

Szakmai zárójelentés

K 109839 A magyar fiatalok vállalkozásindítási elképzelései és ösztönzési lehetőségei c. kutatási programról

Kutatási eredmények összefoglalása

1. Teszteltük a vállalkozási hajlandóságot és aktivitást magyarázó Ajzen modellt. A modell segítségével értékeltük a befolyásoló tényezők hatásmechanizmusát.

A GUESSS kutatási koncepciója Ajzen tervezett magatartás elméletén (Theory of Planned Behaviour) nyugszik. Az elmélet szerint az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll együttesen befolyásolják a vállalkozóvá válás szándékát, amely elvezet a tényleges cselekvéshez.

Az Ajzen modell egyik központi gondolata a szándék és a cselekvés megkülönböztetése. A komoly vállalkozói szándék meg nem jelenti azt, hogy az adott cselekvés ténylegesen meg is valósul, azaz sor kerül a vállalkozásindításra. A szándék az attitűdök, a szubjektív normák és az észlelt magatartási kontroll függvénye. Komoly szándék nélkül nem várható tényleges cselekvés. Ugyanakkor a tényleges cselekvést befolyásolják olyan objektíve rendelkezésre álló tényezők, mint például a szükséges források, lehetőségek elérése (pénz, idő stb.), amelyek az adott szándék megvalósításához szükségesek. Ezt a tényezőt a modell aktuális magatartási kontrollnak nevezi (actual control) és Ajzen modelljének újabb változata tartalmazza csupán (Ajzen, [2006]).

A modell szerint a vállalkozásindításra irányuló attitűd és a vállalkozási szándék között pozitív irányú összefüggés van. Minél kedvezőbb az egyén vállalkozásindítással összefüggő beállítottsága, várhatóan annál nagyobb lesz a vállalkozásindítási szándéka is. A támogató szociális környezet, a társadalmi normák is pozitívan hathatnak a vállalkozásindítási szándéokra. Minél inkább úgy észleli az egyén, hogy környezete pozitívan viszonyul vállalkozásindítási elképzeléseihez, annál inkább várható, hogy szándékot mutat majd saját vállalkozás megvalósítására.

A harmadik tényező, az események feletti kontroll szintén közvetlenül befolyásolja a vállalkozásindítási szándékot, de a tényleges cselekvésre is hatást gyakorolhat. Az észlelt magatartási kontroll kétféle módon hat a szándéokra és a cselekvésre. Egyrészt minél inkább úgy érzi az egyén, hogy képes kontrollálni az eseményeket, annál inkább szándékában állhat saját vállalkozási tevékenységbe fogni. Másrészt az én-hatékonyság szintén pozitív irányba tolja a vállalkozási szándékot. Minél inkább úgy érzi az egyén, hogy birtokában áll a vállalkozásindításhoz szükséges képességeknek és tudásnak, annál inkább elképzelhetőnek tartja saját vállalkozásának beindítását.

A vállalkozási hajlandóság és aktivitás tényezőinek elemzéséhez olyan módszert kellett választani, amely igazodott az adatbázis sajátosságához, első lépésben a választásunk a multinomiális logisztikus regresszióra esett.

A vizsgálat eredményei szerint a vállalkozásindítási szándék legfontosabb meghatározói a vállalkozásindítással összefüggésben kialakult attitűdök és az én-hatékonyság. Mindkét esetben pozitív irányú az összefüggés, ami azt jelenti, hogy minél inkább pozitív az egyén vállalkozásindítással kapcsolatos attitűdje és minél inkább hisz abban, hogy rendelkezik a szükséges kompetenciákkal, annál nagyobb az eséllyel mutat szándékot saját vállalkozás létrehozatalára. A kontrollálhatóság mérésére alkalmazott két változó negatív irányú kapcsolatban van a vállalkozásindítási szándékkal. Ez

azt jelenti, hogy minél inkább úgy érzi az egyén, hogy képes irányítani a jövőjét, annál nagyobb eséllyel válhat vállalkozóvá. A vizsgálatok megerősítették, hogy az attitűdök és az észlelt magatartási kontroll valóban meghatározó szerepet játszanak a vállalkozásindítási szándék alakulásában. A szubjektív normák szerepét azonban nem sikerült alátámasztani.

