

CZALLER LÁSZLÓ – GEAMBAȘU RÉKA

VÁLLALKOZÓK ÉS VÁLLALKOZÁSOK IRÁNTI
ATTITÜDÖK AZ ERDÉLYI MAGYAR
KÖZÉPISKOLÁSOK KÖRÉBEN

A romániai magyar népesség rétegzettségére több vonatkozásban is eltér a teljes népességtől: bár kisebb mértékű belső egyenlőtlenségek jellemzik, ez egyben azt is jelenti, hogy nemcsak az alacsonyabb státusú, szegényebb rétegek, hanem az iskolázottabb, tehetősebb csoportok is alulreprezentáltak a magyar lakosságon belül.¹ Ez a helyzet változott ugyan a két legutóbbi népszámlálás között, de a 2011-es adatok szerint is több mint 4 százalékpontos hátrányban volt a magyar népesség a felsőfokú végzettséggel rendelkezők csoportjában (10,2% a diplomások teljes lakosságon belüli 14,4%-os arányával szemben), és 3,7 százalékponttal volt alacsonyabb a magyarok gazdasági aktivitása is a román lakosságnál (43 vs. 46,7%). Bár a román és a magyar népesség között a foglalkoztatottak és munkanélküliek aránya között nincs jelentős különbség, az inaktivitás eltérő képet mutat: a magyarok kisebb arányban tanulnak, viszont nagyobb a nyugdíjasok aránya. A foglalkozásszerkezet néhány, nemzetiségenként eltérő sajátossága szintén hozzájárul a társadalmi pozíciók különbözőségeihez. A magyar népességen belül 7,5 százalékponttal magasabb az alkalmazottak aránya, mint a román nemzetiségűek körében, és csak fél százalékponttal ugyan, de a vállalkozók aránya is magasabb a magyarok, mint a román lakosság körében (1,2 vs. 1,7%). A foglalkoztatott magyar népesség az önálló és a családi vállalkozást működtetők körében alulreprezentált a teljes népességhez viszonyítva. Az egyenlőtlenség eltérő mintázatait végül sajátosan alakítja az is, hogy a magyar munkavállalók körében felülreprezentáltak a szakmunkások, viszont a román népességhez képest alacsonyabb a mezőgazdasági (önálló) termelők és a szakértők és értelmiségiek aránya.²

A vállalkozók román és magyar aktív népességen belüli súlyában kimutatott mintegy fél százalékpontos különbsége lényegében elhanyagolható, különösen, ha figyelembe vesszük a 2011-es népszámlálással szemben megfogalmazott módszertani fenntartásokat.³ A

1 Csata Zsombor: Ethnicity and economy. A research agenda for Transylvania. *Erdélyi Társadalom*, 2015. 13 (3). 9–24.; Veres Valér: Népszámlálás 2011: A népességszám, foglalkozásszerkezet és iskolázottság nemzetiség szerinti megoszlása Romániában. *Erdélyi Társadalom*, 2013. 11 (2). 23–54.

2 Veres, 2013. Népszámlálás 2011, i.m.

3 uo. 23.

romániai magyar és román vállalkozók szocio-demográfiai és professzionális sajátosságairól komparatív perspektívából keveset vagy alig tudunk, de ugyanúgy hiányoznak azok a makroszintű adatok is, amelyek segítségével a magyarok által működtetett vállalkozások leírhatók lennének régió, méret, ágazat és egyéb változók mentén. Ezt az űrt kvantitatív vonatkozásban egy 2011-es, az erdélyi kisvárosokra reprezentatív adatfelvétel,⁴ valamint egy, a hivatalos statisztikai adatokra épülő elemzés pótolja.⁵ Ezek kimutatták, hogy Erdélyben a vállalkozási kedv magasabb az országos átlagnál, de néhány kivételtől – például Maros megyétől – eltekintve a települések etnikai összetétele nem magyarázza a vállalkozássűrűség eltéréseit. Nem mutatható ki továbbá a lakosság vállalkozási hajlandósága és a nemzetiség között sem összefüggés.⁶

A romániai magyar vállalkozókról a fentiek mellett jobbra kvalitatív módszerrel készültek vizsgálatok. Ezek egyik központi kérdése az, hogy miként szervezi az etnicitás ezeket a vállalkozásokat, mit is jelent Erdélyben magyar vállalkozónak lenni. Kiss Tamás vállalkozókkal készített életútinterjúkat elemzett, melyekből kiderült, a vállalkozói narratívákban nem központi, hanem sokkal inkább szimbolikus szerep jut az etnikai identitásnak.⁷ Antropológiai terepmunka segítségével hasonló képet rajzol Peti Lehel és Szabó Á. Töhötöm: a vállalkozók az etnikai csoporttagságot szimbolikus erőforrásként használják a lehetőségekhez való hozzáférésben.⁸ Az amerikai és nyugat-európai kontextusban végzett, etnikai kisebbségi vagy bevándorló közösségekhez tartozó vállalkozókra vonatkozó vizsgálatok központi kérdései közé tartozik az, hogy mennyiben jelent a vállalkozás társadalmi mobilitási pályát,⁹ illetve, hogy mi a szerepe a csoportszolidaritásnak, a kulturális tőkének, valamint a hálózatoknak a vállalkozások működtetésében.¹⁰ A romániai magyar közösség vonatkozásában 2016-ban három erdélyi esettanulmány készült, melynek célja a

4 Csata Zsombor – Kiss Dénes – Pásztor Gyöngyi – Péter László – Toma Stefánia: *Potenciális vállalkozók – lehetőségek és nehézségek Kutatásjelentés*. Interetnikus Viszonyok Kutatóközpontja: Kolozsvár, 2011.

5 Csata, 2015. Ethnicity and economy, i.m.

6 Csata – Kiss – Pásztor – Péter – Toma, 2011. Potenciális vállalkozók, i.m.

7 Kiss Tamás: Vállalkozástörténetek Erdélyben. In: Kovács Éva (szerk.): *A gazdasági átmenet etnikai tájékei*. Teleki László Alapítvány: Budapest, 2004. 23–128.

8 Peti Lehel: Rendszerváltozás utáni agrárszerkezeti és társadalmi változások Héderfáján. In: Peti László – Szabó Á. Töhötöm (szerk.): *Agrárörökség és specializáció a Kis-Küküllő mentén*. NIS Kiadó: Kolozsvár, 2006. 17–61.; Szabó Árpád Töhötöm: Etnikai különbségtétel a paraszti gazdaságban. In: Feischmidt Margit (szerk.): *Etnicitás: Különbségteremtő társadalom*. Gondolat Kiadó: Budapest, 2010. 266–280.

9 Clark, Ken – Drinkwater, Stephen: *Ethnic minorities in the labour market: dynamics and diversity*. The Policy Press: Bristol, UK, 2007.

10 Portes, Alejandro – Sensenbrenner, Julia: Beágyazottság és bevándorlás: megjegyzések a gazdasági cselekvés társadalmi meghatározóiról. In: Lengyel György – Szántó Zoltán (szerk.): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások*. Aula Kiadó: Budapest, 1999. 58–77.

székelyföldi, kolozsvári és partiumi fiatal vállalkozók helyzetének feltárása volt.¹¹ Ezekből a kvalitatív leírásokból kiderült, hogy a magyar vállalkozók élénk kapcsolatot ápolnak a helyi magyar közösségekkel, elsősorban a foglalkoztatás, a nyelvhasználat és a közösség támogatása révén.¹²

A vállalkozásokkal foglalkozó empirikus – javarészt mennyiségi – vizsgálatok egyik központi kérdése a fiatalok vállalkozási kedve. Ennek mérésére és időbeni alakulásának követését tűzte ki célul nemzetközi összehasonlító perspektívából például a GUESSS projekt¹³ az egyetemi hallgatók és a GEM¹⁴ a felnőtt lakosság körében. Ezek az adatfelvételek azonban nem foglalkoznak külön az egyes országokban élő nemzeti kisebbségek tagjaival. A kevés, etnikai csoportra külön is figyelő kutatás egyik darabja Walstad és Kourilsky kutatása, amely az Amerikai Egyesült Államokban úgy találta, hogy a fekete közösség fiataljai pozitívabban viszonyultak a vállalkozásindítás gondolatához, mint a fehér fiatalok.¹⁵

Romániában a magyar fiatalok vállalkozásindítási szándékáról és vállalkozási kedvéről csupán elszórt információink vannak, hiszen egyrészt az ország nem vesz részt a GUESSS adatfelvételekben, másrészt a GEM nem dolgozik külön magyar almintával. A hivatalos statisztikai adatok tanúsága szerint a magyar és a román népességen belül nagyságrendileg azonos arányban találunk vállalkozókat, a Csata és munkatársai által 2011-ben végzett, erdélyi kisvárosokra vonatkozó kutatás szerint pedig a vállalkozói szándék tekintetében nem beszélhetünk jelentős különbségről a magyarok és románok között.

