

Fiatalok vállalkozás indítását serkentő és gátló tényezők vizsgálata fiatal vállalkozók megkérdezése alapján

Exploring the Factors That Encourage and Discourage Young People to Start a Business, Based on a Survey of Young Entrepreneurs

Kerékgyártó Gábor

Tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem

Absztrakt

A dolgozatomban egy kutatás eredményét mutatom be, mely 40 éves vagy annál fiatalabb, a kutatás idején működő vállalkozással rendelkező fiatalok kérdőíves megkérdezésén alapul. Habár a populáció sajátosságai miatt teljesen véletlenszerű mintavételre nem volt mód, de a többszörös kommunikáció során a populáció kb. 10%-át sikerült elérni. Az elért fiatal vállalkozók 1%-a töltötte ki önkéntesen a kérdőívet. A 243 válaszoló területileg, életkor, nem és iskolai végzettség szerint magas heterogenitással rendelkezik. A kutatás sok tekintetben a korábbi, teljes fiatalság körében végzett kutatásokkal hasonló eredményt hozott például a függetlenség és az anyagi előnyök széleskörben fontos motiváló erejét tekintve, ugyanakkor a családi háttér már erős szórást mutatott. Érthető módon ez utóbbi a vállalkozói családból származók esetében volt fontos, ugyanakkor a minta jellemzőiből az derült ki, hogy nem vállalkozói családból is sok fiatal indít vállalkozást. Az ifjúsági vállalkozásfejlesztés területén vélhetően érdemes ezt a csoportot külön kezelni, hiszen esetükben magasabb tudásbeli és érzelmi küszöböt jelenthet a saját vállalkozás indítása.

Kulcsszavak: vállalkozás, kérdőíves felmérés, fiatal vállalkozók

JEL kódok: L26

Abstract

In this paper, I present the results of a research based on a questionnaire survey of young people aged 40 and under, with a business at the time of the research. Although a completely random sampling was not possible due to the characteristics of the population, it was possible to reach about 10% of the population through multichannel communication. 1% of the young entrepreneurs reached completed the questionnaire voluntarily. The 243 respondents were highly heterogeneous by area, age, gender and education. In many respects, the survey yielded similar results to previous surveys among young people as a whole, for example in terms of the broadly important motivational force of independence and financial advantages, but family background showed a strong variance. Understandably, the latter was important for those from entrepreneurial families, but the sample characteristics showed that many young people from non-entrepreneurial families also start a business. In the field of youth entrepreneurship development, it is probably worthwhile to treat this group separately, as they may have a higher knowledge and emotional threshold to start their own business.

Keywords: entrepreneurship, survey research, young entrepreneurs

JEL codes: L26

Bevezetés

A korunkat meghatározó gazdasági folyamatok elemzése alapján egyre több olyan munkaerőpiaci előrejelzés olvasható, amelyek a most iskolába járó fiatalok előtt álló karrierutak jelentős eltérését jósolják az eddig megszokottakhoz képest. A jövőben várhatóan egyre nagyobb jelentősége lesz a foglalkoztathatóság rugalmasságának, az önfoglalkoztatási képességeknek, a vállalkozói attitűdnek. A jelenleg mereven elkülönülő munkai és vállalkozási szabályok elképzelhető, hogy konvergálni fognak, és egyre több munkakör kerül majd kiszervezésre vállalkozói jogviszonnyal rendelkező „szabadúszók” vagy „digitális nomádok” számára.

Emellett jelenleg még emberek által betöltött munkakörök sokasága – mint például sofőrök, könyvelők munkája – kerülhet gépiesítésre a gyorsan fejlődő digitalizáció és a gépi tanulás eredményeinek köszönhetően. Ezzel párhuzamosan az előrejelzések szerint korábban még nem létező új feladatkörök sokasága jelenhet meg a gazdaságban (mint például a csak pár éve létező főállású insta influencer vagy TikTok tartalomgyártó),

melyek ellátása várhatóan nagy arányban vállalkozói jogviszony keretében fog megtörténni.

Mindezek miatt a jövőben a munkaerőpiacra belépő fiatalok körében egyre gyakrabban merülhet fel a saját vállalkozás indításának lehetősége vagy esetleg akár a kényszere is. Dolgozatom célja ehhez a trendhez kapcsolódóan górcső alá venni a fiatalok vállalkozói hajlandóságára ható tényezőket. Melyek azok a fő faktorok, amelyek serkentik és melyek azok, amelyek gátolják a fiatalokat a vállalkozói létforma karrierként történő választásában? Sok kutatás kereste már hasonló kérdésekre a választ, de azok jellemzően teljesen az ifjúság vagy kimondottan az egyetemisták körében vizsgálták a kérdést, így a válaszadók között csak elenyésző számban voltak már ténylegesen elindult, gyakorló fiatal vállalkozók. Én viszont kimondottan csak működő vállalkozással rendelkező fiatalokra fókuszálva kutattam, így a válaszadóim nem egy elképzelt esetleges vállalkozói élethelyzetről alkottak véleményt, hanem a saját megélt vállalkozói tapasztalataik alapján nyújtottak információt.

1. Kutatási módszertan

Kutató munkám során a következő kutatási kérdés vizsgálatát tűztem ki célul: „A már vállalkozóvá vált fiatalok esetében a vállalkozóvá válás mely serkentő és gátló tényezői azonosíthatók?”

Fontosnak tartottam, hogy a kutatást a már vállalkozóvá vált fiatalok bevonásával folytassam le. A nagy múltra visszatekintő GUESSS felmérés értékes információkat szolgáltat a fiatalok vállalkozóvá válásáról, de a mintába kerülésnek nem feltétele a vállalkozói lét. Véleményem szerint nagyon eltérő lehet a vállalkozást tervező, a vállalkozói lét gondolatával csak eljátszó fiatalok véleménye azokétól, akik valóban vállalkozóvá váltak.