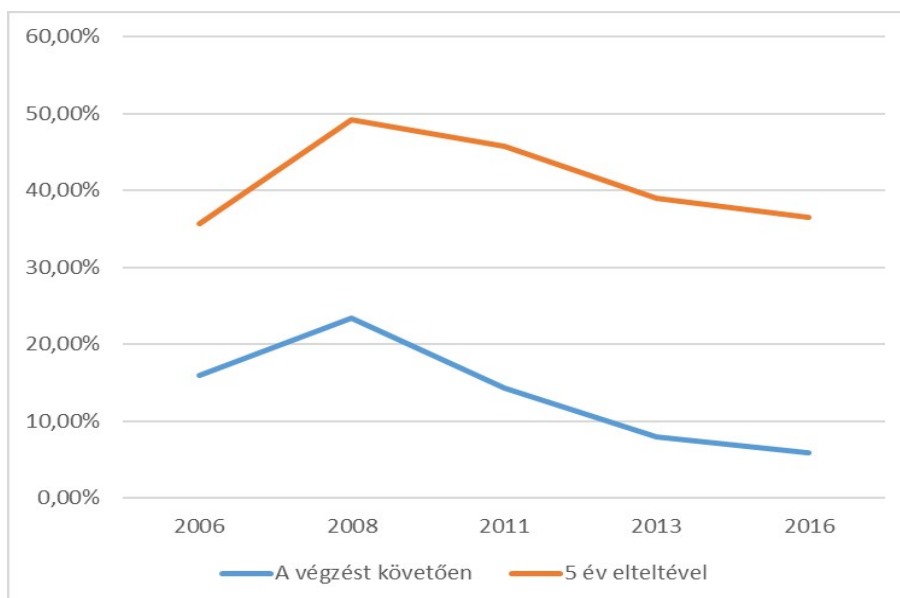
A vállalkozási hajlandóság elemzésében előrelépést jelentett a strukturális egyenleteken alapuló modell (SEM) alkalmazása, az elemzést elvégeztük az „eredeti” Ajzen modellre illetve annak kiterjesztett változatára. Segítségével a szignifikáns hatások felderítésén túl a döntés mögötti hatásmechanizmusok is láthatóvá váltak. Új tudományos eredmény a vállalkozói döntés meghatározó okozati lánc leírása, ami a következő: *szubjektív normák* ⇒ *attitűdök* ⇒ *szándék* ⇒ *cselekvés*.

2. Az elmúlt években elmozdulás figyelhető meg a hallgatói karrier elképzelésekben. A vállalkozói magatartást jelentősen befolyásolja a generációs hovatartozás (Y generáció).

A vállalkozási hajlandóság fontos megnyilvánulása a karrier elképzelések a felsőoktatási tanulmányok befejezése után közvetlenül, majd a végzés utáni 5 évvel. A GUESS adatbázisok 2006 és 2013 közötti időszak változásának elemzésére adott lehetőséget.

Az 1. ábrán láthatjuk, hogy vállalkozói kedv 2008-ban megugrott a megkérdezett hallgatók körében mind a végzést követően, mind pedig 5 év elteltével. 2008 után azonban a vállalkozói kedv csökkenése figyelhető meg, 2013-ban a 2006-os érték csaknem felére esik vissza a végzést követő vállalkozások tervezett aránya, majd 2016-ban is további csökkenést látunk.

1. ábra: Karrier elképzelések alakulása 2006-2016 között – vállalkozást tervezők aránya



A visszaesés oka részben a gazdasági válság, de eredményeink szerint a vállalkozás indítást a személyes motívumok is jelentősen befolyásolják. Részletesen elemeztük a motívációk csaknem 10 év alatti változását. Fontos megállapításunk, hogy a vizsgált időszakban megváltozott a motívációk ereje. Ez a változás a generációs sajátosságok függvényeként alakul, az átrendeződés jelentős, és nem kedvez a vállalkozói elképzeléseknek. Ezeket a tendenciákat a hallgatói vállalkozásösztönzési programok kialakításában mindenképp figyelembe kell venni.