Kutatásunk az erdélyi magyar közösség vállalkozásokhoz való viszonyulásának kérdését igyekszik körbejárni, annak egy sajátos szegmensére, a fiatalok véleményére fókuszálva. Abból az előfeltevésből kiindulva, hogy a vállalkozók fontos szereplői nemcsak a társadalomnak, hanem az azon belül élő etnikai kisebbségi közösségeknek is, fontosnak tartjuk pótolni azt az empirikus tudásbeli hiányt, amely a határon túli magyar fiatalok vállalkozásokhoz való viszonyulását és vélekedéseit jellemzi. Tanulmányunk célja ebből kifolyólag az

11 Czaller, László – Csité András – Geambaşu, Réka: *Megkapaszkodás, gyarapodás, bátorítás. Jelentés a külhoni fiatal magyar helyzetéről*. Hétfő Kutatóintézet és NPKI: Budapest, 2016.

12 A kutatás a 2016 – a külhoni fiatal magyar vállalkozók éve c. program keretében zajlott a Nemzetpolitikai Államtitkárság megbízásából, egy tágabb – vállalkozói és diáksurveyt, valamint statisztikai adatfeldolgozást is magába foglaló – projekt keretében.

13 Az adatfelvétel neve *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, melyet a Szent Galleni Egyetem indított 2003-ban. A kutatást 2-3 évente ismétlik, a legutolsóban, 2016-ban 50 ország vett részt. Honlapja: <http://www.guesssurvey.org>.

14 A *Global Entrepreneurship Monitor* nevű nemzetközi összehasonlító vizsgálat évente végez adatfelvételt több mint 100 országban a vállalkozásindítás és -működtetés különféle fázisaiban levő vállalkozókkal. Honlapja: <http://www.gemconsortium.org/>.

15 Walstad, William B. – Kourilsky, Marilyn L.: *Entrepreneurial Attitudes and Knowledge of Black Youth*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership: Kansas City, 1999.

erdélyi középiskolások vállalkozókról alkotott reprezentációinak, a vállalkozói lét jelentéseinek feltárása, valamint annak modellezése, hogy mely egyéni és intézményes jellemzők valószínűsíteneek pozitívabb viszonyulást a vállalkozóvá váláshoz.

Tanulmányunk öt részre tagolódik. Az első általános és strukturális szintű képet kíván adni a vállalkozók és vállalkozások romániai helyzetéről, tevékenységük gazdasági és társadalmi kontextusáról. A második rész a kutatási kérdés és a módszertan részletes kifejtését tartalmazza, a harmadik pedig azokat az elméleti, fogalmi kereteket, valamint empirikus előzményeket, amelyek elemzésünk irányát megszabták. Empirikus adataink elemzését a negyedik és az ötödik rész tartalmazza: ezekben először a vizsgálatba bekerült diákok általános jellemzőit bontjuk ki – különös tekintettel a gazdasági és kulturális tőkére, az iskolai oktatás vállalkozásösztönző jellegére és az önkéntes tevékenységekre, valamint a vállalkozókról alkotott képre. Ezt egy regressziós modell követi, melynek segítségével a vállalkozók megítélését alakító tényezőket igyekeztünk megragadni.

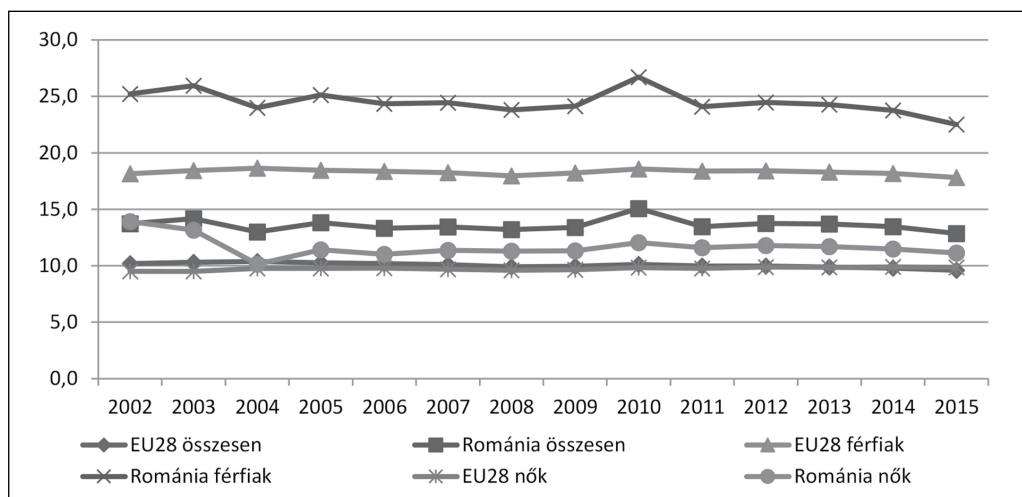
Vállalkozók a romániai társadalomban

Romániában a legutolsó rendelkezésre álló EUROSTAT-adatok szerint az aktivitási arány 2015-ben 66,1% volt, és a 2001/2002-es csökkenés óta fokozatosan emelkedett. Ez az adat számottevő nemi egyenlőtlenséget rejt magában – a férfiak körében az aktivitási ráta közel 10 százalékponttal magasabb, mint a nők körében –, és 6 százalékponttal elmarad az uniós átlagtól is. Ugyanez a trend érvényesül a foglalkoztatottsági adatok kapcsán is: elmaradás az Európai Unió átlagától, és kisebb, de tartós nemi szakadék.

Egészen más a helyzet viszont az önfoglalkoztatás jelentősége tekintetében. Az önfoglalkoztatók teljes foglalkoztatáson belül mért százalékos aránya¹⁶ az elmúlt másfél évtizedben folyamatosan meghaladta az EU-s átlagot (1. ábra). A romániai adatok követik ugyan az önfoglalkoztatás területén érvényesülő, nemi egyenlőtlenségi európai tendenciákat, mégis kiemelendő, hogy a romániai férfiaknak sokkal nagyobb aránya dolgozik önállóan, mint az EU egészében. Ez feltehetőleg a mezőgazdaság romániai gazdaságban betöltött súlyával is magyarázható, ahol arányaiban a legtöbb önfoglalkoztató dolgozik.¹⁷

16 Az EUROSTAT az alapul szolgáló adatfelvételében nem a vállalkozók számát rögzíti, hanem az alkalmazottak nélkül és az alkalmazottakkal működő önfoglalkoztatókét. Mi az elemzésünkben e két kategóriát összevontuk, és az önfoglalkoztatók és önállók megnevezést szinonimaként használjuk.

17 Veres, 2013. Népszámlálás 2011, i.m.



1. ábra: Az önfoglalkoztatók aránya a teljes foglalkoztatott népességhez viszonyítva, nemenként az EU28 tagállamaiban és Romániában (%)¹⁸

A GEM-adatfelvételek alapján elmondható, hogy az alacsonyabb GDP-vel rendelkező országokban tipikusan magasabb a kezdő fázisban levő vállalkozók aránya, különösen pedig azoké, akiket a vállalkozásalapításra nem a lehetőség, hanem a kényszer – vagyis az egyéb lehetőségek hiánya – késztet.

Romániában a vállalkozásindítás és -működtetés feltételei inkább jónak mondhatók. Az *Ease of Doing Business* indikátora alapján Románia a 2015-ben felmért 189 ország felső egynegyedében volt, a 37. helyen, a maximálisan összegyűjthető 100 pontból 73,8 ponttal.¹⁹ A térség államai közül Romániában leginkább a hitelekhez jutás és a külkereskedelem szabályozása könnyíti meg a vállalkozók dolgát, de hasonlóan pozitívan vélekednek a megkérdezett szakemberek az adózás és a vállalkozásindítás szabályairól. A vállalkozói

18 Forrás: EUROSTAT adatok alapján saját számítás

19 A vállalkozások alapításával és működtetésével kapcsolatos gazdasági, jogi és adminisztratív sajátosságok feltárására több megközelítés is alkalmazható. Az indikátor 185 ország üzletviteli, cégalapítási és ügyviteli lehetőségeiről, valamint a vállalkozások működési lehetőségeit meghatározó jogszabályi és üzleti környezetről kompakt módon ad számot. A Világbank éves rendszerességgel publikált *Doing Business* tájékoztatói két aggregát mérőszámot tartalmaznak, melyek közül az első maga az *Ease of Doing Business-index* értéke, a másik pedig az ebből képzett rangszám, mely alapján az országok sorba rendezhetők. Az alapmutató kiszámításának első lépéseként veszik tíz előre meghatározott témakörhöz (vállalkozásindítás, engedélyeztetési eljárások, villamosáram-hozzáférés, ingatlan-nyilvántartás, hiteligénylés, kisebbségi befektetők védelme, adózás, határon átnyúló kereskedelem, szerződések kikényszerítése, csődeljárás) rendelt 36 indikátor több éves maximumát és minimumát, majd a két referenciaérték segítségével normalizálják a 36 adatsort. A második lépésben a normalizált változókat témakörönként egyszerű átlagolással összesítik, majd oly módon skálázzák, hogy az értékkészlet 0 és 100 között legyen. Az egyes témakörök részindexeinek további átlagolásával nyerik az *Ease of Doing Business-index* végleges értékét.

