

**EGYETEMI HALLGATÓK ÉS VÁLLALKOZÁS – HOL
ÁLLUNK ÉS HOVÁ TARTUNK?**

**UNIVERSITY STUDENTS AND ENTREPRENEURSHIP -
WHERE ARE WE AND WHERE ARE WE GOING?**

S. GUBIK Andrea – FARKAS Szilveszter

Kulcsszavak: *vállalkozás; vállalkozói hajlandóság; karriertervek; felsőoktatás*
Keywords: *entrepreneurship; entrepreneurial intentions; career plans; higher education*

JEL Kód: L26, A20, I23

<https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.02.07>

ABSZTRAKT

Az egyetemi hallgatók között egyre inkább növekszik azoknak az aránya, akik saját vállalkozásuk megalapításán gondolkoznak, vagy már aktív vállalkozók. A felsőoktatási intézmények a hagyományos oktatási feladataikon túl egyre aktívabb szerepet vállalnak a vállalkozásösztönzésben különféle programok, erőforrások rendelkezésre bocsátásával, és azzal is, hogy megpróbálják megérteni, hogy milyen mechanizmusok állnak a hallgatói döntések mögött, milyen irányú változtatások tennék lehetővé a trendek kedvező irányba történő elmozdulását. Ezt a célt szolgálja a Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) nemzetközi kutatási együttműködés is, amelynek keretében 50 ország fogott össze a hallgatói vállalkozási kérdések kutatása terén.

Tanulmányunk célja a magyarországi helyzet áttekintő bemutatása, amelyhez a 2021-es adatfelvétel eredményeit használjuk fel. 2021-ben a kérdőívet minden olyan magyarországi felsőoktatási intézménynek elküldtük, amely több mint 1000 hallgatónak nyújt képzést, és 20 intézményből 10 104 érvényes választ kaptunk.

A felmérés eredményei szerint a hallgatók többsége (74,4%) a diploma megszerzése után munkavállalóként szeretne dolgozni, öt évvel később azonban jelentősen nő a vállalkozói hajlandóság. A közgazdasági és üzleti képzések hallgatói a legnyitottabbak a saját vállalkozás indítására, míg a társadalomtudományi képzésekben részt vevők számára a legkevésbé vonzó a vállalkozói életpálya. Ugyan a családi háttér nagyon erős befolyásoló tényező az onnan érkező társadalmi támogatás (erőforrások, tudás, tapasztalat) miatt, de a vállalkozásoktatás és általában az egyetemek vállalkozói környezete is ösztönzőleg hat a hallgatók elképzeléseire.

A Covid-19 a vállalkozói elképzeléseket sem hagyta érintetlenül, a vállalkozásindításon dolgozó hallgatók 6,7 százaléka, a már vállalkozással rendelkező hallgatók 12,9 százaléka válaszolta azt, hogy a vállalkozásának elindításában a Covid-19 jelentős szerepet játszott.

ABSTRACT

The proportion of university students considering starting their businesses or are already active entrepreneurs is increasing. In addition to their traditional educational role, higher education institutions are becoming increasingly active in promoting entrepreneurship by providing programs

and resources and trying to understand the mechanisms behind students' decisions and what changes in direction would allow trends to shift in a positive direction. This is the aim of the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), an international research collaboration that brings together 50 countries to research student entrepreneurship issues.

Our study aims to provide an overview of the situation in Hungary using the results of the 2021 survey. In 2021, the questionnaire was sent to all Hungarian higher education institutions with more than 1000 students, and 10,104 valid responses were received from 20 institutions.

The survey results show that most students (74.4%) would like to work as employees after graduation, but that five years later, the propensity to become an entrepreneur increases significantly. Students in economics and business courses are the most open to starting their own business. In contrast, those in social sciences courses are the least attracted to a career as an entrepreneur. Although the family background is a powerful influence because of the social support (resources, knowledge, experience), it provides, entrepreneurship education and the entrepreneurial environment of universities in general also stimulate students' ideas.

Covid-19 hasn't left entrepreneurial ideas untouched. 6.7 percent of students working on starting a business and 12.9 percent of students who already had a business said that Covid-19 had played a significant role in helping them start their business.

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedekben egyre inkább elfogadottá vált a vállalkozás (entrepreneurship) gazdasági növekedésben betöltött szerepe (Carree & Thurik, 2010; Hope, 2016; Meyer & Krüger, 2021), és jelentős számú új megközelítés jelent meg, amelyek megragadják annak komplexitását, mint például az ökoszisztéma-modellek (Isenberg, 2011; World Economic Forum, 2013; Stam & Spigel, 2016; Ács et al., 2018) és az intézményi megközelítés (Wennekers & Thurik, 1999; Ács et al., 2008; Zygmunt, 2018; 2020).

A jelen korunk változásai, mint például a digitalizáció és a gazdaság ebből következő drasztikus átalakulása, amely a munkaerőpiac változásával is jár (Leone

& Cascio, 2020), tovább növelik a vállalkozói életpálya szerepét. Az üzleti életben jelentős személyiségjegyek és készségek a nagyvállalatokon belül is előnyösnek bizonyulnak, az intrapreneurship (Wennekers & Thurik, 1999) vagy a vállalaton belüli vállalkozói szellem (corporate entrepreneurship) (Bouchard & Fayolle, 2018) fogalma a nagyvállalatok azon törekvésére utal, hogy az alkalmazottak vállalkozóibb viselkedésével magasabb teljesítményt érjenek el.

A vállalkozás előmozdításán belül különös figyelmet kap a fiatalok és különösen az egyetemi hallgatók vállalkozói tevékenysége (Meyer & Krüger, 2021) és kompetenciái (Solesvik, 2019). Ez részben azoknak a kutatási eredményeknek köszönhető, amelyek szerint az oktatás pozitívan befolyásolja a vállalkozói létré való törekvés valószínűségét (Nikolova et al., 2012), és ezek a vállalkozások növekedési orientációjuk (Autio, 2005; Schrör, 2006) és innovációjuk (Richert & Schiller, 1994, idézi Lüthje & Franke, 2002) tekintetében egyaránt az átlagnál jobban teljesítenek.

E cikk célja a magyarországi helyzet rövid ismertetése. Ehhez a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) 2021-es adatbázisát használjuk. 2021-ben a kérdőívet minden olyan felsőoktatási intézménynek elküldtük, amely több mint 1000 hallgatónak nyújt képzést, és 20 intézményből 10 104 érvényes választ kaptunk. Az adatbázis rövid bemutatása után a magyar felsőoktatási hallgatók karrierterveit ismertetjük, majd a nem, a képzési terület és a családi vállalkozói háttér szerepét mutatjuk meg a döntés alakulásában. Kitérünk a vállalkozói szándék időbeli alakulására is, és nemzetközi összehasonlításban mutatjuk be az adatokat. Végezetül bemutatunk néhány statisztikai adatot a működő hallgatói vállalkozásokról.

SAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A szakirodalom régóta foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy hogyan ösztönözhető, hogy minél több életképes vállalkozás jöjjön létre.

Számos egyéni jellemző van érdemi befolyással a vállalkozói elképzelésekre. Ide sorolhatók olyan demográfiai tényezők, mint a kor vagy a nem. A vállalkozói aktivitás és hajlandóság jellegzetes nemi eltéréseket mutat, a férfiak esetében magasabb értékeket találunk (Camelo-Ordaz et al., 2016; Ward et al., 2019). Ezt az eltérést a korábbi évek GUESSS kutatásai is megerősítették (Gubik, 2014, Gubik & Farkas, 2016, 2017, 2019a). A nemi eltérések mögött a személyiségvonások (például a kockázatvállalás, függetlenség iránti igény, énhatékonyság), az attitűdök és a motivációk eltérései állnak (Gubik, 2021).

A vállalkozói elképzelések szempontjából a családi (vállalkozói) háttér jelentősége meghatározó (Belas et al., 2017; Gubik & Farkas, 2019; Shamsudin, 2017), az önfoglalkoztatás választásában nagy szerepe van a családi vállalkozói mintának (Mungai & Valemuri, 2011). A szerepmodellek kulcsfontosságúak a személyes döntéshozatali folyamatban (Bosma, 2012), és ezek a modellek gyakran a családból származnak. Bizonyos körülmények között a családi vállalkozás vállalkozói tapasztalatként is megjelenhet, és így a családi vállalkozás jelentősen meghatározza a karrierterveket. Nyilván nem csak a családi minta lehet meghatározó, az új vállalkozást létrehozó fiatalok is példaként szolgálhatnak más fiatalok számára (Green, 2013).