3. A karrier elképzelések alakulásában jelentős szerepe van a családi vállalkozói háttérnek. A vállalkozói környezetben felnövő fiatalok maguk is vállalkozóibb attitűddel rendelkeznek, továbbá lehetőség-felismerő képességük kiemelkedőbb a vállalkozói családi háttérrel felmutatni nem tudó hallgatókkal összevetve.

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

A családi vállalkozói tapasztalatok szignifikáns hatással vannak a hallgatók vállalkozásokkal kapcsolatos elképzeléseire. A vállalkozó szülők gyermekei nagyobb eséllyel nyitottak a saját vállalkozás elindítása irányába, jelentősebb családi támogatással kezhetnek neki a vállalkozási tevékenységnek és gyakrabban vállalkozók. A kérdőívek kiértékelése azt sugallja, hogy a vállalkozásindítási elképzelések meghatározó befolyásolója a vállalkozói lét általános megtapasztalása, nem pedig a konkrét területen megszerzett szakmai tapasztalat.

A hallgatók zöme nem foglalkozik a családi vállalkozás átvételének kérdésével. Ezt a családi vállalkozások tevékenységi köre és mérete is indokolja. Legjelentősebb részük ugyanis mikrovállalkozás (87,2 százalék), a kisvállalkozásokkal együtt arányuk eléri a 97,6 százalékot. Leggyakrabban a kis- és nagykereskedelem (213), az építőipar (205) és a mezőgazdaság/erdészet/halászat (174) terén tevékenykednek, de a varrónőtől kezdve, a fodrászon át, az üzletkötőig sok olyan terület is megjelenik, amely nem alkalmas egy újabb családtag foglalkoztatására, megélhetésének biztosítására.

4. A vállalkozási hajlandóság mellett fontos kutatási kérdés, hogy a vállalkozó hallgatók tevékenységéről, személyes motivációjukról kapjunk átfogó képet.

2013-ban a megkérdezett hallgatók 7,4 százaléka, összesen 658 hallgató számolt be arról, hogy saját vállalkozással rendelkezik. A válaszadók több mint 25 százaléka a megkérdezés évében (2013-ban) alapította vállalkozását, a 3 éves, vagy annál fiatalabb vállalkozások aránya meghaladja az 50 százalékot a mintában. A vállalkozások meghatározó része tehát új, vagy csupán néhány éves, így a hallgatók zöme nem rendelkezik még érdemi tapasztalatokkal.

A vállalkozó hallgatók több mint fele önfoglalkoztató, 38,4 százalékuk mikrovállalkozás, további 3,5 százalékuk kisvállalkozás tulajdonosa. Mindössze 3 közép vállalattal rendelkező hallgató került a mintába, a továbbiakban aggregáltan ezt a három választ is elemezni fogjuk, ám a vállalatméret szerinti összehasonlításban nem tüntetjük fel. A leggyakrabban megjelölt ágazatok a kereskedelem (14,9 százalék), az oktatás és továbbképzés (14,4 százalék) és az egyéb szolgáltatás (18,5 százalék) ágazatok. A válaszadók 11,7 százaléka az egyéb kategóriába sorolta magát. Itt az élelmiszeripar, sporttevékenység, média válaszok voltak a leggyakoribbak.

Az önfoglalkoztatók leggyakrabban az egyéb szolgáltatást (beleértve pénzügy és biztosítás) (20,3 százalék) és az oktatás és képzés kategóriát (18,3 százalék) jelölték meg. A szöveges válaszok rendkívül sokfélék, íme néhány példa: kozmetikai cikk tanácsadó, biztosítási tanácsadó, amatőr művészi tevékenység. A kiragadott példák egyrészt jól mutatják, hogy a vállalkozás sok hallgató

esetében inkább kiegészítő kereset lehet tanulmányaik finanszírozására, másrészt, hogy sok esetben alig tér el a munkaviszonytól a végzett feladat, kevés vállalkozói elemet tartalmaz.

A válaszok alapján levonhattuk azt a következtetést, hogy a vállalkozásról beszámoló hallgatók egy jelentős része nem tekinthető valódi vállalkozónak, amennyiben a vállalkozót a kockázatvállalás, a lehetőség-felismerés, a jövőorientáltság, a kísérletező kedv, a teljesítményorientáció tulajdonságok mentén definiáljuk. Legtöbbjük ugyanis ugyan vállalkozási formában dolgozik, de olyan tevékenységet folytat, amely nem áll távol az alkalmazotti formától (például a jutalékos rendszerben végezhető biztosítási tanácsadó, Avon tanácsadó), sokszor csupán adózási okok vezetnek a tevékenység vállalkozási formában történő megszervezéséhez.

