-e saját vállalkozást indítani, mire szeretnének vállalkozni, és milyen esélyük van a sikerre.

Alapvető igényük a kreatív környezetre és jó alkalmazkodóképességük olyan tulajdonságok, amelyek kedvezőek lehetnek egy leendő vállalkozó számára is. Ugyanakkor kevés igényük van az alapos tudás megszerzésére, motiválatlanok, szétszórtabbak. Ez utóbbi tulajdonságok egyértelműen a sikeres vállalkozás kerékkötői

lehetnek

Életmódjuk internetalapú, rengeteg információval birkóznak meg nap, mint nap, ami új típusú feldolgozási megoldásokat igényel a részükről. A vizualizáció, a kézzelfoghatóság előtérbe kerül az olvasással, adatfeldolgozással szemben. A digitális világgal való összefonódásuk következtében a sebesség életük meghatározó részévé válik, bárminek azonnal utánanéznek, egyszerre több dolog között osztják meg figyelmüket. Ez sokszor a pontosság és elmélyültség rovására történik (Lerf, 2014), ugyanakkor képessé is teszi őket, hogy a hiányzó ismereteiket (például a vállalkozásvitellel kapcsolatban) gyorsan pótolják.

Miközben csökken a személyes kommunikáció iránti igényük, az interakciók, társas kapcsolatok meghatározók maradnak számukra. A kommunikáció módja azonban kihat arra, hogy hogyan fogalmazzák meg mondanivalójukat és arra is, hogy milyen felelősséget vállalnak döntéseikért. Ezek a tulajdonságok visszaköszönhetnek üzleti kapcsolataikban is.

A korábbi generációknál tudatosabban törekszenek a munka és magánélet egyensúlyára (Tari, 2010). Alkalmazottként eltérő elvárásokat támasztanak, mint idősebb kollégáik, túlzott magabiztosság, önbizalom jellemzi őket, amely gyorsan beteljesülő karrierelvárásokkal és alacsony fokú elköteleződéssel jár együtt (Ferincz – Szabó, 2012). Ugyanez a magabiztosság és önbizalom vezetheti el őket a vállalkozói pályára is, ahol azonban adminisztratív és szakmai jártasságra is szükségük van a sikeres működéshez. Ebben az oktatási rendszer, elsősorban a felsőoktatás nagy szerepet vállalhatna, ha a szakmai ismeretek mellett a vállalkozási ismeretek is egyre nagyobb arányban jelennének meg képzési területtől függetlenül, főképpen, ha ez olyan formában történne, amely a mai fiatalok számára a leginkább befogadható (Imreh-Tóth, 2015; Borsi – Dóry, 2015).

Az adatfelvételek

A GUESSS-adatfelvételekre általában két évente kerül sor. Az első lekérdezés 2003-ban történt, ekkor még csak két ország részvételével. Az 1. táblázat mutatja a

1. táblázat

A kutatásban részt vevő országok és hallgatók száma

Év	Részt vevő országok száma	Kérdőívet kitöltő hallgatók száma	A kutatás címe
2003	2	..	START
2004	2	5000	International Survey on Collegiate Entrepreneurship (ISCE)
2006	14	37000	International Survey on Collegiate Entrepreneurship (ISCE)
2008	19	63000	Global Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)
2011	26	93000	Global Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)
2013	34	109000	Global Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)

Forrás: <http://www.guesssurvey.org/>

VEZETÉSTUDOMÁNY

kutatás nemzetközivé válását és a megkérdezettek számának alakulását. A legutolsó adatfelvétel 2013-ban volt, ekkor már 34 ország bevonásával folyt a kutatás. A 2013. évi, 5. felmérésben összesen 109.000 hallgató vett részt 759 felsőoktatási intézményből. A kutatás módszertani kérdéseivel Farkas – Gubik (2013) foglalkozik.

A kutatásban részt vevő országok és egyetemek köre folyamatosan bővül, elsősorban a téma aktualitásának köszönhetően. A kérdőív ugyanakkor bizonyos kérdéscsoportokat tekintve állandó, ami lehetőséget ad a fo-

lyamatok időbeli változásának nyomon követésére és az ezek mögötti mozgatórugók megértésére.

Magyarország 2006-ban csatlakozott a kutatáshoz, így már négy adatfelvétel adatbázisa áll rendelkezésre, amiknek köszönhetően közel tíz év változásait elemezhetjük a kérdőív visszatérő kérdései segítségével.

A 2. táblázat a magyarországi résztvevők megoszlását tartalmazza a válaszadók felsőoktatási intézménye szerint.

