

OTDK-dolgozat

2025

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

**A fiatalok vállalkozásindítási motivációja demográfiai és regionális
szempontok alapján**

**The motivation of young people to start a business based on demographic
and regional aspects**

Gróznér Júlia

Konzulens: Dr. Dániel Zoltán András

Kézirat lezárásának dátuma: 2023.05.04.

TARTALOMJEGYZÉK

1	BEVEZETÉS	1
1.1	Dolgozat felépítése	1
1.2	Témaválasztás indoklása és aktualitása.....	2
1.3	Vizsgálat célja.....	3
2	A FIATALOK VÁLLALKOZÁSINDÍTÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK.....	4
2.1	Alapfogalmak tisztázása	4
2.1.1	Vállalkozások	4
2.1.2	Vállalkozásindítás	5
2.1.3	Motiváló, gátló tényezők.....	5
2.1.4	Vállalkozásindítás támogatottsága	6
2.1.5	Fiatalok.....	7
2.1.6	Demográfiai adatok	7
2.1.7	Regionális tényezők	8
2.2	Hazai kutatások eredményei	10
2.3	Nemzetközi kutatások főbb eredményei.....	13
2.4	Korábbi kutatások eredményeinek összefoglalása saját szempontok alapján	14
2.5	Önálló vélemény, kritikai elemzés	18
3	VIZSGÁLATI ANYAG ÉS MÓDSZEREK.....	20
3.1	Alkalmazott kutatási módszerek.....	20
3.2	Vizsgálathoz alkalmazott eszközök.....	21
3.3	Vizsgált elemek	21
3.4	Kutatási kérdések.....	22
3.5	Hipotézisek	23
3.5.1	Demográfiai adatokhoz kapcsolódó hipotézisek.....	23
3.5.2	Regionális adatokhoz kapcsolódó hipotézisek	24
3.5.3	Motivációs lehetőségekhez kapcsolódó hipotézisek	24

4	EREDMÉNYEK.....	26
4.1	Kérdőív	26
4.2	Elemzéshez használt eszközök	26
4.3	Általános megállapítások.....	27
4.3.1	Nemek megoszlása	27
4.3.2	Vármegyei szintű eloszlás	28
4.3.3	Kitöltők korának elemzése	30
4.3.4	Kittöltők végzettsége.....	31
4.3.5	Vállalkozással rendelkező személyek	32
4.4	Elemzések, Hipotézisek vizsgálata.....	33
4.4.1	Férfiak magasabb vállalkozói kedvével kapcsolatos hipotézis vizsgálata	33
4.4.2	A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó hipotézis vizsgálata.....	35
4.4.3	Anyagi helyzet befolyásolásával kapcsolatos hipotézis vizsgálata.....	38
4.4.4	Családi háttér befolyásolásához kapcsolódó hipotézis vizsgálata.....	39
4.4.5	Regonális tényezőkhez kapcsolódó hipotézis vizsgálata	41
4.4.6	Támogatásokhoz kapcsolódó hipotézis vizsgálata	42
4.4.7	Jövőbeli motivációhoz kapcsolódó hipotézis vizsgálata	43
4.5	Eredmények összefoglalása	45
5	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	48
6	ÖSSZEFOGLALÁS.....	50
	IRODALOMJEGYZÉK	51
	MELLÉKLETEK	56

ÁBRAJEGYZÉK

1. Ábra: Magyarország régiói.....	9
2. Ábra: Nemek megoszlása %-ban kifejezve.....	28
3. Ábra: 14 és 30 év közötti fiatalok megoszlása Magyarország vármegyéiben főben kifejezve	29
4. Ábra: 14 és 30 év közötti fiatalok megoszlása Magyarország vármegyéiben a kitöltők száma alapján főben kifejezve.....	30
5. Ábra: Kor szerinti megoszlás főben kifejezve	31
6. Ábra: Kitöltők megoszlása végzettségük szerint	32
7. Ábra: Vállalkozással rendelkezők számának megoszlása.....	33
8. Ábra: Akadály a vállalkozásindításnak	39
9. Ábra: Támogatások motivációja a fiatalokra nézve	42
10. Ábra: Egyéb motivációs tényezők.....	45

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. Táblázat: Megyék besorolása NUTS 2 régiókba.....	9
2. Táblázat: Szakirodalmak eredményeinek besorolása különböző szempontok alapján	14
3. Táblázat: Kor szerinti megoszlás főben meghatározva.....	30
4. Táblázat: Férfiak magasabb vállalkozói kedvvel rendelkezésének szignifikancia vizsgálata	33
5. Táblázat: Férfiak magasabb vállalkozói kedvvel rendelkezésének Khi-négyzet próbája	34
6. Táblázat: Nemek és a vállalkozásindítás közötti kapcsolat	35
7. Táblázat: A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó Khi-négyzet próba.....	36
8. Táblázat: A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó szignifikancia vizsgálat.....	36
9. Táblázat: Gyermek száma és a vállalkozási kedv összehasonlítása	36
10. Táblázat: Vállalkozó személy jelenléte a családban	40
11. Táblázat: A kitöltőkre nézve a családi vállalkozás befolyásolása.....	40
12. Táblázat: Családi körülmények hátráltatásának elemzése	41
13. Táblázat: Regonális tényezőkhez kapcsolódó Khi-négyzet próba.....	41
14. Táblázat: Anyagi támogatások motivációja a fiatalok vállalkozásindításban.....	42
15. Táblázat: Jövőbeli motivációk elemzése.....	44
16. Táblázat: Hipotéziselemzés összefoglalása.....	46

1 BEVEZETÉS

1.1 Dolgozat felépítése

Dolgozatom felépítését két nagyobb fejezetre osztom.

Először bemutatom a választott téma aktualitását és a vizsgálat szükségességét. Tisztázom a dolgozat megértéséhez szükséges fogalmakat, azok fontosságát a témában, és megismerkedem a kutatásomhoz szükséges fontos előzményekkel, amit a szakmában elismert személyek kutatásainak állításaival teszek hitelessé. Majd a legfontosabb szakirodalmak alapján összefoglalom a korábbi munkák eredményeit.

Vizsgálatom részeként kitérek a nemzetközi, illetve a hazai kutatások eredményeire, amik befolyásolhatják és támpontot adnak a kutatásom során.

Miután megismertem a téma apró részleteit, felállítom a kutatásom során használt eszközöket, majd megfogalmazom és indoklom az alkalmazott kutatási módszereket. Kitérek a vizsgált elemek tulajdonságaira, jellemzőire.

Kidolgozom a kutatási kérdéseket és hipotéziseket állítok fel, ezeket részletesen megindokolom és kifejtem. **Első kutatási kérdésem, hogy a demográfiai tényezők milyen mértékben és hogyan befolyásolják a fiatalok vállalkozásindítási motivációját Magyarországon. Másodikként arra szeretném a választ megkérni, hogy a regionális tényezők milyen mértékben és hogyan befolyásolják a fiatalok vállalkozásindítási motivációját Magyarországon. Az utolsó kutatási kérdésemmel pedig azt keresem, hogy hogyan, milyen módon lehet motiválni még jobban a fiatalokat.** Ezek alapján dolgoztam ki a hipotéziseméit.

Ezt követi a dolgozatom második része, ami a kutatásom eredményeit és annak elemzését tartalmazza. Bemutatom a jövőt érintő hatásait, megfogalmazom a következtetéseimet és jövőbe mutató javaslattétellel mélyítem el a téma lényegességét.

Dolgozatom zárásaként röviden összefoglalom a leglényegesebb tényeket, adatokat és eredményeket a vizsgálat szempontjából.

1.2 Témaválasztás indoklása és aktualitása

TDK dolgozatomnak a „A fiatalok vállalkozásindítási motivációja demográfiai és regionális szempontok alapján” címet választottam.

A fiatalok vállalkozásindítási motivációja mindig fontos szerepet töltött be a gazdaság életében, ami nagy hatást gyakorol a mindennapi életre.

Beszámolóm célja, hogy megismerjem mi az, ami a fiatalokat a leginkább befolyásolja, illetve motiválja egy vállalkozás létrehozásában, és ennek megismerésével új lehetőségeket, motivációs tényezőket fedjek fel.

Mindezek mellett fontos célom megismerni, hogy a regionális, illetve a demográfiai tényezők hogyan hatnak a fiatalok vállalkozói magatartására. A jelenlegi válságidőszakban különösen érdekes adatokat várok, és arra is kíváncsi vagyok, hogy a COVID-19 és a válság okozta korlátozások mennyire változtattak a fiatalok gondolkodásán a jövőjüket tekintve a vállalkozásindítás szempontjából.

Témám választásában szerepet játszott, hogy magam is mindig vállalkozó szerettem volna lenni, ezért kimondottan érdekel, hogy más fiatalok hogyan gondolkodnak a témával kapcsolatban.

Aktualitását a vállalkozásindítás háttérének megismerése sosem fogja elveszteni, amíg az országok gazdasági befolyásoltság alatt állnak, hiszen a KKV-k teszik ki az ország vállalkozásainak legnagyobb részét, ezzel a gazdaság fontos szereplőivé váltak.

A fiatal vállalkozók mindig nagy szerepet töltöttek és töltenek be a vállalkozások életében, ezért nagyon fontos megismerni mi az, ami pozitívan és mi az, ami negatívan hat rájuk vállalkozásindítás tekintetében. Ehhez a motivációs tényezők ismerete elengedhetetlen. Meg kell ismernünk, hogy Magyarországon belül a regionális és a demográfiai tényezők, hogyan befolyásolják a fiatalok vállalkozásindítási hajlandóságát.

Ezek ismeretében lényeges felfedezéseket tehetünk. Ilyen például, hogy mi az, ami a gazdaságra pozitív irányba hatna a fiatal vállalkozóknak köszönhetően. Olyan motivációs tényezőkre bukkanhatunk, amik fontos szerepet töltenek be a fiatalok szemszögéből, de alapvetően regionális és demográfiai tekintetben nem vették ezeket eddig figyelembe.

1.3 Vizsgálat célja

Dolgozatommal a célom, hogy amennyire csak lehet megismerjem a fiatalok demográfiai és regionális hátterének és a vállalkozói kedvüknek a kapcsolatát. Felfedezzem, hogy mi mit és milyen mértékben befolyásol, és megállapítsam, hogy az egyes elemek, adatok hogyan és milyen mértékben függenek egymástól.

Vizsgálati módszernek a kérdőíves lekérdezést választom és minél több, az általam meghatározott korcsoportba tartozó fiatalhoz szeretném eljuttatni a kérdőívemet, majd érvényes kitöltést elvégeztetni velük, hogy valós eredményeket kapjak. Ehhez az ország minden részére körülbelül egyenlő arányban szükséges eljuttatnom a kérdéseket, amihez középiskolák, egyetemek és munkahelyek segítségét is igénybe veszem szükség esetén.

Célom, hogy az őszinte kitöltéseknek köszönhetően megismerhessem, hogy az eltérő anyagi, kulturális, nevelési háttérrel rendelkező családokban felnövő, vagy például családi vállalkozásokba belecsöppenő, és különböző helyeken élő, eltérő társaságokba járó fiatalok hogyan tekintenek egy vállalkozás indítására, vállalkozásban történő szereplésre.

A dolgozat megírásával rálátást szerzek egy érdekes és korszerű témára, és betekintést nyerek a vállalkozói élet és a vállalatindítás körülményeibe.

2 A FIATALOK VÁLLALKOZÁSINDÍTÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

A téma teljeskörű ismeretéhez szükséges megvizsgálnunk a korábbi hazai és nemzetközi kutatások eredményeit és a használt megfogalmazások, alapfogalmak jelentését. A szakirodalmi áttekintés során a legfontosabbnak és a legrelevánsabbnak vélt munkákat vettem alapul, és általuk betekintést nyertem a fiatalok vállalkozásindítási motivációjának hátterébe.

2.1 Alapfogalmak tisztázása

Ahhoz, hogy a dolgozatom megírásához szükséges fogalmakat, megfogalmazásokat és rövidítéseket megértsem ebben a fejezetben magyarázom meg, hogy pontosan mit is értek alattuk és számomra mit jelentenek, milyen fontossággal bírnak.

2.1.1 Vállalkozások

A vállalkozás meghatározására többen fogalmaztak meg definíciókat.

Apjában véve a vállalkozás egy magatartási forma, ami meghatározott jellemzőkkel bír. Ilyen téren a vállalkozás értelmezhető úgy is, hogy egy cselekedet, mint például egy cég indítása. (Szerb, 2010). A vállalkozás más értelmezések szerint a folyamatos fejlődés és lehetőségek keresése, miután elegendő erőforrások felhasználása után, pénzügyi, társadalmi kockázatot vállalva létrejött a vállalkozó kezdeményezéséből, aki pedig a jövőbeli haszonból részesedik és eredményeket ér el. (Borsi et al., 2015)

A vállalkozó egy olyan személy, aki vállalja a vállalkozás létrehozásával a bizonytalanságot és a különböző kockázatokat, beleértve a pénzügyi kockázatokat is, különböző célok elérése érdekében. Ilyen célok a vállalkozások elérésekor lehetnek például a haszonszerzés, növekedés, elismerés, megvalósítás és egyéb motiváló tényezők, amiket később fejtek ki részletesen. (Borsi et al., 2015)

Jelenleg Magyarországon a legfrissebb adatok szerint 1.303.268 regisztrált vállalkozás van. (KSH, 2021)

Ezek alapján egyértelmű, hogy nagyon fontos szerepet töltenek be a vállalkozások hazánk életében is, és a fejlődés szükségessége miatt egyre többre lesz szükség. Leginkább korszerű, modern és olyan típusú vállalkozásokra tartanak majd igényt a jövőben, ami közel áll a fiatalsághoz és megmozgatja őket, illetve kielégíti igényeiket.

2.1.2 Vállalkozásindítás

A vállalkozások első lépései közé tartozik egy vállalkozás megálmodása, majd megtervezése mellett a vállalkozás elindítása. A 2000-es évek elején a vállalkozásindítást nem a munkanélküliségből való szabadulás vágya vagy az önmegvalósítás jelentette, hanem a vállalkozást indítók 80 százalékának már volt munkahelye, amikor vállalkozást indított. (Szerb, 2004)

Ezek alapján elmondható, hogy a vállalkozások indítása egy hosszadalmas folyamat, ami többféle kimenetellel végződhet. Egy vállalkozás kialakulhat szükséghelyzet következtében, de egy új ötletnek köszönhetően, akár hirtelen vagy spontán felindulásból is létrejöhet. (Kerékgyártó, 2021)

Vállalkozásindítás folyamata több lépésből áll, általában hasonló úton indulnak el a vállalkozások, de a későbbiekben gyakran eltérnek egymástól. A vállalkozásindítás fő lépései közül az első az üzleti lehetőség megléte, majd ennek észlelése, a lehetőségek kiaknázása és végül a megvalósítás. Ezekre hatást gyakorolnak az egyéni jellemzők és a vállalkozói környezet is, ami sajátos módon alakíthatja a vállalkozás elindítását. (Szabó et al., 2022)

2.1.3 Motiváló, gátló tényezők

Rengeteg kutatás alátámasztja, és ha egyszerűen csak belegondolunk akkor is láthatjuk, hogy nagyon sok tényező van, ami befolyásolja a vállalkozásindítást. Ezen a fejezeten belül először a motiváló, majd a gátló tényezőkről beszélek.

