

E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
TARRÓ Adrienn

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
TARRÓ Adrienn

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

SOMOGYI Noémi <i>A külföldi munkavállalás indítékainak vizsgálata a fiatalok körében Londonban</i> <i>Research of the Motivations to Work Abroad Among Young People in London</i>	1
KASSIM Iris <i>Employee Engagement and Human Resource Practices in Europe</i> <i>Dolgozói elégedettség és humán erőforrás gyakorlatok Európában</i>	12
TEMESI Melinda <i>A hallgatók vállalkozási hajlandóságának és az azt befolyásoló tényezők vizsgálata Magyarországon</i> <i>The Entrepreneurial Propensity of Students in Hungary</i>	25
TAPOLCSÁNYI Barbara <i>A Nemzeti Vágta turisztikai jelentősége hazánkban</i> <i>The Importance of Tourism of the National Gallop in our Country</i>	40
JENTETICS Kinga <i>The Connection Between Music and Country Image – in Case of Hungary</i> <i>A zene és az országimázs kapcsolata – Magyarország példáján keresztül</i>	52
STREIT Edit <i>A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszemponútú elemzése</i> <i>A Marketing Analysis of the Travel Decisions of Today's Young Generation</i>	66
KASZA Irén Éva <i>Product Placement – a magyar reklám új korszaka</i> <i>Product Placement – New Age of Hungarian Advertisement</i>	79
GÁBOR Diána <i>„Underground vendéglátás”: Budapest új attrakciói, a romkocsmák</i> <i>“Underground Hospitality” – Ruin-Pubs: The New Attractions of Budapest</i>	107
BEREZVAI Zombor <i>Élelmiszer-kiskereskedelmi üzletláncok árazási stratégiája a válság idején</i> <i>The Pricing Strategy of Food Retail Chains in Economic Crisis</i>	125
LOSONCZI György <i>Magyar felsőoktatási intézmények honlapjainak versenyképességi vizsgálata nemzetközi viszonylatban</i> <i>Competitive Website Evaluation of the Hungarian Higher Education in International Environment</i>	139
HORVÁTH Daniella <i>Innovativitás, márkahűség és demográfiai tényezők hatása a formaválasztásra az ásványvíz termék kategória középpontba állításával</i> <i>Innovativeness, Brand Loyalty and Demographic Factors Influence the Choice of Design</i>	157
FODOR Renáta Kitti <i>Libát és/vagy pénztárcát tömjünk?!</i> <i>Do We Stuff a Goose and/or our Pockets?!</i>	173

A hallgatók vállalkozási hajlandóságának és az azt befolyásoló tényezők vizsgálata Magyarországon¹

TEMESI Melinda²

A feldolgozott téma a magyar hallgatók vállalkozói hajlandósága, amely témakör azért fontos és aktuális, mert a vállalkozások a gazdaság igazi mozgatórugói, és ezt mára már hazánkban is felismerték. Annak ellenére, hogy az Európai Unió többi tagországához hasonlóan, már Magyarországon is elindult a kisvállalkozások nagymértékű támogatása, még így sem fordítanak elég figyelmet a kisvállalkozásokra. Emellett a jelenleg felsőoktatásban tanulók azok, akik a legnagyobb hányadát adják a jövő vállalkozóinak, a felsőoktatásban továbbra sem jó vállalkozókat, hanem jó alkalmazottakat képeznek.

A vállalkozói hajlandóságot a 2011-es GUESS felmérés alapján vizsgáltam meg teljes magyarországi viszonylatban, illetve egy 2012-ben elvégzett primer kutatás keretein belül a Széchenyi István Egyetemen. Mindkettő kérdőív elemzése az SPSS program segítségével történt. Az eredményekből kiderült, hogy a tanult tudományterület, és a családi háttér bír a leginkább befolyással a hallgatók vállalkozói hajlandóságára.

Kulcsszavak: vállalkozói hajlandóság, felsőoktatás

JEL-kódok: L26, I23, Z10

The Entrepreneurial Propensity of Students in Hungary

The paper examines the entrepreneurial intention of Hungarian students which is an actual and important topic, because in our country it is realized that enterprises are the drivers of the economy. Despite the fact that the support of the small companies in Hungary - like in other members of the European Union - has been started, they still do not get enough attention. Besides this, those who study in higher education nowadays will give the considerable proportion of the future's entrepreneurs, higher education still produces good employees and not good entrepreneurs.

I analysed the entrepreneurial intentions using the 2011 GUESS survey questionnaire which was filled in by more than 5000 students in several Hungarian higher education institutions, and according to another related research which was investigated at the Széchenyi István University in 2012. Both questionnaires were analysed using SPSS program. From the results it has turned out that the field of study and the family background have the biggest effects on entrepreneurial intention.

Keywords: entrepreneurial intention, higher education

JEL-codes: L26, I23, Z10

¹ A tanulmány a XXXI. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Oktatáspolitikai Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK-pályamunka konzulense Dr. Koltai Judit Petra adjunktus.

² A szerző a Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Karának hallgatója (tmelinda7 AT gmail.com).

Bevezetés

„A vállalkozás gondolkodásmód, valamint gazdasági tevékenység teremtésének és fejlesztésének folyamata, ötvözve a kockázatvállalást, a kreativitást és/vagy az innovációt józan menedzsmenttel, egy új vagy már működő vállalatban belül” (*Green Paper, 2003*).

A vállalkozói hajlandóság alakulására a belső és külső befolyásoló tényezők egyaránt hatással vannak. A továbbiakban bemutatom azokat a külső és belső motivációkat, amik hozzájárulnak ahhoz, hogy a hallgatók az alkalmazotti lét helyett, inkább egy önálló vállalkozás indítását válasszák. Ezen belül megvizsgálom a hallgatók személyiségét, a családi és baráti környezetüket, a tanult szakterületet, de emellett a hátráltató tényezőket is bemutatom.

A tanulmány elméleti alapját *Ajzen és Fishbein (1980)* modelljei jelentik, amelyek az attitűd, a cselekvés és a magatartás közti összefüggéseket vizsgálták, és írták le. Fontos szerepet kap a vállalkozói hajlandóság témakörében *Szerb László* és *Vecsenyi János* akik mindketten a sikeres vállalkozók tulajdonságait kutatják.

Módszertan

Az elemzés során két kérdőív eredményeit hasonlítom össze, majd a szakirodalommal is összehasonlítom. Mindkét kérdőív elemzése SPSS programmal történik, amely során keresztábrák, faktoranalízis és klaszterelemzés kerül alkalmazásra.

GUESSS

Az első vizsgált kérdőív a GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*) kutatási projekt kérdőíve. A kutatás célja, hogy összehasonlítsa a hallgatók vállalkozói szándékát és tevékenységét földrajzi és időbeli szempontok felhasználásával. Az adatokat egy on-line felmérés segítségével gyűjtötték össze.