Az általam vizsgálni kívánt sokaság a vállalkozóvá vált magyar fiatalok. Fiatalnak tekintettem a negyven éves, vagy negyven évnél fiatalabb vállalkozókat. Úgy véltem, a 40 évesnél fiatalabb vállalkozók még hitelesen képesek visszaemlékezni a vállalkozásuk alapításának körülményeire, motivációikra, félelmeikre. Továbbá úgy ítélt meg, ha ettől alacsonyabb korhatárt adok meg, az jelentősen eltolta volna a mintát a Z generáció irányába.

A költségtakarékossági és praktikussági szempontok miatt a lekérdezést online hajtottam végre, ami a digitális világban otthonosan mozgó fiatalok számára kényelmes válaszadási formának bizonyult. A válaszadásra való felkérésben a 40 év alatti vállalkozókat biztattam a kutatásban való részvételre. A lekérdezés 2021. április 26. és 2021. május 13. között zajlott. Az válaszadásra nyitva álló időszak alatt 264 válasz érkezett.

A minél magasabb reprezentativitás érdekében igyekeztem minél több csatornán eljuttatni a célcsoportba tartozó emberekhez a kérdőívet. Egyrészt a témában meghatározó nagyobb közösségek vezetőit kértem meg, hogy emailben juttassák el a hozzájuk kötődő fiatal vállalkozóknak a kérdőívet, mely így kiküldésre került a Spin-Off Klub email listájára, a GINOP-5.2.3-16 Fiatalok vállalkozóvá válása és a GINOP-5.1.9 Álláskeresők és fiatalok vállalkozóvá válásának ösztönzése program keretében vállalkozást indított fiatalok számára, a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Fiatal Vállalkozók Kollégiumának tagjainak, a Design Terminál és a Demola mentortájtjainak.

Ezen kívül a Facebookon fizetett hirdetésekben tettem elérhetővé a kérdőívet a következő célzási paraméterekkel:

- Hely: itt él Magyarország
- Életkor: 16–40 év
- Olyan emberek, akik megfelelnek a következő feltételnek:
 - Érdeklődési körök: Small Business Owners, Egyéni vállalkozó vagy business owner,
 - Magatartások: kisvállalkozás tulajdonosa,
 - Munkáltatók: vállalkozó,
 - Beosztás: Tulajdonos, üzletvezető; Ügyvezető igazgató, tulajdonos; Egyéni vállalkozó; Cégvezető/Tulajdonos

Ezzel a célzási beállítással a Facebook adatai szerint a potenciális elérés 60.000 ember volt. Ebből a 60 ezer Facebookon potenciálisan elérhető fiatal vállalkozóból a hirdetési kampány során a Spin-Off Klub elnevezésű oldalon keresztül a hirdetés 16.232 embert ért el, ami 88 kérdőív megnyitást generált, míg a Corvinus Startup Corner elnevezésű oldalon keresztül a hirdetés 18.936 embert ért el a célközönségből, ami 186 kérdőív megnyitást generált. Sajnos a két oldal által a célcsoportból elért emberek közötti átfedésekről nem nyújtott adatot a Facebook, így becslésem szerint a Facebookon elérhető 60 ezer fiatal vállalkozónak nagyjából az egyharmada találkozott legalább egyszer a felhívással, és nekik volt lehetőségük kitölteni a kérdőívet.

A KSH legfrissebb adata a 2018-as működő vállalkozások számát adja meg, ami 776.779 darab. Sajnos olyan statisztikai adat nem áll rendelkezésre, hogy ezek közül hányan van 40 év alatti tulajdonosa. Így csak egy nagyságrendi becslést tudok tenni a 40 év alatti vállalkozók számára, ami 150-250 ezer közé eshet. Az email és a Facebook kampányokon keresztül összesen becslésem szerint nagyjából 20-25 ezer fiatal vállalkozóhoz jutott el a kérdőívem, így a teljes sokaság legalább 10%-ának volt lehetősége kitölteni azt. A tényleges, 243 darab, a célcsoportból érkezett válasz nagyjából 1%-os kitöltési arányt jelent.

Mindezek alapján a minta az alapsokaságot jól reprezentálhatja, torzítást csak a kitöltés önkéntessége vihetett az adatokba. Valószínűleg a saját vállalkozói létéhez pozitívan viszonyulók voltak azok, akik magasabb kitöltési hajlandóságot mutattak.

A kérőívbe elsősorban zárt, feleletválasztós és skálán történő értékelést kérő kérdések kerültek. A fiatalok motivációinak, véleményének mélyebb megismerése érdekében a felmérés néhány nyitott kérdést is tartalmazott. Az adatfelvétel nyomán kialakult kvantitatív adatbázist az egyváltozós leíró statisztika eszközeivel, főkomponens elemzés és keresztábra elemzés segítségével vizsgáltam. Az elemzések végrehajtásához az SPSS és Excel programokat használtam.

2. A minta bemutatása

Céлом az volt, hogy a fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezőket vizsgáló kérdőívet vállalkozással rendelkező fiatalok töltsék ki. A válaszokat első körben életkor szerint tisztítottam, a 40 évesnél idősebb válaszadókat eltávolítottam az elemzésre szánt adatbázisból. A rendelkezésre álló válaszadók száma így 243-ra csökkent. A további elemzéseket az ily módon szűkített, 40 éves és 40 évesnél fiatalabb vállalkozókat tartalmazó adatbázis alapján hajtottam végre. A további elemzésekből származó eredmények megbízhatóságának növelése érdekében szükségesnek tartom a minta alapvető jellemzőinek bemutatását.

A mintában a nők aránya 41%, míg a férfi válaszadók aránya 59%. A minta életkor és a vállalkozás székhelye szerint is kellően heterogén megoszlást mutat. A válaszadók között magas arányt (65,8%) képviselnek a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, de előzetes terveimnek megfelelően, alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők is kerültek a mintába.

A mintába került vállalkozások átlagosan 5,77 főt foglalkoztattak, a foglalkoztatotti létszám mediánja és módusza egyaránt 1 fő volt. A minta alapján végrehajtott elemzések, elsősorban a fiatalok által tulajdonolt mikrovállalkozásokról szolgáltatnak hasznos információkat.