Motivációs tényezők között rengeteg dolgot felsorolhatunk. Ez ugyanúgy, mint ahogyan az emberek érdeklődési köre, folyamatosan változik. Motiváló tényező lehet a nagyobb jövedelemszerzés, önállóság iránti vágy, családi motiváló tényezők, de az is, ha nem tud valaki alkalmazottként munkát találni és/vagy elhelyezkedni. (Kerékgyártó, 2021)

A fiatalok többsége úgy gondolja, hogy egy saját céggel nagyobb jövedelemre tud szert tenni, mint alkalmazottként. Ezek mellett a rugalmas munkaidőt sokszor egy lapon említik a vállalkozóvá válással is. (Enyedi, 2016)

Gátló tényező között említhetjük a kudarctól való félelmet, és azt, hogy az embereknek nincs elég tapasztalatuk vagy ismeretük a vállalkozásindításhoz, nincs elég tőkéjük, vagy egyszerűen nem akarnak kilépni a megszokott alkalmazotti életből. (Kerékgyártó, 2021)

A fiatalok esetében a legnagyobb problémának a tőkehiányt tekintik. Legtöbbször ez áll egy vállalkozás meg nem valósulásának háttérében. Többen úgy vélik, hogy a folyamatosan változó rendszer és változó szabályok ijesztőek, és a vállalkozásindításhoz szükséges jogi, számviteli szabályok nagy gondot jelentenének számukra a cégindítás során. Ezek mellett a fiataloknál fontos szempont, hogy úgy érzik, nem rendelkeznek elegendő kapcsolattal és ismeretekkel, hogy zökkenőmentesen indítsanak el egy saját céget. (Enyedi, 2016)

A gátló tényezőket két csoportra bonthatjuk, a személyes és a szervezeti-környezeti tényezőkre. A személyes korlátozó tényezőkön belül is megkülönböztetünk két csoportot, az egyéni-családi és a társadalmi-kulturális tényezőket. A szervezeti-környezeti csoportba tartoznak, a pénzügyi problémák, jogi, erőforrás-, tőkehiányosságok és a piaci viszonyok. Az egyéni-családi csoportba sorolható a motiváció hiánya, nők családi szerepe, önbizalomhiány, tudáshiány, tapasztalatlanság, kudarctól való félelem. A társadalmi-kulturális csoportba az oktatás típusa, előítéletek, a társadalmi felelősségvállalás hiánya és a példaképek hiánya tehető. Elmondható, hogy nagyon sokrétű és rengeteg irányból érkező gátló tényező merül fel a vállalkozásindítás kapcsán. (Kerékgyártó, 2021)

A fentiekből láthatjuk, hogy rengeteg olyan tényező van, ami befolyásolja a fiatalok vállalkozásindítását. Ezt nem egy-egy konkrét tényező befolyásolja, hanem egy komplex együttes. (Kerékgyártó, 2021)

2.1.4 Vállalkozásindítás támogatottsága

A vállalkozásindítást befolyásoló tényezőkhez különböző segítségek állnak rendelkezésre, például tanfolyamok, szakemberek és szervezetek. Ilyen például a FIVOSZ, azaz a Fiatal Vállalkozók Országos Szövetsége, ahol minden évben megrendezésre kerül egy rendezvény, ahol a legsikeresebb vállalkozók beszámolnak a sikeres vállalkozásműködtetésről. Ez segítségként szolgálhat a fiataloknak, amellet, hogy ötleteket is meríthetnek a találkozóról. (Enyedi, 2016)

Emellett a fiatalok úgy gondolják, hogy a szakmai hiányosságaikat lehet pótolni szakemberek segítségével. Ilyen szakemberek rendelkezésre állnak hazánkban is, akár marketing, pénzügyi, adózási és egyéb szakmai ismeretek hiányossága esetén. De vannak kimondottan a vállalkozóknak szánt szakmai tanfolyamok és képzések, amik felkészítik őket egy sikeres vállalkozás létrehozására és működtetésére. (Enyedi, 2016)

Európai Unió szinten a vállalkozásoktatás fontos szerepet játszik. Fontosnak tartják, hogy minél fiatalabb korban megismerkedjenek a fiatalok a vállalkozói ismeretekkel. Erre a középiskolákban és az egyetemeken is vannak lehetőségek. (Kerékgyártó, 2021)

A fiatal vállalkozókat mentorprogramok is segítik, melynek keretein belül útmutatást kapnak különböző területeken. Mentorrá általában egy a vállalatban belüli, tapasztalt, idősebb vezető válik, de egy vállalatban kívüli, külsős, tapasztalt vállalatvezető is válhat a fiatal vállalkozásindító mentorává. A mentorálásának azonban anyagi vonzatai vannak, így csak azok tudják ezt igénybe venni, akiknek van elég tőkéjük a mentorálás igénybevételéhez. (Kárpáti et al., 2015)

Ebből látszik, hogy itt is fontos szerepet töltenek be az anyagaik a vállalkozásindítás hátterében. Akinek nincs elég tapasztalata, tudása és pénze, akkor nagyon nehezen vagy egyáltalán nem tud egy sikeres vállalkozást kialakítani.

2.1.5 Fiatalok

A fiatalok alatt a 14 és 30 év közötti személyeket értem. Tehát az 1993-tól és 2009-ig születettek számítanak az általam elemzett korcsoportba. Az Y generáció vége, de legnagyobb részben a Z generáció tagjai a kutatásom alanyai. (Bencsik et al., 2016)

Fiataloknak azért őket tekintem, mert míg a középiskolás korosztály között valószínűleg csak elképzelésként, hosszútávú célként merül fel a vállalkozásindítás, addig az idősebb korosztálynál már lehet, hogy vállalkozó személyekkel is találkozom. A legjobbnak azért gondoltam ezt a korosztályt kiválasztani, hogy szélesebb körben lássam a vállalkozásindítási motivációkat.

Mivel ez egy széles terjedelmű korcsoport, ezért eltérésekre számítok a kor tekintetében is, hiszen más motivál egy 20-as éveinek végén járó személyt, mint egy 15 év körüli diákot. Más környezetben, informatikai tudásban, nevelésben részesültek, így eltérő hozzáállásra is számítok a különböző korú fiataloknál.

2.1.6 Demográfiai adatok

Dolgozatomban a demográfiai adatok fontos szerepet játszanak, ezért mindenképpen kitérek rájuk. Kapitány Balázs (szerk.) 2015-ben a Demográfiai Fogalomtárban a következőket sorolta a demográfiai tényezők közé:

- nem
- életkor
- termékenység
- gyermekvállalási tervek
- ideálisnak tartott gyermekszám
- morbiditás: minden egészségügyi problémát ide sorolunk, ilyenek a sebesülések és a fogyatékoságok is
- párkapcsolatok, házasság
- bevándorlás és kivándorlás
- nemzetközi ingázás
- nemzetiség
- anyanyelv
- roma kisebbség
- háztartás
- család
- belföldi vándorlás

A kérdőívemben ezen tényezők segítségével kérdezem meg, majd elemzem a fiatalok motivációjának befolyásoltságát demográfiai szempontok alapján.

2.1.7 Regionális tényezők

Regionális szinten Magyarország a NUTS-rendszerben történő beosztása alapján 3 NUTS szintbe és 2 LAU szintbe sorolható. A LAU szintek nem jelentenek kiemelt szerepet a dolgozatom szempontjából, ezért ettől a részletességtől eltekintek. A NUTS 1 szintbe Magyarország tartozik, ami kutatásom alapterületét képezi. Ezen belül 8 db NUTS 2 szintű tervezési-statisztikai régió található: a Nyugat-Dunántúl, a Közép-Dunántúl, a Dél-Dunántúl, a Közép-Magyarország, Budapest, a Dél-Alföld, az Észak-Alföld és az Észak-Magyarország. A NUTS 3 szintbe pedig a megyéket, vagyis 2023. január 1-től új nevükön a vármegyéket és a fővárost soroljuk. (Kovács, 2000)



1. Ábra: Magyarország régiói

(Forrás: https://www.ksh.hu/teruletiatlasz_regiok (letöltés dátuma: 2023.01.21.))

1. Táblázat: Megyék besorolása NUTS 2 régiókba

NUTS 2 régió	Adott régióba tartozó vármegyék
Nyugat-Dunántúl	- Győr-Moson-Sopron - Vas - Zala
Közép-Dunántúl	- Veszprém - Komárom-Esztergom - Fejér
Dél-Dunántúl	- Somogy - Tolna - Baranya
Közép-Magyarország	Pest
Budapest	Budapest
Dél-Alföld	- Bács-Kiskun - Csongrád-Csanád - Békés
Észak-Alföld	- Jász-Nagykun-Szolnok - Hajdú-Bihar - Szabolcs-Szatmár-Bereg
Észak-Magyarország	- Nógrád - Heves - Borsod-Abaúj-Zemplén

Vizsgálatom során a vármegyei, és ezek alapján a NUTS 2 szerinti regionális bontást veszem figyelembe. Megállapítom, hogy melyik régiókban, illetve vármegyékben mekkora a fiatalok vállalkozásindítási hajlandósága és mik az ezt befolyásoló tényezők. Így megtudhatjuk, hogy hazánk melyik részén élnek a leginkább vállalkozásindításban motivált személyek, és hol a legkevésbé motiváltak.

2.2 Hazai kutatások eredményei

A hazai kutatásokban fontos az elmerülés és meg kell ismernem milyen következtetésekre jutottak korábban az enyémhez hasonló munkák során. A korábbi vizsgálatok megmutatják, hogy a múltbéli adatok alapján mik a számomra várható eredmények, illetve összehasonlítási alapként is szolgálhatnak majd a későbbiekben.

Csákné Filep Judit, Gosztonyi Márton, Radácsi László, Szennay Áron, Timár Gigi (2022): Vállalkozási környezet és attitűdök Magyarországon. Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés:

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Nemzeti Jelentés 2021-2022 Magyarországon azt mutatja meg, hogy a férfiak bármilyen korban nagyobb a vállalkozói kedvvel rendelkeznek, mint a nők, és ők az aktívabb vállalkozók is, amit az is alátámaszt, hogy a férfiak általában könnyűnek gondolják a vállalkozásindítást.

A magasabb végzettséggel rendelkezők jó lehetőségnek látják a vállalkozásindítást, de mégis kevesen vágnak bele, annak ellenére, hogy karrierszempontról is vonzónak találják. Ennek az oka sokszor a saját tudás és tapasztalat hiánya. Sokan úgy érzik, nem rendelkeznek kellő információval, tapasztalattal, tudással, ahhoz, hogy önállóan véghez tudjanak vinni egy vállalkozást, kezdve az elindításától, és a motiváció meglététől.

Korcsoportok tekintetében a fiatalok azt gondolják, hogy egy vállalkozás indítása jó ötlet. De a kutatás során az is kiderült, hogy ők érzik magukat a legtapasztalatlanabbnak. Azonban az elemzés megmutatta, hogy így is a fiatalok azok, akik a legtöbb vállalkozóvá váló személyt ismerik az elmúlt két évben. A fiatalok Magyarországon kevésbé félnek a kudarctól, mint az idősebb korosztályok, és szívesen vágnának bele egy vállalkozásba, de itt is a tapasztalat és az ismeretség tekintetében merül fel a bizonytalanság.

Iskolai végzettségtől függetlenül hasonlóan fontosnak tartják az emberek a vállalkozóvá válást. A kutatásban résztvevők harmada érzi csak úgy, hogy rendelkezik a megfelelő tudással, tapasztalattal a vállalkozásindításhoz, de a kudarctól való félelem nem tartozik nagymértékben

a vállalkozásindítástól való félelmek közé. Tehát ezek alapján a magyarok nem a kudarckerülés miatt nem indítanak vállalkozást.

Vállalkozásindítás motivációja nagy arányban az alkotásvágy, a vagyonszerzés, legkisebb arányban a családi vállalkozás folytatása. Legnagyobb motiváció a megélhetés. A megélhetés biztosítása egy bármilyen szakaszban lévő vállalkozás esetében a működtetés fő motivációja.

Regionális különbségek tekintetében Magyarországon a megyei bontás vizsgálata során azt mutatták, hogy nincsenek hatalmas különbségek, de a fejlettebb megyékben élők tartják jó ötletnek a vállalkozásindítást. Ilyenek a határ menti megyék, Győr-Moson-Sopron, a főváros, Veszprém, Fejér és Bács-Kiskun megye. Azt a következtetést vonták le az elemzésben, hogy a határ menti és fejlett megyékben a leginkább, de többi megyében is úgy vélik, hogy könnyű vállalkozást indítani.

Bittner Zoltán, Kehl Dániel, Szűcs Krisztián (2013): A 15-29 éves magyar fiatalok jellemzői (a tudomány iránti érdeklődés, informálódás, online magatartás, szabadidő, médiahasználat, értékek) – kutatási jelentés:

A 2013-as kutatás szerint a 15-24 éves fiatalok körében nem szerepel sok helyen a saját vállalkozás indítása. Akik szívesen vállalkoznak azok 2000-10000 fős településeken élnek vagy budapestiek. Legkisebb vállalkozószellemmel a 2000 fő alatti települések lakói bizonyultak.

Itt is kimutatták, hogy a férfiak nagyobb arányban indítanak vállalkozást, mint a nők.

A fiatal generáció úgy gondolja, túl nagy a kockázat egy saját vállalkozás indításában, ezért inkább egy biztos munkahelyet választanak alkalmazottként, mint egy lehetséges magas jövedelmezéssel rendelkező vállalkozást. Ezek alapján a 2013-ban vállalkozó fiatalok aránya kicsi.

Kerékyártó Gábor (2021): Fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezők:

Családi vállalkozói háttérrel rendelkező fiatalok nem egyértelműen tartják vonzónak a családi hagyomány követését. Befolyásoló tényező számukra, hogy milyen a szülők teljesítménye a vállalkozás tekintetében. Szívesen maradnak a vállalkozásban és vállalnak szerepet, ha az jövedelmező és számukra is izgalmas munkát, fejlődést biztosít.

Egyértelműen látszik ebből a kutatásból is, hogy a fiatalokat legjobban megmozgató tényező a pénz. Tőke nélkül nem mernek vállalkozásindítást tervezni sem és a későbbiekben is az egyik legnagyobb befolyással bír.

Megállapítható, hogy minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, annál nagyobb valószínűséggel indítanak tudásintenzív vállalkozást. Ezt a tudással, különböző témákban való jártassággal és a magabiztossággal is alátámasztották. A sok pénzzel rendelkezők pedig inkább tőkeintenzív vállalkozásokba kezdenek bele.

Ebből az elemzésből is látszik, hogy a férfiak fogékonyabbak a vállalkozásindításra, mint a nők. A nők vállalkozói hajlandósága alacsonyabb, ami családi szerepvállalással és a kockázatvállalási attitűdjükkel magyarázható. Megállapítható, hogy a férfiak jobban szeretnek kockáztatni, mint a nők.

A legfontosabb motivációs tényezőnek a pénzügyi előnyöket, a belső motivációt, a függetlenséget, önállóságot, szabadságot és a családi értékeket állapították meg.