2. táblázat

A GUESSS-felmérések során beérkezett kérdőívek felsőoktatási intézmények szerint

Felsőoktatási intézmény neve	2013	2011	2008	2006
BME – Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	10	5	57	387
BCE – Budapesti Corvinus Egyetem	1678	201	502	543
SZE – Széchenyi István Egyetem	134	681	499	345
DE – Debreceni Tudományegyetem	5	538	1407	239
ME – Miskolci Egyetem	627	620	1047	410
PTE – Pécsi Tudományegyetem	785	757	3124	656
SZTE – Szegedi Tudományegyetem	128	254	1044	315
PE – Pannon Egyetem	396	1	165	362***
KE – Kaposvári Egyetem	-	38	243	-
NYME – Nyugat-magyarországi Egyetem	684	291	125	-
ELTE – Eötvös Lóránd Tudományegyetem	17	175	877	-
SZIE – Szent István Egyetem	540	166	87	-
BGF – Budapesti Gazdasági Főiskola	1630	620	324	-
BMF – Óbudai Egyetem	5	5	26*	-
DF – Dunaújvárosi Főiskola	224	158	491	-
KRF – Károly Róbert Főiskola	7	97	40	-
ÁVF – Általános Vállalkozási Főiskola	3	147	134	-
GDF – Gábor Dénes Főiskola	1	182	61	-
EJF – Eötvös József Főiskola	80	65	188	-
BKF – Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola	2	1	-	-
KJF – Kodolányi János Főiskola	247	423	42	-
EDUTUS – Edutus Főiskola	87	145	400	-
SE – Semmelweis Egyetem, ETK	208	65	-	-
NYF – Nyíregyházi Főiskola	268	-	-	-
KF – Kecskeméti Főiskola	486	-	-	-
EKF – Eszterházy Károly Főiskola	351	-	-	-
ZSKF – Zsigmond Király Főiskola	153	-	-	-
SZF – Szolnoki Főiskola	62	-	-	-
Egyéb	27	42	483	89
Összesen	8839	5677	11366	3346

Forrás: GUESSS 2006, 2008, 2011 és 2013-as adatbázisok

* Budapesti Műszaki Főiskola néven; ** Modern Üzleti Tudományok Főiskolája néven; *** Veszprémi Egyetem

Az időbeli összehasonlítást megnehezíti, hogy az egyes évek mintáinak alapjellemzői némileg eltérnek.

koznának, erre két magyarázat is adódik. Egyrészt jóval több gazdasági jellegű tárggyal találkoznak képzésük

3. táblázat

A GUESSS magyarországi adatbázisok legfontosabb jellemzői

	2006	2008	2011	2013
Beérkezett válaszok száma	3 346	11 366	5 677	8 839
Nem (%)				
Férfi	51,6	38,6	40,6	42,6
Nő	48,4	61,4	59,4	57,4
Képzési szint (%)				
BSc	40,5*	78,9	85,2	80,5
MSc	58,7*	19,2	13,4	15,7
Egyéb (PhD, Posztdoktori)	1,2	2,0	1,4	3,8
Képzési terület (%)				
Gazdasági/üzleti	50,8	14,7	46,3	41,5
Természettudományi	37,1	33,7	36,8	35,5
Társadalomtudományi	12,1	47,8	16,9	16,2
Egyéb	-	3,8	-	6,8

*A magyar felsőoktatási rendszer egyik legjelentősebb átalakítása 2006-hoz köthető. A bolognai rendszer bevezetése és a hagyományos rendszer együttélése jelentős bonyodalmat okozott a válaszadás során az alap- és mesterszakos besorolásban, illetve a gazdasági/üzleti képzés társadalomtudományi besorolásakor 2008-ban.

A 3. táblázat az egyes évek adatfelvételeinek legfontosabb jellemzőit mutatja be.

Karriertervek és a legfontosabb befolyásolók 2013-ban

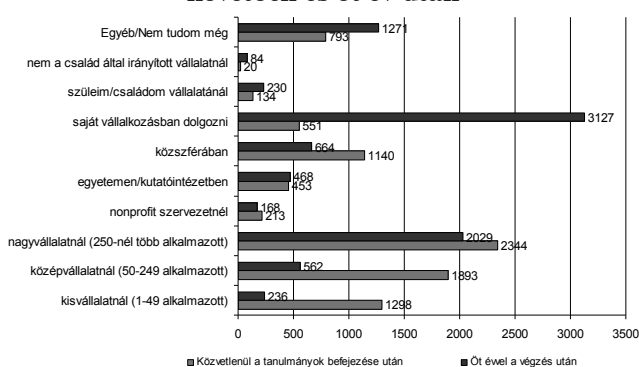
A kérdőív egyik kérdéscsoportja a hallgatók karrierképeit vizsgálta, ez a kérdéscsoport valamennyi kérdőív része és így az időbeli összehasonlítás fontos mérföldköve.

Az 1. ábra jól mutatja, hogy 2013-ban a válaszadók zöme az alkalmazotti létet preferálja (62,6 százalék), ezen belül is leginkább a nagyvállalati foglalkoztatás vonzó számukra. Ezt a közsféra követi, itt szeretne elhelyezkedni a válaszadók közel 13 százaléka. A saját vállalkozás vonzereje közvetlenül a felsőoktatási tanulmányok befejezése után rendkívül kicsi. Öt évvel a végzést követően azonban megváltozik a helyzet, a saját vállalkozást tervezők aránya 35,4 százalékra emelkedik, jórészt a kis- és középvállalati foglalkoztatás és a közsféra rovására.