Az oktatás vállalkozói szándéokra gyakorolt hatását érintő vizsgálatok szerint a formális oktatás szerepe nem vitatható (Gubik, 2014), ugyanakkor az innovatív megoldásokra nagy igény van a vállalkozás sikeres elindításához és működtetéséhez szükséges készségek elsajátítása érdekében (Harms, 2015, Costin et al., 2018, Kuti & Bedő, 2018).

A kutatási eredmények azt sugallják, hogy az oktatásnak közvetlen hatása van a vállalkozói szándéokra (Nowiński et al., 2017, Maresch et al., 2016; Turker & Selcuk, 2009; Kramarz et al., 2019, Karyaningsih et al., 2020, Remeikienė et al., 2013), a hallgatók részvétele az egyetemi vállalkozási programokban pozitív kapcsolatban áll a tényleges vállalkozásindítással is (Morris et al., 2017).

A tudásátadás mellett az oktatás közvetetten is befolyásolja a hallgatók döntéseit azáltal, hogy személyes jellemzőik változásához járul hozzá. A vállalkozói ismeretek megszerzésével a hallgatók növelik én-hatékonyságukat (Egerová et al., 2017), és ennek eredményeként növelik esélyeiket arra, hogy sikeres vállalkozást működtessenek (Kolstad & Wiig, 2015, Holienka et al. 2016).

A vállalkozói ötleteket ösztönözhetjük olyan vállalkozói környezet megteremtésével is, amely egyértelművé teszi az intézmény elkötelezettségét a vállalkozói értékek iránt, amelyet a kommunikációban és a különböző tevékenységekben (programok, támogatások) megjelenít (Gubik & Bartha, 2018). A vállalkozói ismeretek oktatása és a vállalkozói környezet nemcsak a vállalkozói szellemet erősíti, hanem növelik a hallgatók általános foglalkoztathatóságát (Ling & Venesaar, 2015, Guerrero et al., 2020). Az Európai Parlament és a Tanács az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciákról szóló ajánlása kulcskompetenciának tekinti a vállalkozói kompetenciákat (EP, 2006). Számos további szakmai állásfoglalás, akcióterv meghatározó gondolatává vált, hogy a felsőoktatásban tanulókat komplex módon kell segíteni a jó gyakorlatok megismertetésével, a vállalkozási ismeretek oktatásának korszerűsítésével és a pénzügyi támogatások elérhetővé tételével (EC, 2013, EUROFOUND, 2015, EYE, 2015).

ADATBÁZIS ÉS MÓDSZERTAN

A cikk a GUESSS nemzetközi kutatás 2021-es, 10 104 választ tartalmazó magyarországi adatbázisát felhasználva mutatja be az adatfelvétel időpontjának legfontosabb trendjeit a vállalkozói hajlandóság és aktivitás terén.

Az 1. táblázat a válaszadók felsőoktatási intézményenkénti megoszlását mutatja.

1. táblázat. A GUESSS 2021 felmérésben résztvevők megoszlása felsőoktatási intézményük szerint

	Válaszadók száma	Megoszlás	Hallgatók száma 2020/21 ősz*	Válaszadási arány (%)
Budapesti Gazdasági Egyetem	621	6,18%	16,718	3,71%
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	1 988	19,80%	20,526	9,69%
Budapesti Corvinus Egyetem	40	0,40%	11,985	0,33%
Edutus Egyetem	60	0,60%	921	6,51%
Eötvös Loránd Tudományegyetem	226	2,25%	33,247	0,68%
Eszterházy Károly Egyetem	456	3,92%	6,336	6,22%
Kodolányi János Egyetem	218	2,17%	2,687	8,11%
Óbudai Egyetem	646	6,43%	11,959	5,40%
Pázmány Péter Katolikus Egyetem	776	7,73%	8,097	9,58%
Semmelweis Egyetem	367	3,65%	11,584	3,17%
Széchenyi István Egyetem	453	4,51%	12,128	3,74%
Debreceni Egyetem	1 889	18,81%	29,045	6,50%
Miskolci Egyetem	558	5,56%	9,021	6,19%
Nyíregyházi Egyetem	122	1,21%	3,357	3,63%
Pannon Egyetem	420	4,18%	5,351	7,85%
Pécsi Tudományegyetem	78	0,78%	21,281	0,37%
Testnevelési Egyetem	108	1,08%	2,293	4,71%
Soproni Egyetem	78	0,78%	2,682	2,91%
Szegedi Tudományegyetem	911	9,07%	21,805	4,18%
Állatorvostudományi Egyetem	59	0,59%	2,112	2,79%
Egyéb	30	0,30%	54,358	0,06%
Összesen	10 104	100,00%	287,493	3,49%

*Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis és a https://dari.oktatas.hu/fir_stat_pub alapján (*a legfrissebb rendelkezésre álló adatok).*

A válaszadók mintegy 22,1%-a műszaki, 19,8%-a pedig üzleti és menedzsment, valamint közgazdasági tanulmányokat folytatott. A számítástechnikai/informatikai hallgatók 9,7%-ot, a bölcsészettudományi hallgatók (nyelvtudomány és kultúra-orientált tanulmányok, vallás, filozófia,

történelem) pedig 8,6%-ot képviseltek. Az orvostudományi hallgatók mintája 10,9%-ot, a társadalomtudományoké (például pszichológia, politológia, oktatástudomány) 7,4%-ot, az állam és jog- és természettudományoké pedig egyaránt 6-6%-ot tett ki. A válaszadók 0,9 %-a művészettudományok (pl. művészet, dizájn, színművészet, zene) terén tanult. A válaszadók 8 százaléka pedig egyéb területet jelölt meg.

A válaszadók túlnyomó többsége (66%) BSc szintű tanulmányokat folytatott. Az MSc hallgatók aránya a mintában jóval alacsonyabb volt (19%). PhD tanulmányokat 3 százalékuk folytatott, egyéb szintet pedig 12 % jelölt meg. Ami a válaszadók nemét illeti, a mintában a nők aránya nagyobb volt (59%).

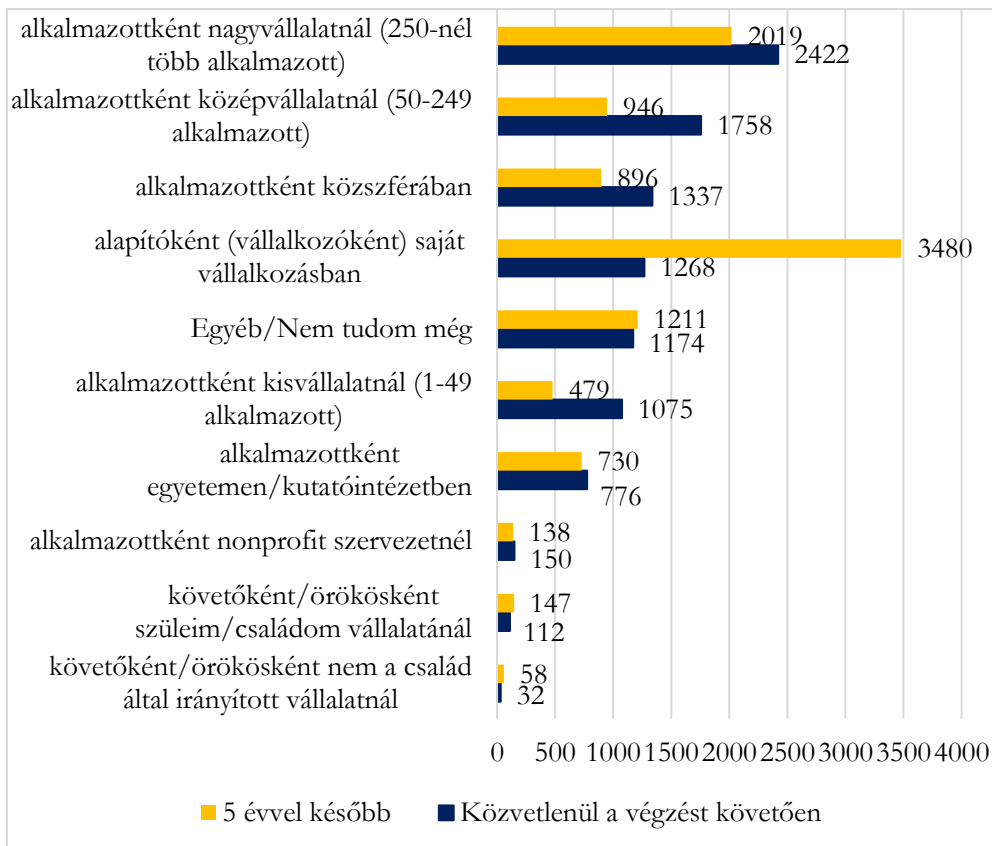
Mivel a cikk egy helyzetelemzésként értékelhető, többségében leíró statisztikákat alkalmaz és nem törekszik a fennálló jelenségek mögötti magyarázatok megadására.