Az első felmérés 2003-ban zajlott le, az ötödik pedig 2011-ben. A felmérést két évente folytatják le. A kérdőívben a központi panelkérdések, amiket minden országban feltesznek, kiegészülnek az egyedi, nemzetközileg elfogadott országspecifikus kérdésekkel. (What is GUESSS?)

A következőkben a GUESSS legutóbbi, 2011-es felmérésének adatai alapján vizsgálom meg a magyar hallgatók vállalkozási hajlandóságát, ehhez hozzáférést biztosítottak a hivatalos, 5677 elemből álló, angol nyelvű adatbázishoz, amely az összes Magyarországon kitöltött kérdőív adatait tartalmazza.

Saját kérdőív

A GUESSS nemzetközi kutatás elemzéséből származó eredményeimet fontosnak tartom összehasonlítani más eredményekkel is, emiatt került sor egy saját összeállítási kérdőív lekérdezésére is. A készített kérdőívet a Széchenyi István Egyetem 150 hallgatójával tölttettem ki. Ez a felmérés lényegesen kisebb mintájú, és főként a motivációkra, akadályokra tér ki, továbbá aktuálisabb adatokat tartalmaz. Így lehetőségem volt arra, hogy ezt a szűk réteget az országos eredményekkel összevegyem.

Elméleti áttekintés

Az általam feldolgozott szakirodalom legfontosabb részei kerülnek bemutatásra, a külső környezetre vonatkozó általános helyzetkép mellett, a vállalkozói tulajdonságokra is helyezve a hangsúlyt.

Külső környezet

Az 1970-es évekig a nagyvállalatokat gondolták egyedül a gazdasági fejlődés mozgatórugóinak, de az olajválságok bebizonyították, hogy a nagyvállalati szervezetek sem tökéletesen stabilak. 1980-as évektől felismerték a kisvállalatok növekvő szerepét a gazdasági fejlődésben. A rendszerváltás után a magyar vállalkozások jelentős változásokon estek át, ekkoriban a kis- és közép-, valamint a nagyvállalkozások 1/3 – 2/3 arányban vették ki a részüket a foglalkoztatásból a magyar munkaerőpiacon. Ez azonban az évek során megfordult, és ez a fordított arány még ma is érvényes (*Szerb, 2007*).

Egy vállalkozás akkor minősül kis- és középvállalkozásnak, ha foglalkoztatottainak létszáma nem haladja meg 250 főt, éves nettó árbevétele nem éri el az 50 millió eurót, vagy a mérlegfőösszege nem haladja meg a 43 millió eurót, ezen felül a vállalkozásban az állam vagy az önkormányzat közvetlen vagy közvetett tulajdoni részesedése külön-külön vagy együttesen nem haladja meg a 25 százalékot.

2002-ben a magyarországi kkv-k 67 százalékos részesedése a piacon nagyjából azonos volt az Európai Unió átlagával. Azonban az EU-s országokon belül találhatóak olyan országok, amelyek jóval az átlag alatt, illetve fölött helyezkedtek el. A kis- és középvállalkozásokat három részre bonthatjuk, a középvállalatok az 50-249 főt foglalkoztató vállalatokat jelentik. A kisvállalkozások a 10-49 fős vállalatok, és a mikrovállalkozásokat is külön csoportként kezelik, amibe a 10 fő alatti, akár nullafős, alkalmazott nélküli vállalkozások is tartoznak. A mikrovállalatok az EU-tagországokban a foglalkoztatottak létszámából 18 és 48 százalék közötti arányt képviseltek 2002-ben (*Román, 2002*).

Magyarország folyamatosan államháztartási hiánnyal küzd, ami egyre csak emelkedik. 2007-re az államadósság a GDP 66 százalékára emelkedett. A Magyar Nemzeti Bank 2010. év februárjában kiadott jelentése szerint a magyar államháztartás bruttó adóssága 2009-ben a bruttó hazai termék 78,3 százaléka volt, ami 20396 milliárd forint, ez pedig minden egyes magyar állampolgárra több mint 2 millió forintos tartozást jelent. Az államadósság folyamatos növekedésének oka a rossz gazdálkodás, a magas arányban jelen levő feketegazdaság és a korrupció. A gazdaságban a mikro-, kis- és középvállalkozásoknak is kiemelt szerepe van. E szektor működése nagyban kihat a gazdaság teljesítményére, és befolyásolja a foglalkoztatást is. Magyarországon 2009 és 2010 között a kkv szektor adja a hazai vállalkozások több mint 99 százalékát, és e vállalkozások állítják elő a GDP 45 százalékát is. A hazai foglalkoztatottak 60 százaléka ebben a szektorban dolgozik, ez pedig több mint 2 millió főt jelent (*Szabó, 2010*).

2009-ben a Magyarországon működő 689 ezer vállalkozásból több mint 688 ezer tartozott a kis- és középvállalkozások közé. Azonban a ténylegesen gazdálkodási tevékenységet folytató kkv-k csak a nyilvántartásban szereplő vállalatok 43 százalékát tették ki. Ezzel ellentétben, a regisztrált nagyvállalatok közül 870 működött, ami 89 százalékot jelent. Ennek oka, hogy a nagyvállalatok tevékenysége általában több erőforrást igényel, és termelő tevékenységet folytatnak, így nem jellemző rájuk a tevékenységük szüneteltetése. A megszűnés előtt álló cégek közül is lényegesen kevesebb nagyvállalat van (*KSH, 2012*).

Vállalkozói tulajdonságok

A vállalkozások makrokörnyezetének rövid áttekintése után, a dolgozat további részében az egyén viselkedésének vizsgálata kerül előtérbe.

10 D modell (Györfy – Benyovszki – Szakács, 2008)

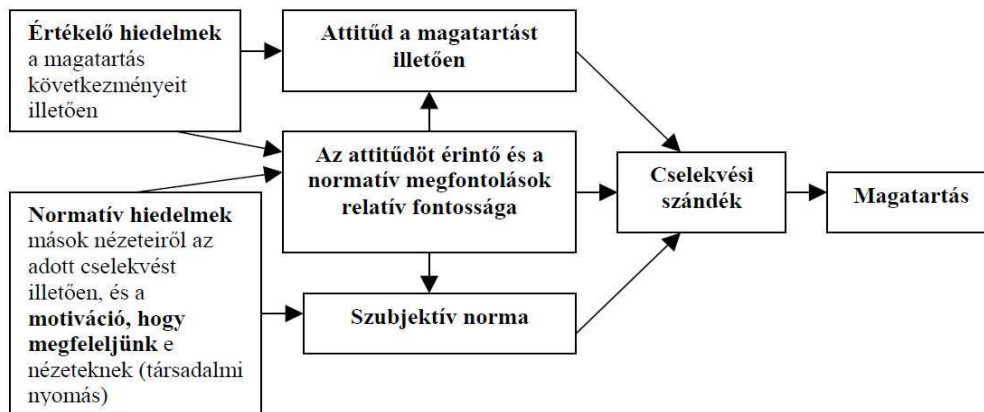
William Bygrave a vállalkozók tíz legfontosabb tulajdonságát az ún. 10 D modelljében foglalta össze.

