



S. Gubik Andrea

Karriertervek a magyar egyetemisták körében – a
GUESSS 2023 kutatás eredményei

GEMI Műhelytanulmányok 2024/2., 36 p., 2024. december

S. Gubik Andrea

Karriertervek a magyar egyetemisták körében – a
GUESSS 2023 kutatás eredményei

ME GEMI
Miskolc, 2024

Kiadja:

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
Gazdaságelméleti és Módszertani Intézet
H-3515 Miskolc-Egyetemváros
gemi@uni-miskolc.hu

Kiadásért felelős:

Bartha Zoltán

Szerkesztésért felelős:

S. Gubik Andrea

Szerző:

S. Gubik Andrea
Miskolci Egyetem
andrea.gubik@uni-miskolc.hu

Szakmai lektorálás:

Farkas Szilveszter, ny. főiskolai tanár

ISBN 978-963-358-367-8

ISSN 2939-5038

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
1 SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	5
2 A GUESSS KUTATÁS	7
2.1 Célkitűzések	7
2.2 Adatfelvételek	8
2.3 A 2023-as magyarországi adatbázis rövid bemutatása	8
3 EREDMÉNYEK	12
3.1 A karrierválasztás szempontjai	12
3.1.1 Nemek szerinti eltérések	13
3.1.2 Képzési terület szerinti eltérések	14
3.1.3 Családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérés	16
3.1.4 Nemzetiségi különbségek	17
3.2 A karrierelképzelések időbeli alakulása	18
3.3 Az egyetemi vállalkozói ökoszisztéma megítélése	20
3.4 Vállalkozói hajlandóság nemzetközi kitekintésben	22
3.5 Születőben lévő vállalkozások	24
3.6 Vállalkozói tevékenység	25
4 ÖSSZEFOGLALÁS	28
FELHASZNÁLT IRODALOM	30
ABSZTRAKT	36

BEVEZETÉS

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

A jelen korunk változásai, mint például a digitalizáció és a gazdaság ebből következő drasztikus átalakulása, amely a munkaerőpiac változásával is jár (Leone & Cascio, 2020), tovább növelik a vállalkozói életpálya szerepét. Az üzleti életben jelentős személyiségjegyek és készségek a nagyvállalatokon belül is előnyösnek bizonyulnak, az intrapreneurship (Wennekers & Thurik, 1999) vagy a vállalativállalkozói szellem (corporate entrepreneurship) (Bouchard & Fayolle, 2018) fogalma a nagyvállalatok azon törekvésére utal, hogy az alkalmazottak vállalkozóibb viselkedésével magasabb teljesítményt érjenek el.

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

Felismerve a fiatalok vállalkozói szerepét, számos jelentés jelent meg, amelyek ajánlásokat fogalmaznak meg az oktatásra (módszertani és tartalmi) és a nyújtott szolgáltatások korszerűsítésére a vállalkozói szándék és tevékenység növelése érdekében (EC, 2013; Eurofound, 2015; EYE, 2015).

E jelentés célja a magyarországi helyzet rövid ismertetése. Ehhez a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) 2023-as adatbázisát használjuk. 2023-ban a kérdőívet minden olyan felsőoktatási intézménynek elküldtük, amely több mint 1000 hallgatónak nyújt képzést, és a felsőoktatási intézmények támogató hozzáállásának, valamint a diákok kutatás iránti nyitottságának köszönhetően 22 intézményből 14720 érvényes választ

kaptunk. Az adatbázis rövid bemutatása után az egyetemi hallgatók karrierterveit ismertetjük, majd a nem, a képzési terület és a családi vállalkozói háttér szerepét mutatjuk meg a döntés alakulásában. Kitérünk a vállalkozói szándék időbeli alakulására is, majd nemzetközi összehasonlításban mutatjuk be az adatokat. Végezetül bemutatunk néhány statisztikai adatot a működő és születőben lévő hallgatói vállalkozásokról.

Ahhoz, hogy képet kapjunk a korábbi évek tendenciáiról, érdemes áttekinteni a korábbi magyarországi felmérések eredményeit (Gubik, 2014, Gubik és Farkas, 2016a, 2017, 2019a és 2022), és néhány további cikket, amelyek a téma egyes további aspektusaival foglalkoznak (Gubik és Farkas, 2016b, 2019b, Gubik & Bartha, 2018, 2021, Bartha, Gubik és Bereczk, 2019; Gubik, 2021, Gubik és Vörös 2023).

1 SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A vállalkozói hajlandóság kutatása elsősorban a létrejövő vállalkozások mértékére, jellemzőire fókuszál, továbbá azokra a tényezőkre, amelyek az egyének elképzeléseit alakítják. A vállalkozói hajlandóság befolyásoló tényezőit több szinten elemezhetjük. A munkák egy része az egyénre fókuszál, más források az egyén környezetét (család, barátok, felsőoktatás) elemzik, de tágabb kontextusba helyezve a kultúra szerepe is felmerül és döntőnek bizonyul a vizsgálatokban.

A szakirodalom hangsúlyozza, hogy a vállalkozói döntések összetettek, és azok értelmezésében különféle modellek nyújthatnak segítséget. Ezek a modellek – például a szociális kognitív elmélet (Bandura, 1977, 1989), a vállalkozási esemény modell (Shapiro & Sokol, 1982), a vállalkozás konceptuális modellje (Szerb, 2010) vagy a tervezett magatartás elmélete (Ajzen, 1991) – az egyéni, társadalmi és intézményi tényezők komplex rendszerét tárják fel.

Az egyéni szint a demográfiai tényezők (mint például a nem, az életkor és a családi állapot), a személyiségjegyek, a készségek, a képességek, a tudás, a motivációk és az attitűdök szerepével foglalkozik a vállalkozási elképzelések alakulásában. A vállalkozói tevékenység és a vállalkozói hajlandóság jellegzetes eltéréseket mutat a demográfiai tényezők mentén, a szakirodalom például a férfiak körében gyakran magasabb vállalkozói értékeket talál (Camelo-Ordaz et al., 2016; Ward et al., 2019), de ezek mögött a demográfiai eltérések mögött sokszor a személyiségvonások (például a kockázatvállalás, függetlenség iránti igény, énhatékonyság), az attitűdök és a motivációk eltérései állnak (Gubik, 2021). A kor szerinti eltérések is eredhetnek az összegyűjtött tapasztalat és tudás miatti eltérésekből. A személyiségjegyek közvetetten befolyásolják a viselkedést és a teljesítményt (Kanfer, 1992), így kiemelt szerepet játszanak a vállalkozói szándék vizsgálatában is (Wach & Głodowska, 2021).

A társadalmi környezet vállalkozói szándéokra gyakorolt hatását illetően egyfelől a vállalkozás általános elfogadottsága és státusza emelhető ki. A vállalkozókat pozitívan megítélő társadalmakban magasabb vállalkozói hajlandóságot tapasztalhatunk (Turulja et al., 2020; Nowiński et al., 2020; Shamsudin, 2017; Doanh, 2021). A másik megközelítés a kultúra vállalkozásban betöltött szerepére fókuszál (Thurik & Dejardin, 2012; Thomas & Mueller,

2000; Shane et al., 1991; Zhao et al., 2012). A normák és értékek a társadalmi kultúra részét képezik, és ezek lenyomata hosszú távú eltéréseket eredményez a vállalkozói statisztikákban.

Az egyéni értékek, amelyek a szocializáció során alakulnak ki, jelentős hatással lehetnek az egyetemisták vállalkozói törekvéseire (Eyel et al., 2020; Çera et al., 2018). E folyamat elsődleges színtere a család, amely így a vállalkozói elképzelések szempontjából is meghatározó (Belas et al., 2017; Gubik & Farkas, 2019; Shamsudin, 2017). A szakirodalom szerint az önfoglalkoztatás választásában nagy szerepe van a családi vállalkozói mintának (Mungal-Valemuri, 2011). A szerepmodellek kulcsfontosságúak a személyes döntéshozatali folyamatban (Bosma, 2012), és ezek a modellek gyakran a családból származnak. Bizonyos körülmények között a családi vállalkozás vállalkozói tapasztalatként is megjelenhet, és így a családi vállalkozás jelentősen meghatározza a karrierterveket. Nyilván nem csak a családi minta lehet meghatározó, az új vállalkozást létrehozó fiatalok is példaként szolgálhatnak más fiatalok számára (Green, 2013).

Az oktatás vállalkozói hajlandóság alakulásában játszott szerepe gyakran vizsgált téma a vállalkozói irodalomban (Wach & Głodowska, 2019; Kobylińska & Lavios, 2020). Az oktatásnak egyfelől közvetlen hatása van a vállalkozói szándéokra (Nowiński et al., 2017, Maresch et al., 2016; Turker & Selcuk, 2009; Kramarz et al., 2019, Karyaningsih et al., 2020, Remeikienė et al., 2013) és a vállalkozásindításra (Morris et al., 2017). Azonban e mellett közvetetten is befolyásolja a hallgatók döntéseit. Az oktatás a szakirodalom szerint növeli az én-hatékonyságot (Egerová et al., 2017) és így hozzájárulhat ahhoz, hogy az egyének sikeres vállalkozást működtessenek (Kolstad és Wiig, 2015, Holienka et al. 2016), foglalkoztathatóbbá váljanak (Ling & Venesaar, 2015; Guerrero et al., 2020).

A műhelytanulmány a hallgatók karrierelképzeléseinek különösen a vállalkozói elképzeléseknek a jelenlegi trendjeit mutatja be néhány, a szakirodalmon alapuló kiválasztott szempont, így a nemek, a képzési terület és a családi vállalkozói háttér mentén.

2 A GUESSS KUTATÁS

A 2003 óta tartó GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) felmérést a svájci St. Galleni Egyetem és a Berni Egyetem szervezi. Magyarországon a kutatással kapcsolatos feladatokat (adatgyűjtés, elemzések, disszemináció) Farkas Szilveszter és S. Gubik Andrea (Miskolci Egyetem) koordinálja.

2.1 Célkitűzések

A GUESSS a hallgatók vállalkozásindítással kapcsolatos elképzeléseit és vállalkozási tevékenységét vizsgálja kérdőíves megkérdezés keretében. A vállalkozásindítási folyamat mélyebb megértése érdekében elemzi a hallgatók karrierelképzeléseit a diploma megszerzése után és néhány év elteltével, a vállalkozással kapcsolatos elképzeléseiket, próbálkozásaikat, vállalkozói aktivitásukat. Kérdéseket tartalmaz a döntés szempontjából a szakirodalomban fontosnak ítélt legfontosabb tényezőkről, így a személyiségjegyekről (én-hatékonyság, kockázatvállalás, belső kontroll), az egyéni jellemzőkről (nem, kor, családi állapot) a családi háttérrel (családi vállalkozói tapasztalatok és az egyetemi tanulmányokról (kar, évfolyam, vállalkozói tárgyak és programok). Az egyén környezetének befolyásoló hatását egyfelől a szubjektív norma, másfelől pedig az egyetemi vállalkozói atmoszféra megítélésének mérésével számszerűsíti (kurzusok, szolgáltatások, atmoszféra).

A vállalkozóvá válásra vonatkozó döntés és a vállalkozói aktivitás alapvető kérdései mellett a kérdőív lehetőséget ad további meghatározó szempontok, így például a társadalmi identitás, a motivációk, a Covid-19 és egyéb befolyásoló tényezők hatásának a tesztelésére.