ökoszisztéma kevésbé kedvező elemei Romániában 2015-ben a villamosenergia-hozzáférés, valamint a kisebbségi befektetők védelmével és a vállalkozás felszámolásával kapcsolatos jogszabályok voltak.²⁰

Összességében tehát azt látjuk, hogy Romániában az önfoglalkoztatók aránya meghaladja az európai átlagot, ami a legutóbbi népszámlálási adatok szerint összefügg a primer szektor foglalkoztatásban játszott kiemelkedő szerepével. Ezt a GEM adatai is megerősítik: a romániai társadalomban a kialakulóban levő, tervezett, a kezdő és a megállapodott, működő vállalkozások tulajdonosainak aránya meghaladja az európai országokban mért átlagot.²¹ Miközben azonban az adatok arról tanúskodnak, hogy Romániában a kényszer vezérelte vállalkozások vannak többségben, a vállalkozók és szakértők becsléseire alapozó *Doing Business*-jelentés globális viszonylatban vállalkozóbarátnak minősítette az országot²².

A kutatási kérdés és a vizsgálat módszertana

Jelen tanulmány az erdélyi magyar középiskolai diákok vállalkozással és vállalkozókkal kapcsolatos nézeteire és attitűdjeire koncentrál. Elsősorban arra keressük a választ, hogy mely egyéni szocio-demográfiai és iskolai jellemzők kedveznek a vállalkozókról alkotott pozitív képnek. Célunk a romániai magyar népességnek arra a szegmensére irányítani a figyelmet, amely be-bekerül ugyan a szociológiai érdeklődés fókuszába, de amellyel kapcsolatban inkább más természetű kérdéseket szoktak a kutatók feszegetni: az önkéntesség, a politikai szocializáció, a szabadidő töltési és kultúrafogyasztási szokások témaköreit.²³ Ezzel párhuzamosan kívánjuk a vállalkozáskutatás horizontjába is bevonni a fiataloknak ezt a csoportját, mintegy kiegészítve azokat a törekvéseket, amelyek egyetemi hallgatók körében vizsgálták a vállalkozásokhoz való viszonyulás kérdését.²⁴

20 World Bank: *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. World Bank: Washington DC, 2016.

21 Dézsi-Benyovszki Annamária – Nagy Ágnes – Szabó Tünde Petra: *Entrepreneurship in Romania. Country Report 2014*. UBB-GEM-OTP: Kolozsvár, 2015.

22 World Bank, *Doing Business 2016*, i.m.

23 Sorbán Angella: *Szociológiai tanulmányok erdélyi fiatalokról*. Akadémiai – Scientia Kiadó: Budapest – Kolozsvár: 2002.; Veres Valér: *Nemzeti vagy nemzedéki korszakváltás*. Limes – Új Mandátum: Budapest – Kolozsvár, 2000.

24 Shook, Christopher L. – Bratianu, Constantin: Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2010. 6 (3). 231–247.; Şipoş-Gug, Sebastian: *Antreprenoriatul tinerilor. Motivații, dimensiuni și condiționări*. Kézirat. Kolozsvár, 2015.

A vizsgálat alapját képező adatok a Hétfa Kutatóintézet és a Nemzetpolitikai Kutatóintézet (NPKI) közösen végzett online kérdőíves felméréséből származnak, melynek lebonyolítására 2016 júniusában került sor. Az adatfelvétel a *2016 – a külhoni fiatal vállalkozók éve* című program keretében készült szociológiai kutatás keretében zajlott, melynek célpopulációja az Erdélyben, Kárpát-alján, Felvidéken és Vajdaságban élő középiskolás diákok voltak. A lekérdezés az egyes régiókban a legnagyobb lefedettséggel bíró pedagógusszövetségek bevonásával, illetve az NPKI regisztereiben szereplő oktatási intézményeken keresztül történt, az ő közreműködésükkel jutott el a kérdőív elméletileg mindegyik olyan középiskolába, ahol magyar nyelvű oktatás (is) folyik.

A kérdőív kitöltése átlagosan 25–30 percet vett igénybe, és célja az volt, hogy általános képet nyújtson a következőkről: a diákok általános társadalmi, demográfiai és családi helyzete; az iskola és a választott szak típusa; szabadidős és tanulással kapcsolatos tevékenységek; korábbi, vállalkozással kapcsolatos tapasztalatok a családban; kivándorlással kapcsolatos tervek és nézetek; továbbtanulás és jövőtervek; végül pedig a vállalkozásokkal kapcsolatos nézetek, attitűdök és szándékok.

Jóllehet az adatfelvétel minden régióban az egyetemi hallgatókra is kiterjedt, jelen elemzést a középiskolai diákokra szűkítjük. Ennek oka az egyetemisták körében tapasztalt egyenetlen válaszadási kedv, a mintában kialakult torzítások, valamint annak szüksége, hogy a vállalkozásokkal kapcsolatos vizsgálódások fókuszába vonjunk be fiatalabb csoportokat is, melyeken keresztül korábbi fázisaiban megragadhatók a vállalkozásokkal kapcsolatos percepciók és azok magyarázó tényezői. Az online kérdőívek alkalmazása során közismert alacsony válaszadási arány és az iskolák regionálisan is egyenetlen mozgósíthatósága miatt jelen tanulmányunkban csak az erdélyi adatokat használjuk – ebben a régióban volt ugyanis a legnagyobb a válaszadási arány.

A minta reprezentatív jellegét több tényező is torzította. Ennek elsődleges oka, hogy az érintettek elérésének megghiúsulása, illetve a válaszmegtagadások eloszlása nem véletlenszerűek a diákok körében. Mivel a válaszadás önkéntes volt, a minta a diákok bizonyos, a vizsgált kérdéskör szempontjából fontos immanens tulajdonságai (pl. attitűd, hozzáállás, bizalom) alapján szelektált. Emellett az online kérdőív eljuttatása a diákokhoz függ a technikai felszereltségtől, az iskolavezetés valamint a tanerő hozzáállásától is. A minta alapsokaságtól való feltételezhető eltérései miatt az eredmények kellő körültekintéssel és fenntartással értékelendők és kezelendők.²⁵

25 A román oktatási rendszer középiskolai szinten három tágabb szakkategóriát határoz meg: az elméleti, a vokacionális és a szakképzést. Az elméleti osztályoknak három altípusa van, amelyek további szakokra bonthatók: a reál, a humán és a társadalomtudományi. A vokacionális a *hivatás* román nyelvű megfelelőjéből származik, és ide sorolják a sport, képzőművészeti, teológiai, zenei, tánc-, színművészeti, Waldorf és pedagógiai osztályokat. Történtek ugyan kísérletek a vokacionális magyarítására, az oktatáspolitikai szövegekben, úgy tűnik, mégis a vokacionális honosodott meg. Végül a szakképzés (románul: technológiai képzés) tizennyolc további típusú osztályt foglal magába, érettségi nélküli és érettségit nyújtó képzések formájában egyaránt.

A fiatalok vállalkozókkal szembeni attitűdjei: elméleti modellek

Az ifjúság- és vállalkozókutatások metszéspontjában kialakult kutatási hagyomány – a fiatalok vállalkozási hajlandóságát firtató vizsgálatok – szinte kizárólag az egyetemi hallgatókra fókuszálnak. Ez indokolt kutatói döntésnek tekinthető abból a szempontból, hogy ennél korábban nem beszélhetünk kiforrott vállalkozásindítási tervekről, a döntések súlypontja sokkal inkább a munkavállalás és továbbtanulás közé esik. Az egyetemi hallgatókra való koncentráció a nemzetközi szakirodalomban azzal is magyarázható, hogy a vizsgálatok nagy része kifejezetten a szándékot próbálja megérteni és magyarázni, a vállalkozóvá válásnak azt a szakaszát, amely közvetlenül megelőzi, és nagymértékben determinálja a vállalkozás elindítását. Bár a vállalkozóvá válást modellező elméletek fontos szerepet szánnak a vállalkozással szembeni attitűdöknek és értékeknek, kevés olyan elemzés van, amely elsődlegesen ezekre figyelne.²⁶ Ebben a fejezetben áttekintjük azokat a főbb kutatásokat és elméleti modelleket, amelyek egyrészt a vállalkozói hajlandóságot magyarázzák, másrészt pedig kitérnek az értékek és attitűdök szerepére is.