A válaszadó fiatalok a vállalkozói lét mellett elkötelezettek, 87,2%-uk öt év múlva is vállalkozóként képzelel el magát. 64,6% úgy tervezi, a jelenlegi vállalkozásán dolgozik majd, 20,6% már egy következő céget tervez. Elenyésző azok száma, akik a családjuk vállalkozását, vagy egy megvásárolt, átvett vállalkozás működtetését tervezik a jövőben.

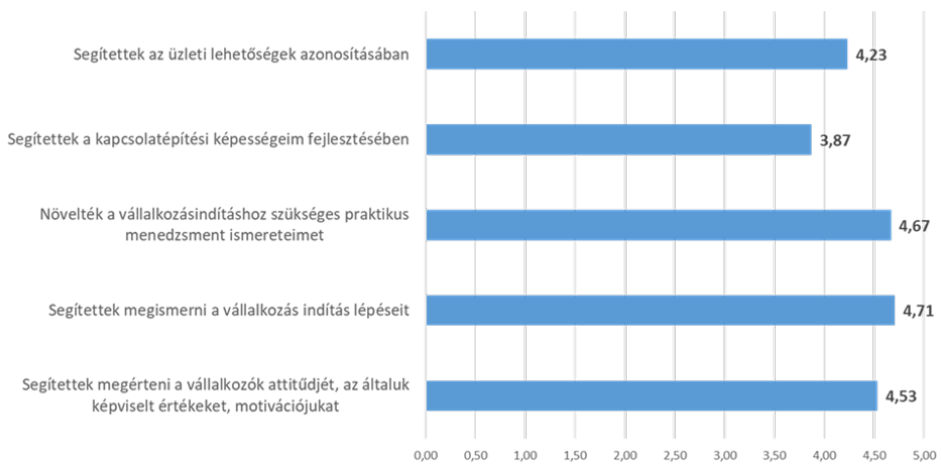
3. Kutatási eredmények

3.1. A vállalkozóvá válás serkentő tényezői

Az oktatás és tanulmányok témakörhöz kapcsolódó eredmény, hogy a megkérdezettek 53,5%-a vett részt vállalkozási ismereteket oktató kurzuson, programban, tréningen. Az 1. ábra szemlélteti a megkérdezettek válaszainak átlagát, 1-7-ig terjedő skálán mennyire értékelték így, hogy az egyes tényezők tekintetében a programok, kurzusok, segítették őket.

1. ábra: Oktatási programok értékelése (N=130)

Forrás: saját szerkesztés



A kérdőívet kitöltő fiatalokat arra kértem, hogy 1-7-ig terjedő skálán (1-egyáltalán nem, 7-nagyon) értékeljék, a vállalkozási ismereteket oktató kurzusok, programok, tréningek mennyiben segítettek őket. A programok a legnagyobb támogatást a vállalkozásindítás lépéseinek megismertetésében nyújtották. A válaszadók a vállalkozásindításhoz szükséges praktikus menedzsment ismeretek oktatás során történő átadását is kedvezően ítélték meg és úgy vélték, a programok segítettek megérteni a vállalkozók attitűdjét, az általuk képviselt értékeket, motivációkat. Az oktatások kevesebb segítséget nyújtottak az üzleti lehetőségek azonosításában és a válaszadók közepesre értékelték hasznosságukat a kapcsolatépítési képességeik fejlesztésében.

A kutatás során arra is kerestem a választ, hogy a vállalkozó vált fiatalok szerint mi az a három tulajdonságuk, amelyek segítettek őket vállalkozóvá válni. A válaszokból készült szófelhőt a következő ábra szemlélteti.

2. ábra: Vállalkozóvá válást segítő tulajdonságok (N=243)

Forrás: saját szerkesztés, <https://monkeylearn.com/> segítségével



A legtöbbször említett tulajdonságok a kitartás (86 említés), a szorgalom (22 említés), a kreativitás (20 említés) és a magabiztosság (14 említés), mint a fiatalon történő vállalkozó válást leginkább segítő vonások.

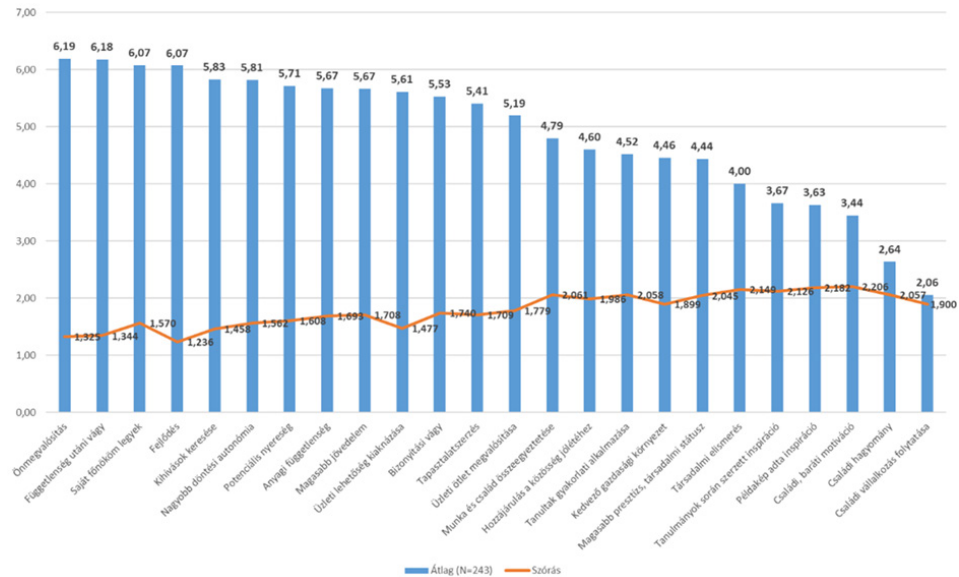
A fiatalok vállalkozásindítási motivációjának, a serkentő tényezők vizsgálatának érdekében a kérdőívbe a hazai és nemzetközi szakirodalom kutatása során azonosított tényezők kerületek beépítésre és a válaszadókat arra kértem, hogy 1-7-ig terjedő skálán értékeljék, mennyire hatott rájuk az adott komponens. A vállalkozóvá válásra serkentően ható tényezőkre vonatkozó átlag és szórás értékeket a 3. számú ábra szemlélteti.