A kérdések egy része minden adatfelvétel során visszatér és az időbeli összehasonlítás alapjául szolgál, egyes kérdésblokkok viszont alkalmazkodva a lekérdezés idején legégetőbb szakmai kérdésekhez, folyamatosan megújulnak (pl. Covid-19 kérdések, SDG célok).

2.2 Adatfelvételek

A 2003-ban két ország részvételével indult kutatás fokozatosan a téma egyik legjelentősebb adatforrásává vált. 2023-ban, a 10. adatgyűjtés alkalmával 57 ország 226 718 diákjának válaszait sikerült összegyűjteni. Magyarországon 2023-ban 14720 érvényes kérdőív érkezett be.

Az ismétlődő felmérések és a folyamatos visszajelzések eredményeként az időbeli változások is elemezhetők. Mivel Magyarország 2006-ban csatlakozott a kutatáshoz, 17 év eredményei hasonlíthatók össze. A résztvevő országok és egyetemek számának növekedésével pedig földrajzi összehasonlítás is lehetővé válik.

A kutatás során minden olyan magyarországi felsőoktatási intézményt megkerestünk, ahol a hallgatók száma meghaladta az 1000 főt. Arra kértük őket, hogy a Neptun rendszerükön keresztül küldjék el a kérdőív felhívását hallgatóiknak. Voltak olyan intézmények, amelyek más csatornákon (pl. hallgatói hírlevél, egyetemi honlap vagy Facebook) keresztül szólították meg hallgatóikat.

2.3 A 2023-as magyarországi adatbázis rövid bemutatása

2023-ban 14 720 érvényes kérdőív érkezett be Magyarországon. A kérdőívre 22 egyetem hallgatói válaszoltak. Az alábbiakban röviden bemutatjuk a felsőoktatási intézmények, képzési területek, nemek és életkor szerinti eltéréseket, majd az eredmények fejezetben a hallgatók karrierválasztási döntéseit és annak néhány alakítóját ismertetjük. Az 1. táblázat a magyarországi résztvevők megoszlását mutatja a válaszadók felsőoktatási intézményei szerint.

1. táblázat: A GUESSS 2023 felmérés résztvevőinek megoszlása felsőoktatási intézmények szerint

	Válaszadók száma	%	Hallgatók száma a 2022/23 őszi tanévben*	Válaszadási arány
Budapesti Gazdasági Egyetem	1288	8,8	18196	6,9
Budapesti Metropolitan Egyetem	96	0,7	6786	1,5
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem	1504	10,2	20756	7,5
Budapesti Corvinus Egyetem	113	0,8	11021	1,1
Edutus Egyetem	166	1,1	998	16,8
Eötvös Loránd Tudományegyetem	135	0,9	35779	0,4
Eszterházy Károly Egyetem	195	1,3	6389	3,2
Gál Ferenc Egyetem	40	0,3	1335	3,1
Magyar Testnevelési és Sporttudományi Egyetem	171	1,2	2364	6,9
Kodolányi János Egyetem	35	0,2	2682	1,5
Óbudai Egyetem	925	6,3	11753	8,0
Pázmány Péter Katolikus Egyetem	622	4,2	8243	7,8
Semmelweis Egyetem	1121	7,6	12302	8,6
Széchenyi István Egyetem	816	5,5	12354	6,7
Debreceni Egyetem	2811	19,1	29954	9,4
Dunaújvárosi Egyetem	253	1,7	1647	13,9
Miskolci Egyetem	791	5,4	8954	9,0
Pannon Egyetem	192	1,3	5241	4,1
Pécsi Tudományegyetem	877	6,0	22325	3,9
Soproni Egyetem	140	1,0	2847	5,2
Szegedi Tudományegyetem	2258	15,3	21977	10,4
Állatorvostudományi Egyetem	127	0,9	2064	6,0
Egyéb	44	0,3	47599	0,1
Összesen	14720	100,0	293566	5,1

Forrás: Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis és a *Felsőoktatási Statisztika alapján:
https://dari.oktatas.hu/firstat.index?fir_stat_ev=2022

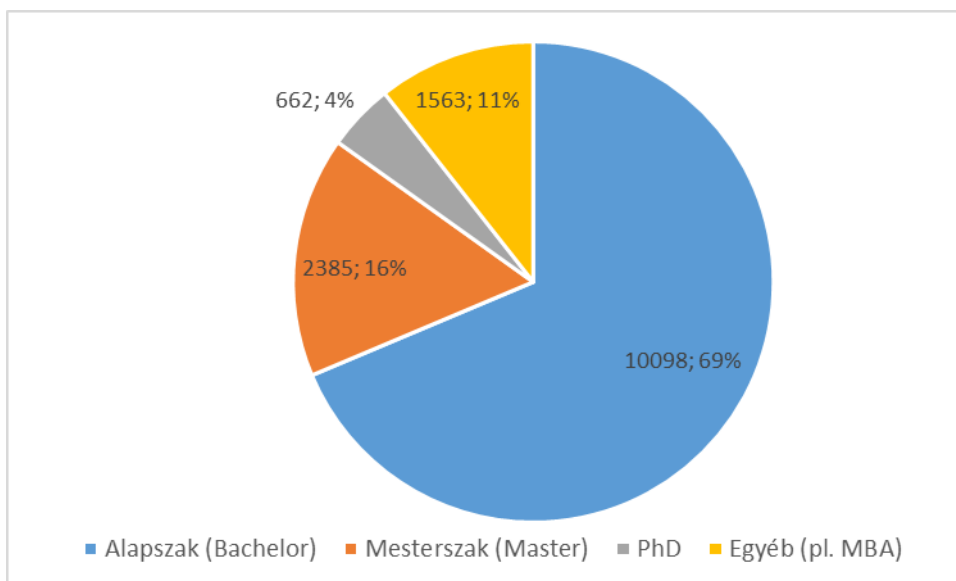
A válaszadók 17,1%-a tanult a műszaki tudományok kerületén, 20,1%-a pedig gazdálkodás és menedzsment, valamint közgazdaságtani tanulmányokat folytat. A számítástechnika/információs technológia területének hallgatói 10,2%-ot, a bölcsészettudományi területek hallgatói 6,4%-ot képviseltek a mintában. Orvostudományok területén 19,6% folytat tanulmányokat, társadalomtudományi szakokon pedig 6,1% tanul. Végül a válaszadók 5,8%-a állam- és jogtudományi, 4,8 százaléka pedig természettudományi tanulmányokat folytat.

2. táblázat: A GUESSS 2023 felmérésben résztvevők megoszlása tanulmányi terület szerint

	Abszolút gyakoriság (N)	Relatív gyakoriság (%)	Érvényes relatív gyakoriság (%)	Kumulatív relatív gyakoriság (%)
Bölcsészettudományok (Nyelvtudomány és kultúra-orientált tanulmányok, vallás, filozófia, történelem)	948	6,4	6,4	6,4
Gazdálkodás és menedzsment	1551	10,5	10,5	17,0
Számítástechnika/Információs technológia	1502	10,2	10,2	27,2
Közgazdaságtudományok	1412	9,6	9,6	36,8
Műszaki tudományok (beleértve építészet)	2511	17,1	17,1	53,8
Orvostudományok és egészség tudományok	2892	19,6	19,6	73,5
Állam- és jogtudományok	850	5,8	5,8	79,3
Matematika	66	0,4	0,4	79,7
Természettudományok	713	4,8	4,8	84,6
Művészettudományok (pl. művészet, dizájn, színművészet, zene)	159	1,1	1,1	85,6
Társadalomtudományok (pl. pszichológia, politológia, oktatástudomány)	900	6,1	6,1	91,8
Egyéb	1214	8,2	8,2	100,0
Összesen	14718	100,0	100,0	

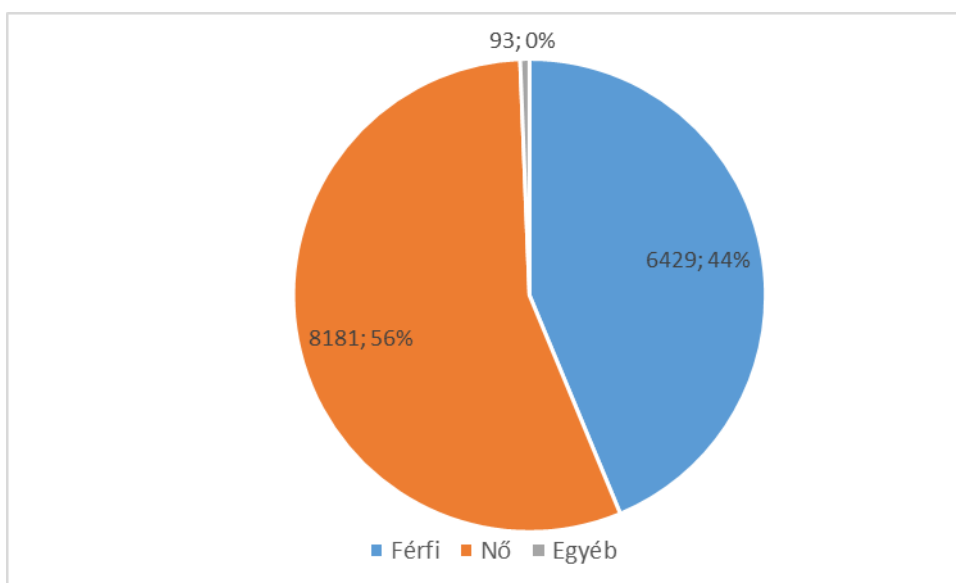
Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

A válaszadók túlnyomó többsége (69%) BSc szintű tanulmányokban vesz részt. Az MSc hallgatók aránya a mintában jóval alacsonyabb volt (16%). A válaszadók nemét tekintve a mintában nagyobb volt a nők aránya (56%).



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

1. ábra: Képzési szintek szerinti megoszlás (%)



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

2. ábra: Nemek szerinti megoszlás (%)

2023-ban a kérdőívet két nyelven (magyarul és angolul) küldtük ki a hallgatóknak, hogy a Magyarországon tanuló külföldi hallgatók is részt vehessenek a felmérésben. A válaszadók 78,9%-a vallotta magát magyarnak, 15,1%-a pedig külföldről származott. A válaszadók 6%-a nem válaszolt erre a kérdésre. A kérdőívet kitöltött nemzetközi hallgatók legnagyobb aránya indiai (6,11%), nigériai (5,3%), jordániai (4,9%), egyiptomi (4,6%), iráni (3,7%) és szíriai (3,5%) volt.

3 EREDMÉNYEK

Első lépésben a kérdőívet kitöltő hallgatók karrierelképzeléseit és azok néhány alakító tényezőjét mutatjuk be, majd az elképzelések időbeli alakulását. Az egyetemi környezet, kurzusok és szolgáltatások megítélését követően a hallgató vállalkozásokkal összefüggő legfontosabb leíró adatokat ismertetjük.