További kutatások eredményei:

Fiatalok 64 százaléka álmait egy saját vállalkozással tudná megvalósítani. Ennek háttérében a család, a kulturális közösség, az oktatás és a képességek szerepet játszanak. A legfontosabb motiváló tényezők között szerepel, az önállóság, és hogy sokszor a rugalmas munkaidővel együtt jár a saját vállalkozás. Emellett a kutatásban résztvevő fiatalok közül sokan úgy gondolják, hogy vállalkozóként több pénzt kereshetnek, mint alkalmazottként. Gátló tényezőként a legtöbben az anyagiakra tekintenek. Fontos még a kiszámíthatatlanság és a gyorsan változó szabályok követhetetlenségétől való félelem. Kiemelték a kapcsolati tőke hiányát is. (Enyedi, 2016)

Egyetemi hallgatókkal végzett kutatás során megállapítható, hogy az egyetemisták elsősorban az alkalmazotti pozícióra törekednek és a vállalkozásindítás csak az 5 éven túli céljaik között szerepel. Úgy gondolják, hogy a pénzügyi, vállalkozói és egyéb ismeretek elengedhetetlenek egy sikeres vállalkozáshoz. Vállalkozói kedvüket befolyásolja az oktatás minősége és környezete. A tőkehiány az egyetemi hallgatóknál is felmerült a leginkább gátló tényezők között. Emellett gátló tényező még a bátorság hiánya, félelem a bukásól, kapcsolati tőke hiánya, a szabályok bonyolultsága és a vállalkozói képességek hiánya is. Motiváló tényezők között a szabadság, önállóság és a függetlenség szerepelnek. (Szabó et al., 2022)

Egy másik ugyanígy egyetemi hallgatók körében végzett kutatás azt mutatja, hogy sokak tervei között szerepel a vállalkozásindítás, melynek fő motivációja a kreativitás és az önállóság megélése. (Kocsisné et al., 2017)

2.3 Nemzetközi kutatások főbb eredményei

Nemzetközi összehasonlításokból is láthatjuk, hogy a felsőoktatás milyen befolyással bír a fiatalok vállalkozásindítási kedvének növelésében, ami mellett Magyarország helyzete is megfigyelhető. A 2006-ban végzett kutatást 14 ország hallgatóival végezték el. Ebből kiderült, hogy a magyarországi egyetemisták nem állnak rossz helyen vállalkozásindítás tekintetében. hiszen 16 százalékuk öt éven belül szeretne vállalkozni, amivel Belgium után a második legnagyobb vállalkozószellemmel rendelkező ország lett. A hazai felsőoktatási intézmények eredményei között kicsi az eltérés. Azt is megállapították, hogy az üzleti vagy gazdasági tanulmányokat folytató hallgatók között kisebb a vállalkozói kedv, mint a nem ilyen szakirányban tanulóknál. A gátló tényezők Magyarországon nagyjából ugyanazok, mint a többi országban. Ilyenek például a pénzügyi kockázat, a bátorság hiánya, a családi és/vagy a baráti támogatás hiánya. (Szerb et al., 2007)

Azért, hogy még inkább belelássak a témába megnéztem más országok kutatásait is, amik alátámasztották a magyar kutatásokat.

2013-ban végzett ukrainai kutatásból szintén az derül ki, hogy az egyetemistákban ott van a vállalkozói szellem, de ezt az oktatásuk fajtája, formája nagyban befolyásolja. Közülük is sokaknál szerepelt a vállalkozásalapítás, mint cél, hogy önállóságot nyerjenek el. (Solesvik, 2013)

Latin-Amerikai felmérésből látszik, hogy a képzések, támogatások szintén fontos szerepet töltenek be külföldön is és nem csak az Európai Unióban. Ehhez rövid képzéseket alkalmaznak, melyek segítik a fiatalokat a vállalkozáselindításban. (Llisterri et al., 2006)

Egy másik kutatás eredményeként a vállalkozásindítás legkisebb motiváló ereje a függetlenség és az erő volt, de a tőke nagyon fontosnak számít a vállalkozás elindításához. (Barba-Sánchez et al., 2012)

Azonban Németországban példát találunk arra, hogy a 2000-es években a vállalkozásindítást a munkanélküliség megszüntetése és csökkentése érdekében szorgalmazták. (Steiner et al., 2000)

További kutatásokból is látszik, hogy a legfőbb vállalkozásindítási motivációs tényezők az önállóság, az ösztönzés, a saját öröm szerzése, siker iránti vágy, az erő és hatalom utáni vágy, biztonság, megfelelés, a hagyomány követése, játékonyság és az univerzálissá válás, mint az emberek és a természet támogatása, illetve védelme. (Campopiano et al., 2015; Mascherini et al., 2015)

Ezek alapján egyértelműen látszik, hogy az elmúlt 20 évben nem történt gyökeres változás a fiatalok vállalkozásindítási motivációjukat elősegítő és gátló tényezőiben. A kutatások többségében hasonló eredményekre bukkantam a számomra fontos dolgok vizsgálata során.

2.4 Korábbi kutatások eredményeinek összefoglalása saját szempontok alapján

Összefoglaló táblázatomban összegyűjtöttem a korábbi kutatások és azoknak eredményei alapján a számomra hasznosnak vélt információkat saját szempontok alapján. Megnéztem a szakirodalmakban a legfontosabbnak tartott motivációkat, a gátló tényezőket, a vállalkozásindításhoz használt programokat, a támogatásokat, amik alapján összeállítottam, hogy melyik szerző, melyik kutatásában milyen információkra tett szert.

A szempontok meghatározásához az olvasottak alapján a leggyakoribb és legfontosabbnak vélt tényezőkből fogalmaztam meg állításokat. Majd ezekre a szempontokra koncentrálni néztem végig a témához kapcsolódó szakirodalmakat, kutatásokat és mindegyiknek az adott szempontokkal való kapcsolatát.

Ezeket összefoglalóan egy táblázatba foglaltam, hogy mi volt az a motivációs, demográfiai és regionális tényező, ami a legfontosabb és legkevésbé fontos a fiatalok számára az elmúlt időszakban.

Majd az összeállítás végén felállítottam egy arányszámot. Ezt az alapján tettem, hogy a megvizsgált szakirodalmakban összességében milyen arányban voltak a legfontosabbak és a leginkább meghatározóak az adott szempontok. Az arányt úgy határoztam meg, hogy a különböző szakirodalmakban szereplő szempontok milyen arányban jelentek meg helyesen. A 2. oszlopban találhatóak az általam felállított állítások. A 3. oszlopban azok a szakirodalmak szerepelnek, amelyekre igaz az állítás, míg a 4. oszlopban azok, amelyekben más állításokkal, elvekkel vagy más fontossági sorrenddel találkozhatunk. Az utolsó, azaz az 5. oszlopban pedig a korábban említett arány található.

2. Táblázat: Szakirodalmak eredményeinek besorolása különböző szempontok alapján

	Szempontok	Szakirodalmak (Igaz)	Szakirodalmak (hamis)	Arány
1.	Leginkább gátló tényező a pénz	• (Csákné et al., 2022) • (Bittner et al., 2013) • (Kerékgyártó, 2021) • (Enyedi, 2016) • (Szabó et al., 2022) • (Kocsisné et al., 2017) • (S. Gubik et al., 2017)		(19/19) 100%

		• (S. Gubik, 2013) • (S. Gubik et al., 2016) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Szerb et al., 2007) • (Szerb, 2004) • (Román, 2006) • (Solesvik, 2013) • (Llisterri et al., 2006) • (Halabisky, 2012)		
2.	Legnagyobb motiváció az önmegvalósítás, kiteljesedés	• (Kerékgyártó, 2021) • (Enyedi, 2016) • (Szabó et al., 2022) • (S. Gubik et al., 2016) • (Lipták et al., 2020) • (Borsi et al., 2015) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Solesvik, 2013) • (Autio, 2005) • (Mascherini et al., 2015) • (Llisterri et al., 2006) • (Malebana, 2021) • (Rainey, 2017)	• (Csákné et al., 2022) • (Bittner et al., 2013) • (Kocsisné et al., 2017) • (S. Gubik et al., 2017) • (Reisinger, 2013) • (Lukovszki, 2017) • (Szerb et al., 2007) • (Szerb, 2004) • (Barba-Sánchez et al., 2012) • (Campopiano et al., 2015) • (Halabisky, 2012) • (Nazri et al., 2016)	(14/26) 54%
3.	Fontosak vállalozási kedv növelésére szervezett támogatások, kurzusok	• (Csákné et al., 2022) • (Kerékgyártó, 2021) • (Enyedi, 2016) • (Szabó et al., 2022) • (Bartha et al., 2016) • (Reisinger, 2013) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Szerb et al., 2007) • (Borsi et al., 2015) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Kárpátné et al., 2015) • (Solesvik, 2013) • (Autio, 2005) • (Barba-Sánchez et al., 2012) • (Campopiano et al., 2015) • (Mascherini et al., 2015) • (Llisterri et al., 2006) • (Halabisky, 2012) • (Nazri et al., 2016) • (Malebana, 2021) • (Rainey, 2017)		(23/23) 100%
4.	A munkanélküliség csökkentésének egyik módja a vállalkozásindítás	• (Kerékgyártó, 2021) • (Enyedi, 2016) • (S. Gubik et al., 2017) • (S. Gubik, 2013) • (S. Gubik et al., 2016) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Mascherini et al., 2015)	• (Szerb, 2004)	(15/16) 94%

		• (Llisterri et al., 2006) • (Halabisky, 2012) • (Malebana, 2021) • (Rainey, 2017) • (Steiner et al., 2000)		
5.	Fiatalok inkább alkalmazottként dolgoznak, mint vállalkoznak	• (Bittner et al., 2013) • (Kerékgyártó, 2021) • (Kocsisné et al., 2017) • (S. Gubik et al., 2017) • (Reisinger, 2013) • (S. Gubik et al., 2016) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Szerb et al., 2007) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Solešvik, 2013) • (Autio, 2005) • (Mascherini et al., 2015) • (Rainey, 2017)	• (Enyedi, 2016) • (Szabó et al., 2022) • (Campopiano et al., 2015)	(15/18) 83%
6.	Fiatalokat a családi háttér nagyban befolyásolja	• (Csákné et al., 2022) • (Kerékgyártó, 2021) • (Enyedi, 2016) • (Szabó et al., 2022) • (Kocsisné et al., 2017) • (Bartha et al., 2016) • (S. Gubik et al., 2017) • (S. Gubik, 2013) • (Reisinger, 2013) • (S. Gubik et al., 2016) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Szerb et al., 2007) • (Szerb, 2004) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Solešvik, 2013) • (Autio, 2005) • (Barba-Sánchez et al., 2012) • (Campopiano et al., 2015) • (Mascherini et al., 2015) • (Llisterri et al., 2006) • (Halabisky, 2012) • (Nazri et al., 2016) • (Malebana, 2021) • (Rainey, 2017) • (Solga et al., 2012) • (Steiner et al., 2000)		(28/28) 100%
7.	Fiataloknak a lakhelyük meghatározó vállalkozásindítás szempontjából	• (Csákné et al., 2022) • (Kerékgyártó, 2021) • (Lukovszki, 2017) • (Lipták et al., 2020) • (Szerb et al., 2007) • (Szerb, 2004) • (Román, 2006) • (S. Gubik, 2018) • (Kovács, 2000)	• (Bartha et al., 2016)	(15/16) 94%

		• (Solesvik, 2013) • (Autio, 2005) • (Mascherini et al., 2015) • (Llisterri et al., 2006) • (Nazri et al., 2016) • (Steiner et al., 2000)		
--	--	--	--	--

(Forrás: saját szerkesztés)

A saját szerkesztésű táblázat szöveges értelmezése:

Az első szempont esetében azokban a dokumentumokban, amelyekben említették a vállalkozásindítást befolyásoló gátló tényezőket, ott 100%-ban az anyagiak jelentek meg. Tehát a pénz volt az, ami nem teszi lehetővé a fiatalok számára a vállalkozás elindítását.

A második szempont alapján 54%-ban jelent meg az önmegvalósítás a leggyakoribb motivációs tényezőként, de emellett számos dolog megjelent, mint például az önállóság, a jövedelemszerzés és a megélhetés.

A harmadik szempont a különböző támogatásokra, vállalkozói készségek fejlesztésére irányuló kurzusokra, mentorprogramokra irányult. Egyértelmű, hogy az erről értekező irodalmakban teljes mértékben úgy gondolják, hogy a fiatalok vállalkozásindítási motivációjának növelésére jó hatással vannak ezek a programok.

A negyedik szempontban a vállalkozásindítással a munkanélküliség csökkentésére utaltam. Azt figyeltem meg, hogy a korábbi kutatásokban, milyen mértékben gondolták azt, hogy a vállalkozásindítások pozitív hatást gyakorol a munkanélküliség megszüntetésére. Az említett vizsgálatok közül csak egy kutatás volt, ami azt mutatta, hogy nem segít a vállalkozásindítás motiválása a munkanélküliség csökkentésében.

Az ötödik szempontban a fiatalok alkalmazottként történő elhelyezkedését néztem meg. Kiderült, hogy a legtöbb esetben a fiatalok alkalmazottként szeretnének dolgozni, ahelyett, hogy vállalkozásba kezdenek. A vizsgálatok 83%-a ezt megerősítette.

A hatodik szempontban a demográfiai tényezőkön belül a családi háttérrel és annak befolyásolását figyeltem meg. Kiderült, hogy 100%-ban befolyásolja a család a vállalkozásindítási kedvüket és hajlandóságukat a fiataloknak.

A hetedik szempontban a regionális tényezők befolyásoltságát néztem meg. A fiatalok lakhelyét, országát, régiójukat tekintve a szakirodalmak 94%-a azt igazolja, hogy nagy jelentőséggel bír a fiatalok vállalkozásindítási kedvére vonatkozóan a regionális elhelyezkedésük.

2.5 Önálló vélemény, kritikai elemzés

A fiatalok vállalkozásindítási motivációjához kapcsolódó témákban való elmélyülés után egyértelműen kijelenthetem, hogy nagyon fontos a témával a mai világban foglalkozni.

A mostani fiatalság különleges alany a vizsgálatomhoz. Véleményem szerint, nagyon érdekes ez a korosztály a különböző és hatalmas informatikai fejlődések, a social media, az online oktatás, a mindennapi online kapcsolattartás, a pandémia és a válságok okozta változások miatt.

Külön kiemelném, hogy a legtöbb fiatal preferálja a home office-t, és ez a vállalkozások szempontjából nem előnyös, mivel sok esetben kivitelezhetetlen forma ez az estükben. Ez is az egyik oka annak, ami miatt fontosnak tartom, hogy megismerjük a fiatalok igényeit a kutatásomban.

Másik irányból megközelítve, egyre több online vállalkozással találkozunk, ami egy új formája a vállalkozásoknak, ezért az is érdekelne, hogy a fiatalok személyes formában képzelik, vagy egy online, telefonos vagy internetes szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásban gondolkodnak.

Az biztos, hogy a vállalkozásindítás anyagi vonzatai nagy hatást gyakorolnak a fiatalokra, és saját magam is úgy érzem, hogy ez az egyik legfőbb oka annak, hogy nem fognak hozzá a vállalkozásindításhoz a fiatalok. Ezen kívül az elkényelmesedés és a lustaság is közrejátszik, ami miatt a legtöbben inkább az ismert vagy könnyebb utat választják, ahelyett, hogy akár a jövőre és a környezetre nézve egy hasznos és megújító vállalkozásba fogjanak.

Elmondható, hogy rengeteg demográfiai és regionális tényező van csak Magyarországot nézve is, ami meghatározza a hozzáállását az alanyoknak a vállalkozásokban történő szereplésben.

A szakirodalmaknak köszönhetően egyértelművé vált számomra, hogy nem tudjuk konkrétan megfogalmazni egy adott csoport igényeit egyik területre nézve sem. Nehéz egyetlen egy, vagy csak kevés dologhoz társítani a vállalkozásindítási motivációjukat a fiataloknak.

Úgy gondolom, hogy a legnagyobb előnyben a Budapesti és környékén élő fiatalok vannak. Nekik vannak a legjobb és legkézenfekvőbb lehetőségeik bármely területen a vállalkozásindításra. Az ország legfejlettebb területéhez tartozik ez a rész, ezért, ha az ott élő fiatalokat nem motiválja semmi a vállalkozásindításra, akkor a peremvidékeken, kistelepüléseken élőkénél mi lehetne motiváló tényező. Ez szintén egy érdekesség számomra, hogy vannak olyanok, akik sokkal rosszabb körülményekből indulva sikeres vállalkozásokat hoznak létre, csakis az elszántságuknak és leleményességüknek köszönhetően.