A karrierképelekben jellegzetes eltérések figyelhetők meg nemek szerint, a férfiak vállalkozói hajlandósága magasabbnak bizonyult a végzést követően és öt évvel a végzés után is. Ezek az eltérések valamennyi korábbi adatfelvétel során megfigyelhetők.

A képzési terület is fontos meghatározója az elképzeléseknek (Szerb – Márkus, 2007; Gubik, 2014). A gazdasági/üzleti területen tanulók nagyobb arányban vállal-

1. ábra
A karrierképelek alakulása a tanulmányokat követően és öt év után



korán, amely az érdeklődésüket felkeltheti és a magabiztosságukat növelheti, másrészt a választott területük jövőbeli vállalkozói szándékuk eredménye is lehet, például a családi vállalkozás átvételének tervezése miatt.

A korábbi kutatási eredmények arra utalnak, hogy a családi háttér meghatározó tényező a vállalkozói elképzelések alakulásában (Gubik, 2013; Gubik – Farkas, 2014; Reisinger, 2013). Azok a fiatalok, akik vállalkozói klímában nőttek fel, nagyobb eséllyel válnak maguk is vállalkozóvá. Ugyanezt az összefüggést a 2013-as adatbázis alapján is meg tudjuk erősíteni: a vállalko-

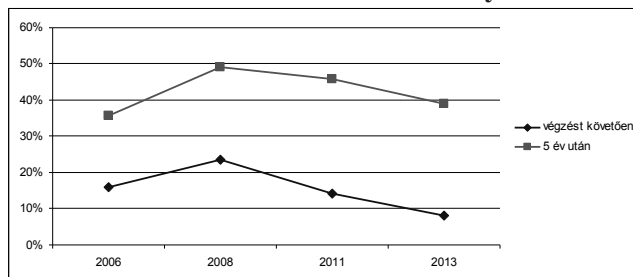
zói családi háttérrel rendelkező hallgatók 8,2 százaléka, az erről beszámolni nem tudó hallgatók mindössze 5,4 százaléka szeretne saját vállalkozást közvetlenül tanulmányai befejeztével. Öt év elteltével a családi vállalkozói háttérrel rendelkezők 42,2, a nem rendelkezők 32,6 százaléka szeretne vállalkozni, azaz a családi vállalkozói klíma befolyásoló ereje megmarad. Itt nem csupán a családi vállalkozás átvételének hatását találjuk, hiszen a szülői vállalkozói háttérrel rendelkezők mindössze 5,2 százaléka biztos abban, hogy átveszi a családi vállalkozást egy napon. Sokkal inkább a vállalkozói lét természetessé válásának és a vállalkozói személyiségjegyek nagyobb valószínűséggel való kialakulásának eredménye ez az eltérés.

A vállalkozói hajlandóság változása 2006-2013 között

A továbbiakban csak a vállalkozásindítási elképzeléseket vizsgáljuk. Az ismétlődő adatfelvételeknek köszönhetően lehetőség nyílt a vállalkozói hajlandóság időbeli alakulásának megfigyelésére is. Az alábbi ábrák a vállalkozást tervezők arányát mutatják az összes válaszadó százalékában. A 2. ábrán láthatjuk, hogy vállalkozói kedv 2008-ban megugrott a megkérdezett hallgatók körében mind a végzést követően, mind pedig öt év elteltével. 2008 után azonban a vállalkozói kedv csökkenése figyelhető meg, 2013-ban a 2006-os érték csaknem felére esik vissza a végzést követő tervezett vállalkozások aránya.

2. ábra

A karrierelképzelések alakulása 2006-2013 között – vállalkozást tervezők aránya



Több oka lehet a visszaesésnek, amelyek közül kettőt emelünk ki. Az első a 2007-ben kezdődő pénzügyi válság. Jól láthatjuk a 2. ábrán, hogy a vállalkozói kedv drasztikusan csökken 2008-tól fogva. Noha a válság 2007-ben kezdődött, kétséges, hogy hallgatóinkban tudatosodhatott a válság ténye és annak lehetséges következményei a 2008-as megkérdezés idejére. Megítélésünk szerint ez a hatás csak a 2011-es felvételtől jelentkezik.

A felsőoktatási környezet és a közösség véleményformáló hatása jobban magyarázza a változást. A fel-

sőoktatás hagyományosan nem támogatja lelkesen a hallgatói vállalkozásindítást (az oktatóit sem). A vállalkozók társadalmi rangja eredendően alacsony, így a közösség felől érkező vélemények szintén nem ösztönzik a hallgatói vállalkozások születését. A válság ezeket a negatívumokat tovább erősítette.