3.1 A karrierválasztás szempontjai

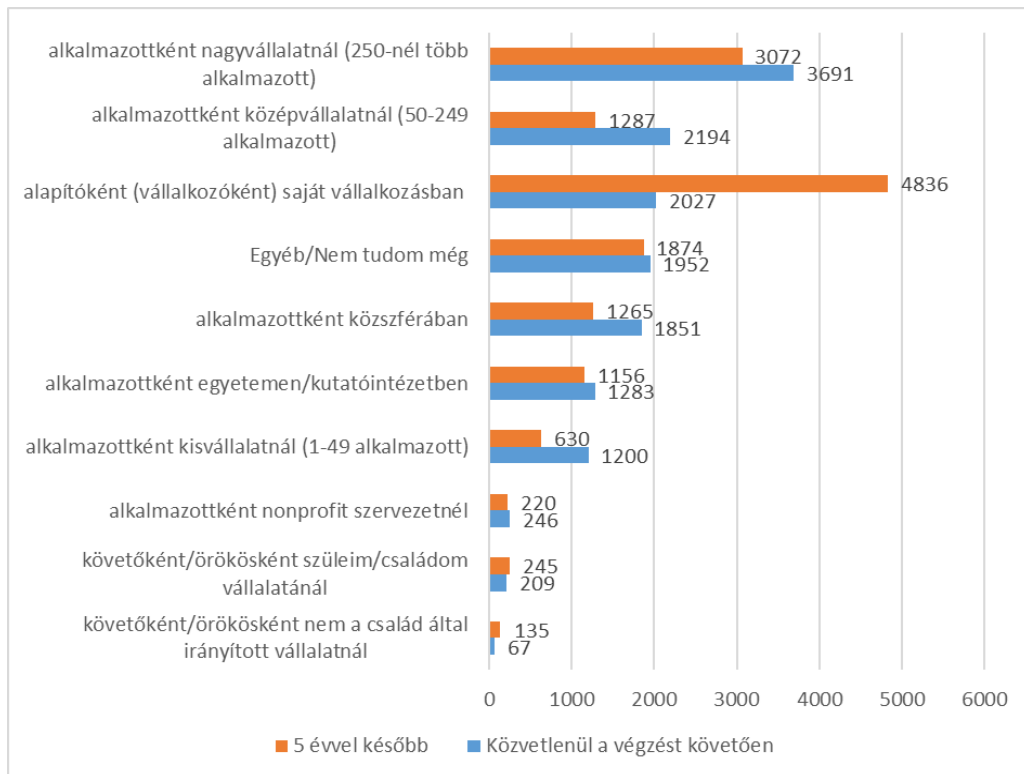
A válaszadók karrierelképzeléseire irányuló kérdés két időpontra vonatkozóan tudakolta a hallgatói terveket. Egyrészt arra voltunk kíváncsiak, hogy milyen pályát képzelnek el maguknak a diploma megszerzése után, majd pedig hogy 5 évvel később milyen területen képzelik el magukat.

Nemcsak az erre a kérdésre adott válaszokat, hanem egy további, az eredeti kérdésből számított változót is (Alkalmazott, Alapító, Örökös, Egyéb) felhasználtunk az elemzés során.

Ahogy az 1. ábra mutatja, a hallgatók jelentős része közvetlenül a diploma megszerzése után egy nagy- vagy középvállalatnál szeretne elhelyezkedni. A harmadik leggyakrabban említett válasz a saját vállalkozás elindítása, amelyet a válaszadók 13,8%-a jelölt meg.

A legtöbb válaszadó a munkavállalói karriert részesíti előnyben, a diploma megszerzése után (71,1%), öt évvel később 51,8% jelölt meg ilyen kategóriákat. Öt évvel később azonban a munkavállalói pálya vonzereje csökken, amit a vállalkozói pályát tervezők arányának növekedése vált fel. A saját vállalkozást indítók aránya jelentősen megugrik (13,8%-ról 32,9%-ra) a vizsgált időtávok között. Kismértékben (1,9%-ról 2,6%-ra) nő a vállalkozás átvételét tervezők aránya is. A vállalkozói elképzelések (mint alapító vagy örökös) növekedése arra utalhat, hogy a hallgatók munkavállalóként szeretnének olyan szakmai tapasztalatot szerezni, amelyet vállalkozói pályájuk során hasznosítani tudnak.

A tudományos élet és a közszolgálat iránti érdeklődés mindkét időszakban mérsékelt, a nonprofit szektor vonzereje pedig különösen alacsony a fiatalok számára. Mindkét időpontban magas azoknak az aránya, akik bizonytalanok a jövőbeli karrierjüket illetően (13,3 és 12,7%).



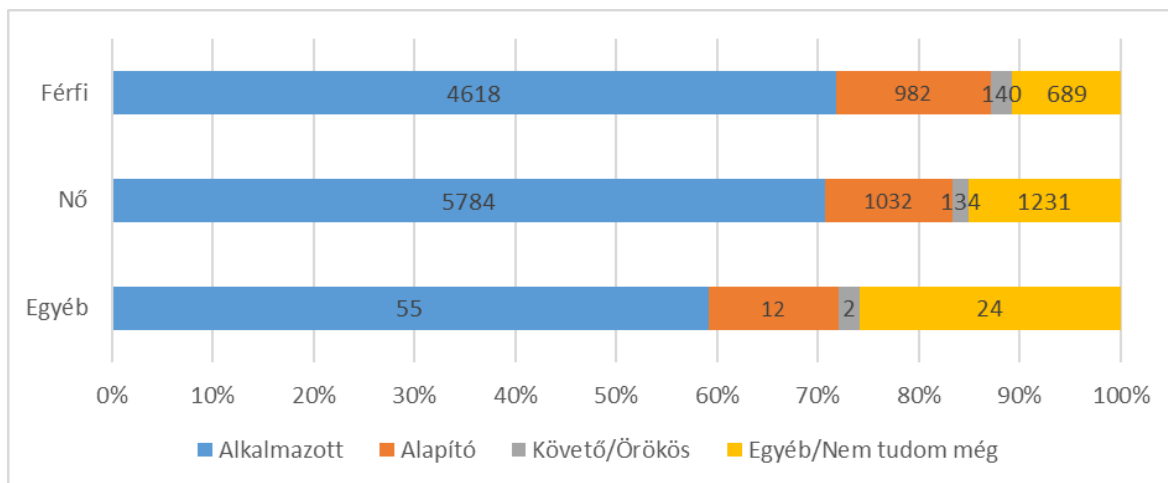
Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

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

3.1.1 Nemek szerinti eltérések

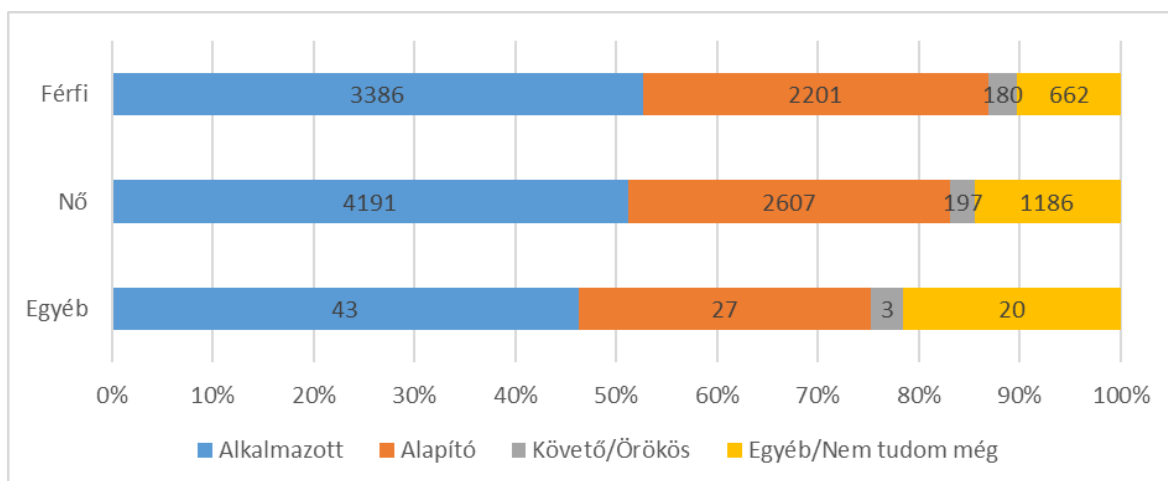
Az adatok azt mutatják, hogy alig valamivel több férfi tervez alkalmazotti karriert, mint nő. Az alkalmazotti kategórián belül azonban vannak nemek közötti eltérések. A nők nagyobb valószínűséggel terveznek a közszférában dolgozni, mint a férfiak (a nők esetében 15,8%, a férfiaknál 8,6% az összes válaszon belül). A férfiak viszont szívesebben dolgoznának nagyvállalatoknál. A diploma megszerzése utáni öt évre vonatkozó adatok azt mutatják, hogy a munkavállalói karrier vonzereje csökken, és a vállalkozói pálya nemtől függetlenül minden válaszadó körében vonzóbbá válik (férfi: 34,2%, nő: 31,9%, egyéb: 29%).

A nőknél mindkét időszakban nagyobb az egyéb/nem tudom választ adók aránya, és különösen magas a karrierbizonytalanság a magukat egyéb nemként megjelölő válaszadók esetén.



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

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



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

5. ábra: A karriertervek nemek szerinti eltérései 5 év után (% , fő)

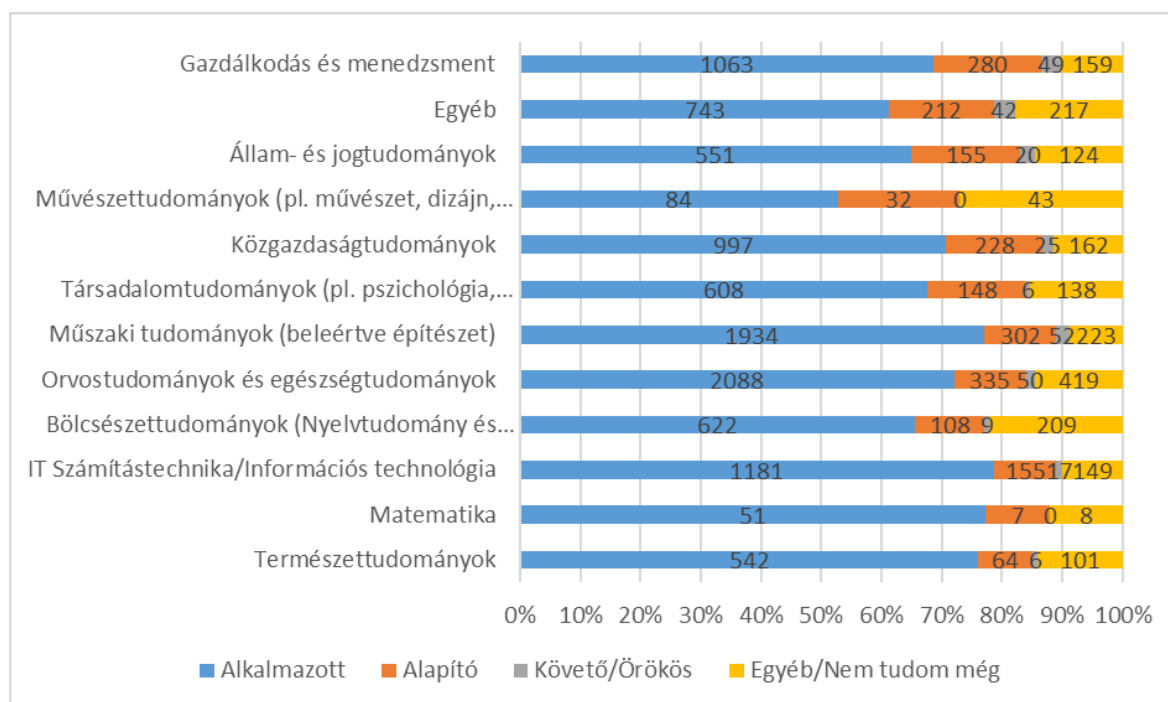
3.1.2 Képzési terület szerinti eltérések

A diploma megszerzése után az alkalmazotti pálya választása a számítástechnika/informatika szakos hallgatók körében a legmagasabb, 78,6%. Ezt követi a matematika 77,3%-kal; a mérnöki területek (beleértve az építészetet) 77,0%-kal és a természettudományok 76%-kal. Öt évvel a diploma megszerzése után minden képzési területen csökken a munkavállalói karriert előnyben részesítők aránya, azonban továbbra is ezeken a területeken a legmagasabb.