A vállalkozásindítást erőltetni egyértelműen nem lehet, viszont arra az oktatáson belül is ráhatást nyerhetnek a fiatalok, hogy miért éri meg nekik, akár egy nagyobb jó érdekében is a saját érdekeik mellett, vállalkozást indítani. Ahhoz, hogy valaki belefogjon akár egy családi vállalkozás folytatásába, akár önálló, új vállalkozás elindításába, elsősorban a saját akaratára és elszántságára van szükség. Ha nem érdekes a fiatalok számára az adott témája a már meglévő vállalkozásnak, akkor nem várható el, hogy abban maradjanak és az életük nagy részét arra szenteljék.

Összességében egy nagyon összetett és érzékeny témáról beszélünk. A korosztály, amit vizsgálunk különleges, és az őket ért külső hatásokkal együtt még inkább azzá válnak. Önmagában a motivációt nézve is nehéz dolgunk van bármilyen vonatkoztatásban, hiszen minden egyes ember más beállítottságú, ezért nem lehet egyszerűen egy sablont felállítani és az alapján kategorizálni az embereket.

Ennek köszönhetően egy érdekes vizsgálattal állok szemben, amit a demográfiai és regionális hatások vizsgálatával kiegészítve teszek teljessé, hogy megismerhessem a hazánkban élő fiatalok vállalkozásindítási motivációját.

3 VIZSGÁLATI ANYAG ÉS MÓDSZEREK

3.1 Alkalmazott kutatási módszerek

A kutatási módszer kiválasztásához fontos a kutatás és az alkalmazott kutatási módszerek definíciójával tisztában lenni. A tudományos kutatás lényegét az elmúlt fél évszázadban többen is megfogalmazták. A következő megfogalmazás tükrözi a legjobban az általam gondoltakat: „A tudományos kutatás problémamegoldás, amely eredményei által adja azokat az új ismereteket, elveket, eljárásokat, eszközöket, amelyekkel a társadalom és az emberi tevékenységek előtt álló feladatok eredményesen megoldhatóak.” (Gócze, 2010, 32 p.)

A kutatási módszereknek két fajtája van, a kvalitatív és a kvantitatív kutatási stratégia. A vizsgálatom során a kvantitatív kutatási módszert választom. Ez az, ami a választott témámhoz megfelelő adatokkal szolgálhat, amelyek számszerűsíthetők. (Hornyacsek, 2014)

Ezáltal a kutatásom legalapvetőbb kérdéseire megkapom a választ, így a mennyiségekkel leszek tisztában, miszerint ezeket mennyiségi mutatóknak is nevezzük. Leggyakoribb fajtája a kérdőíves lekérdezés. Mivel nem csak a kutatási téma, kérdések és a hipotézisek szükségesek egy kutatás végrehajtásához, hanem maga a módszer is, ezért egyértelmű, hogy az adatfelvétel módszerét is előre meghatározom. Ennek a módszernek is, mint a legtöbbször fennáll a torzítás veszélye akár akaratlagosan, például, ha túl kényes témáról van szó nem minden ember válaszol őszintén. Ezzel a veszéllyel számolnom kell, azonban kutatásom szempontjából ez a stratégia a legkézenfekvőbb a demográfiai és regionális adatok kapcsolatának összehasonlítására és elemzésére a fiatalok vállalkozásindítási kedvével. (Gócze, 2010)

Az adatfelvételhez a leggyakoribb primer kutatási technikát, a kérdőíves lekérdezést választottam. Úgy gondolom, így juthatok a számomra legfontosabb adatokhoz. Anonim formában történik a lekérdezés, hogy meg merjék osztani az érzékenyebb témához kapcsolódó adataikat is a fiatalok. A kérdőív elkészítése során törekszem az egyszerűsége és a mindenki számára érthető megfogalmazásokra. Rövid, tömör kérdőívet hozok létre, hogy ne vegyen el sok időt a fiatalok szabadidejéből és minél többen kitöltsék az ország különböző részeiről. Ezzel nem csak nekem, hanem a későbbiekben saját magukon is segíthetnek. Hiszen betekintést nyerünk, mi az, ami őket elősegíti és motiválja egy vállalkozás elindításában.

A kvantitatív kutatási módszert nem tudjuk teljes mértékben elválasztani a kvalitatívtól. Nem csak a számadatokra, százalékokra vagyok kíváncsi, hanem a miértekre is, ami már átcsúszik a kvalitatív kutatási módszer kategóriájába. Ahhoz, hogy minél többen őszintén töltsék ki a

vizsgálatomhoz szükséges kérdéseket, biztosítom a kitöltőket, hogy az adatok teljes mértékben névtelenül lesznek felhasználva és csakis a kutatás céljára. Remélem, hogy a két fő kutatási módszer ötvözésével elérhetem a várt eredményeket, és belátást nyerhetek a fiatalok gondolkodásmódjába a vállalkozásindítás tekintetében.

Ha a kitöltések előrehaladtával, úgy látom, hogy torzított eredményeket kaphatok, akkor az arányosítás módszeréhez fogok folyamodni, hogy ne legyen az sem befolyásoló tényező, mennyien töltötték ki egy adott megyében. Természetesen szinte lehetetlen, hogy egyenlő számban töltsék ki az ország minden területéről, holott úgy lenne a legeredményesebb és a legpontosabb a kutatás.

Következő lépésben a kész, kitöltésekre váró kérdőívet online formában, mindenféle befolyásolás nélkül küldöm el az ország összes vármegyéjébe, hogy a megfogalmazott kutatási kérdésekre válaszokat kapjak.

3.2 Vizsgálathoz alkalmazott eszközök

A kérdőíves lekérdezés során többféle módszert alkalmaztam. A leginkább alkalmazott módszer a zárt kérdések alkalmazása volt, ahol megadott válaszlehetőségek közül választhatnak a kitöltők. Emellett egy nyitott kérdést is létrehoztam a kérdőívben, ahol saját maguk által megfogalmazott választ írhattak be a kitöltő személyek. Ezenkívül megjelentek a számszerű és tényadatokra vonatkozó kérdések is. (Majoros Pál, 2004)

Másik fontos módszer a 6 fokú skála használata volt. Erre a páros fokú skálára azért esett a választásom, hogy senki se tudjon kibúvó válaszként egy semleges értéket beírni, és egyértelműen eldönthető legyen az adott tényező hovatartozása. (Sajtos et al., 2007)

3.3 Vizsgált elemek

Vizsgált elemeim a fiatalok, akiknek a definiálását már a dolgozat első fejezetében tisztáztam. Minél több 14 és 30 év közötti fiatalhoz igyekszem eljuttatni a kérdőívet, akár középiskolákat, egyetemeket és munkahelyeket is bevonva a kutatásba. Az elemek közé tartoznak a még tanuló diákok és a már munkahellyel vagy akár vállalkozással rendelkező személyek is. Ennek köszönhetően érdekes adatokra számítok, és érdeklődve várom a demográfiai és a regionális különbségek okozta eltéréseket, hasonlóságokat az egyes vizsgált alanyok között.

3.4 Kutatási kérdések

Kutatási kérdések megfogalmazásában fontos szerepet játszottak a korábban megismert szakirodalmak tartalmai. Ebben az alfejezetben fogalmazom meg, milyen kérdésekre keresem a választ és pontosítom azokat a kifejtésük során.

K1. A demográfiai tényezők milyen mértékben és hogyan befolyásolják a fiatalok vállalkozásindítási motivációját Magyarországon?

Első kutatási kérdésem során arra keresem a választ, hogy hazánkban milyen demográfiai tényezők hatnak a fiatalok vállalkozásindítási kedvére. Emellett azt is szeretném megtudni, hogy a befolyásoló tényezők pozitív vagy negatív irányba hatnak a fiatalságra. A kutatási kérdéshez kapcsolódó kérdőívben szereplő kérdésekhez kvantitatív kutatási módszert használok. Viszont megjelenik a kvalitatív módszer is, amikor azokra keresem a választ, hogy az adott demográfiai tényezők miért és hogyan befolyásolják a fiatalok magatartását, gondolkodását a vállalkozásindítással kapcsolatban. A kérdőíves lekérdezés során használt demográfiai tényezők megfogalmazásra kerültek a dolgozat 2.1.6-os fejezetében.

K2. A regionális tényezők milyen mértékben és hogyan befolyásolják a fiatalok vállalkozásindítási motivációját Magyarországon?

Második kutatási kérdésem során a regionális eltéréseket vizsgálom. Azt, hogy Magyarország különböző vármegyéiben hogyan alakul, és a különböző területeken történő életvitel mennyire befolyásolja a fiatalok vállalkozásindítási motivációját. A válaszhoz a NUTS 3-as régiók szintjén vizsgálom a vállalkozásindítási kedvét a fiataloknak kvantitatív módon. Ahhoz, hogy ehhez a kutatási kérdéshez megfelelő információkat kapjak, az ország minden részére igyekszem eljuttatni a kérdőívet, és nagyjából ugyanannyi fiatallal kitöltetni azt. Így kaphatom meg a legrealisabb és leghasznosabb válaszokat, majd eredményeket a regionális szempontok alapján.

K3. Hogyan, milyen módon lehet motiválni még jobban a fiatalokat?

Harmadik kutatási kérdésem során arra keresem a választ, hogy a fiatalokat, hogyan lehetne még inkább motiválni, és növelni a fiatal vállalkozók számát. Ehhez kvalitatív kutatási módszert alkalmazok. Remélem, hogy találok egyéb módokat és tényezőket is, amik jó hatással lehetnek a fiatalok motivációjára, és a későbbiekben is hasznosnak nyilvánulhatnak. Ehhez a kutatási ponthoz kapcsolódó kérdéseknél felhasználom a szakirodalmaknak köszönhetően megismert motivációs tényezőket és lehetőséget nyújtok arra is, hogy a vizsgált alanyok

önállóan megfogalmazzák, mi az, ami számukra motiváló, illetve legnagyobb mértékben pozitív és negatív irányban befolyásoló tényező a vállalkozásindítási kedvükre nézve.

3.5 Hipotézisek

A hipotézisek a kutatási kérdésekben megfogalmazottakhoz kapcsolódnak, tehát szintén a korábbi kutatások eredményeinek ismeretében fogalmazom meg feltevéseimet.

Először is megfogalmazom a hipotéziseket, amelyekről majd a kutatás végén eldöntöm, hogy igazak vagy hamisak, ezek az általam felvetett, még a kérdőíves lekérdezés előtt megfogalmazott állítások. (Némethné, 2009)

Ebben a fejezetben állapítom meg a hipotéziseket és fejtem ki őket. A kutatási kérdések alapján 3 alfejezetre osztottam a hipotéziseket: a demográfiai, regionális és a motivációs kategóriára.

3.5.1 Demográfiai adatokhoz kapcsolódó hipotézisek

H1: A férfiak nagyobb vállalkozói kedvvel rendelkeznek mint a nők.

A korábbi információk alapján azt feltételezem, hogy a fiatal férfiak szívesebben válnak vállalkozóvá, mint a nők. A szakirodalmak alátámasztják, hogy a korábbiakban is inkább a férfiak voltak motiváltak vállalkozásindítás tekintetében. Emellett saját tapasztalatomból is tudom, hogy a környezetemben a férfiak azok, akik vállalkozást terveznek indítani sokkal nagyobb arányban, mint a nők. Ennek számos oka lehet, köztük akár a családban betöltött szerep is, gyermekvállalás és egyéb tényezők, melyre a következő hipotézisemben térek ki.

H2: A nők vállalkozóvá válását leginkább a családban betöltött szerep és az anyaság korlátozza.

Az előző hipotézisemből látszik, hogy a férfiak nagyobb vállalkozóikedvvel rendelkeznek, mint a nők. Ebből kiindulva arra keresem a választ, hogy a nők hátulmaradásának az oka mi lehet. Akár a családi szerepük, illetve az anyává válás vagy csak annak gondolata. Sokszor hallani, hogy egy nő nem tudott kibontakozni eléggé karrierje, munkája során és nem tudta megvalósítani az álmait, ebben az esetben akár létrehozni álmai vállalkozását. Ezeknek a hátterét szeretném megtudni, és azt, hogy a demográfiai szempontok, hogyan hatnak erre az állításra. Ebben a hipotézisben azt feltételezem, hogy a nőket gátolják az őket érintő kötelezettségek és elvárások.

H3: Leginkább az anyagi helyzet befolyásolja a fiatalok vállalkozásindítását.

Az anyagiak mindig és bármely területen fontos szerepet játszanak. Ezek alapján fogalmaztam meg a harmadik hipotézisemként, hogy a fiatalok számára a legnagyobb befolyással bíró tényező az anyagi helyzetük és az ezáltal létrejött lehetőségeik. Feltételezem, hogy a szegényebb családokból származó fiatalok motivációja csekélyebb, mint az anyagiakban bővelkedő családokból származó kortársaiké. Mivel a vállalkozás elindításához az egyik legalapvetőbb tényező a pénz, ezért úgy gondolom, hogy az anyagi helyzet nagyon fontos tényező a fiatalok vállalkozásindítási motivációjának kialakulásában.

H4: Családi háttér befolyásolja a vállalkozásindítást a fiataloknál.

A családi helyzet fontos szerepet játszik a fiatalok vállalkozásindításában. Úgy gondolom, hogy a szülők végzettsége, kora, gyermekeiknek száma, egészségügyi problémák és a vállalkozásban való részvétele nagy hatással van a fiatalok jövőjére. A családi vállalkozást létrehozó és vezető szülők gyerekeinél véleményem szerint nagyobb a vállalkozásindítói kedv, mint a nem vállalkozó szülők gyermekeinek esetében.

3.5.2 Regionális adatokhoz kapcsolódó hipotézisek

H5: A határ menti, fejlett vármegyékben, Budapesten és környékén a legnagyobb a vállalkozásindítási kedve a fiataloknak.

A negyedik hipotézisemben a regionális adatokra térek ki. Úgy gondolom az olvasottak alapján, hogy a fejlettebb területen nagyobb a vállalkozásindítási kedve a fiataloknak. A budapesti fiatalok több lehetőséggel és általában kedvezőbb anyagi helyzettel is rendelkeznek, hogy saját vállalkozást indítsanak. Emellett a fejlettebb vagy sűrűbben lakott településeken nagyobb a vásárlói igény és általában nyitottabbak az új vállalkozásokra is, így könnyebben elfogadják a fiatal vállalkozókat, mint a kisebb településeken.

3.5.3 Motivációs lehetőségekhez kapcsolódó hipotézisek

H6: Támogatásokkal növelni lehet a fiatal vállalkozók számát.

A különböző támogatások, legyen szó alapítványi, kormányzati vagy Európai Unió támogatásokról, általában jó motivációs tényező. Ha a fiataloknak támogatások lennének felajánlva a fiatalok által elindított vállalkozásokhoz, akkor valószínűleg megnőne a fiatalok vállalkozásiindítási aránya, hiszen azok is el tudnának indulni a vállalkozói úton, akiknek a saját anyagi helyzetük ezt nem teszi lehetővé. Ebből az okból kiindulva kérdezem meg a

kitöltőket, hogy anyagi helyzetüktől függetlenül igénybe vennének-e ilyen támogatást és mit gondolnak ezekről.

H7: A pénz az egyetlen motivációs tényező, ami a jövőben a legnagyobb szerepet fogja játszani a vállalkozásindítással kapcsolatosan a fiatalok tekintetében.

Azt már láthatjuk, hogy a pénz a mindennapi életünkben, a vállalkozásokban és a fiatalok motivációjában is mekkora szerepet játszik. A hetedik hipotézisemben ebből kiindulva azt fogalmaztam meg, hogy a jövőben is a pénz lesz az a motivációs tényező, amivel a legjobban lehet motiválni és a legnagyobb hatással bír a fiatalokra nézve a vállalkozásindítás szempontjából.

Kutatásom során ezekre a hipotézisekre szeretnék válaszokat kapni. Megtudni, hogy mennyire valósak a feltételezéseim, és amennyiben helytelenek az állításaim, mi az, ami a valóságban másképp van, mint ahogyan a korábbiak alapján azt feltételeztem.