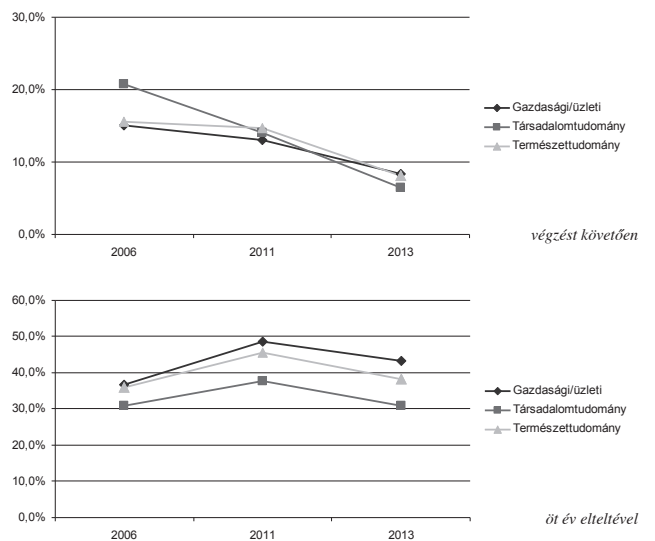
A következőkben azt vizsgáljuk meg, hogy a képzési terület, a nem és a családi vállalkozói háttér szerinti eltérések hogyan alakultak az elmúlt négy adatfelvétel során, majd megvizsgáljuk a hallgatók karriermotivumait az egyes években. Célunk beazonosítani azokat a változásokat, amelyek a vállalkozásindítási elképzelések alakulására érdemi hatást gyakorolhatnak.

A képzési terület szerinti eltérések

A következő ábrák azt szemléltetik, hogy milyen eltérések jellemzőek képzési területenként a vállalkozói hajlandóság alakulásában. A közvetlenül a tanulmányok befejeztével adódó vállalkozó kedv drasztikusan csökkent a vizsgált időszakban képzési területtől függetlenül. Öt év elteltével optimistábban látják a vállalkozás valószínűségét a megkérdezett hallgatók, valamennyi képzési terület esetében magasabb vállalkozói kedvet találunk, ugyanakkor nyílik az olló: szignifikánsan magasabb a gazdasági/üzleti területen hallgatók vállalkozói hajlandósága, ezt a természettudományi terület követi. (Lásd 3. ábra)

3. ábra

A vállalkozást tervezők aránya képzési területenként



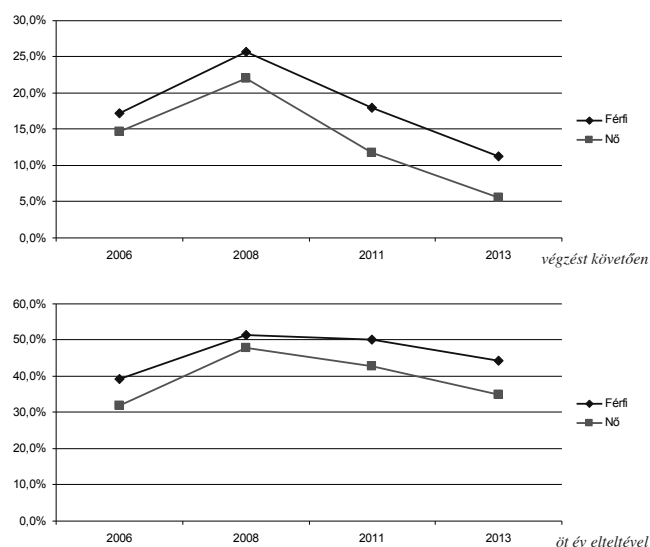
Nemek szerinti eltérések

A férfiak vállalkozói kedve minden vizsgált időszakban meghaladta a nők vállalkozói kedvét, az egyes éveket tekintve lényegi eltéréseket nem figyelhetünk meg, az-

zal a megjegyzéssel, hogy a nemek közötti különbség 2008 után növekedett. A jövőre vonatkozóan fontos lehet az a tény, hogy a végzést követő vállalkozói kedv csökkenése jelentősebb, mint a végzést követő öt évre vonatkozó várakozás. (Lásd 4. ábra)

4. ábra

A vállalkozást tervezők aránya nemek szerint



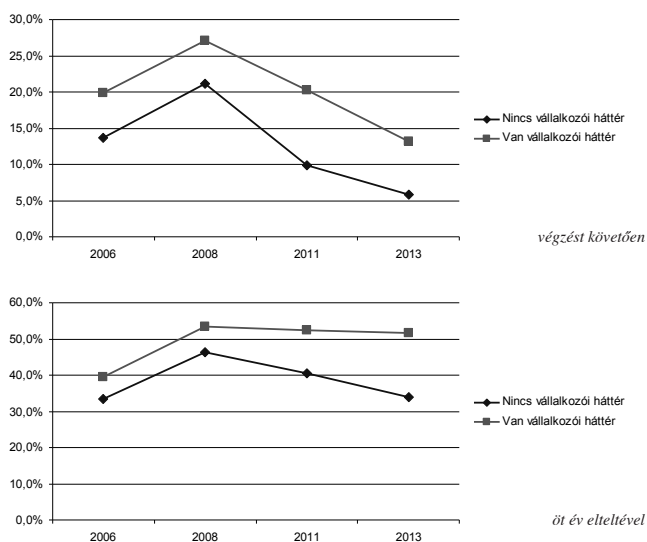
Családi vállalkozói háttér szerinti eltérések