A válaszadók összességét vizsgálva az ábráról leolvasható, hogy az önmegvalósítás, a függetlenség utáni vágy, hogy a saját főnököm legyek és a fejlődés nagyon erős motiváló tényezők a fiatalok körében. Szintén jelentős hatással bír a kihívások keresése, a nagyobb döntési autonómia, a potenciális nyereség, az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem, az üzleti lehetőség kiaknázása, a bizonyítási vágy, a tapasztalatszerzés és az üzleti ötlet megvalósítása. Közepes szerepe van a munka és család összeegyeztetésének, a hozzájárulásnak a közösség jólétéhez, a tanultak gyakorlati alkalmazásának, a kedvező gazdasági környezetnek, a magasabb presztízsnak, társadalmi státusznak és a társadalmi elismerésnek. A legalacsonyabbak az átlagok a tanulmányok során szerzett inspiráció, a példakép adta inspiráció, a családi, baráti motiváció, a családi hagyomány és a családi vállalkozás folytatása esetében. Az ábrán az átlagok mellett ábrázolásra került a válaszok szórása is. Megfigyelhető, hogy a magas

átlagú tényezők esetében a szórás alacsonyabb, ezeket a megkérdezettek egyformán fontosnak tartják. Magas szórásértékek az inkább közepes és alacsony átlagokhoz tartoznak, ahol jelentős különbségek vannak a válaszadók bizonyos csoportjai között.

3. ábra: A vállalkozóvá válásra ható tényezők átlaga és szórása

Forrás: saját szerkesztés



Annak érdekében, hogy a fiatalok vállalkozóvá válására serkentőleg ható tényezőket mélyebb vizsgálat alá vonhassam, adatredukciós módszerek használatához folyamodtam. A választásom a főkomponens elemzésre esett, amely „egy változószettet alakít át lineáris transzformáció segítségével egy, az eredeténél kisebb számú új változószetté” (Székelyi & Barna, 2005, p. 19).

A célom az volt, hogy a számos rendelkezésemre álló változót kezelhető számú és jól értelmezhető főkomponensekbe sűrítsem, amelyek segítségével a mintában megbúvó mélyebb összefüggésekre világíthatok rá. A főkomponens elemzés során nem volt célom, hogy minden a kérdőívbe bekerült tényezőt benntartsak az elemzésben, hiszen ahogyan arra az átlagok és szórások vizsgálata is rámutatott, számos olyan tényező szerepelt a kérdőívben, amelyek a válaszadók többségének vállalkozói hajlandóságára jelentősen hatottak, illetve olyanok is, amelyek általában nem bírtak kiemelkedő fontossággal. Arra törekedtem, hogy a főkomponensek olyan információt tömörítsenek, amelyek segítségével a mintaátlagok mögött húzódó mélyebb jelentések feltárhatóvá válnak.

A főkomponens elemzésbe a következő fiatalok vállalkozóvá válását segítő tényezőket vontam be: anyagi függetlenség, családi hagyomány, fejlődés, kihívások keresése, bizonyítási vágy, magasabb jövedelem, potenciális nyereség, családi vállalkozás folytatása, családi, baráti motiváció, üzleti lehetőség kiaknázása. A 0,722 érték alapján a változók megfelelő mértékben alkalmasak a főkomponens elemzésre (Sajtos & Mitev, 2007).

A három főkomponensből az első a teljes variancia 32,72%-át magyarázza és minden változóból tartalmaz információt. A legerőteljesebben (a másik két főkomponenst is figyelembe véve) az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem, a potenciális nyereség és az üzleti lehetőség kiaknázása tükröződik benne. A főkomponens a pénzügyi előnyök elnevezést kapta, utalva a tartalmára, miszerint elsősorban az anyagi, pénzügyi előnyökből fakadó vállalkozási motivációkat tartalmazza. A második főkomponens a családi értékek elnevezést kapta, kialakításában a családi hagyomány, a családi vállalkozás folytatása, a családi, baráti motiváció, mint vállalkozásindítást serkentő tényezők vettek részt. A harmadik főkomponensben a fejlődés, a kihívások keresése és a bizonyítási vágy tükröződnek, így a főkomponensnek a belső motiváció elnevezést adtam.

Pusztán a válaszadók értékelésének átlagát tekintve is kirajzolódott, hogy potenciális nyereség, az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem és az üzleti lehetőség kiaknázása a többség számára nagyon serkentően hatott a vállalkozás indításában. A főkomponenselemzés a megállapítást megerősítette, az első főkomponens, amely a „pénzügyi előnyök” elnevezést kapta, pontosan ezeket a változókat hordozza legerőteljesebben magában. A kapott eredmény összhangban áll Koltai és Szalka (2013) korábbi modelljével, amelyben a kutatók a nemzetközi szakirodalom alapján a vállalkozóvá válás motivációit gazdasági és nem gazdasági motivációra bontották szét, ezzel rávilágítva a gazdaságilag elérhető hasznok szerepére a vállalkozóvá válásban.

A válaszadók átlagainak vizsgálata alapján a családi vállalkozói háttér és a családhoz kapcsolódó hagyományok közepes mértékben hatnak a fiatalok vállalkozóvá válására. Már a változókhoz kapcsolódó magasabb szórás értékek is utalnak rá, hogy a minta ebben a tekintetben nem homogén, egyes válaszadók esetében ezen változók kevésbé, míg más válaszadók esetében kiemelten fontosak. A főkomponens elemzés második, a családi hagyomány, a családi vállalkozás folytatása, a családi, baráti motiváció változókat tömörítő főkomponense a „családi értékek” elnevezést kapta, amely felhívja a figyelmet a családi vállalkozói háttér vállalkozóvá válásban betöltött szerepére.