A „*kiből lesz a vállalkozó?*” kérdés kiemelten foglalkoztatta a kutatókat az elmúlt évszázadban, egyrészt elméleti megfontolásból, másrészt a kérdés szakpolitikai jelentősége miatt is. Ha feltárhathnánk a vállalkozóvá válást ösztönző – egyéni és strukturális szintű – tényezőket, akkor az megkönnyítené azoknak a szakpolitikáknak a kidolgozását, amelyek vállalkozóbarát ökoszisztémát tudnak kialakítani. E vizsgálódási hagyomány keretein belül kiemelt figyelem irányult a még tanulmányaikat folytató fiatalokra – elsősorban a felsőoktatásban résztvevőkre –, hiszen általános meggyőződés, hogy a formális és informális oktatási tartalmak pozitívan befolyásolhatják a gazdasági önállósodási törekvéseket. Ellenben a legtöbb empirikus vizsgálat magyarázó erejű tényezőnek találja a családi vállalkozói hagyományokat, valamint bizonyos fokig az oktatási rendszerben elsajátított ismereteket, készségeket és attitűdöket is, ezek súlyát, valamint a többi lehetséges tényezőt illetően igen nagy az eltérés az egyes kutatási eredmények között.²⁷

A vállalkozásindítási döntést magyarázó és az azt előre jelezni kívánó elméleti modellek két nagy csoportra oszthatók. Shapero és Sokol elmélete a társadalmi és kulturális

26 Kourilsky, Marilyn L., – Walstad, William B.: Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 1998. 13 (1). 77–88.

27 Díaz-García, Maria Cristina – Jiménez-Moreno, Juan: Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2010. 6 (3). 261–283.; Veciana, José Manuel – Aponte, Marínés – Urbano, David: University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2005. 1 (2). 165–182.

környezet vállalkozásindítási döntésre gyakorolt hatását helyezi előtérbe,²⁸ míg Ajzen TPB-elmélete (*Theory of Planned Behavior*, vagyis tervezett magatartás-elmélete) sokkal inkább a – társadalom által meghatározott – egyénre fekteti a hangsúlyt.²⁹ A konkrét empirikus adatfelvételek pedig rendszerint ezeknek egyfajta adaptációját vagy kombinációját használják mérésük kereteként. A két konceptualizálási módban közös az, hogy céljuk a szándék és cselekvés analitikus különválasztása, valamint annak hangsúlyozása, hogy utóbbit leginkább az előbbivel lehet előrejelezni. Mindkét modell mikroszintű, de a kettő közötti lényegi különbség az, hogy milyen relatív szerepet szánnak a társadalmi-kulturális és a kognitív, egyéni tényezőknek a vállalkozási szándék alakításában.

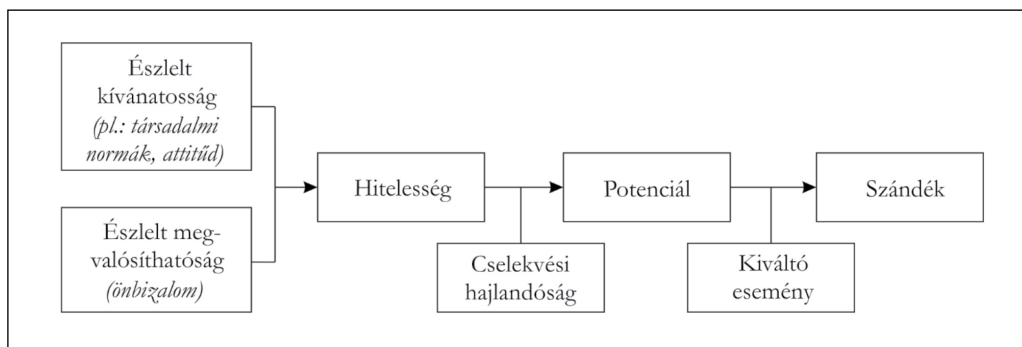
Shapero és Sokol szerint a vállalkozási szándékot a vállalkozásindítás kíváncsú és kivitelezhető jellegére vonatkozó percepciók alakítják, vagyis az érintett egyénnek azzal kapcsolatos elképzelései, hogy milyen mértékben várják el tőle környezetének tagjai a vállalkozói magatartást, és hogy ugyanez, illetve a tágabb környezet és annak intézményei mennyire kedveznek a vállalkozás sikeres működtetésének. Ezek az elemek – a normák és társadalmi feltételek – Ajzen modelljében is megjelennek a szubjektív normák és észlelt magatartási kontroll elnevezés alatt. Az ajzeni konceptualizáció szerint a szándékot három tényező alakítja: az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll. Ezek, miközben az egyén jellemzői, messzemenő társadalmi hatás alatt állnak. A vállalkozókkal és vállalkozói életformával szembeni attitűdök azokat az értékeléseket foglalják magukba, amelyekkel az egyén ezt a foglalkozási csoportot megítéli, értékét és szerepét felbecsüli önmagukban és más professzionális csoportokkal szemben. A szubjektív normák – Shapero és Sokol modelljében a vállalkozás dezirabilitására vonatkozó percepciók – nem mások, mint az észlelt társadalmi elvárás, hogy az egyén vállalkozásba kezdjen. Ebben a dimenzióban nemcsak az általánosságban vett társadalmi nyomás és normák jelennek meg, hanem a közvetlen környezetben élő szignifikáns másoknak tulajdonított várakozások. Végül, a szándékot alakító harmadik tényező az észlelt magatartási kontroll (Shaperoéknál: a kivitelezhetőségre vonatkozó percepciók), amely a rendelkezésre álló erőforrások és lehetőségek becslését, a vállalkozásindítás és -működtetés akadályaira vonatkozó elképzelését tartalmazza. Fontos megjegyezni, hogy ebben a dimenzióban jutnak szerephez az egyén korábbi vagy környezetéből származó vállalkozói tapasztalatok és a vállalkozói modellek.

Ezeket a modelleket többféleképpen értelmezték és használták fel a későbbi konkrét empirikus kutatások során. Az adatfelvételek során leggyakrabban használt konceptualizációk

28 Shapero, Albert, – Sokol, Lisa: Social dimensions of entrepreneurship. In: Kent, Calvin A. – Sexton, Donald L. – Vesper, Karl H. (szerk.), *Encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice Hall: Englewood Cliffs, 1982. 72–90.

29 Ajzen, Icek: The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. 50 (2). 179–211.

Ajzen TPB-elméletére támaszkodnak és azt gondolják tovább. A TPB-t használó 186 kutatás egy metaelemzése kimutatta, hogy az attitűdök, szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll a vállalkozói szándéknak mindösszesen 30–50%-át magyarázzák.³⁰ Ebből kiindulva sok elemzés tett arra kísérletet, hogy olyan további vagy közvetetten ható tényezőt azonosítson be, amely erősíti az így kidolgozott modell magyarázó erejét. A kiegészítésképpen bevont változók közül a leggyakoribb a családból vagy a környezetből származó szerepmodell és a kérdezett neme.³¹ Ebben a logikában gondolja tovább a TPB-modellt a GUESSS-vizsgálat, olyan változókkal egészítve ki az elméleti konstrukciót, amelyek Ajzen hármas tényezőstruktúráját alakítják. Ezek a következők: személyes háttér, vállalkozásindítási motivációk, családi háttér és egyetemi közeg.³² Végül érdemes kiemelni egy, a két elmélet integrációjára törekvő modellt, Krueger és Brazeal folyamatmodelljét, amely tágabban az intézményi közgazdaságtani elmélet keretei közé illeszthető.³³ Ennek grafikus ábrázolása látható a 2. ábrán.