A családi vállalkozói háttér jelentősége minden adatfelvétel során meghatározónak bizonyult. A változó magyarázó ereje ugyanakkor évről évre nagyobb, a válaszok alapján úgy tűnik, hogy egyre meghatározóbb a saját vállalkozással összefüggő döntés meghozatalában, hogy vállalkozói környezetben nőnek-e fel a fiatalok. Főként az öt évvel a végzés utáni időszakban igaz ez a

tendencia, ahol láthatóan egyre nagyobbak az eltérések e változó szerint. (lásd 5. ábra)

5. ábra

A vállalkozást tervezők aránya családi vállalkozói tapasztalatok szerint



A 4. táblázat a három vizsgált változó (nem, képzési terület és családi vállalkozói minta) karrierelképzelésekre gyakorolt hatásának nagyságát mutatja. A karrierelképzeléseket itt bináris változóként vizsgáltuk (1: nem vállalkozói karrier [alkalmazotti és egyéb válaszok], 2: vállalkozói karrier). Láthatjuk, hogy a képzési terület végzést követő karriertervekre gyakorolt hatásától eltekintve valamennyi esetben gyenge szignifikáns kapcsolat figyelhető meg. A két utolsó felmérésben a családi vállalkozói minta szerepe jelentősebbé vált, ahogy azt az 5. ábra is sugallja. Mindhárom változó szignifikáns hatást gyakorol a hallgatói elképzelésekre, de együttes magyarázóerejük sem haladja meg az 5%-ot.³

4. táblázat

A vizsgált változók és a karrierelképzelések összefüggése

	2013		2011		2008		2006	
	Végzést követően	5 év után	Végzést követően	5 év után	Végzést követően	5 év után	Végzést követően	5 év után
Nem	0,103 (0,000)	0,093 (0,000)	0,086 (0,000)	0,072 (0,000)	0,041 (0,000)	0,035 (0,000)	0,035 (0,000)	0,077 (0,000)
Képzési terület	0,025 (0,129)	0,089 (0,000)	0,022 (0,245)	0,073 (0,000)	0,009 (0,828)	0,069 (0,000)	0,051 (0,012)	0,038 (0,086)
Családi vállalkozói háttér	0,123 (0,000)	0,164 (0,000)	0,147 (0,000)	0,117 (0,000)	0,069 (0,000)	0,068 (0,000)	0,082 (0,000)	0,063 (0,000)

A változók közötti sztochasztikus kapcsolatot Cramer V mutatóval vizsgáltuk. Zárójelben a szignifikanciaszinteket adtuk meg.

Magyarázatok a vállalkozói kedv időbeli alakulására

A hallgatók jövőbeli karrierjével összefüggő motivációk változatosan alakultak abban az időszakban, amelyre vonatkozóan adatokkal rendelkezünk.

A következőkben azt nézzük meg, hogy mennyiben okozhatták a vállalkozói kedv alakulásában megfigyelhető 2008-as megugrást, majd visszaesést a hallgatók személyes jellemzőiben beállt változások. Abból a feltételezésből indulunk ki az elemzés során, hogy a legfontosabb vállalkozói személyiségjegyek nem változtak érdemben a vizsgált időintervallumban. Elsősorban a következő személyiségjegyeknek tulajdonítunk jelentőséget a vállalkozásindítási elképzelés megszületése kapcsán:

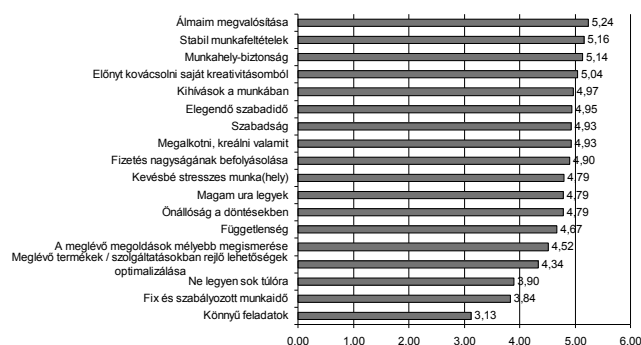
- kreativitás/alkotás vágya,
- individualizmus,
- rugalmasság,
- kockázatvállalás és
- önmegvalósítás.

A 6-9. ábrák a hallgatók karriermotívumait mutatják a válaszadók értékítélete szerinti sorrendben. Minden évben Likert-skálán történt az egyes motívumok jelentőségének mérése, ugyanakkor a skála eltérő terjedelmű volt az egyes adatfelvételek során. Ennek következménye, hogy a válaszok átlagainak abszolút értékei nem hordoznak lényegi információt, helyette csak az egyes motívumok sorrendjének változása és a kiugróan magas/alacsony értékek beazonosítása lehet célszerű.

Az egyes megkérdezések során a kérdőívek némileg különböztek egymástól, így azok egy az egyben történő összevetése nem lehetséges. Azt azonban jól láthatjuk, hogy a rangsorok élén főként az önmegvalósítás változó (fejlődés, tanulás, saját kihívásnak való megfelelés) és a jövedelemszerzéssel összefüggő változók (pénzügyi biztonság, magasabb jövedelem) állnak. A társadalmi szerepvállalás, a környezetnek való megfelelés változói rendre hátulra sorolódnak.