A „családi értékek” főkomponens-szkór átlagait annak tükrében vizsgálva, hogy a válaszadó szülei vállalkozók vagy sem, szignifikáns eltérés tapasztalható. Azon fiatalok esetében, akik vállalkozó családból származ-

nak, a családi értékek jelentős, a családi vállalkozói háttérrel nem rendelkező fiataloknál nagyobb serkentő tényezőként jelentkeznek. ($F=21,174$, $sig.=0,000$, a kapcsolódó táblázatokat a függelék tartalmazza.)

Az eredmények összhangban állnak S. Gubik és Farkas (2013), továbbá Szerb és Lukovszki (2013) eredményeivel, akik kimutatták, hogy a családban szerzett vállalkozói tapasztalatok nagyban befolyásolják a vállalkozással kapcsolatos elképzeléseket, a családi vállalkozó háttérrel rendelkező fiatalok inkább válnak vállalkozóvá.

A válaszadók 58%-a mondta azt, hogy van olyan személy, aki példaképként szolgál a vállalkozói karrierjében. A válaszadók többségének példaképe a családtagjai, barátai, munkatársai köréből kerül ki. A válaszadók, akik konkrét személyeket adtak meg, nemzetközi példaképei: *Jimmy Iovine, Steve Jobs, Dr. Dre (Andre Young) Elon Musk, Richard Branson, Phil Knight, Sheryl Sandberg, Bryan Tracy, Donald Trump, Nick McKeown, Scott Shenker, Simeon Sinek, Wil Schroter, Ryan Rutan, Tim Ferriss, Carlo Catone, Charlie Wilson, Jordan Belfort, Wayne Huizenga, Ashton Kutcher, Gary Vaynerchuk, Henry Ford.*

A magyar példaképként a következő személyeket említették: *Gál Kristóf, Kulcsár Tibor, Szabó Ervin, Molnár L. Péter, Görög Ádám, Balogh Levente, Gattyán György, Dr. Babai László, Forray Nikolett, Wolf Gábor, Gál Kristóf, ByeAlex, Domán Zsolt, Szendrei Ádám, Varga Bertold, Kalocsai Zsolt, Cseh Norbert, Jellinek Dániel, Török László, Sebestyén Balázs, Gerendai Károly, Bojár Gábor, Klaj Ágnes, Semsei Rudolf, Náray Richárd, Barlay Bence, Kelényi Zoltán, Szakál József, Jaksity György, Biros Levente, Szabó Péter, Tonk Emil, Prónay Gábor, Markovich Béla, Helfrich Szabolcs, Scheer Sándor.*

A kutatás során a kérdőívben nyitott kérdés formájában is megkértem a válaszadókat, fogalmazzák meg, mi motiválta őket a vállalkozásindításra. Annak érdekében, hogy vizsgáljam a főkomponens elemzés megbízhatóságát, az adott válaszokat besoroltam az egyes főkomponenseknek megfelelő kategóriákba és tanulmányoztam, hogy a fennmaradó válaszokban feltárható-e további mintázatok.

Egy válaszadó több motiváló tényezőt is megadhatott, így 303 választ sikerült begyűjtenem. A válaszokat kategorizáltam. Első lépésben a főkomponens elemzés során azonosított serkentő tényezők valamelyikéhez igyekeztem hozzárendelni az állítást, a fennmaradókra pedig saját kategóriákat igyekeztem létrehozni.

A főkomponens elemzés során is azonosított, a vállalkozói léttel elérhető pénzügyi előnyökhöz, a magasabb elérhető jövedelemhez 113 említés kapcsolódott. Gyakori, hogy a fiatalok számára motivációt jelent a „saját talpra” állás, a munka világában elérhetőnél „magasabb jövedelem” megszerzése. Többször visszaköszön a gondolat, hogy az alkalmazottként elérhető fizetést nem érezték arányosnak a befektetett munkával.

Belső motivációt 74 esetben azonosítottam, ahol jellemzően kihívásra, egy ötlet megvalósítására, önmegvalósításra utalnak. A válaszadók 35 esetben utaltak családi értékekre, amelyek között a családból származó példakép inspiráló hatásán és a családi vállalkozás továbbvitelén túl megjelenik a munka és a családi élet összehangolására való igény is.

A 78, a főkomponens elemzés során azonosított tényezőkhöz nem hozzárendelhető állításokat számos szempont szerint próbáltam csoportosítani. A csoportosítás során nehézséget jelentett, hogy a válaszok gyakran több, egymással kapcsolatban álló tényezőre utaltak a függetlenség, önállóság, szabadság fogalmak mentén. A válaszadók gyakran együtt felsorolva, egy mondatba fogalmazva utaltak a szabadság, önállóság és függetlenség tényezőkre, amelyek a vállalkozó lét irányába hajtották őket. A motiváló tényezők felsorolását és az említések számát a következő táblázat összegzi:

1. táblázat: Vállalkozóvá válást motiváló tényezők kategorizálása

Forrás: saját szerkesztés

Motiváló tényező	Főkomponens tartalmazza?	Említések száma
Pénzügyi előnyök	igen	116
Belső motiváció	igen	74
Függetlenség, önállóság, szabadság	nem	78
Családi értékek	igen	35
Összesen		303

A táblázatból leolvasható, hogy a nyitott kérdésekre adott válaszok összhangban állnak a főkomponens elemzés során azonosított tényezőkkel. A főkomponens elemzésben a függetlenség, önállóság, szabadság motiváló tényezők, amelyeknél az említések számosságából arra következtethetünk, hogy általánosságban hatnak a vállalkozásindításra, nem szerepelnek. Fontos megjegyezni, hogy a skálás értékelés során pont ezek a tényezők voltak azok, amelyek magas átlag pontszámmal és alacsony szórással jelentek meg, azaz a válaszadók számára általában nagy jelentőséggel bírtak. Véleményem szerint, ezek a tényezők általában nem önálló okként jelennek meg, hanem egy a vállalkozói létből fakadó többlet előnyként, amely más serkentő tényezőkkel találkozáva tovább erősíti a fiatalok vállalkozási hajlandóságát. A nyitott kérdések vizsgálata új kutatási irányt nyit, kvalitatív, mélyinterjú eszközökkel érdemes lenne megvizsgálni, hogy a főkomponensben fel nem tárt, de a nyitott kérdések során kidomborodó függetlenség, önállóság, szabadság tényezők a feltételezésemnek

megfelelően egyfajta kiegészítő előnye a fiatalok vállalkozás indításának, vagy önálló motiváló erővel rendelkeznek.