Ami a vállalkozói terveket illeti (alapítóként vagy örökösként), a gazdálkodás- és szervezéstudományok (21,2%), az állam- és jogtudományok (20,6%) és a művészettudományok (pl. művészet, dizájn, színművészet, zene) (20,1%) hallgatói között volt a legmagasabb a vállalkozói karriert preferáló hallgatók aránya. Ezt követik a közgazdaságtudományok (17,9%) és a társadalomtudományok (pl. pszichológia, politológia, oktatástudomány) (17,1%).

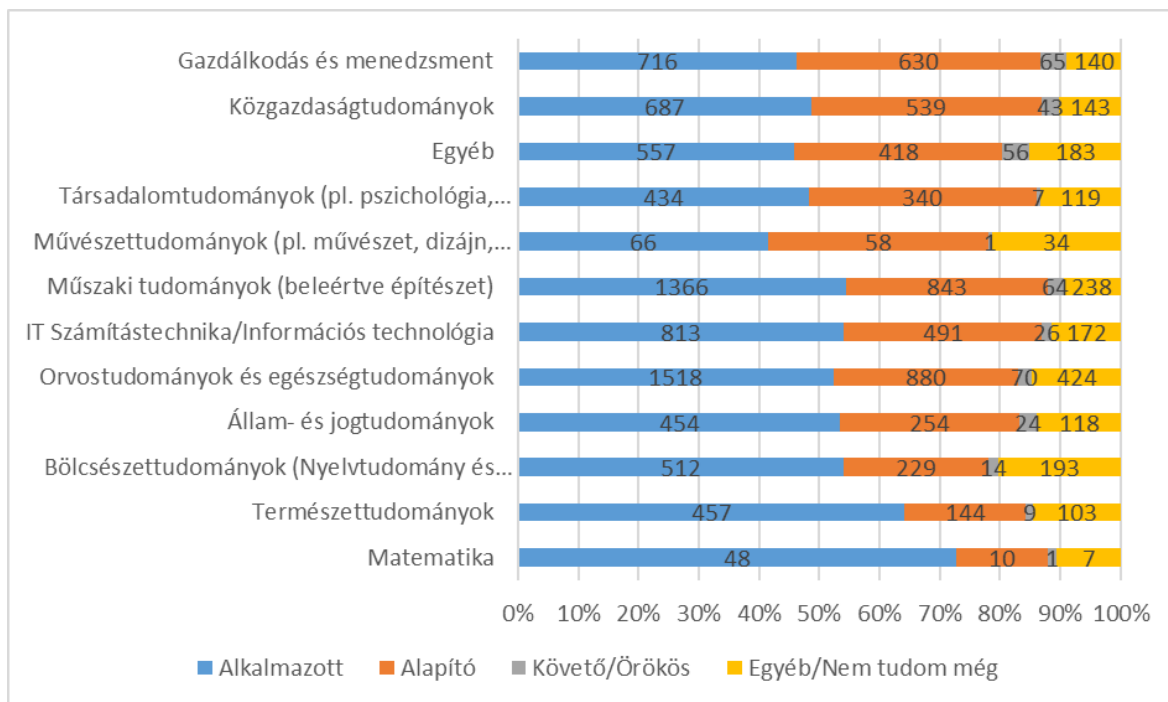
A karriertervek képzési területek szerinti elemzése azt mutatta, hogy a művészettudományok terén magasabb azoknak a hallgatóknak az aránya, akik nem szakmai karrierben gondolkodnak vagy bizonytalanok ("Egyéb/még nem tudom" válasz). Öt évvel a tanulmányok befejezése után mindegyik képzési területen nőtt azon válaszadók aránya, akik saját vállalkozást terveztek, a legmagasabb arány a gazdálkodás és menedzsment területén figyelhető meg (40,6%).

Az eredményeket a 6. és az 7. ábra mutatja be, mindkettő a vállalkozói karriert (alapító és örökös) választók arányának sorrendjében szemlélteti a képzési területek adatait.



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

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



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

7. ábra: A karriertervek képzési terület szerinti eltérései 5 év után (% , fő)

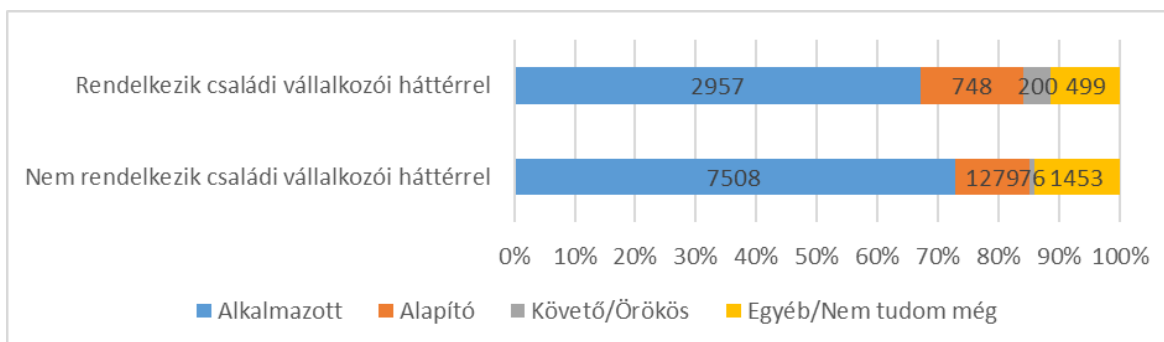
3.1.3 Családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérés

A családi vállalkozási háttér befolyással van a karriertervekre és a vállalkozásalapításra is. A „családi vállalkozói háttér” kifejezés arra a helyzetre utal, amelyben az egyik szülő (vagy mindkettő) önálló vállalkozó, vagy többségi tulajdonosa egy vállalkozásnak a felmérés elkészítésének időpontjában.

A felmérés eredményei azt mutatták, hogy a szülők vállalkozói tapasztalata van a legjelentősebb hatással a válaszadók terveire. A családi vállalkozói tapasztalatok a megkérdezés idejétől függetlenül növelték annak esélyét, hogy a válaszadó alapítóként vagy utódként vállalkozóvá akarjon válni. A diploma megszerzése után a családi vállalkozással rendelkezők 17,0%-a tervez vállalkozást indítani, szemben a családi vállalkozással nem rendelkezők 12,4%-os arányával. Öt évvel később a családi vállalkozói háttérrel nem rendelkezők körében is nagyobb a szándék a saját vállalkozás indítására. A vállalkozói-nem vállalkozói háttér azonban hosszú távon is megőrzi a karrierelképzelésekben a két csoport között megfigyelhető különbséget. A családi vállalkozói háttér további hatása a vállalkozás átvételi terveiben is megmutatkozik. A végzést követően a családi vállalkozói háttérrel

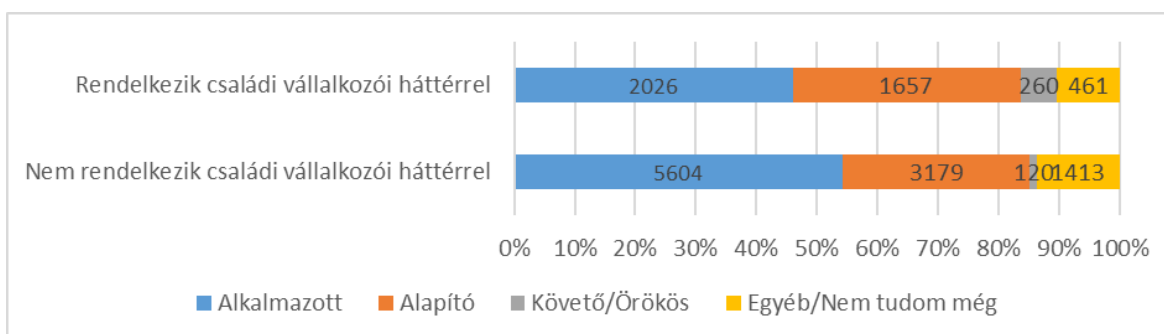
rendelkező hallgatók 4,5%-a, öt évvel később pedig már 5,9%-a számol az utódlás lehetőségével.

A vállalkozói tapasztalat hiánya nemcsak a munkavállalói preferencia valószínűségét növelte, hanem a válaszadók bizonytalanságát is a jövőbeli karrierjükkel kapcsolatban („Egyéb/Nem tudom” válasz).



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

8. ábra: A karriertervek családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérései közvetlenül a tanulmányok befejezése után (% , fő)



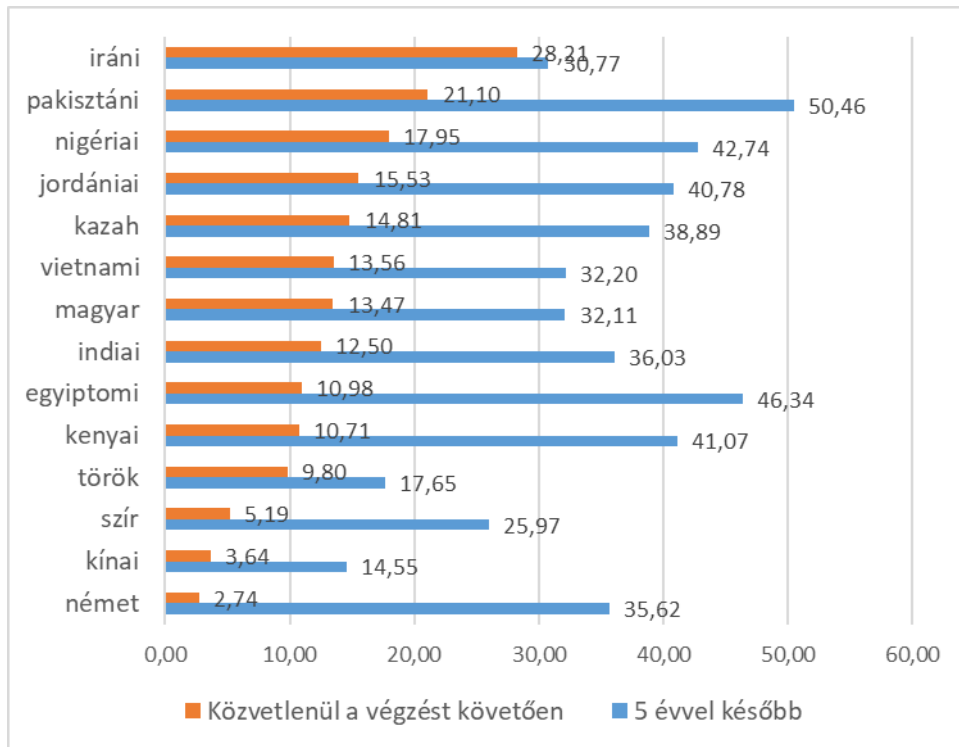
Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

9. ábra: A karriertervek családi vállalkozói tapasztalatok szerinti eltérései 5 év után (% , fő)

3.1.4 Nemzetiségi különbségek

A magyarországi felsőoktatásban tanuló magyar és külföldi hallgatók vállalkozói elképzeléseiben jelentős eltérések tapasztalhatók. A magyar egyetemek hallgatóinak átlagos 13,8% vállalkozói aránya mögött érdemi nemzetiségi eltérések láthatók. A 10. ábrán azon nemzetiségek válaszadóinak eredményeit láthatjuk, ahonnan legalább 50 válasz érkezett. A

magyar hallgatókat meghaladó mértékű a vállalkozást tervezők aránya az iráni, a pakisztáni, a nigériai, a jordániai, a kazah és a vietnámi diákok között. Más nemzetiségek azonban a magyarnál is alacsonyabb vállalkozói kedvet mutatnak, például a török, a kínai és a szír hallgatók.