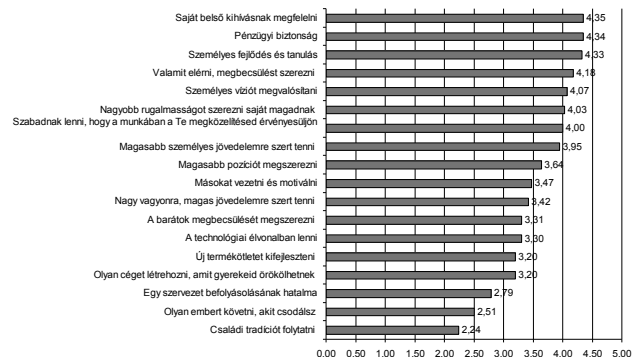
6. ábra

A motivációk sorrendje 2006-ban



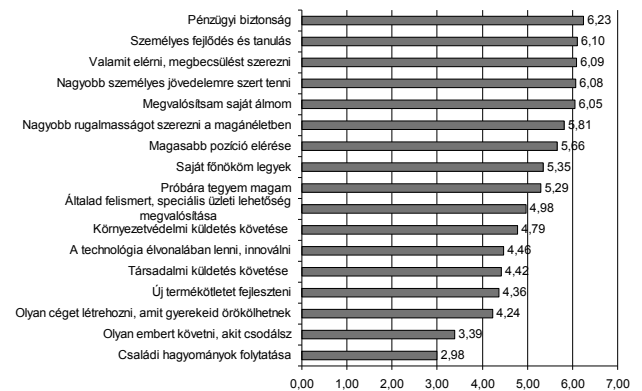
A motivációk sorrendje 2008-ban

7. ábra



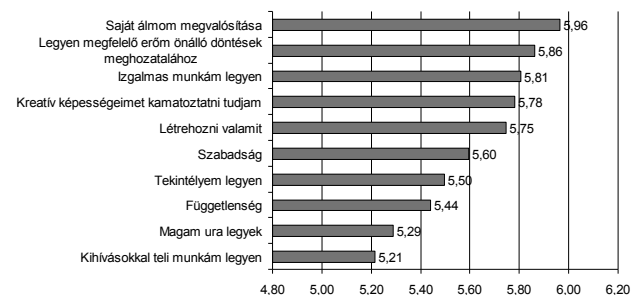
8. ábra

A motivációk sorrendje 2011-ben



9. ábra

A motivációk sorrendje 2013-ban



Az időbeli elmozdulás szemléltetésére a 2006-os és a 2013-as kérdőívet vetjük össze. Ennek alapján következtethetünk arra, hogy a vizsgált időintervallum hozott-e érdemi változásokat a hallgatók karriermotívumaiban. Az 5. táblázat az azonos válaszok sorrendjének alakulását mutatja 2006-ban és 2013-ban, valamint

az egyes karriermotívumok és a karriertervek (vállalkozói/nem vállalkozói) közötti kapcsolat erősségét.

A vállalkozói személyiség egyéb szükséges ismeretőjegyei (mint például a szabadságvágy, az alkotás

5. táblázat

A meghatározó személyiségjegyek sorrendje és hatása a karriertervekre 2006-ban és 2013-ban

	2006			2013		
Álmaim megvalósítása	1.	0,061 (0,000)	0,069 (0,000)	1.	0,078 (0,000)	0,182 (0,000)
Kreativitás kamatoztatása	2.	0,085 (0,000)	0,102 (0,000)	3.	0,060 (0,000)	0,113 (0,000)
Kihívások a munkában	3.	0,040 (0,020)	0,092 (0,000)	8.	0,038 (0,000)	0,079 (0,000)
Szabadság	4.	0,065 (0,000)	0,039 (0,025)	5.	0,110 (0,000)	0,131 (0,000)
Alkotás vágya	5.	0,057 (0,001)	0,095 (0,000)	4.	0,104 (0,000)	0,194 (0,000)
Magam ura legyek	6.	0,131 (0,000)	0,134 (0,000)	7.	0,202 (0,000)	0,281 (0,000)
Önállóság a döntésekben	7.	0,101 (0,000)	0,086 (0,000)	2.	0,011 (0,291)	0,062 (0,000)
Függetlenség	8.	0,114 (0,000)	0,102 (0,000)	6.	0,173 (0,000)	0,218 (0,000)

A változók közötti sztochasztikus kapcsolatot Eta mutatóval vizsgáltuk. Zárójelben a szignifikanciaszinteket adtuk meg.

A motivációk változását sokféle tényezővel lehet magyarázni. Szerepet játszhat a külső környezet változása, így például a vizsgált időszakban a gazdasági válság erős magyarázó erővel bírhat. A motivációkban beállt változás okát véleményünk szerint azonban más-hol, egy „generációváltásban” kell keresnünk.