- Dream – Konkrét elképzelés a jövőre tekintve, és a jövőkép megvalósítása.
- Decisiveness – Határozott döntési képesség.

- Doers – Cselekvőképesség, a kitűzött célok elérése.
- Determination – Elkötelezettség, eltökéltség.
- Dedication – Egészséges önfeláldozás, egyensúly az üzlet és a család között.
- Devotion – Megszállottság, odaadás a tevékenység iránt.
- Details – Odafigyelés a részletekre.
- Destiny – Felelős az életének/sorsának alakulásáért.
- Dollars – Nem a meggazdagodás az elsődleges motiváció, a pénz csak a siker eszköze.
- Distribute – Fontos kérdésekben nem dönt egyedül.

Indokolt cselekvés elmélete

Ajzen és Fishbein (1980) megfogalmazták a „indokolt/átgondolt cselekvés elméletét” (*Theory of Reasoned Action*), melynek folyamatát az 1. ábra mutatja be. Az indokolt cselekvési elmélet megfogalmazásával fő céljuk volt, hogy megpróbálják megállapítani az eltérést az attitűd és a viselkedés között. Az indokolt cselekvési elmélet az önkéntes viselkedéshez kapcsolódik. Az attitűdök nem közvetlenül a magatartást határozzák meg, hanem a cselekvési szándékot, és a szándék határozza meg a magatartást. Az attitűd mellett a szándéokra a szubjektív norma is hatással van. Befolyásoló erővel bírnak még az értékelő hiedelmek, amelyek választ adnak arra, hogy az egyén hogyan értékeli magatartásának következményeit, illetve a normatív hiedelmek, amelyek mások értékrendjéhez viszonyít, és meghatározza, hogy mennyire fontos az egyén számára, hogy ezeknek az elvárásoknak megfeleljen. Ez a modell racionális viselkedést feltételez.

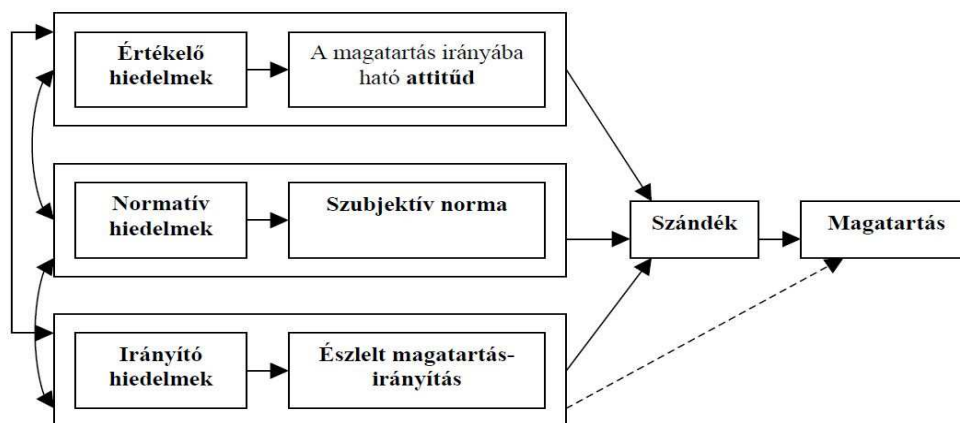


1. ábra: Az indokolt cselekvés elmélet (Ajzen – Fishbein, 1980)

Forrás: Nemcsicsné, 2005

Tervezett cselekvés elmélete

A viselkedés nem teljesen önkéntesen és a kontrollálatlan jelenik meg, ezért a modellt kiegészítették az észlelt viselkedési kontrollal. Ezzel a változtatással az elmélet új neve a „tervezett magatartás modellje/tervezett cselekvés elmélete” (*Theory of Planned Behavior*) lett, amely megközelítőleg előrevetíti a cselekvési szándékot.



2. ábra: A tervezett magatartás modellje (Ajzen, 1991)

Forrás: Nemcsicsné, 2005

A tervezett magatartás modell szerint a személy viselkedését a szándék határozza meg, hogy teljesítse a viselkedést és ez a törekvés viszont az attitűdjének a feladata a viselkedése és a szubjektív normája felé. A legjobban előrevetíthető viselkedés, a szándék. A szándék egy kognitív ábrázolása a személy állapotának, hogy képes-e teljesíteni egy adott viselkedési formát, és így tekinthető ez, a viselkedés azonnali előzményének. A szándékot három tényező határozza meg a viselkedési attitűd, a szubjektív norma és az észlelt magatartás-irányítás. Ahhoz, hogy meg tudjuk jósolni valaki szándékait, ahhoz ismernünk kell a hiedelmeit is, amik olyan fontosak is lehetnek, mint a személy attitűdjének ismerete. Végül az érzékelt viselkedési szabályozás is befolyásolja a szándékot. A viselkedésben érzékelt kontroll utal az emberek megítélésre egy adott viselkedésről. Általános szabály, hogy minél kedvezőbb az attitűd, a szubjektív norma, és nagyobb az észlelt ellenőrzés, annál erősebb a személyek szándéka, hogy megfeleljenek a szóban forgó viselkedési formának (Ajzen, 1991).

A sikeres vállalkozó ismérvei

A sikeres vállalkozáshoz szükséges tényezőkre eredetileg két fajta felfogás létezett, amelyek jelentősen eltérnek egymástól. Az egyik felfogás szerint a sikeres vállalkozáshoz egy jó ötlet és tőke kell, és a személyes tulajdonságok nem játszanak meghatározó szerepet. A másik felfogás szerint viszont a személyes tulajdonságok a lényegesek, és a tanult képességek nem fontosak. A szakma álláspontja az, hogy mindkét meglátás tartalmaz igazságokat, azonban önmagában mindkettő helytelen. A jó ötlet, és a rendelkezésre erőforrások önmagukban nem elegendőek egy sikeres vállalkozás működtetéséhez, hanem szükség van hozzá magára a vállalkozóra is. Azonban azok a tulajdonságok és képességek, amik egy eredményes vállalkozót jellemeznek nem csak veleszületettek lehetnek, hanem fejleszthetők és tanulhatók is. (Szerb-Márkus, 2007) Az olyan vállalkozói tulajdonságok, mint a kezdeményezőkészség, a függetlenségre törekvés, az innovációs hajlam, pozitívan befolyásolhatja a vállalkozóvá válást és a vállalkozók társadalmi elismertségét is (Szerb – Kocsis-Kisantal, 2008).

A sikeres vállalkozói karrierhez egy bizonyos szintű szerencse is kell, természetesen ezen felül szükség van a megfelelő képességekre, készségekre és ismeretekre is. A szerencse ebben az esetben egy kínálkozó lehetőség inkább, azonban a lehetőség önmagában nem elég. Fontos, hogy a vállalkozni tervezők „készenlétben” legyenek, tehát a megfelelő pillanatban mozgósítani tudják a szükséges tudásukat, erőforrásaikat (Laki-Szalai, 2004).