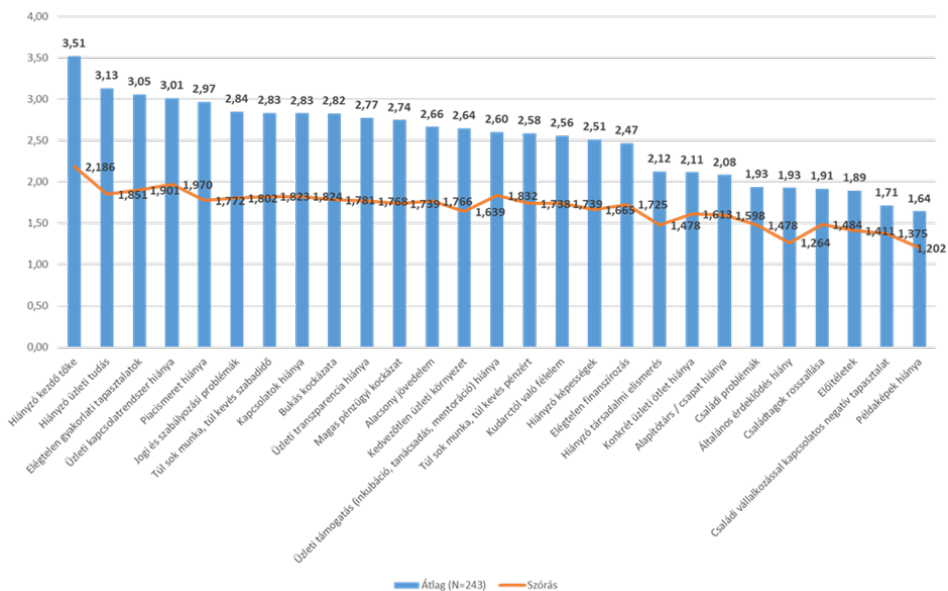
A fiatalok vállalkozóvá válására serkentően ható tényezők vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vállalkozással elérhető pénzügyi előnyök szerepe kiemelt a fiatalok vállalkozóvá válásában, a családi vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok esetében pedig egyértelműen kimutatható a családi példa serkentő hatása. Fontos továbbá a belső motiváció és az olyan, a vállalkozói létehez kapcsolható értékek, mint a függetlenség, önállóság és szabadság.

3.2. A vállalkozóvá válás gátló tényezői

A fiatalok vállalkozóvá válását serkentő tényezők vizsgálatához hasonlóan hajtottam végre a gátló tényezők elemzését. A vállalkozóvá válásra gátlóan ható tényezőkre vonatkozó átlag és szórás értékeket az 4. ábra szemlélteti.

4. ábra: A vállalkozóvá válást gátló tényezők átlaga és szórása

Forrás: saját szerkesztés



A fiatalok vállalkozásindítását gátló tényezők értékelésére adott válaszok összességének átlaga 2,51, ami azt mutatja, hogy az 1-7 skálán történő értékelés során egyetlen tényező sem bizonyult kiemelkedően akadályozó hatásúnak. A legmagasabb átlaggal a hiányzó kezdő tőke, mint visszatartó tényező rendelkezik. Jelentősebb akadályoztatást jelent ezen kívül a hiányzó üzleti tudás, az elégtelen gyakorlati tapasztalatok és az üzleti

kapcsolatrendszer hiánya. A közepesen gátló tényezők között – amelyek 3-nál alacsonyabb, de 2-nél magasabb átlaggal rendelkeznek – található a piacismeret hiánya, a jogi és szabályozási problémák, a túl sok munka, túl kevés szabadidő, a kapcsolatok hiánya, a bukás kockázata, az üzleti transzparencia hiánya, a magas pénzügyi kockázat, az alacsony jövedelem, a kedvezőtlen üzleti környezet, az üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya, a túl sok munka túl kevés pénzért, a kudarcból való félelem, a hiányzó képességek, az elégtelen finanszírozás, a hiányzó társadalmi elismerés, a konkrét üzleti ötlet hiánya és az alapítótárs, csapat hiánya.

Érdekes, hogy a kezdőtőke hiányát jelölték legjelentősebb gátló tényezőként, ám a későbbi működés finanszírozása már csak közepesen alacsony hatással jelentkezik. A legalacsonyabb, 2 alatti átlaggal rendelkező tényezők a családi problémák, az általános érdeklődés hiány, a családtagok rosszallása, az előítéletek, a családi vállalkozással kapcsolatos negatív tapasztalat és a példaképek hiánya.

Az általam végrehajtott felmérés eredményei összhangban állnak az Európai Bizottság (2011) által kezdeményezett, fiatalokat vizsgáló kutatással, ahol a gátló tényezőként a kockázatosság, a komplikáltság, a finanszírozási források hiánya és a vállalkozói készségek hiánya jelent meg. Fontos azonban kiemelni, hogy a hivatkozott felmérés a fiatalokra irányult, nem kizárólag a fiatal vállalkozókra.

A serkentő tényezők vizsgálatához hasonlóan a gátló tényezők esetében is főkomponens elemzéssel redukáltam a rendelkezésre álló információkat. Ebben az esetben sem volt célom, hogy minden, a kérdőívbe bekerült tényezőt benn tartsak az elemzésben. Arra törekedtem, hogy a főkomponensek olyan információt tömörítsenek, amelyek segítségével a mintaátlagok mögött húzódó, mélyebb jelentések feltárhatóvá válnak.

A főkomponens elemzésbe a következő, fiatalok vállalkozóvá válását gátló tényezőket vontam be: üzleti kapcsolatrendszer hiánya, alacsony jövedelem, túl sok munka – túl kevés pénz, túl sok munka – túl kevés szabadidő, üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya, családi problémák, példaképek hiánya, előítéletek, kapcsolatok hiánya.