A karriermotívumok közül mindkét kérdezéskor az álmok megvalósítása szerepelt az első helyen. Jelentős változást két motivációs tényező esetében figyelhetünk meg, ezek a döntési önállóság és a kihívások a munkában. Az önállóság a döntésekben változó 2006-ról 2013-ra a 7. helyről 2. helyre került, ami arra utal, hogy ez a generáció nagyobb szabadságra vágyik a munkával összefüggésben jelentkező feladatok ütemezésével, elvégzési módjával összefüggésben.

A kihívások a munkában változó ugyanakkor a 3. helyről a 8., utolsó helyre szorult vissza. Ez a változás pedig arra utalhat, hogy a munka csupán egy eszköz számukra, a karrier érdekében kevésbé hajlandóak a magánéleti céljaik és kényelmük feladására, mint a korábbi generáció.

Ezek a változások összecsengenek az y generációra irányuló pszichológiai és szociológiai felmérések eredményeivel.

öröme) terén nincs érdemi változás a hallgatók értékrendjében a vizsgált időszakban.

Az Eta értékek alapján kijelenthetjük, hogy valamenyny vizsgált karriermotívum szignifikáns összefüggésben áll a vállalkozásindítási elképzelésekkel. A függetlenség tényezői (magam ura legyek, szabadság, függetlenség) fontosabbnak bizonyulnak a vállalkozásindítási szándék formálódásában, ahogy azt korábbi kutatások eredményei is alátámasztják (Zellweger – Sieger – Halter, 2011; Meager et al., 2003), mint az önmegvalósítás változói (kreativitás, alkotás, álmok megvalósítása). A kapcsolat erőssége évről évre magasabbnak bizonyul.

Nagyon nehéz meghatározni, hogy hogyan befolyásolják ezek a változások a hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseit. A vállalkozói lét számos olyan sajátossággal bírhat, amelyek vonzóvá válnak egy én-központú, nagy szabadságra vágyó fiatal számára. Az y generáció számára meghatározó a sebesség. A kommunikáció gyorsasága, az információk megszerzésének egyszerűsége következtében azonnali megoldásokat, azonnali eredményeket várnak el, ami a vállalkozási folyamatban nem feltétlenül érvényesül. A kemény munka iránti elkötelezettség és a hosszú távú szemlélet hiánya a vállalkozások gyors kudarcát hozhatja, amennyiben az üzleti sikerek nem azonnal jelentkeznek. Ezért az egyik

terület, amelynek érdemes nagyobb figyelmet szentelni, a hallgatók jövőorientáltságának erősítése.

A hallgatók változó személyisége oktatási feladatokat is felvet. Noha a korábbi adatfelvételek elemzése arra utal, hogy a hagyományos megoldások (előadások, szemináriumok) még mindig jelentősek a tudásátadás területén (Gubik, 2013; 2014), így a vállalkozásoktatásban továbbra is meghatározó szerep jut majd nekik, az új generációnak kiemelt igénye mutatkozik a kreatív megoldások iránt is. Ez nagy kihívást jelent a felsőoktatási intézmények számára és nem vállalható pusztán az oktatók felelősségtudata alapján. Olyan programokat, projekteket kell elindítani, amelyek a vállalkozási folyamatot szimuláció segítségével, vagy a gyakorlatban ismertetik meg a hallgatókkal.

Összefoglalás

A mai fiatalok változó személyisége változást hoz jövőbeli munkakörülményeikkel, életmódjukkal kapcsolatos elvárásaik terén. Ez pedig hatással van a vállalkozásindítási elképzelésekre is.

Sok olyan tendenciát azonosítanak be a közelmúlt kutatásai, amelyek növelik a vállalkozóvá válási kedv esélyeit, ugyanakkor számos olyan személyiségjellemző is megjelenik, amelyek nem feltétlenül kedvezők a vállalkozások sikeres működtetése során. A GUESSS-kutatás elmúlt négy adatfelvételének elemzésével rávilágítottunk arra, hogy a kihívások keresése a munkában egyre kevésbé fontos a fiatalok számára, így a vágyott döntési önállóságot, amely ugyanakkor meghatározó motivációs tényezővé vált, vélhetően nem feltétlenül vállalkozási keretek között tervezik megtalálni. A vállalkozói személyiség egyéb szükséges jegyei (szabadságvágy, alkotás öröme) terén nincs érdemi változás a hallgatók értékrendjében.

A vállalkozói kedv növelése érdekében a felsőoktatási intézményeknek alkalmazkodniuk kell a megváltozott személyiségjegyekhez. Új típusú tudásátadási megoldásokat kell kidolgozni, amelyek több gyakorlatorientált megoldást, például szimulációt, esettanulmányokat tartalmaznak, de akár valós vállalkozások indításán keresztül is rávilágíthatnak a vállalkozásokkal kapcsolatban felmerülő lehetőségekre, feladatokra és buktatókra.

Lábjegyzet

¹ A tanulmány az OTKA 109839 projekt támogatásával készült.