4 EREDMÉNYEK

Ebben a fejezetben a kérdőívről, az elemzési módszereimről és a hipotézisek vizsgálatokról írok. Részletesen ismertetem a kérdőívről a tudnivalókat, majd egy általános elemzésen keresztül mutatom be a mintámat. Ezek után egyesével kitérek a hipotéziseimre és megállapítom róluk, hogy helyesek-e vagy sem. Ezt követően röviden összefoglalom a kutatás eredményeit, majd következtetéseket vonok le és javaslatokat teszek.

4.1 Kérdőív

A kérdőívet Google Form segítségével alkottam meg. A felület kiválasztásakor az egyszerűsége és a mindenki számára könnyű elérhetősége törekedtem. Összesen 36 kérdést állítottam össze, melyek között voltak eldöntendő, egy és több válaszlehetőséget megengedő és skálán történő kiválasztást igénylő kérdések. Egy önálló beírást lehetővé tevő kérdés is belekerült a lekérdezésbe, hogy aki egyéb ötlettel, motivációval rendelkezik, az is ki tudja fejteni az elképzelését, viszont ezt a kérdést nem tettem kötelezővé, hogy a válaszadókat ne akassza meg, esetlegesen bizonytalanítsa el a kérdőív folytatásában. Ezt a kérdést leszámítva az összes többi kötelezően kitöltendő elemként szerepelt.

Az online lekérdezés lehetővé tette, hogy a lehető legtöbb, a célcsoportba tartozó embert elérjek, és ismerősök, illetve az ő megosztásaiknak a segítségével eljussak ehhez a véglegesen kialakult 351 személyhez. A korcsoportba a 14-30 éves korosztály tartozott, akik, mint tudjuk, meglehetősen aktív életet élnek a social media-n, ezért viszonylag gyorsan, illetve könnyen eljutott egyik helyről a másikra az információ.

A kitöltés maximum 10 percet vett igénybe. Amellett, hogy az egyszerűsége törekedtem, több irányból érkezett visszajelzés, hogy érdekes és elgondolkodtató kérdőívet alkottam, aminek kifejezetten örültem. A felület 2023. február 15-től 2023. március 25-ig volt elérhető.

A teljes kérdőív mellékelten a dolgozat végén található meg.

4.2 Elemzéshez használt eszközök

A kérdőív megalkotásához a fent említett Google Űrlapot használtam, majd a lezárását követően a Microsoft Excelben dolgoztam fel az adatokat. Ebben a táblázatkezelő programban végeztem el a kérdőív összesítését, majd kódolását, de diagrammok és térképek létrehozásához, szerkesztéséhez is használtam. A kódolásra az SPSS-hez, azaz a Statistical Package for Social Sciencies programhoz volt szükségem, ami egy statisztikai elemzések végrehajtását segítő

program. Az SPSS-ben számos lehetőségem volt különböző statisztikai elemzések elvégzésére. Ahol alkalmam volt, ott elvégeztem a Khi-négyzet próbát és megállapítottam a szignifikanciát. Emellett kereszttáblákat hoztam létre, hogy az egyes, különböző leíró adatok könnyen összevethetőek legyenek. Az adatok elemzéséhez a variancia elemzést is alkalmaztam a program segítségével. Az egyszerűbb hipotéziseknél egy egyszerű statisztikai vizsgálatot végeztem, ami megmutatta, hogy az adott oszlop, tehát esetemben egy kérdésre adott válaszok milyen arányban, százalékban jelentek meg. Itt is, mint az összes mérés lefuttatásakor megnéztem, hogy pontosan hányan válaszoltak az aktuális kérdésre, ami mindig viszonyítási alapként is szolgált.

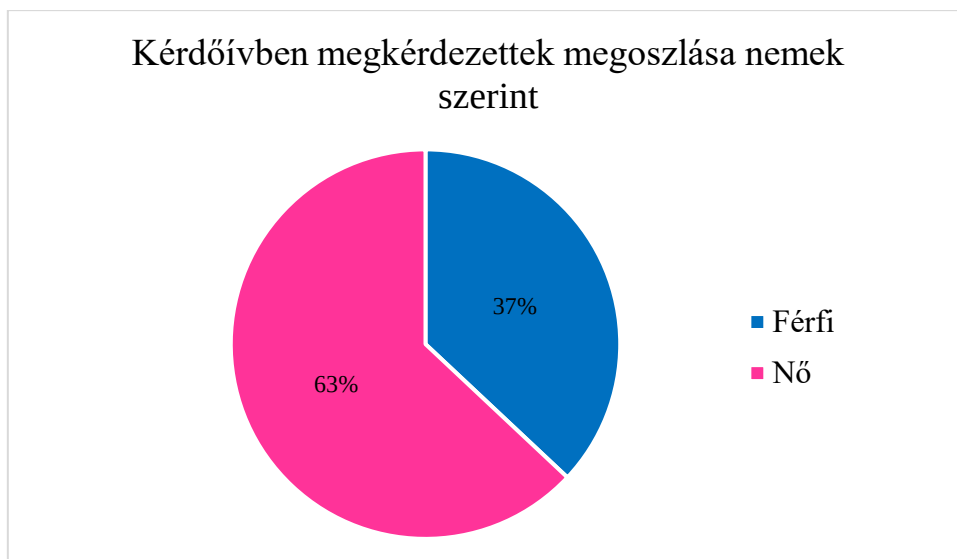
A vizsgálatok során megnéztem, hogy az adott értékek szignifikánsak-e vagy sem, amihez a Khi-négyzet próbát használtam segítségként. Az elemzésem során szignifikánsnak mondható az a hipotézis, amelyik az 5%-ot nem éri el ($p < 0,05$), ez tehát azt jelenti, hogy az adott érték nem pusztán a véletlen műve, hanem a lekérdezés eredményességének és pontosságának köszönhető. Ekkor azt mondhatjuk, hogy szignifikáns, tehát az egész sokaságra és nem csak a mintára vonatkoztatva helyes.

4.3 Általános megállapítások

Összesen 351 válasz érkezett be a Google Űrlapra, amit egy megfelelő nagyságú mintának véltem a különböző elemzések elvégzéséhez.

4.3.1 Nemek megoszlása

Az elemzéshez előzetesen mindenképp fontos tudnunk a nemek megoszlását, amit az alábbi ábra mutat. Az összes megkérdezett személy közül 130 férfi és 221 nő töltötte ki a kérdőívet, ami 37% és 63%-os megoszlást mutat. Tehát a nők részéről jóval több kitöltés érkezett, mint a férfiak részéről. Véleményem szerint ez magyarázható akár azzal is, hogy a nők lelkesebbek és szívesebben szánnak időt mások segítésére, mint a férfiak.



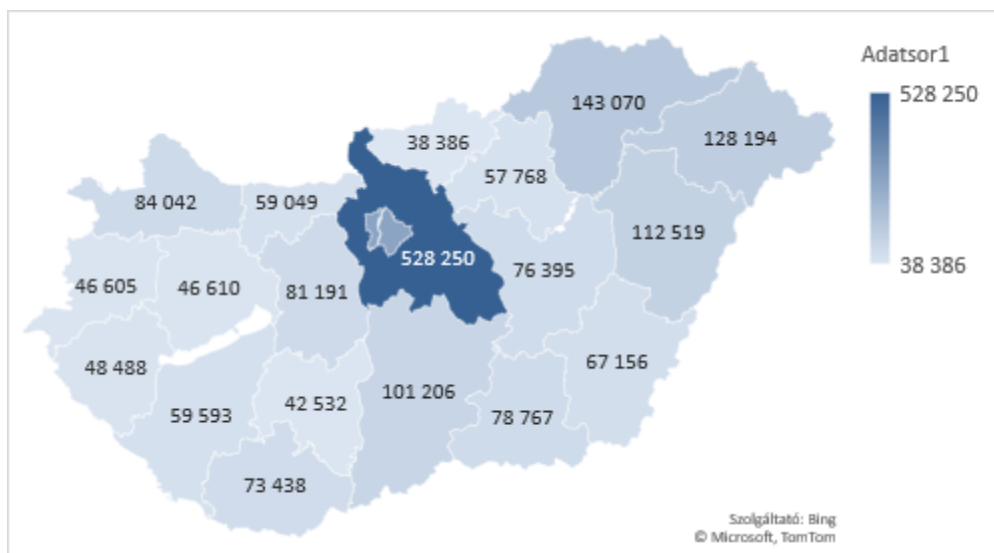
2. Ábra: Nemek megoszlása %-ban kifejezve

(Forrás: saját szerkesztés)

4.3.2 Vármegyei szintű eloszlás

Másik fontos adat az elemzés értelmezése előtt, az adott korcsoportba, tehát a 14-30 éves korosztályba tartozók megoszlása vármegyei szinteken.

Ahhoz, hogy a mintát teljesen megértsem a valós, tehát az adott vármegyékben ténylegesen élő, illetve az adott korcsoportba tartozó személyekkel és a kitöltők adataival dolgoztam. Létrehoztam egy térképet, hogy lássuk mennyi, az általam megadott korcsoportba tartozó fiatal él az adott vármegyékben. Ezt a TEIR adatbázis segítségével az Excelben hoztam létre.

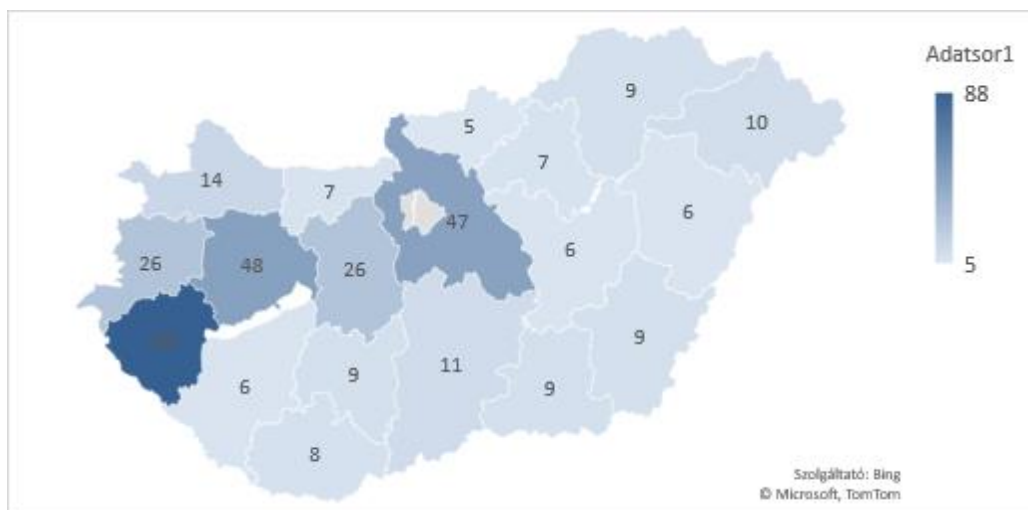


3. Ábra: 14 és 30 év közötti fiatalok megoszlása Magyarország vármegyéiben főben kifejezve

(Forrás: saját szerkesztés)

A kérdőív lezárása után pedig az Excelben ennek mintájára vármegyei bontásban felvázoltam a kitöltők számát, amit az alábbi térkép mutat. Ezáltal egy olyan térképet dolgoztam ki, ahol a kérdőív kitöltését elvégző személyek száma látható vármegyékre lebontva.

Itt egyértelműen látszik, hogy Zala vármegyéből érkezett a legtöbb kitöltés, ez annak köszönhető, hogy a legtöbb ismerőssel onnan rendelkezem. Bármennyire igyekeztem kompenzálni a többi vármegyével a kitöltést, még így is túlsúlyban maradt a válaszadók száma Zala vármegyéből. Ez a többség az elemzés során torzításokhoz is vezethet, ezért úgy gondolom, hogy Zala vármegyére nézve célszerű lenne egy hasonló lekérdezést végezni, ami alapján kiderülne, hogy az adott hipotéziseim mennyire igazak és mennyire valós eredményeket, értelmezéseket kaptam a későbbiekben.



4. Ábra: 14 és 30 év közötti fiatalok megoszlása Magyarország vármegyéiben a kitöltők száma alapján főben kifejezve

(Forrás: saját szerkesztés)

4.3.3 Kitöltők korának elemzése

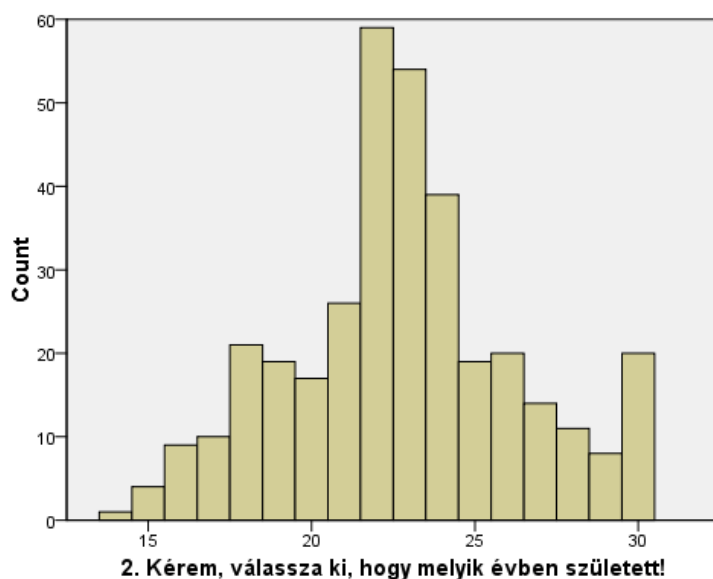
A kérdőív során megkérdezett célcsoport a 14 évesektől a 30 évesekig tartott. Az átlag kor a kitöltőkből az a 22,8 évet jelenti. A legtöbb kitöltés a 22 és 23 évesektől érkezett, ez is azzal magyarázható, hogy én is ebbe a korosztályba tartozom és hozzájuk jutott el a leginkább a kérdőív. Az átlaga is ezzel magyarázható a kitöltők számának, hiszen egyértelműen az a korosztály volt a legaktívabb, így teljesen érthető a 22,8 éves átlaga a mintának.

3. Táblázat: Kor szerinti megoszlás főben meghatározva

Kor	Kitöltés (fő)
14	1
15	4
16	9
17	10
18	21
19	19
20	17
21	26
22	59
23	54
24	39
25	19
26	20
27	14
28	11
29	8
30	20

(Forrás: saját szerkesztés)

Ahhoz, hogy a fenti táblázatot könnyebben értelmezni tudjuk és átláthatóbbá váljon létrehoztam az alábbi diagramot. Ez is a kor szerinti megoszlását mutatja a kitöltőknek, amin egyértelműen kirajzolódik a fent említett 22 és 23 évesek többsége. Az y-tengelyen a kitöltések száma látható növekvő sorrendben, míg az x-tengelyen a kor található növekvő sorrendben 14 éves kortól 30 éves korig.