EREDMÉNYEK

Első lépésben a kérdőívet kitöltő hallgatók karrierelképzeléseit mutatjuk be, és megvilágítjuk, milyen eltérések figyelhetők meg a nem, a képzési terület és a családi vállalkozói háttér változói szerint. Ezt követően az elképzelések időbeli alakulását mutatjuk meg. Végül pedig születőben lévő és aktív vállalkozások néhány statisztikai adatát ismertetjük.

Karriertervek

A kérdőív egyik központi kérdése a válaszadók karrierelképzeléseire vonatkozik, arról kérdezte a hallgatókat, hogy milyen karriert szeretnének közvetlenül a diploma megszerzése után, majd 5 évvel azt követően. Az erre a kérdésre adott válaszokat és egy további, az eredeti kérdésből kiszámított változót (amely négy attribútumot tartalmazott: alkalmazott, alapító, követő/örökös, egyéb/nem tudom még) elemeztük.



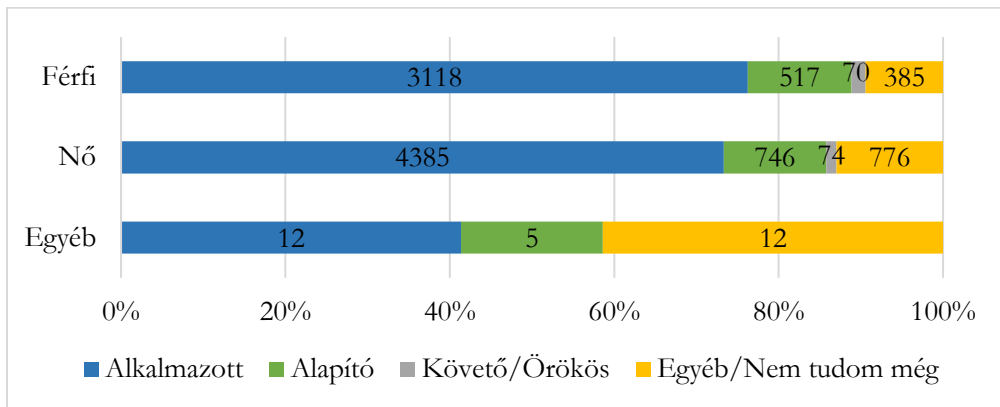
1. ábra. Karriertervek közvetlenül a tanulmányok befejezése, valamint öt év után (fő)

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

Az 1. ábra szemlélteti a jövőbeli szándékok közötti markáns különbségeket. A hallgatók jelentős része a diploma megszerzése után közvetlenül nagy vagy kis- és középvállalatnál szeretne elhelyezkedni, karrierjét alkalmazottként képzei el. A közszféra is vonzó karriercél. Összességében a hallgatók 74,4%-a válaszolta azt, hogy alkalmazott szeretne lenni a diploma megszerzése után. Öt évvel később az alkalmazotti pálya vonzerője csökken, helyette nő a vállalkozói karriert tervezők aránya. Ez azt jelezheti, hogy a hallgatók alkalmazottként szeretnének olyan szakmai tapasztalatot szerezni, amelyet a vállalkozói karrierjük során hasznosítani tudnak. Mindkét időpont esetében magas (közel 12%) azoknak az aránya, akik bizonytalanok a jövőbeli karrierjükkel kapcsolatban.

Nemek szerinti eltérések

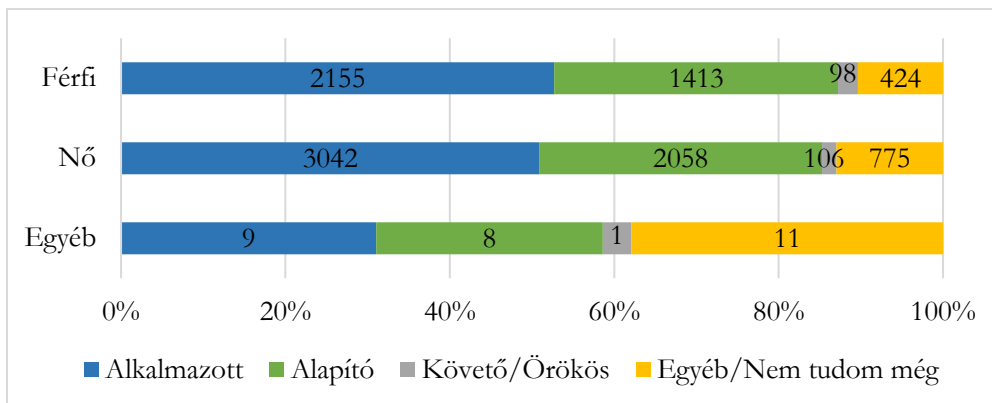
A férfiak és a nők között nincs jelentős különbség a vállalkozói pálya kiválasztásában sem közvetlenül a diploma megszerzése után, sem 5 év elteltével. A korábbi években megfigyelt nemek közötti különbség (Gubik, 2014; Gubik & Farkas, 2016, 2017, 2019b) tehát eltűnt.



2. ábra. A karriertervek nemek szerinti eltérései közvetlenül a tanulmányok befejezése után (% , fő)

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

Ahogy a 2. és a 3. ábrán látható, valamivel több férfi tervezi, hogy alkalmazottként folytatja pályafutását. A munkavállalói pályán belül azonban jelentős különbség van: a nők nagyobb arányban terveznek a közszférában dolgozni, mint a férfiak (a nők esetében 17%, a férfiak esetében 7,8% az összes válaszon belül), míg a férfiak inkább nagyvállalatoknál szeretnének elhelyezkedni. További különbség, hogy a nőknél mindkét időszakban magasabb az egyéb/nem tudom válaszok aránya. Ami a diplomaszertést követő öt év adatait illeti, az alkalmazotti karrier vonzereje csökken, és a vállalkozói karrier válik vonzóbbá minden válaszadó körében, nemtől függetlenül (36,2% és 36,9%).



3. ábra. A karriertervek nemek szerinti eltérései 5 év után (% , fő)
Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

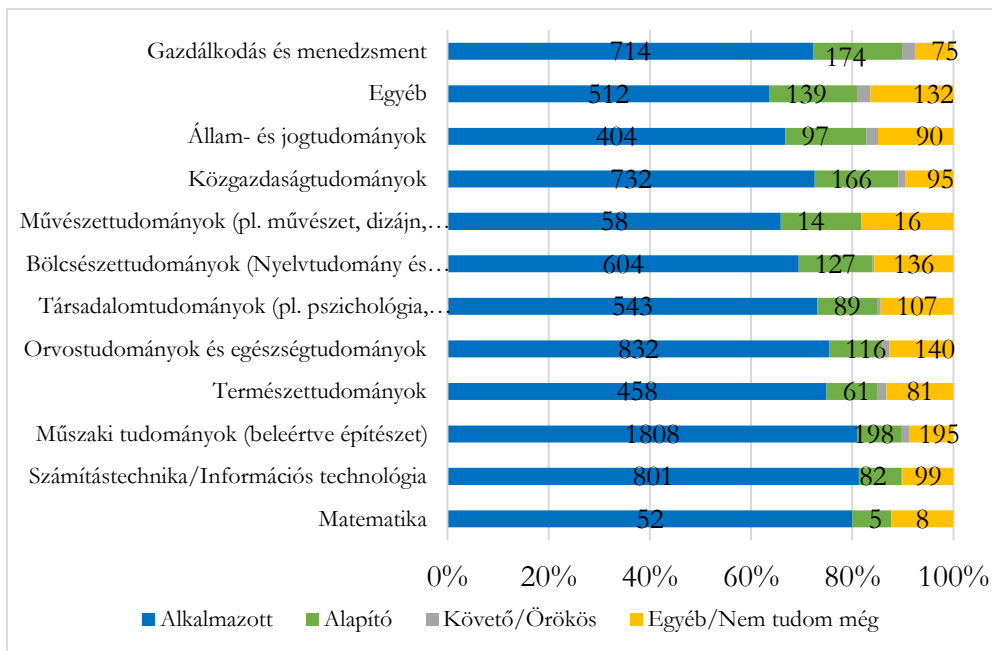
Képzési terület szerinti eltérések

A természettudományi területek hallgatói körében a legmagasabb az alkalmazotti pálya választása a diploma megszerzése után (Informatika/IT 81,3%, Mérnöki tudományok (beleértve az építészetet is) 80,9%, Matematika 80,0% közvetlenül a tanulmányok után). 5 év elteltével az alkalmazotti karriert választó hallgatók aránya minden tanulmányi területen csökken, de továbbra is ezeken a területeken a legmagasabb.