Vecsenyi (1999) szerint a vállalkozási sikernek öt szempontja van, szakmai siker, értékesítési siker, gazdasági siker, társadalmi siker és egyéni siker. A vállalkozás sikere pedig a vállalkozásban résztvevő személyektől, az időzítéstől, a hozzáférhető erőforrásoktól, és a környezettől függ.

A vállalkozói szakirodalom egy része foglalkozik főként a vállalkozóvá válás folyamatával, és az ehhez szükséges személyes jellemzőkkel. Eleinte a teljesítménykényszert és a belső kontrollt tartották hangsúlyosnak. Később azonban a vállalkozói tankönyvek a fontos tulajdonságokról hosszabb-rövidebb listákat tartalmaznak. Említik például a kockázatvállalást, a kreativitást, a gyors döntéshozó képességet, vezetői készségeket, együttműködésre való hajlamot. A vállalkozói hajlam kialakulásában a tanulásnak, illetve az oktatásnak fontos szerepe van, de ezen felül még számos más tényező is befolyásolja. Szoros kapcsolat van a vállalkozási hajlandóság és a vállalkozóvá válás között, de ez természetesen nem jelenti azt, hogy a vállalkozói hajlam garantálja a vállalkozói jövőt. A vállalkozói hajlammal kapcsolatban számos vizsgálat folyik, és számos ellentmondásos eredmény található (Szerb – Márkus, 2007).

Hipotézisek

Az előzőekben bemutatott szakirodalom, és a saját benyomásaim, gondolataim alapján a következő hipotéziseket állítottam fel.

H1: Azon hallgatónak, akiknek szülei vállalkozási tapasztalattal rendelkeznek, elhelyezkedési céljai között nagyobb valószínűséggel szerepel végzés után, illetve öt évvel később egy vállalkozásban alapítóként való részvétel, mint azoknak a hallgatónak, akiknek szülei sosem vállalkoztak.

H2: A tanult tudományterület befolyásoló hatással bír a vállalkozói hajlandóságra, az üzleti és gazdasági területen tanuló hallgatók rendelkeznek a távolabbi jövőre nézve legmagasabb vállalkozói hajlandósággal a vizsgált tudományterületek közül.

Elemzés

Vállalkozói hajlandóság

A GUESSS kérdőívben számos kérdést tettek fel, amelyek alapján kirajzolódik egy kép a hallgatók hozzáállásáról, illetve a különböző tényezőkről, amelyek hatással vannak a gondolkodás módjukra. A 1. táblázat azt mutatja, hogy a hallgatók milyen mértékben gondolják komolyan egy vállalat megalapítását. A kérdésre a kitöltők mindegyike válaszolt, és az eredmények azt mutatják, hogy a hallgatók 8,9 százalékán kívül, ami 505 főt jelent, mindannyian gondolkodtak már egy esetleges vállalkozásalapításon. A legnagyobb értéket, az a 43,2 százalék, 2453 hallgató képviseli, akikben csak néha merült fel az ötlet, hogy saját vállalkozásba kezdjenek, de nem rendelkeznek komoly vállalkozásalapítási szándékkal. A második legmagasabb érték, 23,6 százalék, akik újra és újra átgondolták egy saját vállalkozás indítását, de konkrétan még nem döntöttek róla. Viszont azok, akik már közelebb állnak az alapításhoz, de még a határozott döntésük nem született meg, csak egy viszonylag konkrét kép fogalmazódott meg bennük, ők csak a válaszadók 11 százalékát jelentik, 627 fővel. Ha több kategóriát összeszevonunk, és egyben vizsgáljuk azokat, akik megtervezték az alapítás lépéseit, vagy el is kezdték a megvalósítást, esetleg már be is fejezték azt, még ebben a felosztásban is ők képviselik magukat a legkisebb arányban, összesen 8 százalékkal, ami 452 főt jelent.

1. táblázat: Vállalkozói hajlandóság – GUESSS

	Gyakoriság	Százalék	Kumulált szá- zalék
Soha	505	8,9	8,9
Esetlegesen, néha	2453	43,2	52,1
Újra és újra (ismétlődően)	1339	23,6	75,7
Viszonylag konkrétan	627	11,0	86,7
Határozottan döntöttem egy vállalkozás alapításáról	301	5,3	92,0
Konkrét ütemtervvel rendelkezem, hogy mikor, milyen lépéseket tegyek az alapításért	124	2,2	94,2
Már elkezdtem a megvalósítást	193	3,4	97,6
Az általam alapított vállalat alkalmazottja vagyok	96	1,7	99,3
Egy vállalatnál többet alapítottam és legalább egyben aktív szerepet töltök be	39	0,7	100,0
Összesen	5677	100,0	

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSS 2011-es felmérés 8. kérdés alapján

A saját kérdőíves megkérdezésben is vizsgálat alá került a hallgatók hajlandósága egy vállalkozás elindítására. A legnagyobb arányban, 45,3 százalékban azt a választ adták, hogy már gondoltak ezen a lehetőségen, azonban még nem határozták el magukat komolyan. A második leggyakoribb válasz 26 százalékkal az volt, hogy a jövőben komolyan szándékoznak egy önálló vállalkozást megalapítani. Azonban szintén jelentős azok aránya is, 22,7 százalék, akik még egyáltalán nem gondoltak arra, hogy a jövőben vállalkozóként tevékenykedjenek. A legkisebb arányban azok vannak, akik már lépéseket tettek az ügyben, hogy előkészítsék a vállalkozásuk alapítását, ez négy főt jelent, illetve öt fő az, aki már az egyetemi éve alatt alapított egy önálló vállalkozást.

2. táblázat: Vállalkozói hajlandóság - Saját kérdőív

	Gyakoriság	Százalék	Kumulált százalék
Nem gondoltam még	34	22,7	22,7
Gondoltam rajta, de még nem komoly a szándékom	68	45,3	68,0
A jövőben komolyan szándékozom egy önálló vállalkozást indí- tani	39	26,0	94,0
Már megkezdtem az alapítás előkészítését	4	2,7	96,7
Már alapítottam önálló vállalkozást	5	3,3	100,0
Összesen	150	100,0	

Forrás: Saját szerkesztés, saját kérdőív 4. kérdése alapján

Tudományterületek

A következőkben a hallgatók tanult szakterületének összesített adatait vizsgálom meg, ennek az eredményei a 3. táblázatban találhatóak meg. Eredetileg tizenöt szakterületet sorakoztatott fel a GUESSS kérdőív, de a könnyebb feldolgozhatóság érdekében, ezeket három tudományterületbe sorolták. A három tudományterület a következő: üzlet és gazdaság, természettudományok és társadalomtudományok. A kérdőívet kitöltő hallgatók legnagyobb arányban az üzleti és gazdasági területen tanulnak. Ők pontosan 38,5 százalékot jelentenek, 2185 fővel. A természettudományok terén pedig 1738 fő, 30,6 százalék tevékenykedik. A három terület közül a legkevesebben társadalomtudományokkal kapcsolatos szakokra járnak, ez összesen 796 hallgatót jelent, ami 14 százalékot tesz ki. Az egyéb kategóriában szerepelnek azok, akiknek szakterületük nem sorolható be ebbe a három terület egyikébe sem, ilyen szakterület a jog, a sport és a művészetek.