5. Ábra: Kor szerinti megoszlás főben kifejezve

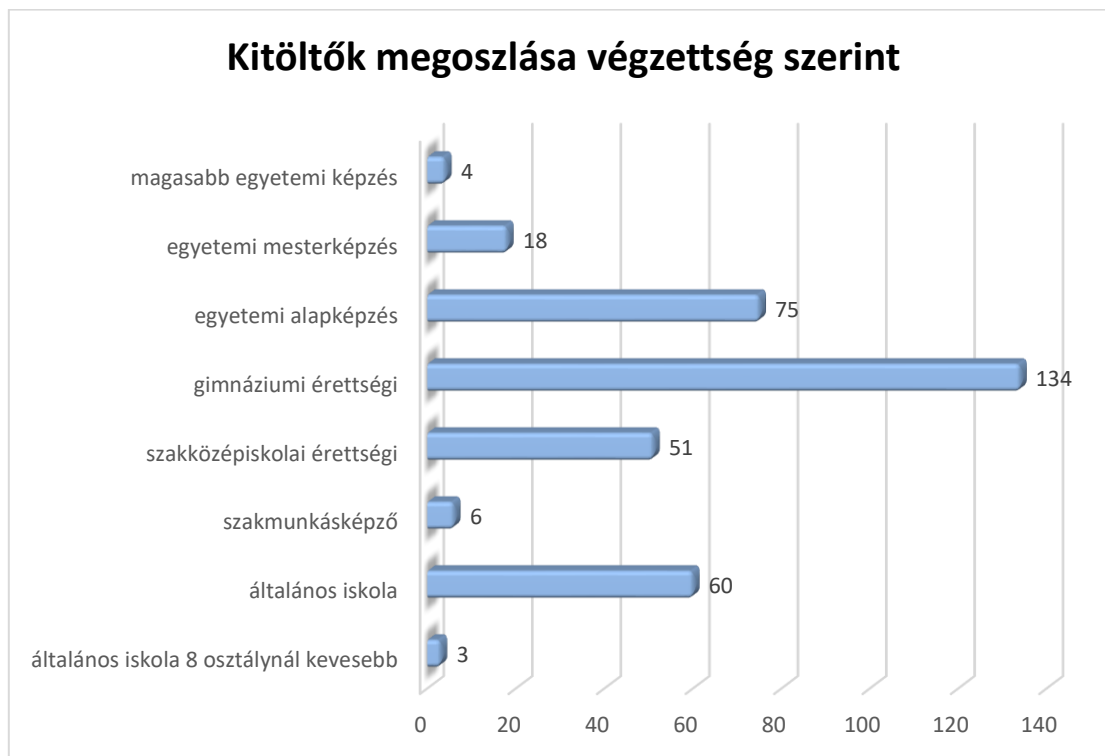
(Forrás: saját szerkesztés)

4.3.4 Kiegészítők végzettsége

Fontosnak tartom még, hogy az elemzés előtt megnézzem, hogy milyen végzettséggel rendelkeznek a válaszadók.

Megállapítottam, hogy a legtöbbszörnek gimnáziumi végzettsége van. Ezt követi az egyetemi alapképzés, de majdnem fele annyi személy rendelkezik a mintából egyetemi alapképzéssel, mint gimnáziumi érettségivel. A legkevesebben a 8 általánosnál is kevesebb kategóriában vannak, összesen hárman, de ez eredhet onnan is, hogy a kitöltők között lehet, hogy volt olyan 14 vagy 15 éves, aki még általános iskolai tanulmányait folytatja. Csak egyel van több tagja a magasabb egyetemi képzés kategóriának, ahol phd képzésre és hasonlókra gondoltam. Ez szintén a korról magyarázható, mivel a mintában maximum 30 éves korig szerepelnek a

személyek, és a magasabb szintű képzésekre ritkán van ideje és lehetősége a tanulni vágyóknak 30 év alatt. Az alábbi diagram ezt tökéletesen ábrázolja.



6. Ábra: Kitöltők megoszlása végzettségük szerint

(Forrás: saját szerkesztés)

Ha ezeket az általános információkat összevetjük, látható, hogy többségében összhangban vannak az adatok egymással. A korosztály és a végzettség tekintetében ez különösen kirajzolódik, ha megnézzük a fentebb lévő két ábrát.

4.3.5 Vállalkozással rendelkező személyek

Megállapítottam, hogy a kitöltők közül összesen 24 fő rendelkezik saját vállalkozással, ami a 6,8 %-a összesen a teljes minta nagyságának. Így egyértelmű, hogy a többségnél még tényleg csak vállalkozásindítási motivációról beszélhetünk.



7. Ábra: Vállalkozással rendelkezők számának megoszlása

(Forrás: saját szerkesztés)

4.4 Elemzések, Hipotézisek vizsgálata

A következőkben az egyes hipotéziseket vizsgálom meg külön alfejezetenként. Megállapítom szignifikanciájukat, normalitásukat és elemzem a kapott eredményeket, amiket a táblázatos forma vagy diagramok mellett szövegesen is értelmezek.

4.4.1 Férfiak magasabb vállalkozói kedvével kapcsolatos hipotézis vizsgálata

A H1 megállapításom alapján a férfiak nagyobb vállalkozói kedvvel rendelkeznek, mint a nők. Ennek elemzése során azt a választ kaptam, hogy a szignifikancia szint $p=0,034$, ami $0,05$ alatt van, tehát szignifikáns. Ebben az esetben ez azt jelenti, hogy a nemekhez való tartozás befolyásolja a vállalkozásindítási kedvet. Az alábbi táblázatban látható a Cramer mutató is, ami mindezt szintén alátámasztja.

4. Táblázat: Férfiak magasabb vállalkozói kedvvel rendelkezésének szignifikancia vizsgálata

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
	Cramer's V	0,185	0,034
	N of Valid Cases	351	

(Forrás: saját szerkesztés)

A Khi-négyzet próba is megerősítette ezt a szignifikanciát, miszerint ha $p < 0,05$, akkor elfogadjuk szignifikánsnak az állítást. Itt a Khi-négyzet=0,034, ami azt jelenti, hogy szignifikáns. Ezt mutatja az alábbi táblázat is.

5. Táblázat: Férfiak magasabb vállalkozói kedvvel rendelkezésének Khi-négyzet próbája

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,045 ^a	5	,034
Likelihood Ratio	12,584	5	,028
Linear-by-Linear Association	10,793	1	,001
N of Valid Cases	351		

(Forrás: saját szerkesztés)

A következő táblázatban azonban látszik, hogy bár szignifikáns a kapcsolat, a férfiak vállalkozásindítási kedve nem egyértelműen nagyobb a nők vállalkozásindítási kedvénél. Bőven akad olyan nő, aki szeretne vállalkozást indítani, ám inkább ők azok is, akik nem szeretnének. Nincs hatalmas eltérés a százalékokat tekintve a két nem között, de megállapítható, hogy nem sokkal, de a férfiak vállalkozásindítási kedve nagyobb, mint a nőké.

6. Táblázat: Nemek és a vállalkozásindítás közötti kapcsolat

			Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!						Total
			Egyáltalán nem szeretnék	Nem igazán szeretnék	Inkább nem szeretnék	Inkább szeretnék	Szeretnék	Nagyon szeretnék	
Az Ön neme:	Férfi	Count	6	8	11	27	37	41	130
		% within 1. Az Ön neme:	4,6%	6,2%	8,5%	20,8%	28,5%	31,5%	100,0%
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	22,2%	21,1%	28,2%	38,0%	44,6%	44,1%	37,0%
		% of Total	1,7%	2,3%	3,1%	7,7%	10,5%	11,7%	37,0%
	Nő	Count	21	30	28	44	46	52	221
		% within 1. Az Ön neme:	9,5%	13,6%	12,7%	19,9%	20,8%	23,5%	100,0%
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	77,8%	78,9%	71,8%	62,0%	55,4%	55,9%	63,0%
		% of Total	6,0%	8,5%	8,0%	12,5%	13,1%	14,8%	63,0%
Total		Count	27	38	39	71	83	93	351
		% within 1. Az Ön neme:	7,7%	10,8%	11,1%	20,2%	23,6%	26,5%	100,0%
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	7,7%	10,8%	11,1%	20,2%	23,6%	26,5%	100,0%

(Forrás: saját szerkesztés)

Mindezek alapján elmondható, hogy a férfiak nagyobb vállalkozási kedvvel rendelkeznek, mint a nők, így az első hipotézisemet helyesnek találom.

4.4.2 A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó hipotézis vizsgálata

A H2 feltevésemben azt állítottam, hogy a nők vállalkozóvá válását leginkább a családban betöltött szerep és az anyaság korlátozza. Ehhez elvégeztem a Khi-négyzet próbát, mely alapján megállapítottam, hogy mivel $p=0,022$, így ez szignifikáns, mert kisebb mint a 0,05. Ezek alapján megállapítható, hogy van kapcsolat a nők vállalkozóvá válása és a családban betöltött szerepük és az anyaság között.

7. Táblázat: A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó Khi-négyzet próba

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,666 ^a	20	0,022
Likelihood Ratio	33,546	20	0,029
Linear-by-Linear Association	1,070	1	0,301
N of Valid Cases	351		

(Forrás: saját szerkesztés)

A Khi-négyzet próba mellett a Cramer mutató is bizonyítja, hogy érdemes foglalkoznunk a hipotézisünk további vizsgálatával.

8. Táblázat: A nők vállalkozóvá válását befolyásoló tényezőkhez kapcsolódó szignifikancia vizsgálat

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,314	,022
	Cramer's V	,157	,022
N of Valid Cases		351	

(Forrás: saját szerkesztés)

A tesztek elvégzése után megállapítottam, hogy szükséges foglalkozni az adatokkal.

Megnéztem a kapcsolatot a vállalkozásiindítási kedv és a gyermekek száma között. Az alábbi táblázat alapján megállítható, hogy egyáltalán nincs egyenes arányosság a gyermekek száma és a vállalkozásindítási kedv között. Ugyanis, nem kevesebb és nem több azoknak a személyeknek a száma, akiknek van gyermekük abban a kategóriában sem, hogy egyáltalán nem szeretnének vállalkozást indítani, és ott sem, akik nagyon szeretnének.

9. Táblázat: Gyermekek száma és a vállalkozási kedv összehasonlítása

			12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!					Total
			0	1	2	3	4 vagy annál több	
28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	Egyáltalán nem szeretnék	Count	22	3	1	0	1	27
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	81,50%	11,10%	3,70%	0,00%	3,70%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	6,70%	30,00%	16,70%	0,00%	25,00%	7,70%
		% of Total	6,30%	0,90%	0,30%	0,00%	0,30%	7,70%
		Count	37	0	0	1	0	38

	Nem igazán szeretnék	% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	97,40%	0,00%	0,00%	2,60%	0,00%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	11,20%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	10,80%
		% of Total	10,50%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	10,80%
	Inkább nem szeretnék	Count	34	3	2	0	0	39
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	87,20%	7,70%	5,10%	0,00%	0,00%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	10,30%	30,00%	33,30%	0,00%	0,00%	11,10%
		% of Total	9,70%	0,90%	0,60%	0,00%	0,00%	11,10%
		Count	68	2	0	0	1	71
	Inkább szeretnék	% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	95,80%	2,80%	0,00%	0,00%	1,40%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	20,60%	20,00%	0,00%	0,00%	25,00%	20,20%
		% of Total	19,40%	0,60%	0,00%	0,00%	0,30%	20,20%
	Szeretnék	Count	83	0	0	0	0	83
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	25,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	23,60%
		% of Total	23,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	23,60%
	Nagyon szeretnék	Count	86	2	3	0	2	93
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán!	92,50%	2,20%	3,20%	0,00%	2,20%	100,00%
		% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	26,10%	20,00%	50,00%	0,00%	50,00%	26,50%
		% of Total	24,50%	0,60%	0,90%	0,00%	0,60%	26,50%
Total		Count	330	10	6	1	4	351
		% within 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a	94,00%	2,80%	1,70%	0,30%	1,10%	100,00%

	megfelelő értéket a skálán!						
	% within 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát!	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	% of Total	94,00%	2,80%	1,70%	0,30%	1,10%	100,00%

(Forrás: saját szerkesztés)

Ezek alapján a H2 hipotézisemet elvetettem, ugyanis nem igaz, hogy a vállalkozásindítást a női nem részéről a családban betöltött szerepe, ezáltal az anyaság gátolja meg.

Ezt egy másik kutatáson belül jobban meg lehetne állapítani, ugyanis ebben a kutatásban a legtöbb kitöltőnek még nincs gyermeke. Úgy gondolom, hogy egy, csak a nők számára indítványozott kérdőívvel és elemzéssel pontosabb adatokhoz juthatnánk, ami alapján ez a hipotézisem jobban megindokolható lenne. Emellett, véleményem szerint a pontosabb kérdések megfogalmazásával a témában még jobban felhasználható adatokat kaphatnánk egy kutatás szempontjából.

Azonban a jelenlegi kutatásom alapján nem befolyásoló tényező a kiválasztott korosztály női számára a családban betöltött szerepük és az anyaság, ami valószínűleg azzal indokolható, hogy számukra ez még nem teljes mértékben releváns.

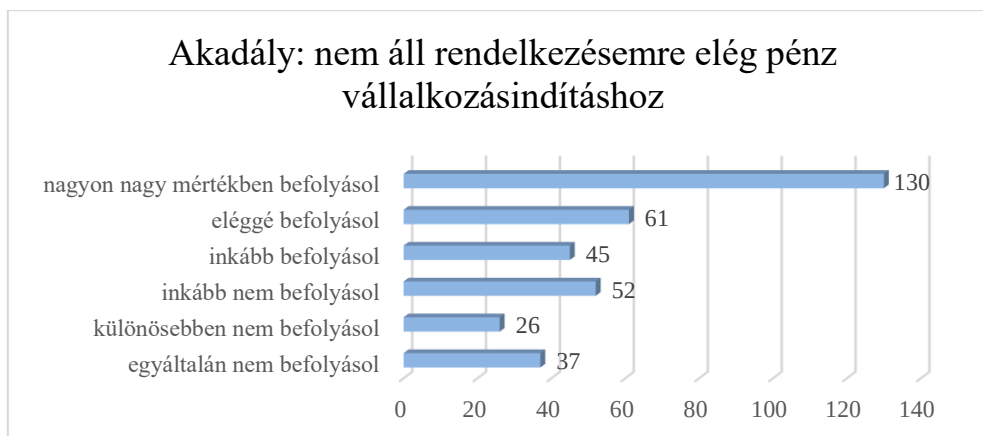
Ezek alapján ezt a hipotézist elvetettem.

4.4.3 Anyagi helyzet befolyásolásával kapcsolatos hipotézis vizsgálata

Harmadik hipotézisemként azt fogalmaztam meg, hogy leginkább az anyagi helyzet befolyásolja a fiatalok vállalkozásindítását.

Ennek a feltételezésemnek a megválaszolására számos próbát tettem sikertelnen, mielőtt erre a tényezőre rábukkantam volna.

A 6 fokozatú skálán lehetősége volt a fiataloknak bejelölni, hogy melyik tényező milyen mértékben akadályozza meg őket a vállalkozásindításban. A megkérdezett 351 személyből 130-an a 6-t választották ki, ami a nagyon nagy mértékben befolyásolt opciót jelenti, 61-en az eléggé befolyásolt és 45-en az inkább befolyásolt lehetőséget jelölték be. Ez összesen 236 ember, ami 67,2%-a a mintának. Tehát a pénz általi befolyásolás egyértelműen negatív irányába billenti a mérleget az adatok alapján. Így megállítható, hogy a pénz egy akadályozó tényező, és a legtöbben így látják a fiatalok közül vállalkozásindítás tekintetében.



8. Ábra: Akadály a vállalkozásindításnak

(Forrás: saját szerkesztés)

Keresztábrás elemzéseknél azonban olyan eredményeket kaptam, hogy nem szignifikáns dologról beszélünk a pénz tekintetében, mint hátráltató tényezőről és a vállalkozásindítási kedvről. Ez alapján a hipotézisem elvetésre kerülne, azonban a többi eredmény láttán egyértelmű, hogy ezt csak úgy nem vethetjük el, hiszen a pénz nagy befolyással bír egy vállalkozás életében is. A fenti ábra is mutatja, hogy mennyien emiatt nem indítanak vállalkozást vagy gondolják, hogy ez fogja őket a jövőben megakadályozni, ezért erre is érdemes lenne egy nagyobb mintájú és szélesebb korosztályban elvégzendő lekérdezést végezni.

Ezek alapján összeségében megállapítom, hogy elfogadom a harmadik hipotézisemet.