2. ábra: A vállalkozói szándék folyamatmodellje³⁴

Bármelyik megközelítést vesszük is alapul, jól látható, hogy az attitűdök, a vállalkozóról kialakított reprezentációk, a vállalkozói életforma és a vállalkozó társadalmi szerepéről alkotott elképzelések meghatározóak a szándék, és azt követően a vállalkozói magatartás

- 30 Karimi, Saeid – Biemans, Harm J.A. –Lans, Thomas – Chizari, Mohammad – Mulder, Martin – Mahdei, Karim Naderi: Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2013. 93 (21). 204–214.
- 31 Karimi – Biemans – Lans – Chizari – Mulder – Mahdei, 2013. Understanding role models and gender influences, i.m.; Schwarz, Erich J. – Wdowiak, Malgorzata A. – Almer-Jarz, Daniela A. – Breitenacker, Robert J.: The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education and Training*, 2009. 51 (4). 272–291.; Shane, Scott – Locke, Edwin A. – Collins, Christopher J.: Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 2003. 13 (2). 257–279.
- 32 S. Gubik Andrea – Farkas Szilveszter: Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 2013. 44 (7–8.). 5–17.
- 33 Krueger, Norris F. Jr. – Brazeal, Deborah: Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1994. 18 (3). 91–104.
- 34 Uo. 95.

alakításában. Ezek sokféle és komplex kapcsolatban állnak a modellek többi elemével, az oktatási rendszerből szerzett ismeretekkel, a családi háttérrel, a társadalmi normákkal, de olyan személyes demográfiai jellemzőkkel is, mint az életkor, a nem, a településtípus és a társadalmi státus. Dolgozatunk célja ezeknek a tényezőknek a szerepét feltárni és számszerűsíteni ezúttal nem a szándék, hanem a középiskolások vállalkozói attitűdjeinek alakításában. Az empirikus elemzés első lépéseként vizsgálatunk populációját, általános nézeteit, majd az attitűdök és nézetek meghatározó tényezőit ismertetjük.

Az erdélyi középiskolások általános jellemzői és a vállalkozáshoz való viszonyulásuk

Az egyetemi hallgatókat célzó vállalkozói szándék-vizsgálatok rendre megerősítik mind az iskolák oktatási kínálatának, mind pedig a családi háttérnek a szerepét a vállalkozásokhoz való viszonyulás alakításában.³⁵ Feltevésünk szerint a családban és az iskolában felhalmozott kulturális és kapcsolati tőke és szerepmodellek már középiskolás korban hatnak azokra az elképzelésekre, amelyeket a fiatalok az egyes foglalkozási csoportokról, közöttük a vállalkozókról alkotnak. Az erdélyi magyar középiskolások körében ezt egyebek mellett azért is érdemes vizsgálni, mert román társaikhoz viszonyítva a magyar fiatalok nagyobb hányadának jelentik a középiskolás évek a meghatározó és végső oktatási rendszerbeli tapasztalatokat. Egy 2008-as reprezentatív adatfelvétel tanúsága szerint a 18–35 éves magyar fiatalok körében felülreprezentált a legfeljebb szakképzést és középiskolát végzettek aránya és több mint 10%-kal kisebb a diplomások aránya, mint a román fiatalok körében.³⁶ Ebben a fejezetben az erdélyi magyar középiskolások főbb szocio-demográfiai jellemzőinek áttekintése után megvizsgáljuk, milyen vállalkozói háttérrel rendelkeznek a fiatalok, milyen típusú vállalkozásspecifikus készségek és tartalmak elsajátítására adnak lehetőséget az oktatási intézmények és végül milyen fontosabb elképzeléseik vannak a jövőjüket illetően.

35 Gasse, Yvon – Tremblay, Maripier: Entrepreneurial beliefs and intentions: A cross-cultural study of university students in seven countries. *International Journal of Business*, 2011. 16 (4). 303–314.; Karimi – Biemans – Lans – Chizari – Mulder – Mahdei, 2013. Understanding role models and gender influences, i.m.; Sieger, Philipp – Fueglistaller, Urs – Zellweger, Thomas: *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 Countries*. KMU-HSG/IMU: St.Gallen/Bern, 2016.; S. Gubik – Farkas, 2013. Vállalkozói attitűdök kutatása, i.m.

36 Veres Valér: A fiatalok munkaerő-piaci helyzete, a társadalmi közérzet és a problémaérzékelés rétegspecifikus eltérései. In: Kiss Tamás – Barna Gergő (szerk.): *Erdélyi magyar fiatalok. Összehasonlító elemzés*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet – Kriterion Könyvkiadó: Kolozsvár, 2011. 55–84.

Változó		Fő	Arány (%)
Nem	<i>Férfi</i>	317	47
	<i>Nő</i>	358	53
Évfolyam	<i>IX.</i>	3	0,5
	<i>X.</i>	21	3
	<i>XI.</i>	613	93
	<i>XII.</i>	25	3,5
A képzés profilja	<i>Elméleti</i>	493	75
	<i>Vokacionális</i>	81	12
	<i>Szakképzés</i>	88	13
Állandó lakhely	<i>Falu</i>	280	42
	<i>Város</i>	382	58
Apa iskolai végzettsége	<i>Alapfokú vagy kevesebb</i>	274	46
	<i>Szakképzés</i>	178	30
	<i>Érettségi</i>	35	6
	<i>Felsőfokú</i>	106	18
Anya iskolai végzettsége	<i>Alapfokú vagy kevesebb</i>	215	36
	<i>Szakképzés</i>	208	35
	<i>Érettségi</i>	46	8
	<i>Felsőfokú</i>	124	21

1. táblázat: A vizsgálati minta megoszlása

Vizsgálatunk mintáját enyhe női többség jellemzi, viszont nagyfokú aránytalanság van a kérdőívet kitöltők évfolyam (és így az életkor) szerinti összetételében (1. táblázat). Az adatfelvétel kevésbé szerencsés júniusi időzítése feltehetőleg a magyarázata annak, hogy a kérdőívet nem töltötték ki végzős, tizenkettedik osztályos tanulók, kevésbé megmagyarázható azonban a két első évfolyam alulreprezentáltsága. A mintába bekerült diákok háromnegyede elméleti képzésben vesz részt: nagy részük (63%) reál, további 20, illetve 12%-uk pedig humán és nyelv, illetve társadalomtudományi tagozatra jár. A vokacionális profilú osztályba járók zöme zenei tagozaton tanul, a szakképzésben résztvevők pedig legnagyobb részt építőipari, gépipari és elektrotechnikai, kereskedelmi és élelmiszeripari szakmát tanulnak. A nagyobb részt művészeti képzésre járó középiskolások mintába való bekerülése azért igen fontos, mert az egyetemen tanulók körében végzett kutatások arra mutattak rá, hogy

körükben – feltehetőleg későbbi szabadúszó pályájukra gondolva – magas a vállalkozói életformával rokonszenvezők aránya.³⁷

A középiskolába járó diákok többsége városi származású, és egyötödüknek diplomás szülei vannak. A család társadalmi pozíciója megszabja a gyermekek továbbtanulási és mobilitási lehetőségeit, a szülők által felhalmozott vállalkozói tapasztalatok pedig specifikusan és pozitívan alakítják a gyermekek vállalkozóvá válásának esélyeit. A szülői vagy egyéb modell szerepe a vállalkozói attitűdök és szándékok alakításában megragadható a társadalmi tanulás, a szerepazonosulás terminusaiban, de a környezetből származó mintáknak kettős – materiális és non-materiális – természete van: jelentik egyrészt a motiváló és inspiráló erőt, másrészt pedig a konkrét támogatást és irányítást.³⁸ A GUESSS-kutatás szerint a szülők által felhalmozott vállalkozói tapasztalatok erőteljesebb ösztönző hatást gyakorolnak a közvetlenül diplomaszerezés után vállalkozni kívánók döntésére. A csak az egyetem befejezése után 5 évvel vállalkozni szándékozók esetében kevésbé markánsan mutatható ki a családi minták ösztönző szerepe. Vagyis feltételezhető, hogy fontos ugyan mind tőkeként, mind pedig szocializációs közegként a szülői szerepmóddel, de hatása „kiváltható” az egyén által felhalmozott tudással és tapasztalattal is. A GUESSS-adatok arra is rámutatnak, hogy nem csak a tapasztalat számít önmagában, hanem a szülői vállalkozás sikeressége, illetve a sikerességre vonatkozó percepció is.³⁹

A GEM-adatok alapján végzett, négy közép- és kelet-európai országot (Magyarországot, Romániát, Szerbiát és Horvátországot) összehasonlító elemzés szerint Romániában, Magyarországhoz hasonlóan a felnőtt lakosság nemzetközi összehasonlításban viszonylag kevés vállalkozót ismer a környezetében, vagyis kevesebb pozitív szerepmóddel alakítja a vállalkozáshoz való viszonyulásokat.⁴⁰ Ennek ellentmondanak adataink: a mérésünk mintájába bekerült középiskolai diákok 41%-a nyilatkozott úgy, hogy szüleinek korábban vagy az adatfelvétel pillanatában is volt vállalkozása (2. táblázat). A megszakított vállalkozói tevékenységhez tipikusan a cégek megszüntetése, illetve azok csődje vezetett. A megkérdezett fiatalok több, vállalkozásokkal és vállalkozói életmóddal kapcsolatos személyes tapasztalathoz jutnak a tágabb környezetből: a szülőkön és testvéreken kívül a rokonok körében az esetek kétharmadában van vállalkozó, míg a válaszadók felének van vállalkozással rendelkező közeli barátja.