Ami a vállalkozói (alapítói) tevékenységet illeti, a vállalkozóként történő munkavállalást preferáló hallgatók aránya a Gazdálkodás és Menedzsment (17,6%) és a Közgazdaságtudomány (16,5%) területeken a legmagasabb, de az Állam és jogtudomány (16,0%), a Művészettudományok (pl. művészet, design, dramaturgia, zene) (15,9%) és a Bölcsészettudományok (pl. kultúratudomány, történelem, nyelvészet, filozófia, vallástudomány) (14,6%) szakjain is viszonylag magas arányt mutatott.

A pályaválasztási törekvések szakok szerinti elemzése azt mutatta, hogy a nem szakmai karriert választók, illetve a világos karriercélokkal nem rendelkező hallgatók aránya a társadalomtudományi szakokon tanulók körében jelentősen magasabb volt (Bölcsészettudományok 16,6% közvetlenül a tanulmányok után és 14,8% 5 évvel később; Művészettudományok 18,2% és 13,6%,

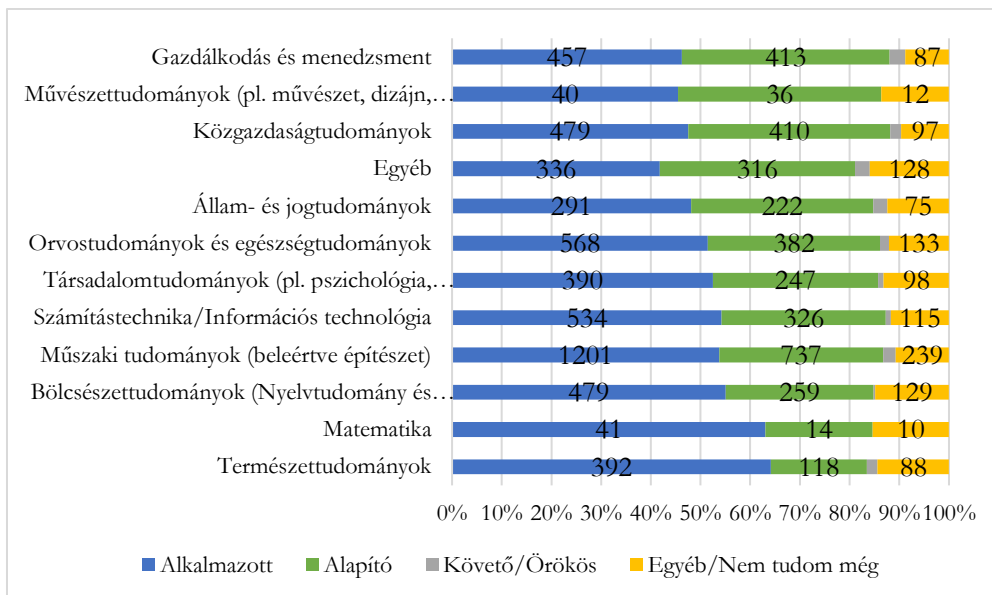
Társadalomtudományok 14,4% és 13,2%), mint a gazdasági valamint a természettudományi képzésben részt vevő hallgatók körében, függetlenül az időhorizonttól (lásd a 4. és 5. ábra).



4. ábra. A karriertervek képzési terület szerinti eltérései közvetlenül a tanulmányok befejezése után (%), fő)

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

Öt évvel a tanulmányok után minden tanulmányi területen nőtt azoknak a válaszadóknak az aránya, akik saját vállalkozás indítását tervezték, a legmagasabb arányban a gazdálkodás és menedzsment területén (41,8%).



5. ábra. A karriertervek képzési terület szerinti eltérései 5 év után (% , fő)
Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

A képzési területek szerinti eltérések azt vetítik előre, hogy a kurzusok és a szolgáltatások elérhetősége hatással lehet a vállalkozói elképzelések alakulására.

2. táblázat. Kurzusok és szolgáltatások értékelése

A kurzusok és szolgáltatások, amiket igénybe vettem...	N	Átlag	Std. Dev.
... növelték a vállalkozói attitűdök, értékek és motivációk megértését.	10092	3,77	1,779
... növelték a vállalkozásindításhoz szükséges tevékenységek megértését.	10040	3,62	1,850
... fejlesztették a vállalkozásindítással kapcsolatos gyakorlati, menedzseri ismereteimet.	10047	3,53	1,887
... fejlesztették kapcsolatépítő képességemet.	10040	4,42	1,776
... fejlesztették lehetőségfelismerő képességemet.	10034	4,51	1,722

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

A 2. táblázat az erre vonatkozó, 1-től 7-ig terjedő Likert skálán mért kérdésekre adott válaszok átlagos értékeit mutatja be. Az egyetemi kurzusok és szolgáltatások hatását a vállalkozói attitűdökre, értékekre és motivációra, az induló tevékenységekre és a vezetői készségekre a megkérdezett hallgatók átlagosnak

ítélték, míg a hálózatépítésre és a lehetőségek felismerésére gyakorolt hatásukat átlagot meghaladó jelentőségűnek érezték.

A válaszokban képzési terület szerint jelentős különbségek fedezhetők fel, a korábbiakban bemutatotthoz hasonló mintázattal és feltehetően hasonló okokból. Ez megerősíti az oktatás szerepét a vállalkozói ismeretek és értékek átadásában.

A hallgatók vállalkozói kérdésekkel kapcsolatos érintettsége (pozitív attitűdök, tájékozottság, vállalkozói háttér) növelte az egyetemi ökoszisztéma vállalkozói jellegének elismerését is, ami arra utal, hogy a vállalkozói kérdések iránti nyitottság egyúttal fogékonyabbá teszi a diákokat az ezen a területen számukra nyújtott szolgáltatások iránt (Gubik & Bartha, 2021). A feladat tehát a kurzusok és szolgáltatások biztosítása mellett a hallgatói kíváncsiság és érdeklődését felkeltése.

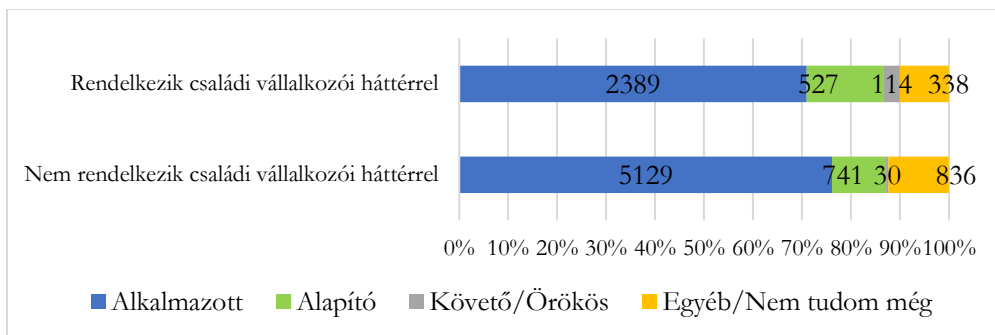
Családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérések

A családi vállalkozói háttér befolyással van a karriertervekre és a vállalkozásindítási elképzelésekre. A felmérés eredményei azt mutatták, hogy a szülők vállalkozói tapasztalata volt a legnagyobb hatással a válaszadók karrierterveire. A 6. és 7. ábra a szülők vállalkozói háttére szerint mutatja be a karrierterveket. A "szülők vállalkozói háttére" kifejezés arra az állapotra vonatkozik, amelyben az egyik szülő (vagy mindkettő) önálló vállalkozó volt, vagy többségi tulajdonnal rendelkezett egy vállalkozásban a felmérés időpontjában.