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, a legalább 50 választ elérő nemzetiségek

10. ábra: Az alapítói karrier közvetlenül a tanulmányok után és öt évvel később nemzetiség szerint

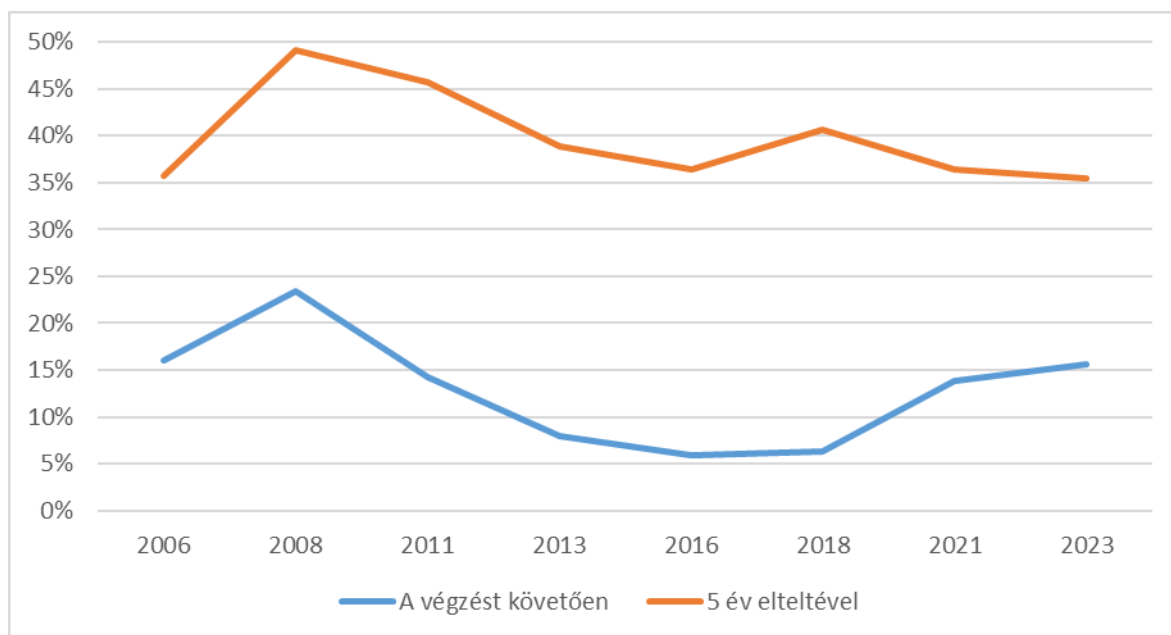
3.2 A karrierelképzelések időbeli alakulása

Mivel minden felmérésben szerepelt a diákok karrierelképzeléseire vonatkozó kérdés, így elemezni lehet a karriertervek időbeli alakulását. Magyarország eddig 8 felmérésben vett részt, így 17 év változásait vizsgálhatjuk.

A 11. ábra mutatja azoknak a diákoknak az arányát, akik a diploma megszerzése után és 5 év múlva vállalkozói pályát választanának. Ami az 5 évvel későbbi vállalkozói karrierterveket illeti, azok minden vizsgált időpontban jelentősen meghaladták a közvetlenül a diploma megszerzése utáni terveket.

Egy másik érdekes jelenség a vállalkozói pálya vonzerejének felmérésről felmérésre történő változása. 2006-ban a megkérdezett diákok 16%-a tervezte, hogy a diploma megszerzése után saját vállalkozást indít. 2008-ban jelentősen nőtt azoknak a hallgatóknak az aránya, akik a diploma megszerzése után vállalkozói karriert terveztek, de ezt követően vélhetően a pénzügyi válság hatására jelentős csökkenés következett be. Az alacsony hajlandóság hosszú időn keresztül fennmaradása hátterében a pénzügyi válság mellett az elmúlt években tapasztalható munkaerőhiány és generációváltás állhat. 2016-ban a diploma megszerzése után vállalkozást tervezők aránya messze elmaradt a korábbi évektől (5,9%), de 2018-ban az arány némileg javult.

2021-ben jelentős javulás volt tapasztalható, amely részben a Covid-19 számlájára írható. Ezt erősítik meg a vállalkozásindításon dolgozó és a már vállalkozással rendelkező hallgatók válaszai is. Az előbbi csoportban a válaszadók 6,7 százaléka nyilatkozott úgy 2021-ben, hogy a Covid-19 okán kezdett el saját vállalkozása megalapításán dolgozni, a már vállalkozással rendelkező fiatalok közül pedig 12,9 százalék válaszolta azt, hogy vállalkozásának elindításában a Covid-19 jelentős szerepet játszott. 2023-ra 16%-ra emelkedett a végzést követően vállalkozást tervezők aránya (a 2021-es 14 százalékról), az 5 évvel későbbi tervekben 1 százalékpontos csökkenés következett be.



Saját számítás a GUESSS 2006, 2008, 2011, 2013, 2016, 2018, 2021 és 2023 adatbázisok alapján.

11. ábra: Vállalkozói karriertervek 2006 és 2023 között (%)

3.3 Az egyetemi vállalkozói ökoszisztéma megítélése

A tudástranszfer mellett a felsőoktatásnak fontos szerepe van az attitűd- és értékrendformálásban is. A vállalkozás feladatainak oktatása mellett a vállalkozóknak tulajdonított személyiségjegyek (rugalmasság, én-hatékonyosság) fejlesztésében, a vállalkozói életforma népszerűsítésében is szerepe van. Ennek egyik aspektusa a vállalkozói ökoszisztéma létrehozása.

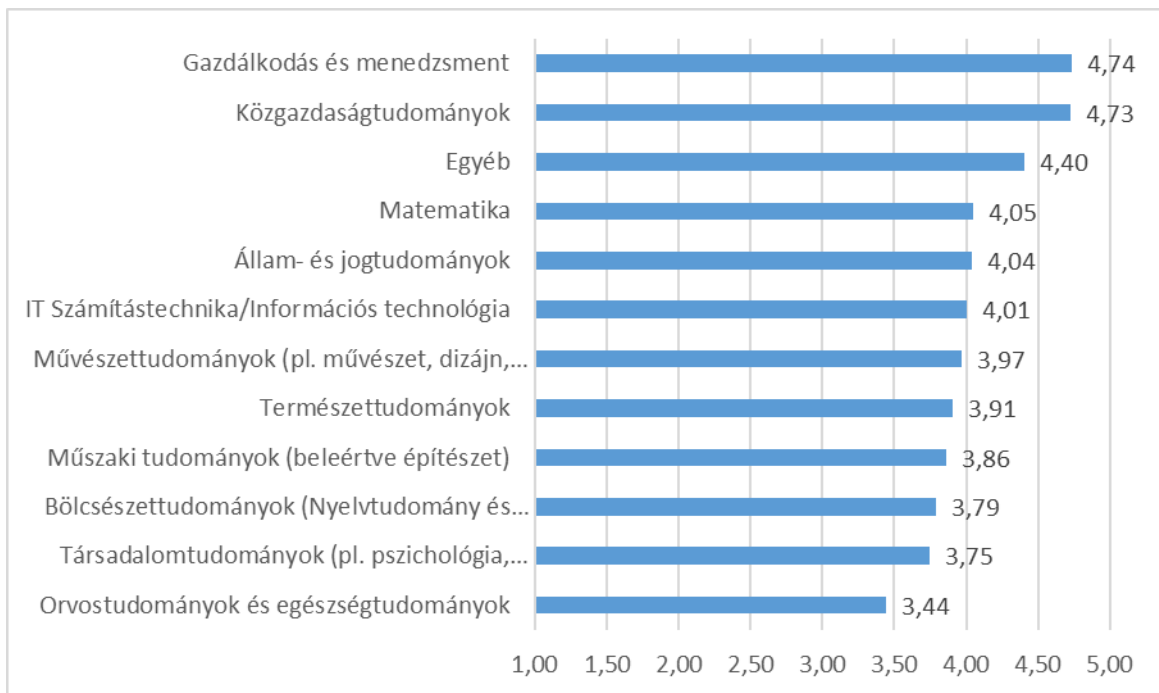
A vállalkozói ökoszisztéma felméréséhez először három item segítségével mértük az egyetemi környezet vállalkozói jellegének megítélését. A negyedik item az oktatás és képzés elérhetőségével kapcsolatos hallgatói megítélésre vonatkozott. A kapott átlagokat a 3. táblázat mutatja be. A korábbi éveket meghaladó értékek valószínűleg a magyar felsőoktatás fokozódó erőfeszítéseit tükrözik.

3. táblázat: Az egyetemi környezet értékelése

	N	Átlag	Std. Dev.
Az egyetem atmoszférája új üzleti ötletek kidolgozására ösztönöz.	14699	4,21	1,774
Az egyetem/főiskola a vállalkozóvá váláshoz kedvező környezettel rendelkezik.	14657	4,09	1,740
Az egyetemen/főiskolán a hallgatókat ösztönzik vállalkozói tevékenység folytatására.	14665	3,75	1,770
Az egyetememen a hallgatók könnyen kaphatnak vállalkozói tevékenységgel kapcsolatos tanácsokat és útmutatást.	14659	4,12	1,839

Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

Ki kell emeljük, hogy az egyetemi ökoszisztéma esetén a hallgatói észlelés mérésére van lehetőség, így a válaszokban jelentős egyéni különbségek lehetnek. A legjelentősebb ilyen eltérést megítélésünk szerint a képzési terület okozza. Képzési területenként vizsgálva a válaszokat kitűnik, hogy a gazdálkodás és menedzsment, valamint a közgazdaságtudományok hallgatói által adott pontszámok jelentősen magasabbak a többi képzéssel összevetve. Ez arra utal, hogy a képzési struktúra jelentős szerepet játszik az ökoszisztéma megítélésében. A 12. ábra a 4 ökoszisztéma item átlagértékei szerinti képzési terület szerint adódó sorrendet mutatja be (Cronbach-alfa 0,893).



Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N=10104

12. ábra: A vállalkozói ökoszisztéma értékelése képzési területenként

A képzési területek szerinti eltérések azt sugallják, hogy a kurzusok és a szolgáltatások elérhetősége jelentős hatással lehet a vállalkozói elképzelések alakulására. A 4. táblázat az erre vonatkozó kérdésekre adott válaszok átlagos értékeit mutatja be. Az egyetemi kurzusok és szolgáltatások hatását a vállalkozói attitűdökre, értékekre és motivációra, az induló tevékenységekre és a vezetői készségekre a megkérdezett hallgatók átlagosnak ítélték, míg a hálózatépítésre és a lehetőségek felismerésére gyakorolt hatásuk az átlagos értéket meghaladó volt.