37 Sieger – Fueglistaller – Zellweger, 2016. Student Entrepreneurship, i.m.

38 Karimi – Biemans – Lans – Chizari – Mulder – Mahdei, 2013. Understanding role models and gender influences, i.m.

39 Sieger – Fueglistaller – Zellweger, 2016. Student Entrepreneurship, i.m.

40 Nagy Ágnes – Pete Ștefan – Györfi Lehel – Petru Tünde – Benyovszki Annamária: Percepții privind antreprenoriatul și activitatea antreprenorială – diferențe și asemănări între patru țări din Europa de Est. *Economie teoretică și aplicată*, 2010. 42 (8). 15–26.

Válaszok	Arány (%)
Korábban volt legalább egyik szülőnek vállalkozása	16,6
Ma is van legalább egyik szülőnek vállalkozása	24,7
Egyik szülő sem vállalkozott soha	58,7
Összesen	100

2. táblázat: Vállalkozói tapasztalatok a családban

A családi háttérből származó kulturális és vállalkozásspecifikus tőkevolumen áttekintése után vizsgáljuk meg, milyen lehetőségek rejlenek az iskolai oktatásban a formális képzés keretein belül és általában az intézményeket jellemző klímában. Idegen nyelvet gyakorlatilag minden megkérdezett tanul, mintegy egytizedük pedig magánúton is. A tanulás melletti nem kötelező tevékenységek közül a legnépszerűbb mind a szak-, mind pedig az elméleti oktatásban résztvevők körében a fizetett nyári munka: előbbieket kétharmada, utóbbiaknak pedig fele dolgozott a kutatást megelőző nyáron. Nem kötelező és nem fizetett szakmai gyakorlaton a szakközépiskolások 27%-a vett részt, önkéntes munkát pedig az elméleti iskolák tanulóinak közel fele végzett.

A megkérdezett diákok várakozásainkat felülmúló (50%-os) arányban válaszolták azt, hogy olyan iskolai vagy iskolán kívüli képzésen vettek részt, amelyek egy üzlet vagy vállalkozás beindításáról szólt. Hasonlóan magas (40,1%) volt azoknak az aránya, akik úgy gondolták, rendelkeznek olyan készségekkel, amelyek egy új vállalkozás elindításához szükségesek. Ezek az eredmények kiemelendők, különösen, ha figyelembe vesszük annak a hét ország (Kanada, Tunézia, Franciaország, Románia, Anglia, Kolumbia és Németország) egyetemi hallgatóira kiterjedt komparatív vizsgálatnak az eredményeit, mely szerint Romániában kevesen tartják magukat jó vállalkozói készségekkel rendelkezőnek.⁴¹ Az iskolai klíma – mind a tanterv, mind pedig általában az intézmény általános, vállalkozásokhoz való viszonyulását – több kutatás is meghatározónak találta a vállalkozókról alkotott kép, majd a vállalkozói szándék alakításában.⁴²

41 Gasse – Tremblay, 2011. Entrepreneurial beliefs and intentions, i.m.

42 S. Gubik – Farkas, 2013. Vállalkozói attitűdök kutatása, i.m.; Schwarz – Wdowiak – Almer-Jarz – Breiteneker, 2009. The effects of attitudes, i.m.

Válasz	Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Teljes mértékben jellemző	Összesen
Iskolai tanulmányaim segítettek abban, hogy kifejlesszem a kezdeményezőképességemet	18,4	36,9	35,4	9,3	100,0
Az iskolai tanulmányaim segítettek abban, hogy jobban megértsem a vállalkozók szerepét a társadalomban.	20,3	39,8	29,7	10,2	100,0
Az iskolai tanulmányaim felkeltették az érdeklődésemet az iránt, hogy vállalkozó legyek.	28,2	28,0	35,0	8,9	100,0
Az iskolai képzettségem olyan készségeket és szakértelmet adott, ami képessé tesz egy vállalkozás vezetésére.	24,2	29,2	38,8	7,7	100,0

3. táblázat: Az iskolai tanulmányok hasznosságának megítélése: mennyire jellemzőek a válaszadóra az alábbi állítások? (N=659) (%)

A 3. táblázatban foglalt kijelentések révén megpróbáltuk elemeire bontani azokat a – diákok nagyjából fele által pozitívnak minősített – hatásokat, amelyek megítélésük szerint az iskolában a vállalkozások vonatkozásban érték őket. A megkérdezettek közel fele úgy vélte, hogy az iskolai oktatás, melyben részesült, kezdeményezőkétsztséget, vállalkozói tudást és szakértelmet nyújtott számára. Ennél kisebb volt a szemléletformálás sikeressége: kevesebben kaptak iskolai tanulmányaik során fogódzót a vállalkozók társadalmi szerepének megértéséhez, és így szintén valamivel kevesebben nyilatkoztak úgy, hogy e tanulmányok felkeltették érdeklődésüket a vállalkozói léttel kapcsolatban. Az észlelt kompetencia szerepe kulcsfontosságú a vállalkozói szándék, és később a tényleges vállalkozásindítás alakításában. A bukaresti MBA-hallgatók körében végzett vizsgálat eredményei szerint a szubjektív normák (a társadalmi elvárás) negatívan hatottak a vállalkozói szándéokra, míg a vállalkozás észlelt kivitelezhetőségének és a saját képességeknek a megítélése pozitívan befolyásolták a vállalkozói terveket.⁴³

43 Shook – Bratianu, 2010. Entrepreneurial intent, i.m.

Mindezek alapján nem is annyira meglepő, hogy a megkérdezett erdélyi magyar középiskolások közel fele (46%) úgy gondolta, tanulmányai befejeztével önállóként vagy vállalkozóként dolgozna. A középiskola utáni, tehát rövidebb távú jövőtervek erőteljesen függenek az osztály (és iskola) profiljától. Míg a szakképzésben résztvevők 65%-a azonnal munkát vállalna érettségi után – nagyjából azonos arányban otthon vagy külföldön – és még csak egytizedük sem tanulna tovább felsőoktatásban, az elméleti képzés diákjainak 40–40%-a tanulna és dolgozna tanulás mellett érettségi után.

Válasz	Arány (%)
Alkalmazottként	37,5
Önállóként vagy vállalkozóként	46,4
Más formában szeretnék dolgozni	3,0
Egyikben sem	1,8
Nem tudom	11,3
Összesen	100,0

4. táblázat: A tanulmányaid befejezését követően legszívesebben milyen formában dolgoznál? (N=627)

Az alkalmazotti aspirációk alacsony, mindössze 37,5%-os „népszerűsége” minden kontextuális adat ismeretében váratlan. Egyrészt nem köszön benne vissza a romániai magyarok foglalkoztatottsági összetétele és az alkalmazottak elsöprő többsége, másrészt a GUESSS-kutatás által globálisan mért 80%-nak is kevesebb mint fele: ilyen arányban nyilatkozták ugyanis azt a hallgatók közül, hogy a diplomaszerezést követően alkalmazottként dolgoznának legszívesebben.⁴⁴ Ezzel szemben vállalkozóként még 5 évvel az egyetemi tanulmányok befejezése után is csak 43% dolgozna a GUESSS adatai szerint. Az erdélyi magyar középiskolások körében mért adataink a magyarországi hallgatókra vonatkozóktól is eltérnek, annál lényegesen alacsonyabbak. Utóbbiak esetében az ún. vállalkozói index (vagyis a közvetlenül diplomaszerezés utáni vállalkozói szándék aránya) megegyezik a globális értékekkel: 12,3%, szemben az erdélyi tizenévesek körében mért 46,4%-kal (4. táblázat).⁴⁵ A szándék az erdélyi minta együtödénél meglehetősen átgondolt, mi több, olyanokat is találtunk, akik már elkezdték a vállalkozásalapítás előkészítését (5. táblázat).

⁴⁴ Sieger – Fueglistaller – Zellweger, 2016. Student Entrepreneurship, i.m.

⁴⁵ S. Gubik – Farkas, 2013. Vállalkozói attitűdök kutatása, i.m.

Válasz	Arány (%)
Nem gondolkodtam még rajta	36,1
Gondolkodtam rajta, de még nem komoly a szándékom	41,0
A jövőben komolyan szándékozom egy önálló vállalkozást indítani	20,0
Már megkezdtem az alapítás előkészítését	1,8
Már alapítottam önálló vállalkozást	0,0
Egyéb	1,0
Összesen	100,0

5. táblázat: Gondolkodtál-e már egy vállalkozás elindításán? (N=490)

A karrieraspirációk között az önállóság („*hogymagam ura lehessek*”) nem az első, hanem csak az ötödik helyen szerepel a 6. táblázatban is látható 10 kijelentés közül. Ez nincs összhangban azokkal az eredményekkel, amelyekre bukaresti diákokra vonatkozóan jutottak a hét országot összehasonlító vizsgálatban⁴⁶. Abban ugyanis a román hallgatók legerősebb vállalkozói motivációja a függetlenség volt, ráadásul az összes többi országban mértnél erősebb arányban.⁴⁷ Az erdélyi középiskolások körében a pályaválasztásban és későbbi munkahelykeresésben legfontosabbnak ítélt szempontok az önmegvalósítás, a társadalmi megbecsültség, a kereset és az izgalmas, változatos munka, legkevésbé hangsúlyos motivációknak pedig a szülői minta követése és az embertársakon való segítségi vágy bizonyultak.