Az első főkomponens a variancia 46,41%-át magyarázza, mindegyik az elemzésbe bevont változót erősen hordozza magában. A főkomponens a „kapcsolatok hiánya” elnevezést kapta, mert a gátló tényezők közül az üzleti kapcsolatrendszer hiánya, az üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya és a kapcsolatok hiánya jelennek meg benne a legerőteljesebben. A második főkomponens a „vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők”-et tömöríti, mint az alacsony jövedelem, a túl sok munka – túl kevés pénz és a túl sok munka – túl kevés szabadidő. Ezek a típusú visszatartó tényezők azt sugallják, nem érdemes vállalkozni,

mert a befektetett munka és idő nem térül meg. A változók a vállalkozáshoz köthetők, ami nem elég perspektivikus, életképes ahhoz, hogy a fiatalok által elvárt szintű eredményességet produkálja. A harmadik főkomponens olyan, a vállalkozó fiataloktól független, a „külső körülményekhez köthető gátló tényezőket” tömörít, mint a családi problémák, a példaképek hiánya és az előítéletek. A változók jellemzője, hogy külső adottságként jelentkeznek, amelyek megváltoztatására a válaszadóknak nincs, vagy csak korlátozott lehetősége van.

A kapcsolatok főkomponenshez kapcsolódó érdekes eredmény, hogy azok a válaszadók, akinek a vállalkozása kevésbé eredményes, kitermeli a béreket és a működés költségeit, de nyereséget nem hoz, vagy veszteséges, a kapcsolatok hiányát inkább tekintik a vállalkozóvá válást gátló tényezőnek ($F=2,989, Sig.=0,032$).

Az elemzési munka során kialakított főkomponensek használatával, a nemek esetében a vállalkozásindítást serkentő és gátló tényezők között nem találtam szignifikáns eltérést.

A válaszadókat a kérdőív kitöltése során megkértem, hogy sorolják fel azokat a tulajdonságaikat, amelyek hátráltatták őket a vállalkozóvá válásban. A válaszokból készített szófelhőt a következő ábra szemlélteti.

5. ábra: Vállalkozóvá válást gátló tulajdonságok (N=243)

Forrás: saját szerkesztés, <https://monkeylearn.com/> segítségével



A leggyakrabban említett gátló tulajdonságok a lustaság (16 említés), a bizonytalanság (15 említés), a tapasztalatlanság, tapasztalatok, ismeretek hiánya (összesen 23 említés).

Összegzés

A kutatási eredmények alapján megerősítést nyert, hogy a fiatalok vállalkozóvá válása egy soktényezős, bonyolult folyamat, miközben nagyon más serkentő és gátló tényezőknek lehet szerepe különböző fiatalok vállalkozásindítási gyakorlatában. Megállapítható, hogy a családi vállalkozói háttér erős indítást jelenthet, de szerencsére az ilyen háttérrel nem rendelkezők is kompenzálhatják kellő belső motivációval ezt az indulási hátrányukat. A vállalkozásoktatásnak például abban lehet nagy szerepe, hogy a vállalkozásindítás lépéseit megismerjék, továbbá praktikus menedzsment ismeretek kapjanak a fiatalok. Az üzleti lehetőségek azonosításában és a kapcsolatépítési képességek fejlesztésében ugyanakkor jóval kisebb szerepe lehet a képzéseknek. A fiatal vállalkozók önértékelése szerint a kitarítás, a szorgalom, a kreativitás és a magabiztosság a vállalkozóvá válásukat leginkább segítő tulajdonságaik, miközben a lustaság, a bizonytalanság, a tapasztalatlanság, tapasztalatok, ismeretek hiánya az, ami leginkább gátolja őket.

Az önmegvalósítás, a függetlenség utáni vágy, hogy a saját főnököm legyek és a fejlődés nagyon erős motiváló tényezők a fiatalok körében. Szintén jelentős hatással bír a kihívások keresése, a nagyobb döntési autonómia, a potenciális nyereség, az anyagi függetlenség, a magasabb jövedelem, az üzleti lehetőség kiaknázása, a bizonyítási vágy, a tapasztalatszerzés és az üzleti ötlet megvalósítása. Közepes szerepe van a munka és család összeegyeztetésének, a hozzájárulásnak a közösség jólétéhez, a tanultak gyakorlati alkalmazásának, a kedvező gazdasági környezetnek, a magasabb presztízsnak, társadalmi státusznak és a társadalmi elismerésnek. A legalacsonyabbak az átlagok a tanulmányok során szerzett inspiráció, a példakép adta inspiráció, a családi, baráti motiváció, a családi hagyomány és a családi vállalkozás folytatása esetében. Megfigyelhető, hogy a magas átlagú tényezők esetében a szórás alacsonyabb, ezeket a megkérdezettek egyformán fontosnak tartják. Magas szórásértékek az inkább közepes és alacsony átlagokhoz tartoznak, ahol jelentős különbségek vannak a válaszadók bizonyos csoportjai között.

Az összes fiatal körében végzett kutatások alapján kiválasztott gátló tényezők közül nincs olyan, amit kiemelkedően akadályozónak éreznek a fiatal vállalkozók, így ezek a tényezők inkább a vállalkozni vágyó, de végül bele nem fogó fiatalok esetében bírnak nagyobb jelentőséggel. A legmagasabb, de még így is alacsony átlaggal a hiányzó kezdő tőke, a hiányzó üzleti tudás, az elégtelen gyakorlati tapasztalatok és az üzleti kapcsolatrendszer hiánya mint visszatartó tényező rendelkeznek.