A tudományterületenkénti eltérések itt is megtalálhatók, a fentiekhez hasonló mintázatokkal és feltehetően hasonló okokból. Ez megerősíti az oktatás szerepét nemcsak a vállalkozói tudás, hanem az értékek és attitűdök közvetítésében is.

4. táblázat: Kurzusok és szolgáltatások értékelése

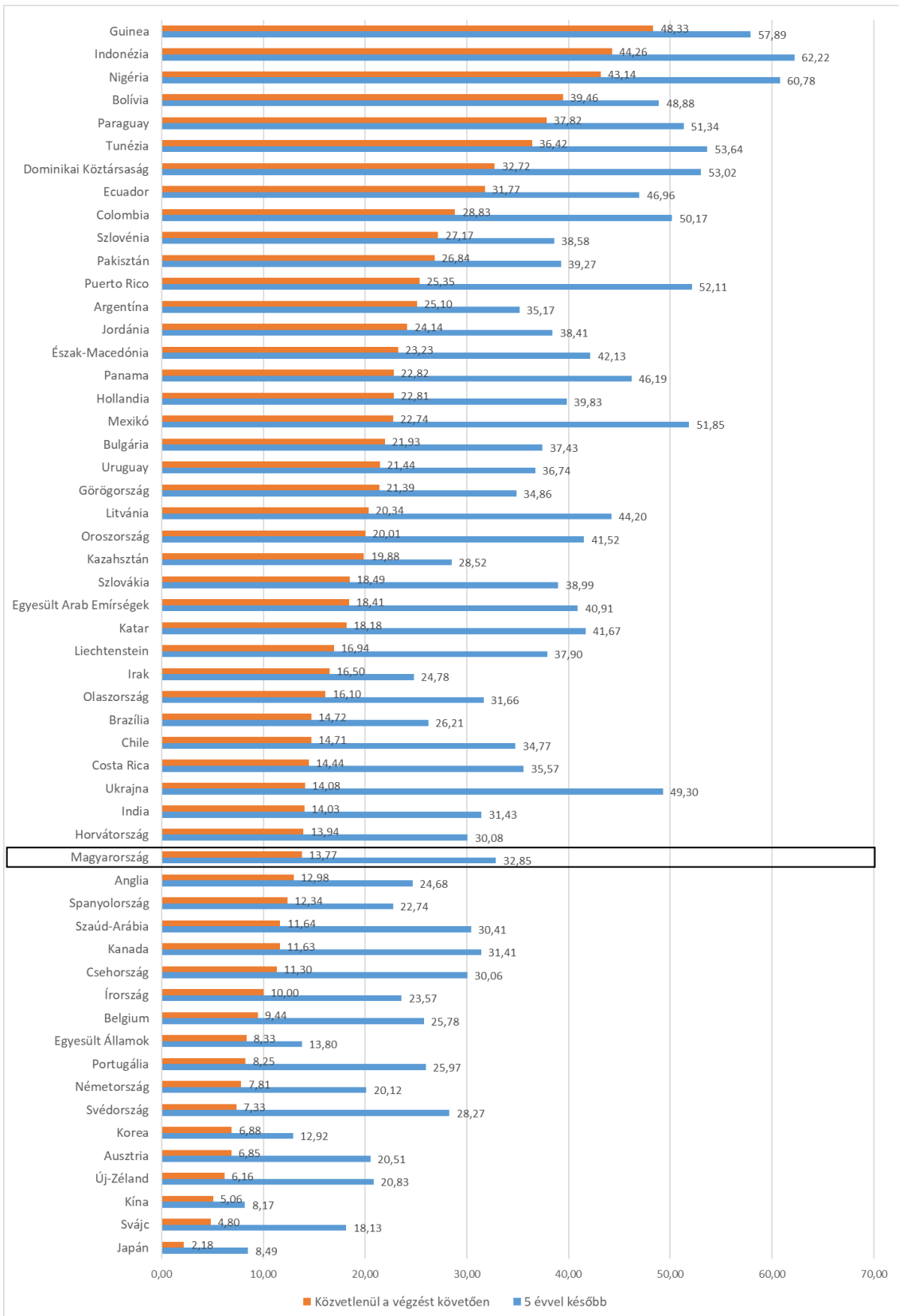
A kurzusok és szolgáltatások, amiket igénybe vettem...	N	Átlag	Std. Dev.
... növelték a vállalkozói attitűdök, értékek és motivációk megértését.	14467	3,82	1,855
... növelték a vállalkozásindításhoz szükséges tevékenységek megértését.	14408	3,77	1,881
... fejlesztették a vállalkozásindítással kapcsolatos gyakorlati, menedzseri ismereteimet.	14392	3,67	1,904
... fejlesztették kapcsolatépítő képességemet	14401	4,37	1,841
... arra ösztönöztek, hogy a saját tudásomhoz és érdeklődési körömhöz szorosan illeszkedő üzleti lehetőségeket találjak	14404	4,21	1,858
... arra ösztönöztek, hogy az aktuális trendekhez, sokkhatásokhoz, áttörésekhez vagy az üzleti környezet egyéb változásaihoz szorosan igazodó üzleti lehetőségeket azonosítsak..	14386	3,94	1,852

Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

Mindkét vizsgált változócsoporthoz esetén megfigyelhettük, hogy a hallgatók vállalkozói kérdésekkel kapcsolatos érintettsége (pozitív attitűdök, tájékozottság, vállalkozói háttér) növelte az értékelést, ami arra utal, hogy a vállalkozói kérdések iránti nyitottság fogékonyabbá teszi a diákokat az ezen a területen számukra nyújtott szolgáltatások iránt (Gubik & Bartha, 2021). Ez arra utal, hogy a kurzusok és szolgáltatások biztosítása mellett az is fontos, hogy a hallgatók kíváncsiságát és érdeklődését fel tudja kelteni az intézmény ezek iránt.

3.4 Vállalkozói hajlandóság nemzetközi kitekintésben

A karriertervek nemzetközi összehasonlítása is hasonló eredményeket mutat, mint amit megfigyelhettünk a Magyarországon tanuló különböző nemzetiségű diákok vállalkozói elképzeléseiben. A magyarországi hallgatók között nemzetközi összehasonlításban is alacsony az alapítók (saját vállalkozásban dolgozni vágyó hallgatók) aránya. Látható azonban, hogy a magyar adatok nem térnek el jelentősen a visegrádi országok adataitól: Szlovákiában valamivel magasabb a vállalkozói szándék (18,5% közvetlenül a tanulmányok után), míg Csehországban valamivel alacsonyabb (11,3%), és nem állnak messze a többi európai ország statisztikáitól sem. Az egyes országok vállalkozói hajlandóság adatait a 13. ábra mutatja be.



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N= 226 718

13. ábra: Vállalkozást tervezők arányának nemzetközi összehasonlítása

3.5 Születőben lévő vállalkozások

Az összes hallgató 27,2 százaléka (3997 fő) válaszolta azt, hogy a megkérdezés idején dolgozott saját vállalkozása létrehozatalán. Őket a szakirodalom kezdő vállalkozóknak (nascent entrepreneur) nevezi. A megkérdezett hallgatók jelentős hányadának ez lesz az első vállalkozása, mindössze 2,1% (308 fő) fő jelezte, hogy korábban is volt már vállalkozó, azaz rendelkezik tapasztalatokkal vállalkozói kérdésekben.

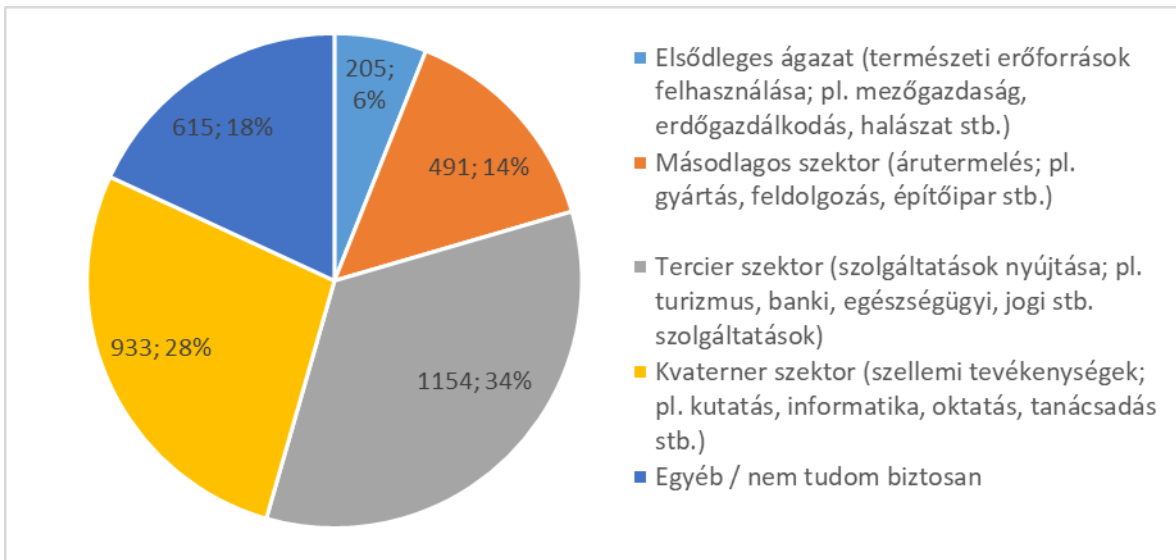
Jelentős hányaduk (40,0 százalék) legfeljebb 2 évvel a tanulmányai befejezése után tervezi elindítani vállalkozását, ezen belül 570 hallgató a tanulmányai alatt, 411 fő pedig közvetlenül a tanulmányait követően szeretne vállalkozni. Szintén meghatározó azok aránya, akik nem tudják még az alapítás időpontját (1069 fő, 31,3%).

5. táblázat: A vállalkozás indításának tervezet időpontja

		Abszolút gyakoriság (N)	Relatív gyakoriság (%)	Érvényes relatív gyakoriság (%)	Kumulatív relatív gyakoriság (%)
Érvényes	Tanulmányaim alatt	570	3,9	16,7	16,7
	Rögtön a tanulmányaim után	411	2,8	12,0	28,7
	Legfeljebb 2 évvel a tanulmányaim befejezése után	1364	9,3	40,0	68,7
	Nem tudom még	1069	7,3	31,3	100,0
	Összesen	3414	23,2	100,0	
Hiányzó	Összesen	113061	3,9		
Összelemszám		14720	100,0		

Saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján, N= 10104

A tervezett vállalkozások tevékenységi kör szerinti megoszlását a 14. ábra mutatja be. A válaszadók túlnyomó többsége a terciér szektorban (szolgáltatások nyújtása; pl. turizmus, banki, egészségügyi, jogi stb. szolgáltatások) és a kvaterner szektor (szellemi tevékenységek; pl. kutatás, informatika, oktatás, tanácsadás stb.) tervezi elindítani a vállalkozását, összesen a válaszadók 61,5 s%-a nyilatkozott így. A válaszadók 18,1 % bizonytalan a szektort illetően.