Az önfoglalkoztató hallgatók magas száma rámutat ennek a hallgatói csoportnak a fontosságára, azonban az önfoglalkoztatókból nagyon ritkán lesz jelentős növekedési ütemet elérő vállalkozás. Sok közülük a tanulmányok finanszírozására születik, és a tanulmányok befejeztével véget is ér. Ezek a tevékenységek is hasznosak lehetnek ugyanakkor a későbbi vállalkozási hajlandóság és aktivitás szempontjából, mert a hallgatók betekintés kapnak a vállalkozásokkal járó adminisztratív teendőkhöz és a vállalkozói életforma sajátosságaiba (mint például a munkaidő önálló beosztása). A felsőoktatási tanulmányok nem épülnek be a hallgatói vállalkozásokba. Leegyszerűsítve két véglettel találkozunk: a tanulmányokat finanszírozó önfoglalkoztató formával és a kiforrott vállalkozó munka melletti tanulmányaival.

5. Az oktatási intézmények a vállalkozói hajlandóság szignifikáns meghatározói. Jelentős eltérések figyelhetők meg ugyanakkor képzési területenként és oktatási intézményenként.

A hallgatókat vállalkozási témájú tárgyaikról, intézményük vállalkozási klímájáról, a felvett kurzusok lehetséges hatásairól kérdeztük. Azt tapasztaltuk, hogy a hallgatók jelentős része egyáltalán nem találkozik vállalkozói témájú kurzusokkal tanulmányai során. Akik viszont igen, azok is jellemzően kötelező tárgyakon keresztül. Csekély azoknak a hallgatóknak az aránya, akik választható tantárgyként is a vállalkozásokkal foglalkozó kurzusokat választják.

A következő lépésben azt vizsgáltuk, hogy a tanulmányok mennyiben járulnak hozzá a vállalkozásindítással kapcsolatos motivációk növeléséhez, mennyiben képesek ismereteket átadni, növelik-e a hallgatók kapcsolatépítő, lehetőségfelismerő képességét. Azok a hallgatók, akik részt vettek vállalkozással kapcsolatos kurzusokon, igénybe vették az intézményi szolgáltatásokat, kedvezően ítélték meg azok szerepét a vállalkozói jellemzők alakítására vonatkozóan, amit a magas átlagok mutatnak. Két tényezőt az átlagosnál magasabb értékkel jellemeztek a hallgatók, ezek a kapcsolatok építésére és lehetőségfelismerő képesség alakítására, amelyek fontos tényezői a vállalkozás indításának.

Az egyéni értékeléseket intézményi szinten, aggregálva is vizsgáltuk. Az intézményenkénti különbségek részben az eltérő intézményi erőfeszítéseket jelzik, ugyanakkor korábbi vizsgálatok azt is megmutatták, hogy a hallgatók értékelését intézményük földrajzi helyének gazdasági állapota is nagyban meghatározza. Azaz egy prosperáló régió felsőoktatási intézményének hallgatói vállalkozóbbnak bizonyulnak, mint egy gazdaságilag előnytelenebb helyzetben lévő intézmény hallgatói. Azaz a hallgatói észlelés nem feltétlenül az intézmény tényleges erőfeszítésének hatására kedvezőbb, hanem a prosperáló gazdasági környezetben optimistábban ítélik meg a vállalkozók intézményüket, nyitottabbak (észreveszik) az intézmények által nyújtott szolgáltatásokat.

A vállalkozásindítás, a vállalkozói hajlandóság kutatása szempontjából különösen fontos a családi vállalkozói háttér szerepe a felsőoktatási környezet értékelésében. A családi vállalkozói háttérrel nem rendelkezők mindhárom környezeti tényezőt alacsonyabbra értékelik a családi vállalkozói háttérrel rendelkező hallgatótársaiknál. Ennek oka vélhetően az odafigyelésben keresendő. A vállalkozói környezetből érkezők lehetőség-felismerő képessége kiemelkedőbb, nyitottabbak az ilyen háttérről beszámolni nem tudó társaikhoz képest.