⁴⁶ Shook – Bratianu, 2010. Entrepreneurial intent, i.m.

⁴⁷ Gasse – Tremblay, 2011. Entrepreneurial beliefs and intentions, i.m.

Válasz	Egyáltalán nem fontos	Inkább nem fontos	Inkább fontos	Teljes mértékben fontos	Nem tudom	N
Hogy a magam ura lehessek	2,9	35,7	10,2	46,6	4,6	627
Hogy meg tudjam valósítani önmagam	1,1	30	3,8	61	4	626
Megragadni egy jó üzleti lehetőséget	4,8	35,6	12,9	40,5	6,2	627
Hogy jól keressek	1,6	32,5	3,3	59,3	3,2	627
Hogy rugalmas munkaidőben dolgozhassam	2,7	37	9,3	46,3	4,8	627
Hogy kövessem a szüleim példáját	23,8	22,5	34,8	13,2	5,7	627
Hogy megbecsüljenek az emberek	2,4	30,9	3,3	60,3	3	627
Hogy izgalmas munkám legyen	3,8	34,3	8,9	48,2	4,6	626
Hogy kreatív munkám legyen	5,1	37,4	13,6	38,5	5,4	626
Hogy hatalmam legyen	13,6	27,3	37,5	16,3	5,3	626
Hogy segíthessek másokon	4	43,8	12,9	34,5	4,8	626

6. táblázat: Mennyire fontosak az alábbi tényezők a jövőbeli karriereddel kapcsolatban?

A vállalkozókról alkotott kép inkább ambivalensnek mondható, melyben egyaránt helyet kapnak pozitív és negatív jellemzők (7. táblázat). Míg általánosságban a diákok úgy nyilatkoztak, hogy fontos számukra a pályaválasztás során a társadalmi megbecsültség, a vállalkozók esetében a társadalmi viszonyulás vegyes. A vállalkozó legfontosabb tulajdonságai között egyaránt helyet kap a céltudatosság, a mások becsapása, de az alkalmazottakért való felelősségvállalás is. Ez utóbbi kettő annyiban feltételezhetően nem zárja ki egymást, hogy további itemekkel (pl. az alkalmazottak kizsákmányolása) való összevetésük alapján azt látjuk, az elképzelt vállalkozó üzlettársaival és az állammal való viszonyában keresi a törvényesség határán levő megoldásokat, de megbecsüli dolgozóit. Az általunk ismert, romániai fiatalokra vonatkozó kutatások is egy kevésbé pozitív – kevésbé az innováció és a tetterekészség jellemezte – képet rajzolt meg a vállalkozókról.⁴⁸

48 Shook – Bratianu, 2010. Entrepreneurial intent, i.m.

Válaszok	Egyáltalán nem értek egyet	Inkább nem értek egyet	Inkább egyetértek	Teljes mértékben egyetértek	N
A vállalkozók céltudatos, előrelátó emberek.	6	12,5	55,6	25,8	100
A vállalkozók őszinte, becsületes emberek.	14,8	42	35,7	7,6	100
A vállalkozók méltánytalanul sokat keresnek ahhoz képest, hogy mennyit dolgoznak.	12,4	32,9	37,6	17,1	100
A vállalkozók ügyeskedők, akik mindig megtalálják a törvény kiskapuit.	7,6	23,9	50,6	18	100
A vállalkozások kizárólag azért vannak, hogy jövedelmet hozzanak a tulajdonosaiknak.	9,1	30,3	44,4	16,2	100
A vállalkozók törvénytisztelő emberek.	13,1	37,1	40,7	9,1	100
A vállalkozások a társadalom és a közösségek érdekeit szolgálják.	8,5	30,2	47,1	14,2	100
A vállalkozók rendszerint nem tudják, mibe kezdenek.	18,3	41,1	31,6	9	100
A vállalkozók kizsákmányolják az alkalmazottaikat.	15,6	39,6	34,2	10,6	100
A vállalkozók az alkalmazottaikért felelősséget vállalnak.	6,7	15,4	46	32	100
A vállalkozók tartják fenn és viszik előre a gazdaságot.	6,8	19,5	53,1	20,6	100
Ha a helyzet úgy kívánja, a vállalkozók nem riadnak vissza attól, hogy másokat becsapjanak.	6,0	12,5	55,6	25,8	100

7. táblázat: A vállalkozókra gondolva mennyire értesz egyet a következő kijelentésekkel?

A vállalkozókhoz való viszonyulás meghatározó tényezői az erdélyi magyar középiskolások körében

A vállalkozókról alkotott képet befolyásoló tényezők azonosítását logit regressziós modell segítségével végeztük, melynek függő változóját a vállalkozók megítélésére vonatkozó *Likert-skálán* mért kérdés átkódolásával kaptuk. A vállalkozókról alkotott pozitív kép indikátorát az „*inkább jó véleményem van róluk*”, illetve a „*nagyon jó véleményem van róluk*” válaszlehetőségek adták, míg az „*inkább rossz véleményem van róluk*” és a „*nagyon rossz véleményem van róluk*” válaszlehetőségeket negatív vállalkozói képként definiáltuk. Az így kapott kétértékű változót a diákok alapvető szocio-demográfiai jellemzőivel (nem, évfolyam, képzési profil, lakóhely jellege [falu/város], szülők iskolai végzettsége),⁴⁹ a felhalmozott kulturális tőkét mérő változókkal, illetve a diákok vállalkozói ismereteivel kapcsolatos egyéni percepcióival magyaráztuk. Az adathiányok, illetve a hibás válaszok kiszűrése után a minta elemszáma 265 főre redukálódott. A regressziós becslést maximum likelihood (ML) módszerrel végeztük robusztus standard hibák mellett.

A logit modellek eredményeit a 8. táblázat foglalja össze. A becslt együtthatók többsége egybevág a szakirodalomban máshol talált eredményekkel, ugyanakkor számos tényező kapcsán az előzetes elvárásainkkal ellentétben nem találtunk szoros összefüggést. Ilyen változó volt többek között a nem, amellyel kapcsolatban azt várnánk, hogy a fiúk több szimpátiát mutatnak a vállalkozók iránt. Ugyanakkor ez az összefüggés ezen a mintán nem volt kimutatható.

A képzési profilok közül ugyanakkor a művészeti (vokacionális) képzésben való részvétel negatív irányú és szignifikáns összefüggést mutat. Azok a diákok, akik művészeti profilú osztályban tanulnak, alacsonyabb valószínűséggel alkotnak pozitív véleményt a vállalkozókról. Ezzel szemben pozitív összefüggést mutat a diákok lakóhelye, mely alapján arra következtethetünk, hogy az urbánus közegben élő diákok átlagosan kedvezőbb képet alkotnak a vállalkozókról. A diákok kulturális tőkéjét közelítő változók közül a vállalkozók megítélésének valószínűségét a nyári munka negatívan befolyásolja, míg az iskolán kívül végzett önkéntes és pénzkeresési céllal végzett munka nincs befolyással a függő változó alakulására. A nyári munkavégzés negatív hatása mögött feltételezhetően az áll, hogy a nyári munkát végző diákok nagy része alacsonyabb társadalmi státusú, ami a vállalkozók megítélését negatív irányban befolyásolja.

49 A képzési profilba történő besorolásakor a román oktatási rendszer hivatalos klasszifikációjához igazodtunk, egyedül a vokacionális kategóriát bontottuk tovább technikai és művészeti profilra a diákok által megadott szakmegnevezések alapján.