Saját szerkesztés az egyes tevékenységi köröket megjelölő hallgatók száma alapján

14. ábra: A tervezett vállalkozás tevékenységi köre

A válaszadók többsége (49,6%) alapítótársak nélkül szeretné vállalkozását elindítani. További jelentős hányaduk (37%) pedig egy társsal. Az ennél több alapítótársat bevonni tervező válaszadók aránya alacsony volt a mintában. Ezzel részben összefüggésben a tulajdonosi hányad terén is többségi tulajdonban gondolkodnak a leendő vállalat alapítók, a válaszadók 73 %-a válaszolt ennek megfelelően. A vállalkozása helyszínéül a többség nem az egyeteme települését választaná (58,4%).

3.6 Vállalkozói tevékenység

A mintában a válaszadók 7,3%-a (1071 diák) jelezte, hogy saját vállalkozást vezet. A vállalkozást vezető válaszadók több mint 18,7%-a kezdő vállalkozó volt, aki a vállalkozását a felmérés készítésének évében (2023) alapította. A három éves vagy annál fiatalabb vállalkozások aránya közel 50%-ot tett ki. 37 diák látta, de nem válaszolt a kérdésre (6. táblázat).

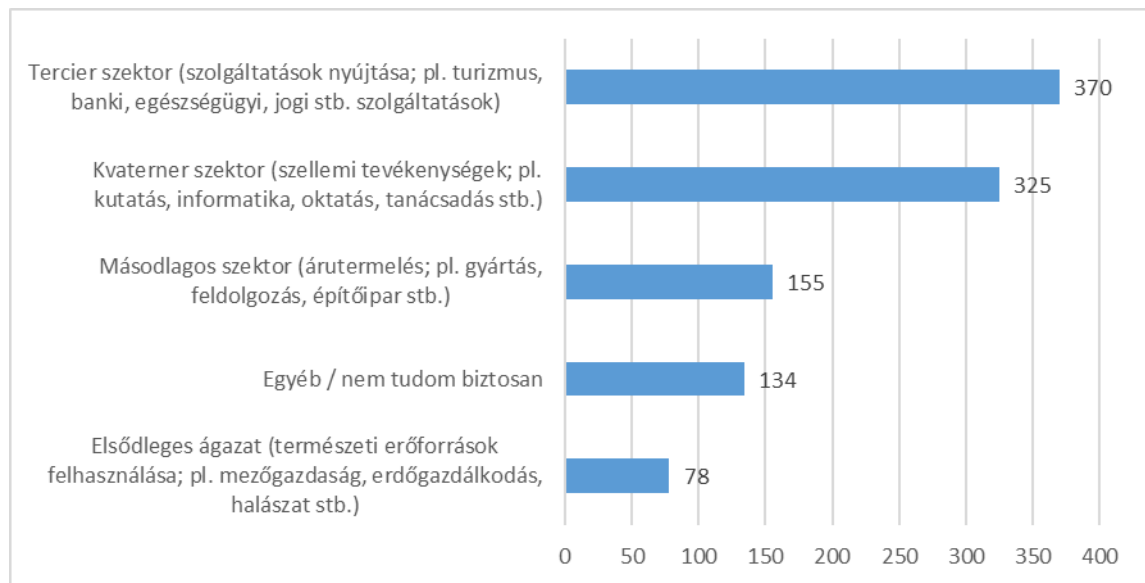
6. táblázat: Hallgatói vállalkozások az alapítás éve szerint

	N	Érvényes gyakoriság	Kumulált gyakoriság
2010 vagy korábban	133	12,9	12,9
2011	10	1,0	13,8
2012	15	1,5	15,3
2013	21	2,0	17,3
2014	16	1,5	18,9
2015	26	2,5	21,4
2016	32	3,1	24,5
2017	46	4,4	28,9
2018	62	6,0	34,9
2019	70	6,8	41,7
2020	99	9,6	51,3
2021	143	13,8	65,1
2022	168	16,2	81,3
2023	193	18,7	100,0
Total	1034	100,0	

Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

Négyszázharmincnégy diák számolt be arról, hogy nincs alkalmazottja, 282-en pedig azt válaszolták, hogy egy alkalmazottjuk van. A mikrovállalkozások (tíz fő alatti létszám) aránya eléri a 95,6%-ot. A kisvállalatok aránya 3,7%, a középvállalatok 0,6% a mintában. Egy diák arról számolt be, hogy nagy cége van.

A 15. ábra a hallgatói vállalkozások tevékenységi körök szerinti megoszlását mutatja. A válaszadók vállalkozásai főként szolgáltatásnyújtással, például turizmussal, banki, egészségügyi, jogi stb. (34,8%), valamint szellemi tevékenységekkel, például kutatással, informatikával, oktatással, tanácsadással stb. (30,6%) foglalkoznak. Az elsődleges és másodlagos szektorban működő vállalatok részesedése ezek alatt van.



Saját számítás a GUESSS 2023 adatbázis alapján, N=14 720

15. ábra: Diákvállalkozások ágazatok szerint

A hallgatók jelentős része (35,7%) nem szeretné, hogy ez a vállalkozás legyen a főfoglalkozása a diploma megszerzése után, és sok diák bizonytalan ebben a kérdésben (27,4%). Ennek ellenére tevékenységük befolyásolja jövőbeli pályaválasztási döntéseiket. Az átlagosnál magasabb a vállalkozói pályát tervezők aránya azok között is, akik arról számoltak be, hogy a diploma megszerzése után nem tervezik jelenlegi vállalkozásuk folytatását.

Noha ezek a vállalkozások gyakran nagyon kicsik és korai szakaszban vannak, hasznosak lehetnek. A tanulók a tevékenység során vállalkozói tapasztalatot szerezhhetnek, amely befolyásolhatja jövőbeli pályaválasztási döntéseiket.

4 ÖSSZEFOGLALÁS

A 2023-mas felmérés adatainak áttekintését követően az alábbi főbb megállapítások fogalmazhatók meg:

1. A jelenleg a magyar felsőoktatási intézményekben tanuló fiatalok nagyobb arányban (71,1%) szeretnék alkalmazottként dolgozni a diploma megszerzése után, és a vállalkozás nem igazán vonzó számukra. Öt évvel a diploma megszerzése után a munkavállalói státusz vonzereje csökkent, a vállalkozói szándék 35,4%-ra nőtt a hallgatók körében (alapítóként 32,9%, utódként 2,6%).
2. A vállalkozói pálya választásában csekély különbség van a válaszadók között nemek szerint. Az alkalmazotti válaszokon belül azonban a közszféra preferenciája magasabb a nők körében, nagyvállalaton belüli elhelyezkedésre pedig inkább a férfiak vágnak. Ezen túlmenően a nők körében magasabb az egyéb/nem tudom válaszok aránya.
3. A vállalkozói pálya a gazdálkodás- és menedzsment szakos hallgatók között a legvonzóbb, a társadalomtudományok hallgatói pedig a legkevésbé szeretnék vállalkozni. A vállalkozói oktatás és általában az egyetemek vállalkozói környezete ösztönzőleg hat a hallgatók vállalkozásindítási ötletekre.
4. A családi vállalkozói tapasztalatok pozitívan befolyásolják a tanulók vállalkozásindítási terveit. Azok a diákok, akik vállalkozói környezetben nőttek fel, nyitottabbak a vállalkozással járó életformára és feladatokra.
5. A magyar egyetemisták vállalkozói szándéka nemzetközi összehasonlításban alacsony, de hasonló a szomszédos országok adataihoz.
6. A megkérdezett hallgatók csaknem 27,2 százaléka válaszolta azt, hogy lépéseket tesz saját vállalkozása létrehozatala érdekében, azaz születőben lévő vállalkozó (nascent entrepreneur).
7. A válaszadók 7,3%-a (1071 hallgató) jelezte, hogy saját vállalkozást működtet. A jelenleg vállalkozó diákok jelentős része önfoglalkoztató, és nem tervezi, hogy a diploma megszerzése után is folytatja tevékenységét.

A munkaerőpiac napjainkban jelentős változásokon megy keresztül. A jelenlegi trendek és vállalati megoldások a rugalmas, alkalmazkodó munkaerőt és az atipikus foglalkoztatási megoldásokat helyezik előtérbe. A vállalkozói karrier, és az alkalmazotti karrieren belüli új elvárások miatt elkerülhetetlen, hogy a ma még iskolapadban ülő diákok erre a szerepre is felkészültek legyenek. Erre a döntéshozóknak és az oktatásnak egyaránt reagálnia kell. A szabályozási környezet általában, és különösen a felsőoktatás sokat tehet azért, hogy a hallgatók ne csak saját szakterületükön, de vállalkozói kérdésekben is felkészültek legyenek a munkaerőpiaci érvényesülésük érdekében. A tantervekben biztosított vállalkozói készségek mellett hangsúlyt kell fektetni az egyetemeken által nyújtott egyéb szolgáltatásokra és általában a vállalkozói légkörre, mert ezek a vállalkozói szándék fontos alakítói.

A cikk eredményeinek értelmezése során figyelembe kell venni, hogy csak a magyar felsőoktatásban résztvevő hallgatók válaszait tudtuk elemezni, azaz nem a teljes a fiatal populációt fedtük le. Noha jelentős számban érkeztek válaszok a felsőoktatási intézmények támogató hozzáállásának, és a diákok kutatás iránti nyitottságának köszönhetően, az adatbázis nem tekinthető reprezentatívnak. A kérdőíves kutatás természeténél fogva korlátozottan alkalmas a mélyreható megértésre, sok egyéni motívum rejtve marad. Ez a korlát egyúttal ki is jelöli a további kutatási irányokat, meggyőződésünk, hogy a kvalitatív kutatási módszerek (esettanulmányok és interjúk) alkalmazása segítheti a téma jobb megértését.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ács, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Lloyd, A. (2018). Global Entrepreneurship and Development Index 2018 Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03279-1>
- Ács, Z., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 31, 219–234. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179-211
- Autio, E. (2005). Report on High-Expectation Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor, London Business School – Babson College Retrieved from <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2010/12/HEE-2005.pdf> on February 12, 2021.
- Bandura, A. (1977): Social Learning Theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall
- Bandura, A. (1989). *Social cognitive theory*. In: R. Vasta (Ed.) Annals of Child Development. Vol. 6. Six theories of child development (pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press
- Bartha, Z., Gubik, S.A., & Bereczk, Á. (2019). The Social Dimension of the Entrepreneurial Motivation in the Central and Eastern European Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 7(1) 9-27.
- Belas, J., Gavurova, B., Schonfeld, J., Zvarikova, K., & Kacerauskas, T. (2017). Social and economic factors affecting the entrepreneurial intention of university students. *Transformations in Business and Economics*, 16(3), 220–239.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004>
- Bouchard, V., & Fayolle, A. (2018) Corporate Entrepreneurship. Routledge
- Camelo-Ordaz, C., Juan Pablo Diáñez-González, J., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>.
- Carree, M. A. & Thurik, A. R. (2010). The Impact of entrepreneurship on Economic Growth. In: Zoltan Acs & David Audretsch (eds.) *International Handbook of Entrepreneurship Research* (2nd edition, pp. 557-594). Springer New York: Springer.
- Çera, G., Cepel, M., Zakutna, S., & Rozsa, Z. (2018). Gender differences in perception of the university education quality as applied to entrepreneurial intention. *Journal of International Studies*, 11(3), 147-160. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-3/13>
- Doanh, D.C. (2021). The moderating role of self-efficacy on the cognitive process of entrepreneurship: An empirical study in Vietnam. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 147-174. <https://doi.org/10.7341/20211715>
- EC (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan. Retrieved from <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/entrepreneurship-2020-action-plan#related-linkson> February 12, 2021.