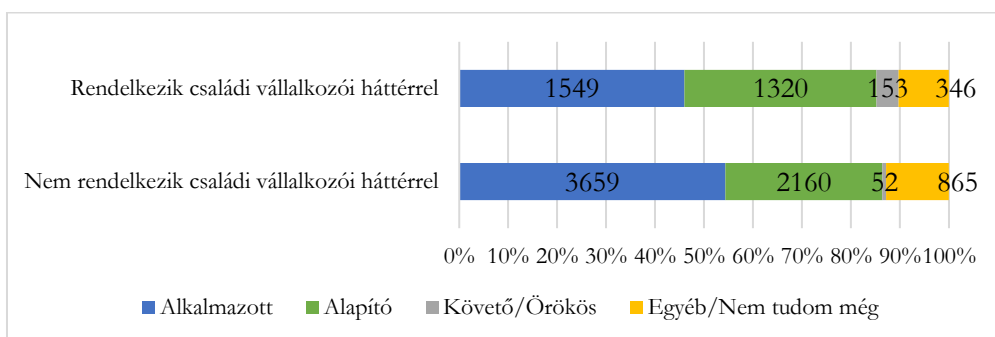
Az időszaktól függetlenül a családi vállalkozói tapasztalatok növelték a vállalkozóvá válás esélyét, mind alapítóként, mind követőként/örökösként. A tapasztalat hiánya nemcsak a munkavállalói preferencia valószínűségét növelte, hanem azt is, hogy a válaszadó bizonytalannak bizonyult a jövőbeli karrierjét illetően ("Egyéb/nem tudom" válasz).

Öt év elteltével a családi vállalkozói háttérrel nem rendelkezőknél is nagyobb a saját vállalkozás indításának szándéka, de a vállalkozói-nem vállalkozói háttér konzerválja a karrierelképzelések eltéréseit.

A családi vállalkozói tapasztalatok bemutatott összefüggései szignifikánsak, amelyről Chi-négyzet teszt segítségével győződünk meg. Majd pedig a Cramer-féle V együttható értékét alkalmaztuk a kapcsolat erősségének a szemléltetésére (Cramer V=0,139 a végzést követően és 0,152 öt év elteltével, $p=0,000$ mindkét összefüggés esetén).



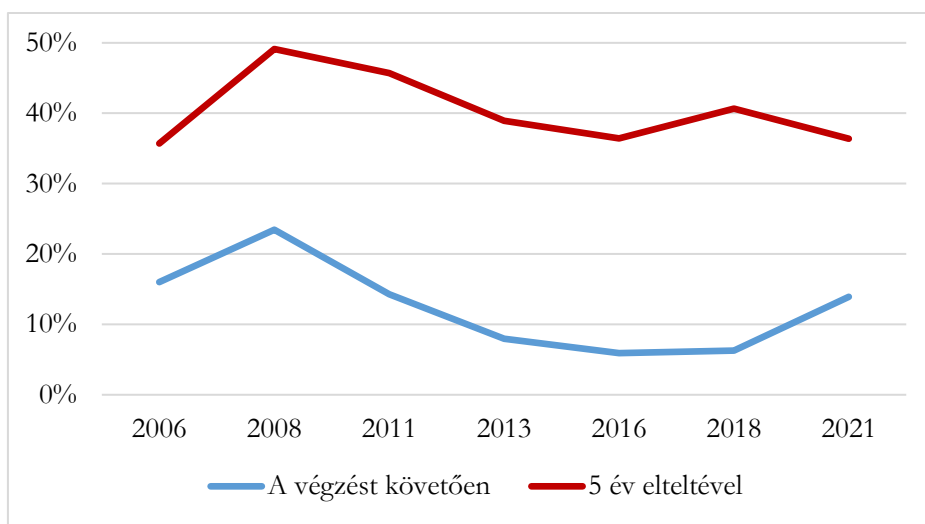
6. ábra. A karriertervek családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérései közvetlenül a tanulmányok befejezése után (% , fő)
Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104



7. ábra. A karriertervek családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérései 5 év után (% , fő)
Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

A karrierelképzelések időbeli alakulása

Mivel minden felmérésben szerepelt a diákok karrierelképzeléseire vonatkozó kérdés, így elemezni lehet a karriertervek időbeli alakulását. Magyarország eddig 7 felmérésben vett részt, így 15 év változásait vizsgálhatjuk.



8. ábra. Vállalkozói karriertervek 2006 és 2021 között (%)

Saját számítás a GUESSS 2006, 2008, 2011, 2013, 2016, 2018 és 2021 adatbázisok alapján.

A 8. ábra mutatja azoknak a diákoknak az arányát, akik a diploma megszerzése után és 5 év múlva vállalkozói pályát választanának. Ami az 5 évvel későbbi vállalkozói karrierterveket illeti, azok minden vizsgált időpontban jelentősen meghaladták a közvetlenül a diploma megszerzése utáni terveket.

Egy másik érdekes jelenség a vállalkozói pálya vonzerejének felmérésről felmérésre történő változása. 2006-ban a megkérdezett diákok 16%-a tervezte, hogy a diploma megszerzése után saját vállalkozást indít. 2008-ban jelentősen nőtt azoknak a hallgatóknak az aránya, akik a diploma megszerzése után vállalkozói karriert terveztek, de ezt követően, vélhetően a pénzügyi válság hatására, jelentős csökkenés következett be. Az alacsony hajlandóság hosszú időn keresztül fennmaradása hátterében a válság mellett az elmúlt években tapasztalható

munkaerőhiány és a generációváltás állhat. 2016-ban a diploma megszerzése után vállalkozást tervezők aránya messze elmaradt a korábbi éveketől (5,9%), de 2018-ban az arány némileg javult.

2021-ben jelentős javulás volt tapasztalható, amely részben a Covid-19 számlájára írható. Ezt erősítik meg a vállalkozásindításon dolgozó és a már vállalkozással rendelkező hallgatók válaszai is. Az előbbi csoportban a válaszadók 6,7 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a Covid-19 okán kezdett el saját vállalkozása megalapításán dolgozni, a már vállalkozással rendelkező fiatalok közül pedig 12,9 százalék válaszolta azt, hogy vállalkozásának elindításában a Covid-19 jelentős szerepet játszott.

Születőben lévő vállalkozások

Az összes hallgató 25,9 százaléka (2620) válaszolta azt, hogy a megkérdezés idején dolgozott saját vállalkozása létrehozatalán. Őket a szakirodalom kezdő vállalkozóknak (nascent entrepreneur) nevezi. A megkérdezett hallgatók jelentős hányadának ez lesz az első vállalkozása, mindössze 96 fő jelezte, hogy korábban is volt már vállalkozó, azaz tapasztaltnak tekinthető vállalkozói kérdésekben.

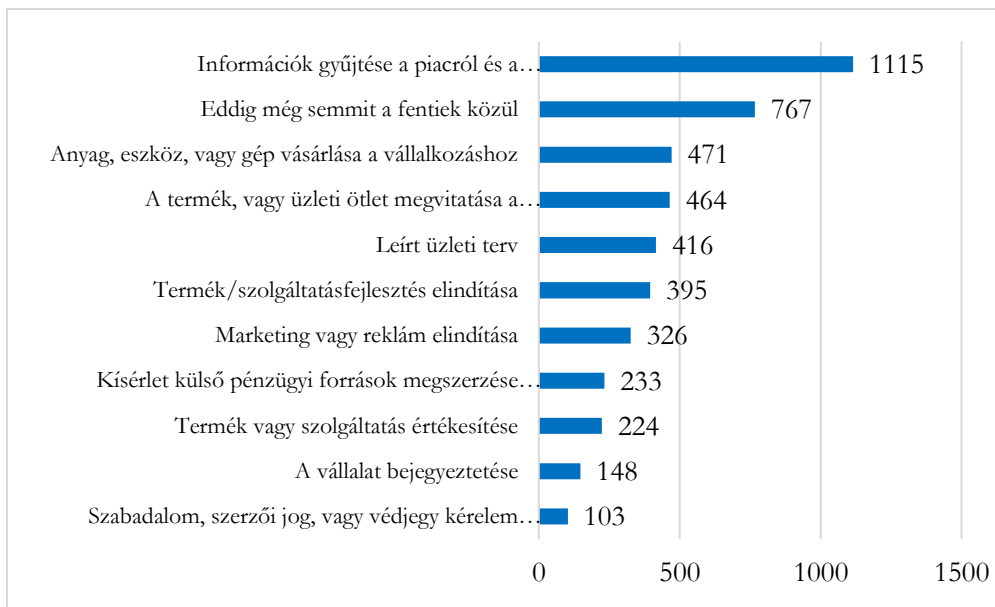
Jelentős hányaduk (40,1 százalék) legfeljebb 2 évvel a tanulmányai befejezése után tervezi elindítani vállalkozását, szintén meghatározó azok aránya, akik nem tudják még az alapítás időpontját (887 fő, 39,2%). 260 hallgató a tanulmányai alatt, 209 fő pedig közvetlenül a tanulmányait követően szeretne vállalkozni.