4.4.4 Családi háttér befolyásolásához kapcsolódó hipotézis vizsgálata

A negyedik hipotézis vizsgálata során azt néztem meg, hogy a családi háttér befolyásolja-e a vállalkozásindítást a fiataloknál. Ehhez több kérdést is figyelembe vettem és egy általános elemzést futtattam le rajtuk. Egyik ilyen volt, hogy van-e az adott fiatal családjában vállalkozó, és ha van, akkor az milyen irányba befolyásolja vállalkozásindítás szempontjából. A harmadik kérdés, pedig a 6 lépéses skálán történő meghatározása volt, hogy mennyire befolyásolja a fiatalokat a vállalkozásindításban a családi háttérük. A következő adatokat kaptam, amik az alábbi táblázatokban láthatóak.

A felmérésből kiderült, hogy 162 embernek van a családjában vállalkozó személy, azonban a következő kérdésben ez 163, tehát valószínűleg valamelyik kitöltő hibájából adódóan alakult így ez a szám, mert egyeznie kéne a matematika alapján.

10. Táblázat: Vállalkozó személy jelenléte a családban

25. Önnek van a családjában vállalkozó személy?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	igen	162	46,2	46,2	46,2
	nem	189	53,8	53,8	100,0
	Total	351	100,0	100,0	

(Forrás: saját szerkesztés)

Az viszont megállapítható, hogy akik a családjában van vállalkozó személy, közülük a legtöbben jó ötletnek tartják a vállalkozásindítást a látottak alapján. Ez 61 embert jelent, és mellette még 44 embernek kedvet ad a vállalkozásindításhoz. Tehát összesen 105 ember a 163-ból jó ötletnek tartja a saját családi vállalkozások alapján a vállalkozásindítást, ami egy pozitív irányt mutat.

11. Táblázat: A kitöltőkre nézve a családi vállalkozás befolyásolása

26. Ha van a családjában vállalkozó, milyen befolyással van ez Önre? Kérem, válassza ki!					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nincs vállalkozó személy a családomban	188	53,6	53,6	53,6
	kedvet ad a saját vállalkozásom elindításához	44	12,5	12,5	66,1
	nem akarok vállalkozóvá válni	23	6,6	6,6	72,6
	macerásnak tartom a vállalkozásindítást	35	10,0	10,0	82,6
	jó ötletnek tartom a vállalkozásindítást a látottak alapján	61	17,4	17,4	100,0
	Total	351	100,0	100,0	

(Forrás: saját szerkesztés)

Az előző állításommal összekapcsolva érdekes tényező, hogy a kitöltők 48,7 százalékát egyáltalán nem befolyásolják a családi körülmények. Összesen 3,4 %-a a kitöltőknek, akiket nagyon nagy mértékben érinti a családi hátráltatás a vállalkozásindítást tekintve. Hátráltatási tényezőként gondoltam itt az anyagiakra, egészségügyi problémákra, fogyatékosagra is, amelyekre másik kérdéseken belül is válaszolhattak a kitöltők. Ez egy meglepő tényező volt, hiszen logikusan azt feltételeztem, hogy ebben a korosztályban még a családi háttér nagy befolyással bír minden tekintetben, ezáltal a vállalkozásindítással kapcsolatosan is.

12. Táblázat: Családi körülmények hátráltatásának elemzése

32. Melyik tényező mennyire akadályozza meg, hogy saját vállalkozást indítson? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán! [családi körülmények hátráltatása miatt]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	egyáltalán nem befolyásol	171	48,7	48,7	48,7
	különösebben nem befolyásol	66	18,8	18,8	67,5
	inkább nem befolyásol	60	17,1	17,1	84,6
	inkább befolyásol	25	7,1	7,1	91,7
	elégé befolyásol	17	4,8	4,8	96,6
	nagyon nagy mértékben befolyásol	12	3,4	3,4	100,0
	Total	351	100,0	100,0	

(Forrás: saját szerkesztés)

A megjelenített három táblázat alapján elmondható, hogy a családi háttér nagy befolyással bír a fiatalok körében. Egyértelmű, hogy akiknél van a családban vállalkozó, jobban hajlanak a vállalkozásindítás felé, mint akiknél nincs. Azonban a válaszadók közel fele érzi úgy, hogy a családja nem hátráltató tényező a vállalkozásindításban semennyire sem.

Így arra a következtetésre jutottam, hogy a hipotézisem félig helyes és félig nem.

Ugyanis abban a tekintetben bír a család befolyással a fiatalok felett, ha van vállalkozó személy, azonban az is megállapítható, hogy nem ezt tekintik az legfontosabb vagy legerősebb hátráltató tényezőnek sem.

4.4.5 Regonális tényezőkhez kapcsolódó hipotézis vizsgálata

Az 5. hipotézisemben azt fogalmaztam meg, hogy a határ menti, fejlett vármegyékben, Budapesten és környékén a legnagyobb a vállalkozásindítási kedve a fiataloknak.

Ez az elemzés során egyből kiderült, hogy nem szignifikáns. mert $p=0,782$, ami sokkal nagyobb sokkal, mint a 0,05. Így megállapítható, hogy nem érdemes foglalkoznunk az ötödik hipotézis vizsgálatával, mivel nem kapunk valós, értelmezhető eredményeket.

13. Táblázat: Regonális tényezőkhez kapcsolódó Khi-négyzet próba

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	79,346 ^a	90	0,782
Likelihood Ratio	96,531	90	0,300
Linear-by-Linear Association	7,713	1	0,005
N of Valid Cases	351		

(Forrás: saját szerkesztés)

A fentiek alapján az ötödik hipotézist elvettem.

4.4.6 Támogatásokhoz kapcsolódó hipotézis vizsgálata

A hatodik hipotézisben azt fogalmaztam meg, hogy támogatásokkal növelni lehet a fiatal vállalkozók számát. A 34. kérdésben tettem fel az ehhez a hipotézishez kapcsolódó kérdésemet a fiatalok számára.

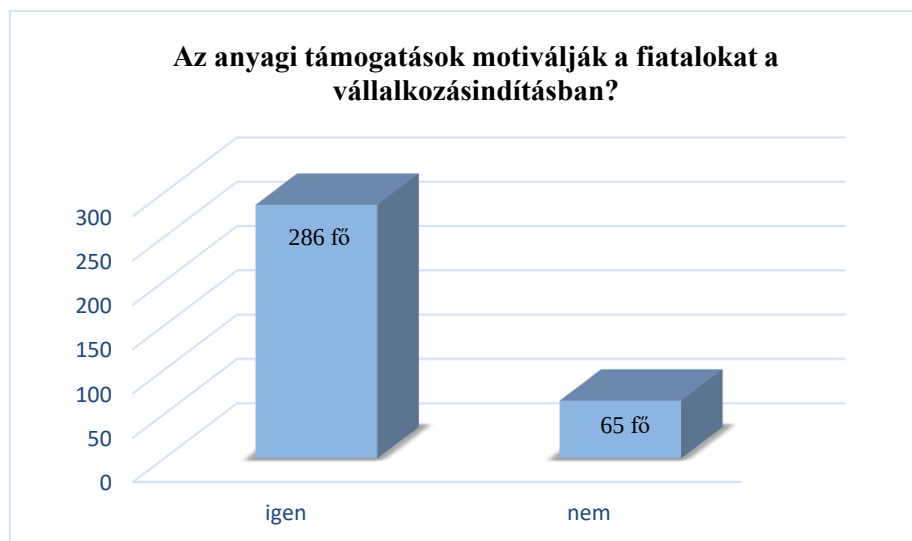
Számomra meglepő módon a 351 kitöltőből 65-en úgy gondolják, hogy a támogatások nem motiválják, ezáltal tehát nem növelik a fiatalok vállalkozásindítási kedvét. Ez a teljes létszámnak ugyan csak a 18,5 %-a, tehát elmondható, hogy a hipotézisem megállja a helyét, tehát helyes, mivel a kitöltők 81,5 százaléka egyetért azzal, hogy támogatásokkal motiválni lehet a fiatalságot a vállalkozások elindítása tekintetében is. Ezek alapján a szakirodalmakban olvasottakkal és feltételezéseim alapján a támogatások jól használhatóak motivációs tényezőként, és segíthetik az anyagiakban nem bővelkedő fiatalok vállalkozásindítását.

14. Táblázat: Anyagi támogatások motivációja a fiatalok vállalkozásindításban

34. Ön szerint az anyagi támogatások motiválják a fiatalokat a vállalkozásindításban?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	igen	286	81,5	81,5	81,5
	nem	65	18,5	18,5	100,0
	Total	351	100,0	100,0	

(Forrás: saját szerkesztés)

A szemléltetés kedvéért létrehoztam ezt a diagramot, ahol egyértelműen látszik, hogy a nagy többség egyetért azzal, hogy az anyagi támogatások növelik a vállalkozásindítási kedvét a fiatalságnak.



9. Ábra: Támogatások motivációja a fiatalokra nézve

(Forrás: saját szerkesztés)

Úgy hiszem érdemes lenne, egy olyan felmérés elvégzése, amiben arra keressük a választ, hogy akik szerint nem segítenek a támogatások a vállalkozásindításban, ők miért vélik ezt így. Azért tartanám ezt szükségesnek, mivel viszonylag sokan gondolják úgy, hogy ez nem segítség, és egy másik kutatás keretein belül rálátást nyerhetnénk arra, hogy mi az oka ennek pontosan és hogyan lehetne őket motiválni.

Összeségében fentiek alapján a hatodik hipotézisemet helyesnek vélem és így elfogadom.

4.4.7 Jövőbeli motivációhoz kapcsolódó hipotézis vizsgálata

A H7 felvetésem esetében azt fogalmaztam meg, hogy a pénz az egyetlen motivációs tényező, ami a jövőben a legnagyobb szerepet fogja játszani a vállalkozásindítással kapcsolatosan a fiatalok tekintetében.

Ehhez kapcsolódóan több válaszlehetőséget kínáltam fel a kitöltők számára, amelyek közül választhattak, viszont ide nem írhattak be önálló választ. A 31. kérdésnél biztosítottam arra a lehetőséget, hogy mindenki leírhasa, mi is az, ami motiválja, motiválná őt a vállalkozásindításban.

A jövőbeni motiváció esetében valóban kirajzolódott, hogy a pénz a legnagyobb motivációs tényező a 14-30-as korosztály számára, 31,1 %-a a válaszadóknak ezt jelölte meg. Második helyre 17,7 %-kal az került, hogy motiváló a fiatalok számára, ha saját maga főnöke lehet, nem kell más irányítása alatt alkalmazottként dolgozniuk. A harmadik helyen 13,7 százalékkal a saját karrierépítés állt, majd ezt követte nemsokkal az önmegvalósítás is.

15. Táblázat: Jövőbeli motivációk elemzése

36. Ön szerint mi lesz a vállalkozásindítás tekintetében a legeslegfontosabb motiváció a jövőben? Kérem, válassza ki az Ön szerint legfontosabbat!					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	önmegvalósítás	41	11,7	11,7	11,7
	önállóság	33	9,4	9,4	21,1
	pénzszerzés	109	31,1	31,1	52,1
	saját karrierépítés	48	13,7	13,7	65,8
	családi vállalkozás továbbfolytatása, hagyományok	8	2,3	2,3	68,1
	elméletben megszerzett tudás gyakorlatban történő alkalmazása	5	1,4	1,4	69,5
	saját maga főnöke lehet, nem kell más irányítása alatt alkalmazottként dolgoznia	62	17,7	17,7	87,2
	saját probléma megoldása, piaci rés felfedése miatt	6	1,7	1,7	88,9
	jövedelmezőbb, mint az alkalmazotti munka	39	11,1	11,1	100,0
	Total	351	100,0	100,0	

(Forrás: saját szerkesztés)

Mindezek alapján elmondhatom, hogy a pénzszerzés, mint legfontosabb jövőbeni motiváció beigazolódott, ezért a 7. hipotézisemet is helyesnek vélem és elfogadom.

A korábban említett önálló válaszadási lehetősége a 31. kérdésnél volt lehetősége a kitöltőknek. Az erre a kérdésre adott válaszokból létrehoztam az alábbi szóhalmazt, ami nagyon jól tükrözi az érintett két generáció elvárásait egy vállalkozás elindításával szemben. Az érintett generációk az Y és Z generáció. Ez a kérdés volt az egyetlen nem kötelező kitöltést igénylő kérdés, azonban így is 47 válasz érkezett, amely több hasonló, már korábban leírt állítást is tartalmazott. Így hoztam létre ezt a szófelhőt, hogy ismétlés nélkül, a válaszokat a lehető legrövidebb módon megjelenítve tartalmazza.



10. Ábra: Egyéb motivációs tényezők

(Forrás: saját szerkesztés)

A szófelhő segítségével láthatjuk, hogy a bebizonyított pénzen, mint legfontosabb motivációs tényezőn kívül, ezek a tényezők motiválják a fiatalokat a vállalkozásindításban.

4.5 Eredmények összefoglalása

Az adatok elemzése és összegzése során számos új információra tettem szert. Megtudtam, hogy a kitöltők többsége nő, és a legtöbb kitöltés Zala vármegyéből érkezett, ami torzítást is jelenthet. A lehetőségeim korlátozottsága miatt, ezt nem tudtam megfelelően korrigálni, de próbáltam a legtöbbet kihozni belőle a valós adatok alapján.

Érdekes végzettségi adatokra és korosztályt érintő adatokra tettem szert. Ezekre valószínűleg hatással volt a saját személyem, hiszen abból a vármegyéből, abból a korosztályból és ezáltal azzal a végzettségi szinttel rendelkezők közül érkezett a legtöbb kitöltés, amelyik kategóriába én magam is tartozom.

Összesen 7 hipotézist állítottam fel a kérdőíves lekérdezés előtt. Ezekre mind megkaptam a keresett választ az Excel és az SPSS programok használatának a segítségével. A feltevéseimnek pont a fele volt helyes, a másik fele helytelen. Ez páratlan hipotézis szám esetében érdekesen hangzik, de az egyik hipotézisről azt állapítottam meg, hogy egyrészt elfogadható, másik részükről pedig elutasítható a hipotézis, tehát félig elfogadtam és félig pedig elutasítottam.

A következő táblázat a hipotéziseket mutatja kategorizálva elfogadás vagy elutasítás alapján.

16. Táblázat: Hipotéziselemzés összefoglalása

Hipotézis	Eredmény
H1: A férfiak nagyobb vállalkozói kedvvel rendelkeznek mint a nők.	elfogadom
H2: A nők vállalkozóvá válását leginkább a családban betöltött szerep és az anyaság korlátozza.	elutasítom
H3: Leginkább az anyagi helyzet befolyásolja a fiatalok vállalkozásindítását.	elfogadom
H4: Családi háttér befolyásolja a vállalkozásindítást a fiataloknál.	részben elfogadom
H5: A határmenti, fejlett vármegyékben, Budapesten és környékén a legnagyobb a vállalkozásindítási kedve a fiataloknak.	elutasítom
H6: H6: Támogatásokkal növelni lehet a fiatal vállalkozók számát.	elfogadom
H7: A pénz az egyetlen motivációs tényező, ami a jövőben a legnagyobb szerepet fogja játszani a vállalkozásindítással kapcsolatosan a fiatalok tekintetében.	elfogadom

(Forrás: saját szerkesztés)

A hipotézisek összefoglalása a következőképpen alakul. Megállapítottam, hogy a férfiak nagyobb vállalkozói kedvvel bírnak, mint a nők, azonban a nők hátul maradottságának az okára nem derült pontosan fény. A nők ugyanis nem a családi szerepkörük vagy a gyereknevelés, gyerekvállalás miatt maradnak hátul a motivációjuk tekintve a vállalkozásindítással kapcsolatban. Feltételezhető, hogy a szakirodalmak alapján megállított tény, hogy a nőkre inkább jellemző a kockázatkerülés, mint a férfiakra, ez is közrejátszott az adott eredmények kialakulásában. Az anyagiak mindkét nem részéről a legfontosabb, vagyis a legnagyobb befolyással bíró tényezőnek számít. A családi háttér befolyásoltságát azonban csak félig tartom elfogadhatónak és félig nem. Ezt a következővel magyarázom. A fiatalokat a családjukban jelenlévő vállalkozó személyek egyértelműen pozitív irányba terelik, tehát egy pozitív motivációként jelenik meg, míg a családi háttér, mint hátráltatótényezőt (például: egészségügyi problémák, rossz anyagi helyzet, fogyatékoság) nem tartják nagy befolyással bíró tényezőnek. Ezért a család egyfelől befolyásolja és nem is az adott korosztályt. Az, hogy hol élnek a legmotiváltabb fiatalok az országban a lekérdezésem alapján nem derült ki. Ezt a felvetésemet el kellett vetnem, ugyanis nem szignifikáns. Motivációjukat tekintve a 14-30 éves korosztálynak megállítható, hogy a többség a különböző támogatásokra segítségként tekint a vállalkozásalapítás szempontjából, ezért az ehhez kapcsolódó hipotézisemet is helyesnek találtam. A jövőbeli motivációt tekintve a pénz rajzolódott ki a válaszok közül, ezért

számíthatunk arra, hogy a jövőben továbbra is az anyagiak fognak irányítani a vállalkozások terén is.