3. táblázat: Tudományterületek - GUESSS

	Gyakoriság	Százalék	Kumulált százalék
Üzlet és gazdaság	2185	38,5	38,5
Természettudományok	1738	30,6	69,1
Társadalomtudományok	796	14,0	83,1
Egyéb	958	16,9	100,0
Összesen I	5677	100,0	

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSS 2011-es felmérés 2.4. kérdés alapján

A 4. táblázat írja le, hogy a győri válaszadó hallgatók mely tudományterületen tanulnak. Mivel a vizsgált egyetem nem rendelkezik társadalomtudományi területhez tartozó szakkal, ezért az elemzésben ezt a tudományterületet nem lehetséges bemutatni. A válaszadók legnagyobb százaléka üzleti és gazdasági területen tanul, ez pontosan 55,3 százalékot jelent. A természettudományi terület a válaszadók 26 százalékát tette ki, és az egyéb kategóriába tartozók, akik főként jogászok 18,7 százalékot képviselnek.

4. táblázat: Tudományterületek - Saját kérdőív

	Gyakoriság	Százalék	Kumulált százalék
Üzlet és gazdaság	83	55,3	55,3
Természettudományok	39	26,0	81,3
Egyéb	28	18,7	100,0
Összesen	150	100,0	

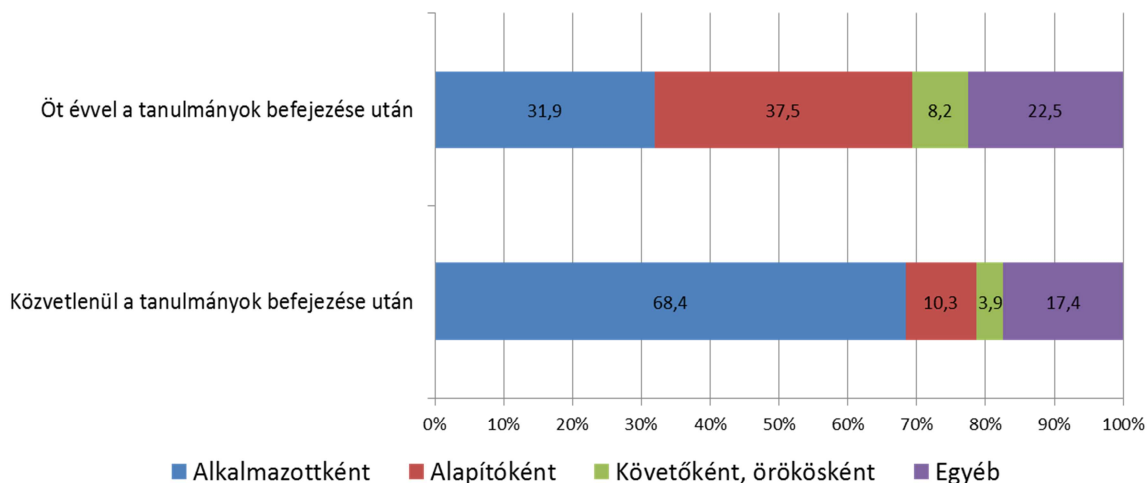
Forrás: Saját szerkesztés, saját kérdőív 3. kérdése alapján

Karriercélok

A hallgatók karriercéljait közvetlenül a tanulmányok befejezése után és öt évvel később is vizsgálom.

A 3. ábra mutatja a GUESSS alapján megállapított elhelyezkedési célok arányait mutatja a magyar hallgatók körében. Látható, hogy közvetlenül a tanulmányok befejezése után, legnagyobb mértékben 68,4 százalékban alkalmazottként kívánnak elhelyezkedni. Csak 10,3 százalék az, aki rögtön saját vállalkozás alapításába kezdene. 3,9 százalék pedig a már egy működő vállalkozás irányítását venné át. 17,4 százalék azok aránya, akik nem tudják még pontosan, hogy mihez szeretnének kezdeni, illetve még nem akarnak dolgozni, hanem utazgatni szeretnének, vagy családot alapítani.

Az öt évvel későbbi céloknál az alkalmazotti lét egyre kevésbé lesz vonzó, és a vállalkozói lét kerül előtérbe. A követőként, örökösként vállalkozók aránya is a kétszeresére nő. Illetve az egyéb kategória mutatja, hogy öt évvel későbbre még nagyobb arányban nem rendelkeznek konkrét elképzelésekkel.

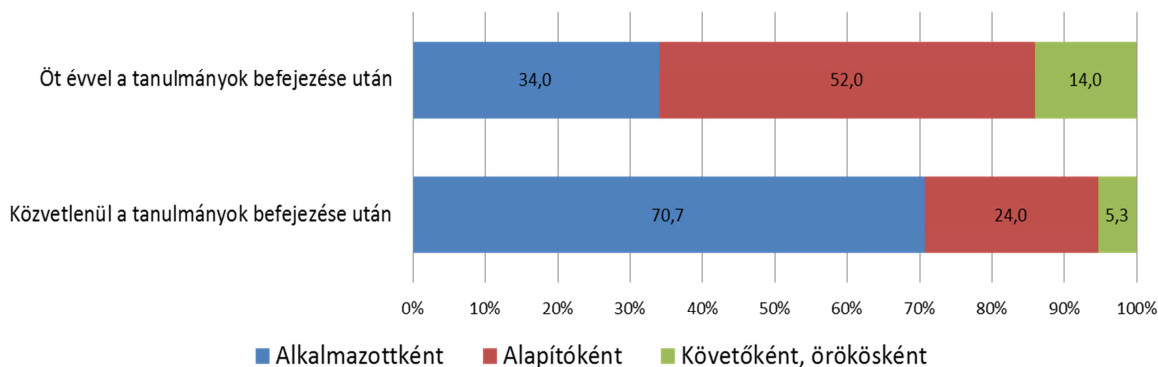


3. ábra Karriercélok – GUESSSS

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSSS 2011-es felmérés 3. kérdés alapján

A saját kérdőíves elemzés esetében is hasonló tendenciák figyelhetőek meg. Ebben az esetben nem volt egyéb kategória, hanem a három másik lehetőségből kellett kiválasztania a kitöltőknek a számukra legvonzóbbat. A válaszadók itt is a legnagyobb arányban alkalmazottként terveznek elhelyezkedni a tanulmányuk befejeztével, illetve öt évvel később a vállalkozói létforma lesz számukra a legvonzóbb.

Ennek a magyarázata, hogy a hallgatók többnyire úgy vélik, hogy az alatt az öt év alatt megszerzik a kellő ismereteket és tapasztalatot és kezdőtőkéket ahhoz, hogy sikeres vállalkozóvá válhassanak.