6. Az egyetemi hallgatók vállalkozói hajlandóságát az informális intézményi tényezők minden másnál jelentősebb mértékben befolyásolják.

Empirikus tesztek igazolják, hogy van kapcsolat a vállalkozói aktivitás és a gazdasági növekedés között (Van Stel e al. 2005), ezért a közgazdaságtan egyik alapproblémáját, a gazdasági fejlődés forrásainak kutatását, a vállalkozói aktivitás mögött meghúzódó tényezők feltárásaként is megfogalmazhatjuk. Napjainkban a vállalkozói aktivitást és a vállalkozói eredményességet az ún. vállalkozói ökoszisztémák működésével szokás modellezni a vállalkozói ökoszisztéma hat kulcselemét emeli ki (melyek még további összetevőkre bonthatók): politika, kultúra, tőke, piacok, humán tőke, támogatás.

A gazdasági fejlődés kutatásának egy másik, napjainkban ugyancsak népszerű irányzata az ún. intézményi megközelítés. Ezen irányzat egyik legismertebb alakjának, Douglas Northnak a definícióját használva, az intézmények (az idézet pontos helyén: intézményi szerkezet) formális szabályokból, informális korlátokból és a kikényszerítésük módjainak kombinációjából állnak. Látnunk kell, hogy a vállalkozói ökoszisztéma Isenberg-féle modelljében az intézmények ugyancsak helyet kapnak, tehát megállapítható, hogy a vállalkozói aktivitásra az intézmények is hatást gyakorolnak. Hatásuk elsősorban a politikai összetevőnél (pl. a vállalkozásindításhoz és működtetéshez kapcsolódó szabályok rendszere, az adózás és ösztönzés szabályai), és a kultúránál (pl. milyen belső mozgatói vannak a vállalkozóknak) jelenik meg, de a többi között is találhatunk intézményekhez köthető elemet (pl. hitel- vagy tőzsdei szabályozás, oktatási rendszer).

A kutatás során a vállalkozói aktivitás és a formális (szabályozás) és informális (kultúra) intézményi elemek mérhető változói közötti kapcsolatot vizsgáltuk. A vállalkozói aktivitást a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) felmérések segítségével számszerűsítettük, vagyis arra vonatkozóan vannak adataink, hogy az egyetemi hallgatók körében hányan folytatnak vállalkozó tevékenységet (vállalkozói aktivitás), ill. hányan terveznek vállalkozást indítani (vállalkozói szándék). A formális intézmények mennyiségi ismerveit a Világbank Doing Business adatbázisából emeltük át, az informális intézményeket pedig a GLOBE projekt által kifejlesztett kérdések segítségével mértük, mely kérdések – ezek egy szűk köre, ami négy kulturális dimenzió kvantifikálására használható – a GUESSS adatbázisban is megtalálható volt.