Változó	Együttható	Std. hiba
Nem (nő = 1)	0,770	0,463
Képzési profil:		
<i>elméleti</i>	ref.	
<i>művészeti</i>	-2,215	0,869**
<i>technikai</i>	0,239	0,706
<i>szakképzés</i>	0,525	0,831
Tannyelv (magyar = 1)	-0,742	0,814
Lakóhely (város = 1)	0,810	0,404*
Nyári munka (igen = 1)	-0,930	0,450**
Iskolán kívüli aktivitás (igen = 1)	0,551	0,530
Édesapa, nevelőapa iskolai végzettsége:		
<i>befejezett általános iskola vagy annál kevesebb</i>	ref.	
<i>szakiskola (érettségi nélkül)</i>	-0,375	0,783
<i>szakközépiskola, középiskola (érettségivel)</i>	0,437	0,907
<i>technikum (érettségi után)</i>	-1,014	1,144
<i>főiskola, egyetem, vagy annál magasabb</i>	-0,658	1,016
Édesanya, nevelőanya iskolai végzettsége:		
<i>befejezett általános iskola vagy annál kevesebb</i>	ref.	
<i>szakiskola (érettségi nélkül)</i>	0,956	0,651
<i>szakközépiskola, középiskola (érettségivel)</i>	1,786	0,786**
<i>technikum (érettségi után)</i>	1,971	0,957**
<i>főiskola, egyetem, vagy annál magasabb</i>	1,605	0,812**
Vállalkoztak-e valaha szüleid? (igen = 1)	1,358	0,582**
Van-e jelenleg rokonaid és ismerőseid körében vállalkozó? (igen = 1)		
<i>testvér</i>	0,621	1,009
<i>rokon</i>	-0,128	0,474
<i>közelbi barát</i>	-0,113	0,540
Rendelkezel-e új vállalkozás alapításához szükséges készségekkel? (igen = 1)	1,171	0,466**
Gondoltál-e már arra, hogy kitepedjél külföldre? (igen = 1)	0,134	0,204
Vettél-e részt olyan képzésen, ami vállalkozás beindításáról szól? (igen = 1)	0,098	0,453
Iskolai tanulmányaim segítettek abban, hogy (igen = 1):		
<i>kifejlesszem a kezdeményezőképességemet</i>	0,968	0,527*
<i>megértsem a vállalkozók szerepét a társadalomban</i>	-0,037	0,458
<i>felkeltsék érdeklődésemet a vállalkozóvá válás iránt</i>	-0,634	0,530
<i>olyan szakértelmet szerezzek, ami vállalkozás vezetésére képessé tesz</i>	1,006	0,657
Konstans	-1,694	1,228

Megjegyzés: **, * szignifikáns 5 és 10 % mellett.

8. táblázat: A logit regressziók eredményei

A szocio-demográfiai tényezők közül az anya (vagy nevelőanya) iskolai végzettsége mutat szignifikáns magyarázóerőt. A becslések szerint minél magasabb szintű az anya iskolai végzettsége, annál magasabb a pozitív kép kialakulásának valószínűsége, ugyanakkor szignifikáns hatás csak az érettségit biztosító középfokú iskolai végzettségénél mutatkozik meg először, az alapfokú, illetve a szakiskolai végzettséggel bíró szülők gyermekei között a célváltozó átlagos alakulásában nincsen statisztikai értelemben véve mérhető különbség. Érdekes módon az apa iskolázottsága ebben a tekintetben nem mutat összefüggést a vállalkozókról alkotott képpel.⁵⁰

A családból hozott vállalkozói minták hasonlóan pozitív hatást gyakorolnak a vállalkozók általános megítélésére. Azok körében, ahol a szülők valamelyike valaha vállalkozó volt, a pozitív megítélés gyakorisága átlagosan magasabb. Ezzel szemben nem mutat szignifikáns hatást a testvérek, rokonok és közeli barátok vállalkozói tevékenysége. A szülők, és az otthonról hozott társadalmi minták pozitív hatása összhangban áll a felsőoktatási intézményekben járók vállalkozói hajlandóságával kapcsolatos korábbi empirikus tapasztalatokkal.⁵¹

A vállalati ismeretek megszerzésére irányuló képzéseken való részvétel nem mutat szignifikáns hatást, ugyanakkor azok a diákok, akik saját megítélésük szerint rendelkeznek olyan készségekkel, amelyek képessé teszik őket egy vállalkozás vezetésére, átlagosan kedvezőbb képet festenek a vállalkozókról. Ami az iskolában szerzett, vállalkozásokkal kapcsolatos tudás hasznosságának egyéni megítélését illeti, csupán egyetlen változó esetében mutatható ki gyenge összefüggés a függő változóval. Ez alapján azok a diákok, akik úgy ítélik meg, hogy tanulmányaik segítettek nekik abban, hogy kifejlesszék kezdeményező-képességüket, némileg jobb véleménnyel vannak az önálló vállalkozókról, illetve önfoglalkoztatókról.

50 Ugyanezt a modellt több specifikációban lefuttatva, az anya iskolai végzettségének elhagyásával is azonos eredményeket kaptunk, míg az apára vonatkozó képzettségi változók kihagyása mellett az anya iskolai végzettsége ugyanilyen irányú összefüggéseket mutat.

51 S. Gubik – Farkas, 2013. Vállalkozói attitűdök kutatása, i.m.

Következtetések

A vállalkozásoknak minden társadalomban fontos szerepet tulajdonít a közgazdaságtan és a gazdaságpolitika is az innováció terjedésének, a foglalkoztatottság növelésének és a munkanélküliség csökkentésének tekintetében, különösen a fiatalok körében.⁵² Egy etnikai kisebbség életében a vállalkozások további szerepet is kapnak: a közösségi kohézió és szolidaritás megteremtésében és fenntartásában, a kisebbség társadalmi és gazdasági integrációjának biztosításában, a kisebbségi nyelv státusának megőrzésében vagy javításában és így tovább. Ebben a megközelítésben kiemelten fontos kérdés az, hogy az adott etnikai kisebbségi csoport tagjai hogyan viszonyulnak a vállalkozásokhoz és hogyan alakul tagjaik körében a vállalkozási kedv.

Tanulmányunkban a vállalkozókról alkotott reprezentációkat és a vállalkozói lét jelentéstartalmait befolyásoló egyéni és intézményi tényezők hatásait vizsgáltuk az erdélyi magyar középiskolások körében. A Hétfő Kutatóintézet és a Nemzetpolitikai Kutatóintézet 2016 nyarán végzett online kérdőíves vizsgálatának eredményei azt mutatják, az erdélyi magyar középiskolás diákok jövőterveit és pályaválasztással kapcsolatos elképzeléseit kevésbé alakítja a szülői minta követése, sokkal inkább az önmegvalósítás, a társadalmi megbecsültség és a kereset a meghatározó. Míg tehát az erdélyi magyar népesség elsöprő többsége alkalmazottként dolgozik, a megkérdezett fiatalok a nemzetközi átlagnál jóval nagyobb arányban szeretnének vállalkozni. A fiatalok által elképzelt vállalkozókép vegyes tulajdonságokkal rendelkezik: céltudatos, „kiskapukat” kereső, de alkalmazottaival szemben tisztességes.

A felépített logit modell segítségével magyaráztuk a középiskolások vállalkozók iránti szimpátiájának alakulását is. A felmérésből származó adatok közül számos szocio-demográfiai tényezőt, a diákok felhalmozott kulturális tőkéjére, valamint a tanulmányok során szerzett ismeretek hasznosságának egyéni megítélésére vonatkozó információt beillesztettünk a modellbe. A regressziós becslés eredményei azt mutatták, hogy a vállalkozói szándékot meghatározó reprezentációk kialakulását a diákok lakóhelye, az anya iskolai végzettsége befolyásolja pozitívan, továbbá azok körében, ahol valamelyik szülő valaha vállalkozóként tevékenykedett, a vállalkozók pozitív megítélése gyakoribb. Az „otthonról hozott” kulturális hatások tehát jelentősen befolyásolják a vállalkozók megítélését a középiskolások körében. Szignifikáns korreláció mutatkozik emellett a vállalkozásokról formált vélemények, illetve a vállalkozás vezetéséhez szükséges készségek meglétének megítélése

52 Xheneti, Mirela – Blackburn, Robert A.: Small business and entrepreneurship (SBE): An analysis of publications and implications for the development of the field. In: Lee, Bill – Cassell, Catherine (szerk.): *Challenges and Controverses in Management Research*. Routledge: London, 2011. 367–388.

között is. Az iskolában szerzett tudás egyéni hasznosságának megítélése kevésbé nyom a latba. A művészeti képzési profilba tartozó szakokra járó, illetve a nyári munkát végző diákok körében ugyanakkor a vállalkozók megítélése átlagosan rosszabb.

Az eredmények szerint a szülők iskolázottságán keresztül a társadalmi státus, a családi minták, a városi közeg, illetve a vállalkozásalapítással kapcsolatos szükséges ismeretek meglétének egyéni megítélése már a vállalkozásindítás kíváncsiságáról alkotott percepciók szintjén is befolyásolja a vállalkozási szándékot. A városokban élő, magasabb társadalmi státusú családból származó fiatalok körében nagyobb valószínűséggel merül fel annak lehetősége, hogy életpályájuk során, ha saját helyzetük úgy kívánja, illetve ha a körülmények erre megfelelő lehetőséget teremtenek, saját vállalkozást indítsanak. Különösen azok körében várható ez, akiknek szülei maguk is vállalkozók, vagy életük során folytattak vállalkozói tevékenységet.