4. ábra Karriercélok – Saját kérdőív

Forrás: Saját szerkesztés, saját kérdőív 4. kérdése alapján

Karriercélok és a családi háttér

Keresztábra-elemzést végeztem el, annak érdekében, hogy megvizsgáljam található-e közvetlen kapcsolat a szülők vállalkozási jelene és a végzés utáni közvetlen és az öt évvel későbbi elhelyezkedési terveik között. A GUESSSS eredményei alapján kijelenthető, hogy a kapcsolat mindkét esetben szignifikáns, és közepesen gyenge kapcsolat van közöttük.

Ugyanezt elvégeztem a szülők vállalkozási múltja, és a hallgatók tanulmányainak befejezése utáni közvetlen céljainak felhasználásával is. Ebben az esetben is van kapcsolat a két változó között, azonban gyengébb, mint az előző vizsgálatnál. Az öt évvel későbbi karriercéloknál pedig nincs kapcsolat a két változó között.

A saját kérdőíves kutatásnál nem került szétbontásra, hogy a szülők jelenleg vagy a múltban vállalkoztak-e. Ebben az esetben, az eredmények alapján a végzés utáni célokra nincs hatással a családi háttér, azonban az öt évvel későbbi céloknál közepesen erős kapcsolat mutatkozik meg.

Az eredmények alátámasztják, hogy ha meg is van a hallgatókban a vállalkozói hajlandóság, ami viszont bizonyítottan összefüggésben van a szülők vállalkozói tapasztalatával, először szeretnének tapasztalatot, tőkét, kapcsolatokat szerezni, hogy a későbbiekben, ha vállalkozni kezdenek, azt sikeresen tegyék meg.

Karriercélok a tudományterületek tekintetében

A GUESSS kutatásnál a százalékos megoszlást tekintve a tanulmányuk befejezése után közvetlenül az üzleti területen tanulók azok, akik a legnagyobb arányban kívánnak először alkalmazotti munkakörben dolgozni. Ez az arány a társadalomtudományi szakok hallgatói között a legalacsonyabb, viszont az ő esetükben is több mint a felét jelenti. A vállalkozások átvételében az egyéb tudományterületek hallgatói állnak elől. Ennek az oka, hogy a jog ebbe a kategóriába tartozik, és a jogászok esetében gyakori, hogy végzettség megszerzése után a családi ügyvédi irodához csatlakozik, esetleg át is veszi annak a vezetését.

Öt évvel későbbre minden tudományterületen emelkedett egy vállalkozás alapítása iránti hajlam, az üzleti területen figyelhető meg. Az örökösként, illetve követőként való részvétel egy vállalkozás életében is többnyire csak a diploma megszerzése után öt évvel válik aktuálisá a hallgató státuszt betöltők számára.

A saját kérdőíves vizsgálatnál is hasonló eredmények születtek. Ebben az esetben is minden tudományterületen az alkalmazottként való elhelyezkedés dominál a tanulmányok befejezése után közvetlenül. Az üzleti területen tanulók azok, akik a legnagyobb arányban gondolják úgy, hogy végzés után közvetlenül alkalmazottként szeretnének elhelyezkedni. A természettudományi területen tanulók is hasonló arányban választanának az alkalmazotti munkakört. A vállalkozói kedv az egyéb kategóriába sorolt, jelen esetben a jogász hallgatóknál a legmagasabb. Az üzleti területen tanulók esetében a legalacsonyabb az aránya azoknak, akik követőként, illetve örökösként terveznek vállalkozni képesítésük megszerzése után.

Az öt évvel későbbi céloknál vállalkozói hajlandóság a már megszokott módon, nagymértékben emelkedik, az alkalmazottként elhelyezkedőké pedig csökken jelentősen. Ebben az esetben már a gazdasági szakos hallgatók azok, akik a legnagyobb vállalkozási kedvvel bírnak, több mint a fele a válaszadóknak gondolja úgy, hogy tanulmányai befejezése után öt évvel vállalkozást fog alapítani. A vállalkozások átvevése iránti hajlandóság is megnőtt, különösen a jogászok tekintetében, a korábban kifejtett okok miatt.

Személyes motivációk vizsgálata

Az 5. táblázatban láthatóak összegyűjtve azok a munkát, illetve karriert befolyásoló tényezők, amelyek a GUESSS felmérésben résztvevők által meghatározott fontossági sorrend alapján lehetővé teszik a hallgatók csoportokba történő besorolását.

5. táblázat: Személyes motivációk – GUESSS

	Komponens				
	Sikerorientáltság	Önmevalósítás	Küldetések végrehajtása	Innováció	Hagyományörzés
<i>Nagyobb személyes jövedelemre szert tenni</i>	,830				
<i>Pénzügyi biztonság</i>	,790				
<i>Magasabb pozíció elérése</i>	,634				
<i>Nagyobb rugalmasságot szerezni a magánéletben</i>	,546				
<i>Személyes fejlődés és tanulás</i>		,785			
<i>Próbára tegyem magam</i>		,745			
<i>Megvalósítom saját álmom</i>		,645			
<i>Valamit elérni, megbecsülést szerezni</i>		,590			
<i>Környezetvédelmi küldetés követése</i>			,662		
<i>Társadalmi küldetés követése</i>			,660		
<i>Saját főnököm legyenek</i>			,597		
<i>Általad felismert, speciális üzleti lehetőség megvalósítása</i>			,582		
<i>Új termékötletet fejleszteni</i>				,874	
<i>A technológia élvonalában lenni, innoválni</i>				,834	
<i>Családi hagyományok folytatása</i>					,835
<i>Olyan embert követni, akit csodálsz</i>					,827
<i>Olyan céget létrehozni, amit gyerekeid örökölhetnek</i>					,443

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSS 2011-es felmérés 5. kérdése alapján

Öt csoportot különböztethetünk meg a következő faktorelemzés alapján. Az első komponenshez tartoznak a „sikerorientáltak” azok a személyek, akik számára a pénz és a magas pozíció a meghatározó. A második csoport az „önmevalósítók” csoportja, ide azok kerültek, akik álmaik megvalósítására törekednek, és fejlődni szeretnének sikereik elérése közben. A harmadik faktor egy nehezebben behatárolható „vegyes” komponens, mert egyrészt jelen vannak benne a küldetések követése iránti hajlandóság, illetve vágy, másrészt pedig az elszármoltatástól mentes lét, és egy speciális üzleti lehetőség megvalósítása is. A negyedik komponens az „innovatív”. Az ötödik csoport pedig a családi hagyományok ápolását, a családi értékeket tartja fontosnak.

A kérdőív jelenleg vizsgált kérdése részben összecseng Vecsenyi-féle négy alapvető vállalkozói típussal, mint az álomépítő, a független, a pénzcsináló és a kényszervállalkozó. Esetünkben az öt faktor révén más csoportosítás jött létre. Részleges átfedések azonban találhatóak. Az álomépítők részben azonosak az önmevalósításra törekedőkkel és a vegyes csoporttal is, a speciális üzleti lehetőség kihasználásából adódóan. A független típusú vállalkozók szintén részben a vegyes csoporttal mutat rokonságot. A pénzcsinálók szinte teljesen megfelelnek az általam sikerorientált csoportba sorolt vállalkozókkal. A kényszervállalkozók a kérdőívben nem jelennek meg, azonban az innováció és családi hagyományok sem kapnak szerepet Vecsenyi (2003) könyvében.