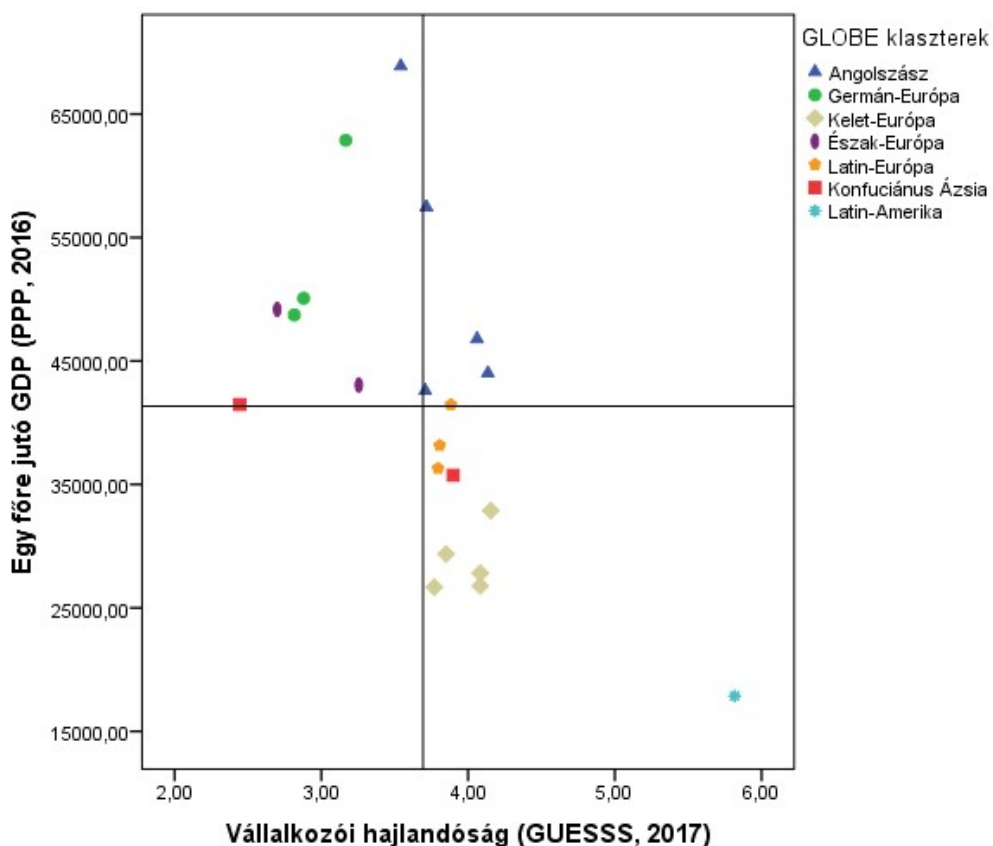
A vállalkozói aktivitásnak a gazdasági növekedésre gyakorolt pozitív hatása miatt a gazdaságpolitikák célja a vállalkozások indítását, a vállalkozási folyamatot minél inkább támogató szabályozási környezet kialakítása. Ezt a környezetet, az úgynevezett formális intézményi tényezőket a kutatás során a Világbank Doing Business indexének indikátoraival mértük.

Elemzéseink arra mutatnak rá, hogy ezek a törekvések nem, vagy csak részben érik el a nekik szánt hatást, mert a vállalkozási hajlandóság sokkal inkább az informális intézményi tényezők által meghatározott. Munkánkban ezt az összefüggést a GLOBE felmérés kulturális dimenzióinak

segítségével mutattuk meg. Az aktivitás, amely vállalkozói hajlandóság nélkül nem jöhet létre, kevés összefüggést mutat a vizsgálatba bevont változókkal.

Eredményeink szerint a gazdasági fejlettség szignifikánsan összefügg a vállalkozói aktivitással és a hajlandósággal, ugyanakkor a GUESSS adatbázison (amely egyetemi hallgatók válaszait tartalmazza és amely 26 OECD országra állt rendelkezésre) negatív irányú összefüggés mutatkozott. Ez arra utalhat, hogy a vállalatok száma, a vállalkozók aránya és a vállalkozássűrűség statisztikák nem képesek pontosan visszaadni a szektor makrogazdasági hatását. Jobb megközelítést ad a gyors növekedésű vállalkozások (gazellák) aránya, egyes vállalatdemográfiai adatok használata, vagy a lehetőség és kényszer motiválta vállalkozók kettéválasztása a szektor gazdasági jelentőségének vizsgálatában.

2. ábra: A vállalkozói hajlandóság és a gazdasági teljesítmény közötti kapcsolat



Forrás: saját szerkesztés a GUESSS 2016 és a World Development Indicators, 2017 alapján

Elemzésünk korlátját jelenti, hogy a kilenc kulturális dimenzió közül csak négy hatását mérhettük, ugyanis csak ezekkel kapcsolatos kérdéseket tartalmazott az adatbázis. Gyengíti az eredményeket továbbá, hogy csak 26 OECD tagországra vonatkozóan rendelkezünk adatokkal, ráadásul a mintaelemszámban jelentős nemzeti eltérések vannak.

Bár a szakirodalomban elsősorban az általunk is mért dimenziók hatását elemzik, használható eredmények adódhatnak további dimenziók (például a jövőorientáció) bekapcsolásából. A vállalkozók csoportosításával (például foglalkoztatottak száma, teljesítmény szerint) árnyalhatók lennének a kapott eredmények.