3. táblázat. A vállalkozás indításának tervezet időpontja

		Abszolút gyakoriság (N)	Relatív gyakoriság (%)	Érvényes relatív gyakoriság (%)	Kumulatív relatív gyakoriság (%)
Érvényes	Tanulmányaim alatt	260	2,6	11,5	11,5
	Rögtön a tanulmányaim után	209	2,1	9,2	20,7
	Legfeljebb 2 évvel a tanulmányaim befejezése után	909	9,0	40,1	60,8
	Nem tudom még	887	8,8	39,2	100,0
	Összesen	2265	22,4	100,0	
Hiányzó	Nem válaszolt	1	0,0		
	Nem releváns	7838	77,6		
	Összesen	7839	77,6		
Mindösszesen		10104	100,0		

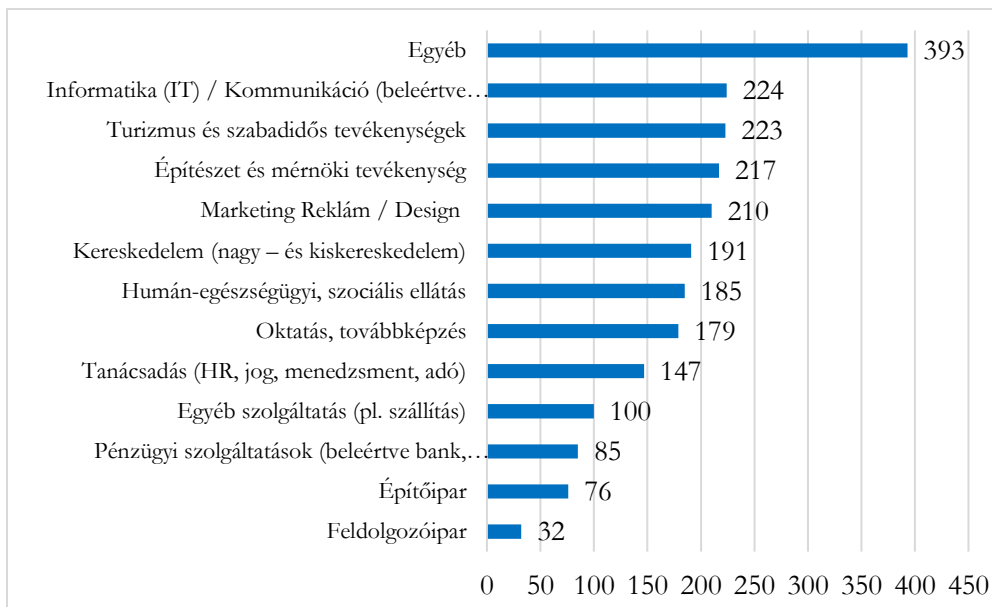
Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N= 10104

A kérdőív rákérdezett arra, hogy milyen, a vállalkozásindítás érdekében történő lépéseket tettek már meg a vállalkozást tervező válaszadók. Ebben a kérdésben több válasz megjelölése is megengedett volt. A válaszadók jelentős része, 1115 fő, számolt be arról, hogy elkezdte az információgyűjtést a piacról és a versenytársakról. A hallgatók egy része megvitatta már a termékét, vagy üzleti ötletét a potenciális vevőkkel (464 fő), szerzett már be valamilyen anyagot, eszközt, vagy gépet, amelyet a vállalkozási tevékenység során fel szeretne használni (471 fő). 416 válaszadó nyilatkozott úgy, hogy rendelkezik leírt üzleti tervvel. Marketing vagy reklám területén 326 hallgató tett már lépéseket, a termék/szolgáltatásfejlesztést pedig 224-en indították el. 233 hallgató járt utána, hogy milyen pénzügyi források érhetőek el, néhányan pedig már az első értékesítésen, a vállalkozás bejegyzésén is túl vannak. Ugyanakkor 767 hallgató jelezte, hogy eddig még semmilyen lépést nem tett. Az eredményeket a 9. ábra foglalja össze.



9. ábra. Az alapítás érdekében elvégzett tevékenységek (jelölések száma)
Saját szerkesztés az egyes tevékenységeket megjelölő hallgatók száma alapján (több válasz is megengedett volt)

A tervezett vállalkozások tevékenységi kör szerinti megoszlását (NACE kód szerint) a 10. ábra mutatja be. A válaszadók 17,4 százaléka, 393 válaszadó az egyéb választ jelölte meg, tervezett vállalkozását nem tudta a megadott kategóriákba besorolni. 224 válaszadó az Informatika (IT)/Kommunikációt (beleértve szoftver és IT szolgáltatások), 223 fő a Turizmus és szabadidős tevékenységeket és 217 fő az Építészet és mérnöki tevékenységet jelölte meg tervezett fő tevékenységi körként. Ezeket Marketing Reklám/Design/Marketing (210 fő), a Kereskedelem (nagy- és kiskereskedelem) (191 fő), a Humán-egészségügyi, szociális ellátás (185 fő) és az Oktatás, továbbképzés (179 fő) követi. A feldolgozóipar mindössze 32, az építőipar pedig 76 jelölést kapott.



10. ábra. A tervezett vállalkozás tevékenységi köre (fő)

Saját szerkesztés az egyes tevékenységi köröket megjelölő hallgatók száma alapján

A válaszadók 86,5 százaléka a vállalkozás ötletét nem az egyetemi tanulmányaiból merítette, 168 hallgató (7,5 százalék) azonban úgy nyilatkozott, hogy egy egyetemi kurzus kapcsán merült fel benne a vállalkozásindítás gondolata. További 135 hallgató (6 százalék) egyéb, de szintén egyetemmel kapcsolatos területről merítette az ötletet. Ugyan a vállalkozás ötlete csak a válaszadók kisebb hányada estén származik az egyetemi tanulmányokból (13,5%), ugyanakkor az oktatás lenyomata itt is megtalálható. A születőben lévő vállalkozók aránya eltér képzési területenként, magasabb a műszaki tudományok és a gazdálkodás és menedzsment területén (Cramer-féle V együttható értéke 0,110, $p=0,000$).

Vállalkozói aktivitás

A mintában a válaszadók 7,3%-a (742 diák) jelezte, hogy saját vállalkozást működtet. A saját vállalkozást működtető válaszadók több mint 14%-a kezdő vállalkozó volt, és a felmérés elvégzésének évében (2021) alapította vállalkozását.

A 3 éves vagy annál fiatalabb vállalkozások aránya közel 50%-ot tett ki. 13 hallgató nem válaszolta meg ezt a kérdést (4. táblázat).

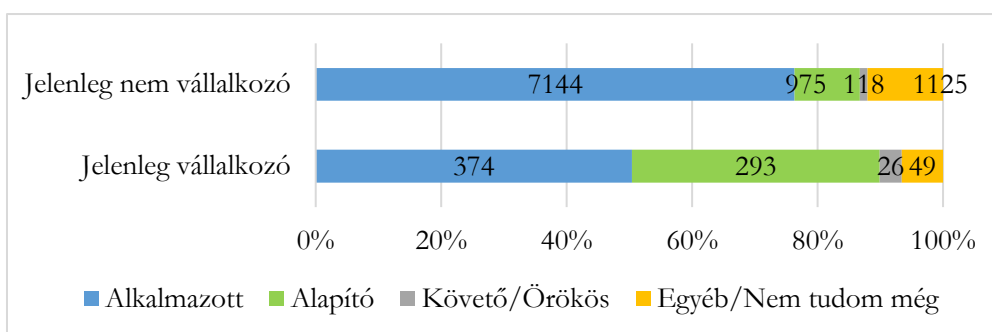
4. táblázat. Hallgatói vállalkozások az alapítás éve szerint