A 6. táblázatban az előzővel egyezően láthatóak a munkát, illetve karriert befolyásoló tényezők, amelyek lehetővé teszik a hallgatók csoportokba történő besorolását. Ebben az

esetben három komponenset határoztam meg faktorelemzés segítségével. Az első csoportba tartoznak az önmegvalósításra törekvő személyek, akiknek a saját elképzeléseik megvalósítása a célja. A második csoportba az anyagi javak által vezérelt típusú személyek tartoznak, akik azért terveznek vállalkozni, hogy magasabb jövedelmük, rugalmasabb munkabeosztásuk legyen. Illetve azok is, akik munkaszerzés céljából kezdeményezik egy vállalkozás alapítását, tehát a kényszervállalkozók. A harmadik komponens tagja elismerésre vágnak, ők úgy gondolják, hogy a vállalkozás egy eszköz arra, hogy hatalmat és presztízst szerezzenek, illetve, hogy ne kelljen a munkaadójukhoz alkalmazkodniuk.

6. táblázat: Személyes motivációk – Saját kérdőív

	Komponens		
	Önmegvalósítás	Anyagi javak	Elismertség
<i>Saját elképzelések megvalósítása</i>	,872		
<i>Önmegvalósítás</i>	,848		
<i>Magas jövedelem</i>		,842	
<i>Kiút a munkanélküliségből</i>		,720	
<i>Rugalmas munkabeosztás</i>		,697	
<i>Hatalom</i>			,944
<i>Saját főnököm lehetek</i>			,587
<i>Presztízsz</i>			,571

Forrás: Saját szerkesztés, saját kérdőív 12. kérdése alapján

Üzleti vállalkozás akadályainak vizsgálata

A 7. táblázatban találhatóak a GUESSS kérdőív alapján megállapított, üzletet akadályozó tényezők, és azok elemzés után csoportokba rendezett eredményei. Két faktorba sorolhatók az alábbi tényezők az elemzés alapján. Az egyik komponensbe tartoznak a készségek, képességek, szükséges ismeretek, kapcsolatok és a jó üzleti ötlet hiánya, és emellett a túl sok időráfordítás is ide tartozik. Összességében ez a faktor a belső hiányosságokat foglalja össze. A másik faktor pedig a külső akadályokat gyűjti magába, mint például a gazdasági környezet, a jogszabályok és a hallgatók pénzügyi helyzete.

7. táblázat: Üzleti vállalkozás akadályai – GUESSS

	Komponens	
	Belső akadályok	Külső akadályok
<i>Szükséges készségek és képességek esetleges hiánya</i>	,844	
<i>Szükséges technikai ismeretek hiánya</i>	,819	
<i>Jó üzleti ötlet hiánya</i>	,727	
<i>Vállalkozóként túl sokat kellene dolgozni</i>	,672	
<i>Ügyfél / vásárlói kapcsolatok hiánya</i>	,518	
<i>Általános kedvezőtlen gazdasági környezet</i>		,747
<i>Pénzügyi kockázatok</i>		,731
<i>Pénzügyi források elérhetősége (hitel és saját tőke)</i>		,684
<i>Jogszabályok (szabályok és rendeletek)</i>		,458

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSS 2011-es felmérés 13.12. kérdése alapján

A szakirodalomban feltüntetett vállalkozásindítást akadályozó tényezőkkel az előbbieken a kérdőív alapján felsoroltak szinte teljesen megegyeznek. Ennek oka, hogy a szakirodalmi áttekintéshez használt források nagy részben a korábbi évek GUESSS felméréseit, és azok elemzéseinek eredményeit vették alapul.

Az előzőekben bemutatott akadályozó tényezők, nem részletezték a fennálló problémákat, ezért ezekre a saját kérdőív összeállításánál nagyobb hangsúlyt fektettem, Az elemzés

a 8. táblázatban található, faktoranalízis alapján hoztam létre öt különböző faktort, amivel jellemezhető a minta. Az első komponensbe tartoznak azok egy vállalkozáselindításához szükséges tényezők, mint a támogató környezet, a készségesek, technikai ismeretek, és megfelelő üzleti ötlet. A második faktorba az általunk nem befolyásolható külső környezeti tényezők vannak, mint a politikai és gazdasági adottságok. A harmadik csoportban az időhiány, az üzleti partner hiánya és az ügyfélkapcsolatok hiánya a meghatározó. A negyedik komponens az anyagi kockázatokat foglalja magában, mint az alacsony forgalom, és profit, és a befektetett pénz elvesztésének lehetősége. Az utolsó ötödik csoport, pedig a tőkehiányt jelenti, ez lehet külső tőkehiány is.

8. táblázat: Üzleti vállalkozás akadályai – Saját kérdőív

	Komponens				
	Hiányzó tényezők	Külső környezet	Kapcsolati rendszer hiánya	Anyagi kockázatok	Tőkehiány
<i>Családi és baráti támogatás hiánya</i>	,792				
<i>Szükséges készségek hiánya</i>	,725				
<i>Jó üzleti ötlet hiánya</i>	,715				
<i>Szükséges technikai ismeretek/know-how hiánya</i>	,648				
<i>Általános kedvezőtlen gazdasági környezet</i>		,841			
<i>Politikai környezet, jogi szabályozások</i>		,788			
<i>Rendelkezésre álló idő hiánya</i>			,706		
<i>Hiányzó üzleti partner</i>			,689		
<i>Ügyfélkapcsolatok hiánya</i>			,675		
<i>Alacsony forgalom</i>				,744	
<i>Pénzügyi kockázat</i>				,732	
<i>Alacsony profit</i>				,706	
<i>Hiányzó külső tőke</i>					,867
<i>Hiányzó tőke</i>					,858

Forrás: Saját szerkesztés, saját kérdőív 13. kérdése alapján

Klaszterelemzés

A klasztereket az előzőekben bemutatott faktorok alapján hoztam létre, kiegészítve a személyiségjegyekkel, és a feladatokban való magabiztosság faktoraival.