- Egerová, D., Eger, L., & Micik, M. (2017). Does entrepreneurship education matter? Business students' perspectives. *Tertiary Education and Management* 23(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/13583883.2017.1299205>
- Eurofound (2015), Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- EYE (2015). Erasmus for Young Entrepreneurs. Retrieved from <http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/upload/Programme%20Guide%20EN%20-May%202015.pdf> on September 25, 2018
- Eyel, C. Ş., Kaplan, B., & Ünkaya, G. (2020). The effect of business administration students' individual values on their entrepreneurial tendency in Istanbul. *Economics and Sociology*, 13(4), 187-212. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-4/12>
- Farkas; Sz. & Gubik S.A. (2016). Entrepreneurship intention and activity of students in Hungary: Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2013, National Report, Budapest Business School University of Applied Sciences; Miskolci Egyetem, p. 52. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2013/GUESSS_Report_2013_Hungary.pdf
- Green, F. (2013). Youth entrepreneurship: A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development, OECD, Paris.
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2016a). Student Entrepreneurship in Hungary: Selected Results Based on GUESSS Survey. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 4(4) 123-139.
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2016b). A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. *Vezetéstudomány* 47(3) 46-55.
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2017). Entrepreneurship intentions and activity of students in Hungary, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2016 (GUESSS 2016), National Report, 27 p. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2016/GUESSS_Report_2016_Hungary.pdf
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2019a). Entrepreneurship intentions and activity of students in Hungary, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2018 (GUESSS 2018), National Report, Budapest - Miskolc: Budapest Business School - University of Miskolc, 20 p. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Hungary.pdf
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2019b). Entrepreneurial Intention in the Visegrad Countries. *Danube: Law and Economics Review* 10(4) 347-368.
- Gubik, A.S. & Farkas, Sz. (2022). Entrepreneurship intentions and activities of students in Hungary: Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2021, 22 p. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2021/GUESSS_Report_2021_Hungary.pdf
- Gubik, A.S. (2014). Entrepreneurship intention and activity of students in Hungary: Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey 2011 National Report. 42 p. https://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESSS2011-National%20report%20Hungary_2.pdf
- Gubik, A.S. (2021). Entrepreneurial career: Factors influencing the decision of Hungarian students. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 9(3) 43-58
- Gubik, A.S., & Bartha, Z. (2018). The role of university in influencing the entrepreneurial intention of university students. *International Entrepreneurship* 4(3) 177-188.

- Gubik, A.S., & Bartha, Z. (2021). Student perception and the efficacy of universities in shaping the entrepreneurial mindset. *Theory Methodology Practice* 17(SI) 65-76.
- Gubik, A.S., & Vörös, Zs. (2023). Why narcissists may be successful entrepreneurs: The role of entrepreneurial social identity and overwork. *Journal Of Business Venturing Insights* 19 Paper: e00364 , 10 p. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00364>
- Gubik, S.A. & Farkas, Sz. (2019b). Entrepreneurial Intention in the Visegrad Countries. *Danube: Law and Economics Review* 10(4) 347-368.
- Guerrero, M., Urbano, D. and Gajón, E. (2020), Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter?, *Journal of Management Development*, Vol. 39 No. 5, pp. 753-775.
- Holienka, M. – Pilková, A. – Jančovičová, Z. (2016). Youth Entrepreneurship in Visegrad Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4 (4), 105-121 pp, DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040407>
- Hope, K. (ed.) (2016). Annual Report on European SMEs 2015/2016. SME Recovery Continues. European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/annual_report_-_eu_smes_2015-16.pdf on February 12, 2021.
- Isenberg, D. J. (2011). Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#3d1700cc5fe8> on February 12, 2021.
- Kanfer, R. (1992). Work motivation: New directions in theory and research. In Cooper C.L., & Robertson I.T. (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* 7(1-53). London: John Wiley & Sons, Ltd.
- Karyaningsih, R.P.D., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B.S. (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138-155. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080408>
- Kobylińska, U., & Lavios, J. J. (2020). Development of research on the university entrepreneurship ecosystem: trends and areas of interest of researchers based on a systematic review of literature. *Oeconomia Copernicana*, 11(1), 117-133. <https://doi.org/10.24136/oc.2020.005>
- Kolstad, I., & Wiig, A. (2015). Education and entrepreneurial success. *Small Business Economics*, 44(4), 783-796. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9621-1>
- Kramarz, P., Dębski, M., & Luty, L. (2019). Trends in entrepreneurial behaviour among immigrant students: Conclusions from research conducted at the University of Social Sciences. *International Entrepreneurship Review*, 5(4), 25-39. <https://doi.org/10.15678/IER.2019.0504.02>
- Leone, J., & Cascio, J. L. (2020). Income gaps: Education and inequality. *Economics and Business Review* 20(4), 27-50 DOI: 10.18559/ebr.2020.4.3
- Ling, H., & Venesaar, U. (2015). Enhancing Entrepreneurship Education in Engineering Students to Increase Their Metacognitive Abilities: Analysis of Student Self-Assessments. *Engineering Economics*, 26(3), 333–342. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.3.5283>

- Lüthje, C., & Franke, N. (2002). Fostering Entrepreneurship through University Education and Training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. European Academy of Management, 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, 2002. May 9-11., Stockholm. Retrieved <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2530&rep=rep1&type=pdf> on February 12, 2021.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104(3), 172-179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Meyer, N., & Kruger, N. (2021). South African female entrepreneurs' motivational factors: Differences between young and established businesses owners. *Forum Scientiae Oeconomia*, 9(1), 75-90. https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO1_5
- Morris, M.H., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65-85. <https://doi.org/10.1504/ejim.2017.10001679>
- Mungai, E. and Velamuri, S. R. (2011). Parental entrepreneurial role model influence on male offspring: Is it always positive and when does it occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 337–357.
- Nikolova, E., Ricka, F., & Simroth, D. (2012). Entrepreneurship in the transition region: An analysis based on the Life in Transition Survey. EBRD Working Paper No. 141. Retrieved from <https://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0141.pdf> on 15th, March, 2021
- Nowiński, W., Haddoud, M., Wach, K., & Schaefer, R. (2020). Perceived public support and entrepreneurship attitudes: A little reciprocity can go a long way! *Journal of Vocational Behavior*, 121, 103474. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103474>
- Remeikienė, R., Dumčiuvienė, D., & Startienė, G. (2013). Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education. In: Dermol, V., Širca, N.T., & Dakovic, G. *Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013*. pp. 299-307. ToKnowPress
- Schrör, H. (2006). The profile of the successful entrepreneur. Results of the survey 'Factors of Business Success'. *Statistics in focus 29/2006*, Eurostat
- Shamsudin, B., Mamun, A., Nawi, N., Nasir, N., & Zakaria, M. (2017). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among The Malaysian University Students. *The Journal of Developing Areas*, 51(4). 423-431.
- Shane, S., Kolvereid, L. & Westhead, P. (1991). An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431-446. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90029-d](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90029-d)
- Shapiro, A., Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: *Encyclopedia of entrepreneurship* (Eds: Kent, C.A., Sexton, D.L., Vesper, K.H.) Prentice-Hall, Inc., New Jersey: Englewood Cliffs, 72-90
- Solesvik, M. (2019). Entrepreneurial competencies and intentions: the role of higher education. *Forum Scientiae Oeconomia*, 7(1), 9-23. https://doi.org/10.23762/FSO_VOL7_NO1_1

- Stam, E., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. Working Papers 16-13, Utrecht School of Economics.
- Szerb, L. (2010): Vállalkozások, vállalkozási elméletek, vállalkozások mérése és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index. Akadémiai Doktori Értekezés, Pécs, 2010. szeptember
- Thomas, A.S., & Mueller, S.L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906>
- Thurik, R., & Dejardin, M. (2012). Entrepreneurship and Culture. In Marco van Gelderen & Enno Masarel (Eds). *Entrepreneurship in Context* (pp. 175-186). Routledge: Routledge Studies in Entrepreneurship.
- Turker, D. and Sonmez Selcuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?, *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Turulja, L, Veselinovic, L., Agic, E., Pasic-Mesihovic, E. (2020). Entrepreneurial intention of students in Bosnia and Herzegovina: what type of support matters?, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33:1, 2713-2732. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1730216>
- von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(1), 90-112. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>
- Wach, K., & Głodowska, A (2019). The Role of University in the Development of Entrepreneurial Intentions of Younger Generations: Selected Models. In M. Pietrzykowski (ed.), *Fostering Entrepreneurial and Sales Competencies in Higher Education*. Poznań (Poland): Bogucki Wydawnictwo Naukowe. pp. 45-63. <https://doi.org/10.12657/9788379862801-4>
<https://doi.org/10.15678/eber.2016.040106>
- Wach, K., & Głodowska, A (2021). How do demographics and basic traits of an entrepreneur impact the internationalisation of firms?. *Oeconomia Copernicana*, 12(2).
- Ward, A., Hernández-Sánchez B.R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*. 10. DOI=10.3389/fpsyg.2019.02700
- Wennekers, A.R.M., & Thurik, A.R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth, *Small Business Economics* 13, 27-55. <https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>
- World Economic Forum (2013). Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics. Report Summary for the Annual Meeting of the New Champions. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf on February 12, 2021.
- Zhao, X., Li, H., & Rauch, A. (2012). Cross-country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of Cultural Practice and National Wealth. *Frontiers of Business Research in China*, 6(4), 447-474. <https://doi.org/10.3868/s070-001-012-0021-0>
- Zygmunt, J. (2018). Entrepreneurial activity drivers in the transition economies. Evidence from the Visegrad countries. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 13(1), 89-103. <https://doi.org/10.24136/eq.2018.005>

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

ABSZTRAKT

A tanulmány célja, hogy megvizsgálja az egyetemi hallgatók vállalkozásindítási szándékát és annak néhány meghatározó tényezőjét, így a nem, a családi vállalkozói tapasztalatok és a képzési terület befolyását. A tanulmány a GUESSS kutatás (Global University Entrepreneurial Spirit Students 'Survey) 2023-as magyarországi adatbázisának elemzésére épít, amely 14720 érvényes választ tartalmaz.

Az elemzések rávilágítanak, hogy a végzést követően a hallgatók jelentős része alkalmazottként szeretne elhelyezkedni, a vállalkozói karriert tervezők aránya alacsony. A vállalkozási folyamatokkal kapcsolatos ismeretek és általában a vállalkozásbarát felsőoktatási környezet növeli a vállalkozói karrier esélyét, mint ahogy a családi vállalkozói háttér is erős nyomot hagy a diákok terveiben.

A hallgatók véleményének és különösen a mögöttük rejlő kulcsfontosságú mozgatórugóknak a megismerése lehetővé teszi olyan politikák és egyetemi gyakorlatok kidolgozását, amelyek növelhetik a hallgatók vállalkozási szándékát és ezáltal a vállalkozói tevékenységüket.

Kulcsszavak: vállalkozás; vállalkozói hajlandóság; karriertervek; felsőoktatás; GUESSS kutatás

JEL code: L26, A20, I23



GEMI

M I S K O L C

GAZDASÁGELMÉLETI ÉS MÓDSZERTANI INTÉZET

GEMI Műhelytanulmányok 2024/2.

ISBN 978-963-358-367-8
ISSN 2939-5038