Mindezek alapján, ha a változó gazdasági folyamatokhoz való alkalmazkodás érdekében a gazdaságpolitikai döntéshozók szeretnék növelni a fiatalok vállalkozói aktivitását, akkor az iskolai rendszerű vállalkozásoktatást

egységesen magas minőségben elérhetővé kell tenni középiskolai és felsőoktatási szinten. Ennek az országos oktatási hálózatnak a kialakításában és működtetésében a gazdasági kamarai rendszernek jelentős szerepe lehet egyrészt azért, hogy az egységes tananyagfejlesztést koordinálja és az oktatók továbbképzését megszervezi, továbbá azért, hogy a gyakorló vállalkozókat vendéglőadóként becsatornázza az ország minden pontján az oktatásba. Fontos ugyanakkor megállapítani, hogy ennek az egységes színvonalú országos képzési rendszernek a megvalósulása csak az első lépés a fiatalok vállalkozói aktivitásának a serkentésében, hiszen az oktatások kívül sok további tényező fejlesztése is szükséges. Például érdemes külön foglalkozni a vállalkozói családi háttérrel nem rendelkező fiatalokkal, hogy náluk az „otthonról hozott” magasabb érzelmi és tudásbeli belépési küszöböt sikerrel lehessen kompenzálni.

Irodalomjegyzék

- European Commission (2011). Youth on the move. Analytical Report. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_319b_en.pdf
Letöltés ideje: 2021.05.04
- Koltai, J. & Szalka, É. (2013). A vállalkozói hajlandóság vizsgálata a női hallgatók körében Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 44(7-8), 71-97.
- KSH (2018). Működő, valódi új, valódi megszűnt vállalkozások száma gazdálkodási forma szerint. Elérhető: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qvd011.html Letöltés ideje: 2021.04.22
- Sajtos L. & Mitev, A. (2007). *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv* Alinea Kiadó, Budapest
- S. Gubik, A. & Farkas, Sz. (2013). Vállalkozói attitűdök kutatása egyetemi-főiskolai hallgatók körében. *Vezetéstudomány*, 44(7-8), 5-17.
- Székelyi, M. & Barna, I. (2005). *Túlélőkészlet az SPSS-hez*. Typotex Kiadó, Budapest
- Szerb, L. & Lukovszki, L. (2013). Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? *Vezetéstudomány*, 44(7-8), 9 30-40.

Mellékletek

Ösztönző tényezők vizsgálata

1. melléklet: Kommunalitások

Forrás: saját szerkesztés

Communalities		
	Initial	Extraction
Anyagi függetlenség	1,000	0,606
Családi hagyomány	1,000	0,742
Fejlődés	1,000	0,711
Kihívások keresése	1,000	0,811
Bizonyítási vágy	1,000	0,598
Magasabb jövedelem	1,000	0,788
Potenciális nyereség	1,000	0,729
Családi vállalkozás folytatása	1,000	0,741
Családi, baráti motiváció	1,000	0,538
Üzleti lehetőség kiaknázása	1,000	0,459
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

2. melléklet: Magyarázott variancia

Forrás: saját szerkesztés

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,272	32,72	32,72	3,272	32,72	32,72
2	1,874	18,74	51,46	1,874	18,74	51,46
3	1,578	15,776	67,236	1,578	15,776	67,236
4	0,714	7,142	74,378			
5	0,632	6,319	80,697			
6	0,559	5,592	86,289			
7	0,48	4,8	91,089			
8	0,361	3,607	94,695			
9	0,307	3,069	97,764			
10	0,224	2,236	100			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

3. melléklet: Komponens mátrix

Forrás: saját szerkesztés

Component Matrixa			
	Component		
	Pénzügyi előnyök	Családi értékek	Belső motiváció
Anyagi függetlenség	0,590	-0,199	-0,467
Családi hagyomány	0,402	0,762	0,012
Fejlődés	0,613	-0,196	0,545
Kihívások keresése	0,651	-0,109	0,612
Bizonyítási vágy	0,615	-0,018	0,468
Magasabb jövedelem	0,687	-0,185	-0,530
Potenciális nyereség	0,730	-0,218	-0,386
Családi vállalkozás folytatása	0,313	0,782	-0,176
Családi, baráti motiváció	0,234	0,694	0,030
Üzleti lehetőség kiaknázása	0,651	-0,165	-0,086

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 3 components extracted.

Gátló tényezők vizsgálata

4. melléklet: A KMO és Bartlett's teszt eredménye

Forrás: saját szerkesztés

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1022,406
	df	36
	Sig.	0,000

5. melléklet: Kommunalitások

Forrás: saját szerkesztés

Communalities		
	Initial	Extraction
Üzleti kapcsolatrendszer hiánya	1,000	0,823
Alacsony jövedelem	1,000	0,682
Túl sok munka, túl kevés pénz	1,000	0,831
Túl sok munka, túl kevés szabadidő	1,000	0,758
Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya	1,000	0,618
Családi problémák	1,000	0,687
Példaképek hiánya	1,000	0,751
Előítéletek	1,000	0,675
Kapcsolatok hiánya	1,000	0,849
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

6. melléklet: Magyarázott variancia

Forrás: saját szerkesztés

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,177	46,413	46,413	4,177	46,413	46,413
2	1,423	15,812	62,225	1,423	15,812	62,225
3	1,074	11,931	74,156	1,074	11,931	74,156
4	0,567	6,301	80,457			
5	0,481	5,348	85,805			
6	0,472	5,249	91,054			
7	0,388	4,310	95,364			
8	0,235	2,615	97,979			
9	0,182	2,021	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

6. melléklet: Komponens mátrix

Forrás: saját szerkesztés

	Component Matrixa		
		Component	
	Kapcsolatok hiánya	Vállalkozás eredményességéhez köthető gátló tényezők	Külső körülményekhez köthető gátló tényezők
Üzleti kapcsolatrendszer hiánya	0,685	-0,557	-0,209
Alacsony jövedelem	0,730	0,271	-0,277
Túl sok munka, túl kevés pénz	0,729	0,453	-0,306
Túl sok munka, túl kevés szabadidő	0,647	0,504	-0,292
Üzleti támogatás (inkubáció, tanácsadás, mentoráció) hiánya	0,690	-0,343	-0,158
Családi problémák	0,604	0,365	0,435
Példaképek hiánya	0,680	-0,064	0,533
Előítéletek	0,643	-0,009	0,511
Kapcsolatok hiánya	0,714	-0,570	-0,123

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 3 components extracted.