9. táblázat: Klaszterelemzés - GUESSS

Csoportátlag	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter	4. klaszter	5. klaszter
1. Sikerorientáltság	-0,1639	-0,0261	0,4506	-0,4715	0,6849
2. Önmegvalósítás	-0,2133	0,3801	0,4778	-0,7698	-0,5566
3. Küldetés végrehajtása	0,3857	0,3351	0,1577	-0,0344	0,0829
4. Innováció	-0,3190	0,6939	0,4955	0,3738	-0,2129
5. Hagyományörzés	-0,4688	-0,5464	0,8674	0,8233	-0,4524
1. Határozottság	-0,4757	0,4672	0,7997	-0,5404	0,0995
2. Befolyásolhatóság	-0,3333	-0,1833	-0,4365	0,7190	-0,0934
3. Sorsszerűség	0,3291	-0,2080	-0,0915	0,1279	-0,5156
1. Kockázatkezelés	-0,7145	0,0103	0,3849	0,2628	0,2895
2. Újdonság létrehozása	0,3977	0,6848	0,8141	0,3693	0,1904
3. Vezetői készség	-0,3197	0,4232	0,5466	-0,8523	-0,0112
1. Belső akadályok	-0,0867	-0,1330	-0,5015	0,9581	-0,1814
2. Külső akadályok	0,2688	-0,1457	-0,0478	-0,0795	0,0790

Forrás: Saját szerkesztés, GUESSS 2011-es felmérés 5., 12., 13., 13.12. kérdései alapján

Az öt klasztert a főátlagok alapján határoztam meg. Az első csoportba az alkalmazott típusú hallgatók kerültek. Rájuk főként az jellemző, hogy a kapott küldetésüket végrehajtják, és a külső akadályok nagyban befolyásolják tevékenységüket. Hiányozik belőlük a határozottság, és az új dolgok megalkotása iránti vágy. Ők az egész minta 19,37 százalékát teszik ki.

A második csoport a született vállalkozók csoportja, akiket az önmegvalósítás vágya hajt, határozottak és rendelkeznek a szükséges vezetői készségekkel. Nem jellemző rájuk a hagyományok őrzése, inkább az innováció és az új dolgok létrehozása jellemzi őket. A klaszterekbe besorolt hallgatók 29,74 százaléka tartozik ide.

A harmadik csoport a kockázatos karrieristák csoportja, akiknek a legfontosabb, hogy sikereket érjenek el, egyáltalán nem befolyásolhatóak, hanem határozottan haladnak a saját maguk számára kijelölt úton. Ez a csoport 21,72 százalékot jelent.

A negyedik csoport a második generációs vállalkozókat jelenti, akik szülei nyomdokába lépve, átveszik a családi vállalkozás irányítását. Rájuk a legnagyobb mértékben a hagyományörzés jellemző, és a befolyásolhatóak, és erőteljesen hátráltatják őket a belső akadályok, mint a nem megfelelő képzettség. Nem vágnak az önmegvalósításra, és többnyire nincsenek vezetői képességük. Ők csupán a 11,61 százalékát teszik ki a mintának.

Az ötödik klaszter a megfontolt vállalkozókat foglalja magában, őket a felmerülő kockázatok kielemezése jellemzi, és az elismerés iránti vágy hajtja. Nem jellemző rájuk a hagyományörzés, és nem bíznak semmit sem a véletlenre. Ez a csoport a 17,55 százalékát jelenti a mintának.

Következtetések

Az előzőekben bemutatott vizsgálatok alapján értékeltem az előzetesen megfogalmazott hipotéziseimet.

H1: Azon hallgatóknak, akiknek szülei vállalkozási tapasztalattal rendelkeznek, elhelyezkedési céljai között nagyobb valószínűséggel szerepel végzés után, illetve öt évvel később egy vállalkozásban alapítóként való részvétel, mint azoknak a hallgatóknak, akiknek szülei sosem vállalkoztak.

A GUESSS és a saját kérdőíves kutatás eredményei eltérő eredményeket hoztak ezt a kérdéskört tekintve. A keresztábra-elemzések eredményei alapján elmondható, hogy a szülők vállalkozói tapasztalata a közvetlenül a végzettség megszerzése utáni és az öt évvel későbbi karriercélokot is befolyásolják, de eltérő mértékben.

Ezek alapján az eredmények alapján az 1. hipotézis elfogadásra került.

H2: A tanult tudományterület befolyásoló hatással bír a vállalkozói hajlandóságra, az üzleti és gazdasági területen tanuló hallgatók rendelkeznek a távolabbi jövőre nézve legmagasabb vállalkozói hajlandósággal a vizsgált tudományterületek közül.

A GUESSS elemzéséből származó eredmények alapján belátható, hogy a tudományterület befolyásolja a hallgatók vállalkozói hajlandóságát, ezt a primer kutatásom eredményei csak részben támasztották alá, mert nem találtam összefüggést a tudományterület és a közvetlenül a végzés utáni karriercélok között, azonban az öt évvel későbbi eredmények esetében már közepesen erős szignifikáns kapcsolat jelent meg.

Azok a hallgatók esetében, akik tanulmányaikat üzleti és gazdasági területen folytatják, nem figyelhető meg eleinte az átlag feletti vállalkozói hajlam, azonban ez a későbbi céljaiknál már megmutatkozik, és a többi tudományterülettel összevetve, minden esetben ez a terület képviselni a legmagasabb vállalkozói hajlandósági arányt.

Ezek alapján az eredmények alapján a 2. hipotézis elfogadásra került.

A GUESSS kutatást 2013-ban is újra lefolytatták, így a további kutatási terveim közé tartozik összehasonlítani az új eredményeket a 2011-es adatokkal.

Irodalomjegyzék

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980): *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1991): *The theory of planned behavior, Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Commission of the European Communities: *Green Paper. Entrepreneurship in Europe*, (2003). Brüsszel.
- Dr. Szabó, A. (2010): *Kis- és középvállalkozások helyzete Magyarországon*, Budapesti Corvinus Egyetem, Kisvállalkozás-fejlesztési Központ, Budapest.
- Györfy, L., Benyovszki, A., Szakács Sz. (2008): Vállalkozói hajlandóság a BBTE Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karának magyar tagozatos hallgatói körében, *Közgazdász Fórum*, 2008/6. szám, 23-36.
- http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qlf017.html, 2012. október 14.
- Központi Statisztikai Hivatal (2012): 2.1.26. Munkanélküliségi ráta korcsoportok szerint, nemenként (1998–)
- Laki, M., Szalai J. (2004): *Vállalkozók vagy polgárok?* Osiris, Budapest.
- Nemcsicsné Zs. Á. (2005): *Következetesség és rések a környezettudatos szervezeti magatartásban* PhD értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Román Zoltán (2002): *Kis- és középvállalkozások a magyar gazdaságban. Helyzetkép és nemzetközi összehasonlítás*, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- Szerb L., Kocsis-Kisantal O. (2008): Vállalkozói kultúra Magyarországon két napilap tükrében *Közgazdasági Szemle*, 2008/3. szám, 244.
- Szerb L., Márkus G. (2007): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására *Közgazdasági szemle*, 2007/3. szám, 248–273.
- Szerb L., Márkus G. (2007): A vállalkozói környezet és vállalkozásoktatás *Vezetéstudomány*, 2007/6. szám, 30.
- Vecsenyi J. (2003): *Vállalkozás Az ötlettől az újrakezdésig*, 2003, Aula Kiadó, Budapest, 28-30. o.
- Vecsenyi J. (1999): *Vállalkozási szervezetek és stratégiák*, Aula, Budapest.
- What is GUESS?, http://www.guesssurvey.org/e_project_what_is.html, 2013.08.21.