² A kutatási projekt honlapja: <http://guesssurvey.org>

³ Erről binomiális logisztikus regresszió alkalmazásával győződünk meg. A Nagelkerke R² mutató értéke a 2013-as mintán a legmagasabb, de itt is csak 0,056 (végzést követően), illetve 0,054 (öt év elteltével), azaz alig több, mint 5 százalékban magyarázza a három változó együttesen a vállalkozásindítási elképzeléseket.

Felhasznált irodalom

- Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior. Behavior and Human Decision Processes, 50 (2): p. 179–211.
- Ajzen, I. (2006): Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire – Brief Description of the Theory of Planned Behavior. <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Autio, E. (2005): Report on High-Expectation Entrepreneurship. London: London Business School – Babson College
- Borsi, B. – Dóry, T. (2015): A vállalkozóképzés nemzetközi trendjei és a vállalkozói készségek egyetemi fejlesztése. Közgazdasági Szemle, 57 (7-8): p. 835–852.
- Eurofound (2015): Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- Farkas, Sz. – Gubik, A. S. (2013): Az egyetemi-főiskolai hallgatók vállalkozói attitűdkutatásának módszertani sajátosságai. Statisztikai Szemle, 91 (10): p. 993–1012.
- Ferincz A. – Szabó Zs. R. (2012): Z generáció hatása a munkaadói szervezetekre. Munkaügyi Szemle, 56 (2): p. 88–93.
- Gubik, A. S. – Farkas, Sz. (2014): Entrepreneurial Activity of Hungarian Students. in: Alexandra Vécsey (szerk.): Management, Enterprise and Benchmarking – In the 21st Century: Volume of Management. Budapest: Keleti Károly Faculty of Business and Management, Óbuda University: p. 125–140.
- Gubik, A. S. (2013): A magyar hallgatók vállalkozásindító szándékát befolyásoló tényezők modellje: Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése. Vezetéstudomány, 44 (7-8.): p. 18–29.
- Gubik, A. S. (2014): The Role of Higher Education Institutions in the Entrepreneurship of Hungarian Students. Theory Methodology Practice: Club of Economics on Miskolc, 10 (1): p. 71–79.
- Imreh-Tóth, M. (2015): Az egyetemi vállalkozásoktatás lehetséges szerepe a vállalkozóvá válás elősegítésében. Szeged: JATEPress
- Lerf, A. (2014): Gondolatok a digitális bennszülöttek világáról. Magyar Coachszemle, 3 (1): p. 14–19.
- 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 <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2530&rep=rep1&type=pdf>

- Mccrindle, M. – Wolfinger, E.* (2009): The ABC of XYZ. Understanding the Global Generations. Kensington: UNSW Press
- Meager, N. – Bates, P. – Cowling, M.* (2003): An evaluation of business start-up support for young people. *National Institute Economic Review*, 186: p. 59–72.
- OECD* (2015): Policy Brief on Youth Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- Reisinger, A.* (2013): Családi vállalkozás folytatásának tervei a felsőoktatási hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 44 (7-8.): p. 41-50.
- Richert, J. – Schiller, R.* (1994): Hochschulabsolventen als Existenzgründer, Report of the „Deutsche Ausgleichsbank” for the Federal Ministry of Education and Science in Germany. Bonn
- Schot, T. – Kew, P. – Cheraghi, M.* (2015): Future Potential. A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015. <http://www.innovacion.gob.cl/wp-content/uploads/2015/08/gem-2015-youth-report-1436523546.pdf>
- Schrör, H.* (2006): The profile of the successful entrepreneur. Results of the survey ‘Factors of Business Success’. *Statistics in focus* 29/2006. Luxembourg: Eurostat
- Szerb, L. – Márkus, G.* (2007): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására (Nemzetközi összehasonlító elemzés, 2006). *Közgazdasági Szemle*, 54 (3): p. 248-273.
- Tari, A.* (2010): Y generáció. Budapest: Jaffa Kiadó
- Zellweger, T. – Sieger, P. – Halter, F.* (2011): Should I Stay or Should I Go? Career Choice Intentions of Students with Family Business Background. *Journal of Business Venturing*, 26 (5): p. 521–536.

E SZÁMUNK SZERZŐI

dr. FIÁTH Attila, igazgató, BCE Szabályozott Iparágak Kutatóközpont; **dr. NAGY Vince**, egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem; **TAKÁCS Péter**, vasúti üzemeltetési vezérigazgató-helyettes, BKV Zrt.; **BALOGH László**, főmérnök, BKV Zrt.; **BÁLINT Ágnes**, projektvezető, TÜV Rheinland InterCert Kft.; **NAGY Balázs**, vezető tanácsadó, Expert Management Consulting Kft.; **DINYA Mariann**, tanácsadó, Expert Management Consulting Kft.; **Ifj. REKETTYE Gábor**, egyetemi adjunktus, Budapesti Metropolitan Egyetem; **Dr. BAUER András**, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. MITEV Ariel**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **COSOVAN Attila**, tervezőművész, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. HORVÁTH Dóra**, tanszékvezető egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. S. GUBIK Andrea**, egyetemi docens, Miskolci Egyetem; **Dr. FARKAS Szilveszter**, főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Egyetem

VEZETÉSTUDOMÁNY