		Abszolút gyakoriság (N)	Érvényes relatív gyakoriság (%)	Kumulatív relatív gyakoriság (%)
Érvényes	2009 vagy korábban	90	12,3%	12,3%
	2010	18	2,5%	14,8%
	2011	14	1,9%	16,7%
	2012	15	2,1%	18,8%
	2013	20	2,7%	21,5%
	2014	25	3,4%	25,0%
	2015	34	4,7%	29,6%
	2016	35	4,8%	34,4%
	2017	51	7,0%	41,4%
	2018	74	10,2%	51,6%
	2019	99	13,6%	65,2%
	2020	148	20,3%	85,5%
	2021	106	14,5%	100,0%
	Total	729	100,0%	
Hiányzó	Nem válaszolt	13		
	Nem releváns	9362		
	Összesen	9375		
Mindösszesen		10104		

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

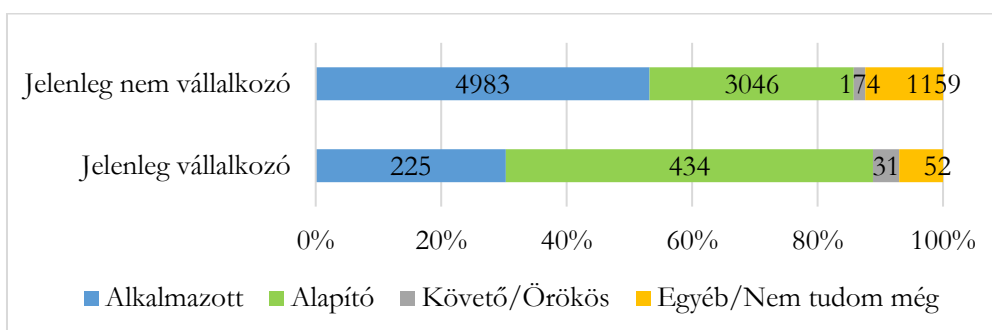
363 hallgató válaszolta azt, hogy nincs alkalmazottja, 209 hallgató pedig egy alkalmazottról számolt be. A mikro-vállalkozások (10 főnél kevesebb alkalmazott) aránya eléri a 97,6%-ot. A kisvállalkozások aránya a mintában 2,6%. A mintában nincs közepes méretű vállalkozás. A válaszadók vállalkozásai elsősorban az oktatás (12,74%), a pénzügyi (10,16%) és az egyéb szolgáltatások (10,30%) területén tevékenykednek. A nagyobb vállalatméret a mérnöki, építőipari és kereskedelmi vállalkozások magasabb arányával járt együtt.

Bár ezek a vállalkozások gyakran nagyon kicsik és még a kezdeti szakaszban vannak, a vállalkozói tapasztalat miatt nagyon hasznosak. Még ha a diákok jelentős része nem is szeretné, hogy ez a vállalkozás legyen a fő foglalkozása a diploma megszerzése után (34,8%), vagy bizonytalan ebben a kérdésben (30,3%), mégis befolyásolják a pályaválasztási döntésüket. Körükben ugyanis sokkal magasabb a később is vállalkozást tervezők aránya és alacsonyabb a jövőbeli karrierjüket illető bizonytalankodás, mint a vállalkozási tevékenységet soha nem próbáló hallgatók esetében. Ezeket az összefüggéseket mutatja meg 11. és a 12. ábra.



11. A karriertervek vállalkozói aktivitás szerinti eltérései közvetlenül a tanulmányok befejezése után (% , fő)

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104



12. A karriertervek vállalkozói aktivitás szerinti eltérései 5 év elteltével (% , fő)

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

A múltbeli vállalkozói tapasztalatok és a jövőbeli karriertervek közötti összefüggés a Chi-négyzet teszt alapján szignifikánsnak tekinthető. A kapcsolat erősségét mérő Cramer féle V mutató értéke 0,237 és 0,154 a két vizsgált időszakban. ($p=0,000$).

ÖSSZEFOGLALÁS

A 2021-es felmérés adatainak áttekintését követően az alábbi főbb megállapítások fogalmazhatók meg:

1. A jelenleg magyar felsőoktatási intézményekben tanuló fiatalok nagyobb része (74,4%) a diploma megszerzése után alkalmazottként kíván dolgozni, a vállalkozói lét nem igazán vonzó számukra. Öt évvel a diploma megszerzése után az alkalmazotti státusz vonzereje csökken, és a vállalkozói szándék 36,4%-ra nő a válaszadó hallgatók körében.
2. 2021 volt az első olyan felmérés, amelyben már nem volt különbség a vállalkozói szándék között nemek szerint. A munkavállalói karrieren belül azonban voltak eltérések, a nők körében magasabb a közszféra preferenciája, és magasabb az egyéb/nem tudom válaszok aránya is.
3. A közgazdasági és üzleti területek hallgatói a legnyitottabbak saját vállalkozás indítására, míg a társadalomtudományok hallgatói a legkevésbé hajlandóak vállalkozóvá válni. A vállalkozói oktatás és általában az egyetemek vállalkozói környezete ösztönzőleg hat a hallgatók vállalkozásindítási ötleteire.
4. A családi vállalkozói tapasztalatok pozitív hatással vannak a hallgatók vállalkozásindítási terveire. Azok a diákok, akik vállalkozói környezetben nőttek fel, nagyobb valószínűséggel vállalnak kockázatot és többletfeladatokat a vállalkozás indításával kapcsolatban.
5. A megkérdezett hallgatók csaknem 26 százaléka válaszolta azt, hogy lépéseket tesz saját vállalkozása létrehozatala érdekében, azaz kezdő vállalkozó (nascent entrepreneur). 13,5 százalékuk egyetemi tanulmányaiból, vagy egyéb egyetemi tevékenységből merítette vállalkozási ötletét.

6. A válaszadók 7,3%-a (742 hallgató) jelezte, hogy saját vállalkozást működtet. A jelenleg vállalkozó diákok jelentős része önfoglalkoztató, és sokan a vállalkozásukat tanulmányaik pénzügyi forrásának tekintik, nem tervezik, hogy a diploma megszerzése után is folytatják. Körükben ugyanakkor magasabb a jövőben vállalkozói karrierben gondolkodók aránya.
7. A Covid-19 ösztönzőleg hatott a vállalkozási tervekre: a vállalkozásindításon dolgozó hallgatók 6,7 százaléka, a már vállalkozással rendelkező hallgatók 12,9 százaléka válaszolta azt, hogy a vállalkozásának elindításában a Covid-19 jelentős szerepet játszott.

KÖVETKEZTETÉSEK

A munkaerőpiac napjainkban jelentős változásokon megy keresztül, a jelenlegi trendek és vállalati megoldások a rugalmas, alkalmazkodó munkaerőt és az atipikus foglalkoztatási megoldásokat helyezik előtérbe. A vállalkozói tevékenység így egyre inkább valósággá válik a ma még iskolába járó diákok számára.

Erre mind a politikai döntéshozóknak, mind az oktatásnak reagálnia kell. A szabályozási környezet általában, és a felsőoktatás különösen sokat tehet annak érdekében, hogy a hallgatók ne csak a tanulmányi területükön legyenek felkészültek, hanem rendelkezzenek vállalkozói készségekkel is, hogy ezt a tudást sikeresen alkalmazhassák a változó munkaerőpiacon.

A tantervekben előírt vállalkozói tantárgyak mellett hangsúlyt kell fektetni az egyetemeken által nyújtott egyéb szolgáltatásokra és általában a vállalkozói légkörre, amelyek a vállalkozói szándék fontos alakítói. Noha eredményeink szerint a jövőbeli tervekben a családi vállalkozói háttér és a saját vállalkozói próbálkozások vannak a legnagyobb befolyással, a különféle egyetemi szolgáltatások pótolhatják a hiányzó családi és önálló vállalkozói tapasztalatokat.

A fenti eredmények értékelése és általánosítása során figyelembe kell venni, hogy csak a magyar felsőoktatásban résztvevő hallgatók válaszait tudtuk elemezni, azaz nem a teljes a fiatal populációt, valamint, hogy közülük 3,5 százalék töltötte ki a

kérdőívet, eredményeink az ő válaszaik alapján születtek. A kérdőíves kutatás természeténél fogva korlátozottan alkalmas a mélyreható megértésre, sok egyéni motívum rejtve marad. Ez a korlát egyúttal ki is jelöli a további kutatási irányokat, meggyőződésünk, hogy a kvalitatív kutatási módszerek (esettanulmányok és interjúk) alkalmazása segítheti a téma jobb megértését.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Ács, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Lloyd, A., 2018. Global Entrepreneurship and Development Index 2018 Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03279-1>
2. Ács, Z., Desai, S., & Hessels, J., 2008. Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 31, 219–234. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9>
3. Autio, E., 2005. Report on High-Expectation Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor, London Business School – Babson College Retrieved from <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2010/12/HEE-2005.pdf> on February 12, 2021.
4. Belas, J., Gavurova, B., Schonfeld, J., Zvarikova, K., & Kacerauskas, T., 2017. Social and economic factors affecting the entrepreneurial intention of university students. *Transformations in Business and Economics*, 16(3), 220-239.
5. Bouchard, V., & Fayolle, A., 2018. *Corporate Entrepreneurship*. Routledge
6. Camelo-Ordaz, C., Juan Pablo Diáñez-González, J., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>.
7. Carree, M. A. & Thurik, A. R., 2010. The Impact of entrepreneurship on Economic Growth. In: Zoltan Acs & David Audretsch (eds.) *International Handbook of Entrepreneurship Research* (2nd edition, pp. 557-594). New York: Springer.
8. Costin, Y., O'Brien, M. P., & Slattery, D. M., 2018. Using simulation to develop entrepreneurial skills and mind-set: an exploratory case study. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 30(1), 136-145.
9. EC, (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan. Retrieved from <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/entrepreneurship-2020-action-plan#related-linkson> February 12, 2021.

10. Egerová, D., Eger, L., & Micik, M., 2017. Does entrepreneurship education matter? Business students' perspectives. *Tertiary Education and Management* 23(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/13583883.2017.1299205>
11. EP, 2006. Az Európai Parlament és a Tanács ajánlása (2006. december 18.) az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciákról. (2006/962/EK) <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2006/962/oj>
12. Eurofound, 2015. Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies. Publications Office of the European Union, Luxembourg. Retrieved September, 25, 2018, from https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/-field_ef_document/ef1507en.pdf
13. EYE, 2015. Erasmus for Young Entrepreneurs. Retrieved from <http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/upload/Programme%20Guide%20EN%20-May%202015.pdf> on September 25, 2018
14. Green, F., 2013. Youth entrepreneurship: A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development, OECD, Paris.
15. Gubik, A.S., & Bartha, Z., 2018. The role of university in influencing the entrepreneurial intention of university students. *International Entrepreneurship* 4(3), 177-188.
16. Gubik, A.S., & Bartha, Z., 2021. Student perception and the efficacy of universities in shaping the entrepreneurial mindset. *Theory Methodology Practice* 17(SI) 65-76.
17. Gubik, S.A. & Farkas, Sz., 2016. Student Entrepreneurship in Hungary: Selected Results Based on GUESSS Survey. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 4(4) 123-139.
18. Gubik, S.A. & Farkas, Sz., 2017. Entrepreneurship intentions and activity of students in Hungary, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2016 (GUESSS 2016), National Report, 27 p. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Hungary.pdf
19. Gubik, S.A. & Farkas, Sz., 2019a. Entrepreneurship intentions and activity of students in Hungary, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2018 (GUESSS 2018), National Report, Budapest - Miskolc: Budapest Business School - University of Miskolc, 20 p. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Hungary.pdf
20. Gubik, S.A. & Farkas, Sz., 2019b. Entrepreneurial Intention in the Visegrad Countries. *Danube: Law and Economics Review* 10(4), 347-368.

21. Gubik, S.A., 2014. Entrepreneurship intention and activity of students in Hungary: Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2011 National Report. https://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESS2011-National%20report%20Hungary_2.pdf
22. Gubik, S.A., 2014. The Role of Higher Education Institutions in the Entrepreneurship of Hungarian Students. *Theory Methodology Practice: Club of Economics in Miskolc* 10(1), 71-79.
23. Gubik, S.A., 2021. Entrepreneurial career: Factors influencing the decision of Hungarian students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(3), 43-58.
24. Guerrero, M., Urbano, D. & Gajón, E., 2020. Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter? *Journal of Management Development*, 39(5), 753-775.
25. Harms, R., 2015. Self-regulated learning, team learning and project performance in entrepreneurship education: Learning in a lean startup environment. *Technological Forecasting and Social Change*, 100, 21-28.
26. Holienka, M., Pilková, A. & Jančovičová, Z., 2016. Youth Entrepreneurship in Visegrad Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 105-121. <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040407>
27. Hope, K. (ed.), 2016. Annual Report on European SMEs 2015/2016. SME Recovery Continues. European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/annual_report_-_eu_smes_2015-16.pdf on February 12, 2021.
28. Isenberg, D. J., 2011. Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#3d1700cc5fe8> on February 12, 2021.
29. Karyaningsih, R.P.D., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B.S., 2020. Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138-155. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080408>
30. Kolstad, I., & Wüig, A., 2015. Education and entrepreneurial success. *Small Business Economics*, 44(4), 783-796. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9621-1>
31. Kramarz, P., Dębski, M., & Luty, L., 2019. Trends in entrepreneurial behaviour among immigrant students: Conclusions from research conducted at the University of Social Sciences. *International Entrepreneurship Review*, 5(4), 25-39. <https://doi.org/10.15678/IER.2019.0504.02>

32. Kuti, M. & Bedő, Zs., 2018. Az egyetemi központú vállalkozói ökoszisztéma és a közösségi finanszírozás kapcsolata. *Vezetéstudomány*, 49(2), 45-52.
33. Leone, J., & Cascio, J. L., 2020. Income gaps: Education and inequality. *Economics and Business Review* 20(4), 27-50.
<https://doi.org/10.18559/ebr.2020.4.3>
34. Ling, H., & Venesaar, U., 2015. Enhancing Entrepreneurship Education in Engineering Students to Increase Their Metacognitive Abilities: Analysis of Student Self-Assessments. *Engineering Economics*, 26(3), 333–342.
<https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.3.5283>
35. 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. May 9-11., Stockholm. Retrieved <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2530&rep=rep1&type=pdf> on February 12, 2021.
36. Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B., 2016. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104(3), 172-179.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
37. Meyer, N., & Kruger, N., 2021. South African female entrepreneurs' motivational factors: Differences between young and established businesses owners. *Forum Scientiae Oeconomia*, 9(1), 75-90.
https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO1_5
38. Morris, M.H., Shirokova, G., & Tsukanova, T., 2017. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65-85.
<https://doi.org/10.1504/ejim.2017.10001679>
39. Mungai, E. & Velamuri, S. R., 2011. Parental entrepreneurial role model influence on male offspring: Is it always positive and when does it occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 337–357.
40. Nikolova, E., Ricka, F., Simroth, D., 2012. Entrepreneurship in the transition region: An analysis based on the Life in Transition Survey. EBRD Working Paper No. 141. Retrieved from <https://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0141.pdf> on 15th, March, 2021
41. Nowiński, W., Haddoud, M., Wach, K., & Schaefer, R., 2020. Perceived public support and entrepreneurship attitudes: A little reciprocity can go a long way!

42. Remeikienė, R., Dumčiuvienė, D., & Startienė, G., 2013. Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education. In: Dermol, V., Širca, N.T., & Dakovic, G. Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013. pp. 299-307. ToKnowPress
43. Schrör, H., 2006. The profile of the successful entrepreneur. Results of the survey 'Factors of Business Success'. *Statistics in focus* 29/2006, Eurostat
44. Shamsudin, B., Mamun, A., Nawi, N., Nasir, N., & Zakaria, M., 2017. Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among The Malaysian University Students. *The Journal of Developing Areas*, 51(4). 423-431.
45. Solesvik, M., 2019. Entrepreneurial competencies and intentions: the role of higher education. *Forum Scientiae Oeconomia*, 7(1), 9-23.
https://doi.org/10.23762/FSO_VOL7_NO1_1
46. Stam, E., & Spigel, B., 2016. Entrepreneurial Ecosystems. Working Papers 16-13, Utrecht School of Economics.
47. Turker, D. and Sonmez Selcuk, S., 2009. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
48. Ward, A., Hernández-Sánchez B.R., & Sánchez-García, J. C., 2019. Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*. 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>
49. Wennekers, A.R.M., & Thurik, A.R., 1999. Linking entrepreneurship and economic growth, *Small Business Economics* 13, 27-55.
<https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>
50. World Economic Forum, 2013. Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics. Report Summary for the Annual Meeting of the New Champions. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf on February 12, 2021.
51. Zygmunt, J., 2018. Entrepreneurial activity drivers in the transition economies. Evidence from the Visegrad countries. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 13(1), 89-103.
<https://doi.org/10.24136/eq.2018.005>

52. Zygmunt, J., 2020. The effect of changes in the economic structure on entrepreneurial activity in a transition economy: the case of Poland. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 15(1), 49-62. <https://doi.org/10.24136/eq.2020.003>