Hipotéziseim bizonyítása mellett színesítettem a fejezetet az eredményeket alátámasztó ábrákkal, táblázatokkal, diagrammokkal és egy szófelhővel is.

5 KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az adatok elemzése után megállapíthatom, hogy egy igazán érdekes kutatásról van szó, amit még bőven ki lehetne fejteni más keretek között is. **Ahogy azt a korábbiakban is jeleztem, véleményem szerint egyes hipotézisek megállapítására külön kérdőíves lekérdezést, esetleg interjú készítést lehetne alkalmazni, hogy jobban megismerjük és megismerhessük a felvetéseink alapjait, majd eredményeit.**

Célszerűnek tartanék a szakirodalmak és a saját eredményeim alapján egy csak nőkkel elvégzett kutatás folytatását, ahol a vállalkozásindítás megnehezítéséről és az ezzel kapcsolatos családban betöltött szerepükről lennének kikérdezve. Ehhez nem a fiatalok körében keresném a választ, hanem inkább a 25-50 éves korosztályban. Egy ilyen kutatással olyan problémákat tárhatnánk fel, amire korábban nem is gondoltunk, mivel nem látunk bele több szemszögből a családi életbe női oldalról. Hasonlóan az anyagi helyzethez kapcsolódóan a pontos információk érdekében előtérbe helyezném az interjú készítést. Szerintem egy beszélgetés során a válaszadók jobban ki tudnák fejteni mit is értenek egyes dolgok alatt, viszont itt az anonimitással lehetne probléma a mintában szereplők részéről bizalomhiány esetén. Ennek ellenére az interjút tartanám a legjobb lehetőségnek, hiszen mindkét fél bizalmat nyerhetne, és jobban kifejthetnék szándékaikat is, amellet, hogy egymás problémáin segítenének.

A családi háttér nem csak a nők, hanem a gyerekek, fiatalok számára is nagy hatással van. Ennél a kérdésnél a női vállalkozásindítás hátráltatásához hasonlóan azt gondolom, hogy a családokkal személyesen vagy telefonon folytatott interjú keretein belül jobban meg lehetne állapítani, hogy ez hogyan hat a különböző generációk vállalkozásindítási kedvére. Fontosnak tartom, hogy ezzel minél hamarabb tisztában legyünk, ugyanis meghatározó tényezője a gazdaság jövőjére nézve.

Az utolsó javaslatom, illetve ötletem egy vármegyei szintű kutatás elvégzése, akár minden vármegyében, az ott élő kutatók bevonásával. Minden vármegyéből felmérnénk a különböző generációk vállalkozásiindítási kedvét. Szerintem jelenleg nem állnak rendelkezésünkre elég friss adatok, ami nélkül viszont nem lehet új terveket, vállalkozásindítási kedvet növelő projekteket kidolgozni, ha nem tudjuk pontosan, melyik területre is kell koncentrálnunk.

Összességében javasolnám Magyarországon a további kutatások végzését a fent említett témákkal kapcsolatban. Úgy gondolom, hogy korszerűvé kell tenni az adatokat, és meg kell ismerni a jövő generációjának az elvárásait mindenféle szempontból. Ehhez szerintem kiváló

módszer lenne a különböző rétegekben, célcsoportokban elvégzett lekérdezések kérdőív vagy interjú formájában.

6 ÖSSZEFOGLALÁS

Kutatásom egyértelműen célravezető volt, hiszen a szakirodalmakban történő elmélyülés mellett, az adatok elemzése során még több érdekességre tehettem szert. Már a témába való első betekintésemkor tudtam, hogy ez sokak számára fontos és többen érdekeltek benne, mint én azt gondoltam. Ez abból is látszott, hogy számos forrást találtam korábbi kutatások eredményeként, azonban hiányosságok is mutatkoztak, amelyekre még nem volt kutatás megvalósítva hazánkban. Erre azonban csak a kérdőíves lekérdezést követő elemzésben jöttem rá, hogy mennyi olyan lehetséges téma van még ezen a témán belül is, amivel segíthetnénk a gazdaság vállalati szintű fejlődését.

Miután megismerkedtem a szakirodalmakkal, majd kidolgoztam a pontos kérdőívet, közzétettem az interneten, hogy minél többen kitölthessék. A kérdőív 351db 14-30 év közötti fiatalhoz jutott el az országban összesen 1 hónap alatt. A válaszok beérkezése után, kódoltam az adatokat, majd elemzéseket futtattam le, amikből érdekességeket tudhattam meg a vállalkozásindítási motivációkhoz kapcsolódva. Az elemzést az Excel és az SPSS programok segítségével végeztem el, amelyek használata során sokat tanultam és több táblázat, diagram elkészítéséhez és elemzéséhez hasznosak voltak. A hipotéziseim megválaszolása által válaszokat kaptam a kutatási kérdéseimre is, de közben mellettük új kérdések is fogalmazódtak meg bennem, amire a jövőben mindenképpen keresni fogom a válaszokat.

Elmondhatom, hogy egy tényekben és újdonságokban gazdag elemzésben volt részem, aminek köszönhetően a következőkben más szemmel fogok nézni a fiatalok vállalkozásindítási motivációja mellett számos egyéb dologra, ami a kérdőíves lekérdezés során derült ki.

IRODALOMJEGYZÉK

Bartha Zoltán, S. Gubik, Andrea (2016): Mennyire befolyásolják a fiatalok vállalkozó kedvét a kulturális gyökerek? In.: Csiszár Csilla (szerk.), Jubileumi tanulmánykötet Illés Mária professzor asszony 70. születésnapjára. Miskolc, Miskolci Egyetem, pp. 15-26.

Bencsik Andrea, Horváth-Csikós Gabriella, Juhász Tímea (2016): Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, Vol. 8, No. 3, p. 92.

Bettina Kohlrausch (2013): Betriebliche Gatekeepingprozesse: Wie Rekrutierungsprozesse und Einstellungsentscheidungen von Betrieben strukturiert sind.

Bittner Zoltán, Kehl Dániel, Szűcs Krisztián (2013): A 15-29 éves magyar fiatalok jellemzői (a tudomány iránti érdeklődés, informálódás, online magatartás, szabadidő, médiahasználat, értékek) – kutatási jelentés. Pécs, Pécsi Tudományegyetem.

Borsi Balázs, Dőry Tibor (2015): A vállalkozóképzés nemzetközi trendjei és a vállalkozói készségek egyetemi fejlesztése. *Közgazdasági Szemle*, 62. évf., július–augusztus pp. 835–852.

Csákné Filep Judit, Gosztonyi Márton, Radácsi László, Szennay Áron, Timár Gigi (2022): Vállalkozási környezet és attitűdök Magyarországon. *Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés*, Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.

David Halabisky (2012): *Entrepreneurial Activities in Europe - Youth Entrepreneurship*. Paris, OECD Employment Policy Papers, No. 1.

Elizabeth Rainey (2017): New Words for Old: Continuity of Language and Perspective in the United Arab Emirates. *21st Century Academic Forum* Vol. 14, No. 1.

Enyedi Olga (2016): A motivációs tényezők vizsgálata a különböző vállalkozási formák létrehozásában. Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügy és Számviteli Kar, szakdolgozat.

Erkko Autio (2005): 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship. *Global Entrepreneurship Monitor*.

Giovanna Campopiano, Tommaso Minola, Ruggero Sainaghi (2015): Students Climbing the Entrepreneurial Ladder: Family Social Capital and Environment-related Motives in Hospitality and Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28. évf., 3. szám.

Gőcze István (2010): A tudományelmélet és kutatómódszertan alapjai. A tudományos kutatás és publikálás. Budapest, Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Kossuth Lajos Hadtudományi Kar.

Heike Solga, Meike Baas, Bettina Kohlrausch (2012): Mangelnde Ausbildungsreife: Hemmnis bei der Lehrstellensuche von Jugendlichen mit Hauptschulabschluss? *WZBrief Bildung*, No. 19.

Hornycsek Júlia (2014): A tudományos kutatás elmélete és módszertana: szakkönyv tudományos munkát végzők és doktori tanulmányokat folytatók számára. Budapest, Nemzeti Közzolgálati Egyetem, Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar.

Juan José Llisterri, Hugo Kantis, Pablo Angelelli, Luis Tejerina (2006): Is Youth Entrepreneurship a Necessity or an Opportunity? A First Exploration of Household and New Enterprise Surveys in Latin America. Washington, D.C., Inter-American Development Bank.

Kapitány Balázs (szerk.) (2015): Demográfiai Fogalomtár. KSH Népeségtudományi Kutatóintézet, Budapest.

Kárpátné Daróczi Judit, Fenyvesi Éva, Vágány Judit (2015): A mentorálás lehetőségei a fiatal vállalkozók számára.

Kerékgártó Gábor (2021): Fiatalok vállalkozóvá válását serkentő és gátló tényezők. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, doktori értekezés.

Kocsisné Andrásik Ágota, Vajda Katalin (2017): Hogyan motiváljuk a fiatalokat saját vállalkozás indítására?

Kovács Tibor (2000): Magyarország régiói. Statisztikai Elemzések, 78. évf., 12. szám, pp. 945-962.

KSH (2021): A regisztrált vállalkozások száma. elérhetőségi link: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qvd024g.html, letöltés dátuma: 2023. január 21.

Lipták Katalin, Veszélovics Bella (2020): A NŐK VÁLLALKOZÁSI HAJLANDÓSÁGÁNAK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON. *Studia Mundi – Economica*, 7. évf., 3. szám, pp. 27-38.

Lukovszki Livia (2017): Sikeres vállalkozó vagy sikeres személyiség? A vállalkozói jellemvonások vizsgálata a külső tényezők tükrében. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, doktori értekezés.

Majoros Pál (2004): A kutatás módszertan alapjai.

Massimiliano Mascherini, Martina Bisello (2015): Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies. Luxemburg, European Union.

Mmakgabo Justice Malebana (2021): THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL MOTIVATION ON ENTREPRENEURIAL INTENTION OF SOUTH AFRICAN RURAL YOUT. *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol. 27, Special Issue 3.

Muhammad Azrin Nazri, Haleemath Aroosha, Nor Asiah Omar (2016): Examination of Factors Affecting Youths' Entrepreneurial Intention: A Cross-Sectional Study. *Information Management and Business Review*, Vol. 8, No. 5, pp. 14-24.

Némethné Gál Andrea (2009): A kis- és középvállalatok versenyképessége. Győr, Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola.

Reisinger Adrienn (2013): Családi vállalkozás folytatásának tervei a felsőoktatási hallgatók körében *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 44. évf., 7-8. szám, pp. 41-50.

Román Zoltán (2006): A kis- és középvállalatok és a vállalkozási készség. Budapest, Központi Statisztikai Hivatal.

Russell S. Sobel, Kerry A. King (2008): Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship? *Economics of Education Review* 27. évf., pp. 429–438.

Sajtos László, Mitev Ariel (2007): SPSS kutatási és adatkezelési kézikönyv. Budapest, Alinea Kiadó.

S. Gubik Andrea (2013): A magyar hallgatók vállalkozásindító szándékát befolyásoló tényezők modellje - Ajzen tervezett magatartás elméletének kiterjesztése. Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 44. évf., 7-8. szám, pp. 19-29.

S. Gubik Andrea (2018): Vállalkozói hajlandóság fokozása. Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar.

S. Gubik, Andrea, Farkas Szilveszter (2016): A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására. Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 47 évf., 3. szám, pp. 46-55.

S. Gubik Andrea, Farkas Szilveszter (2017): Hallgatói Vállalkozások Magyarországon. Taylor: gazdálkodás- és szervezéstudományi folyóirat, 9. évf., 2. szám, pp. 168-178.

Solesvik Marina (2013): Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. Education and Training 55. évf. 3. szám, pp. 253-271.

Szabó Krisztofer, Aranyossy Márta, Bárczy Dóra (2022): Egyetemi hallgatóból vállalkozó – Vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatók vállalkozói szándékát támogató és gátló tényezők. Hitelintézeti Szemle, 21. évf., 2. szám, pp. 125–151.

Szerb László (2004): A vállalkozás és a vállalkozói aktivitás mérése. Statisztikai Szemle, 82. évf., 6-7. szám, pp. 546-566.

Szerb László (2010): Vállalkozások, vállalkozási elméletek, vállalkozások mérése és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index. Akadémiai értekezés tézisei.

Szerb László, Lukovszki Livia (2013): Magyar egyetemi hallgatók vállalkozási attitűdjei és az attitűdöket befolyásoló tényezők elemzése a GUESSS-felmérés adatai alapján - Kik is akarnak ténylegesen vállalkozni? Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 44. évf., 7-8. szám, pp. 30-40.

Szerb László, Márkus Gábor (2007): A felsőoktatási környezet hatása a vállalkozói életpálya választására. Közgazdasági Szemle, 54. évf., PP. 248–273.

Uschi Backes-Gellner, Güldem Demirer, Rolf Sternberg (2002): Individuelle und regionale Einflussfaktoren auf die Gründungsneigung von Hochschülern. Unternehmensgründungen, pp. 63-96.

Viktor Steiner, Tobias Hagen (2000): Von der Finanzierung der Arbeitslosigkeit zur Förderung von Arbeit: Analysen und Empfehlungen zur Steigerung der Effizienz und Effektivität der Arbeitsmarktpolitik in Deutschland. Kurzfassung. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH.

Virginia Barba-Sánchez, Carlos Atienza-Sahuquillo (2012): Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. Amsterdam, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 18. évf., 2. szám, pp. 132-138.

MELLÉKLETEK

A kérdőív melléklete megtalálható a következő oldaltól.

Fiatalok vállalkozásindítási motivációja

Kedves Kitöltő!

Gróznér Júlia vagyok, a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar gazdálkodási és menedzsment szak 6. féléves hallgatója. Kérdőívem kitöltésére az ország minden részéről szeretném megkérni a 14-30 éves személyeket, hogy segítsék kutatásom sikeres megvalósítását.

Kutatásom témája: „A fiatalok vállalkozásindítási motivációja demográfiai és regionális szempontok alapján”.

A kérdőív kitöltése maximum 10 percet vesz igénybe és teljes mértékben anonim, az adatokat csakis a kutatásomhoz használom fel. Személyes adatokra is szükségem lesz, amihez, ha nagyon fiatal vagy lehet, hogy szüleid segítségét kell kérned.

Köszönöm szépen mindenkinek a kitöltést és a közreműködést!

Bármilyen kérdés esetén nyugodtan keressenek a gjulinka19@gmail.com címen.

* **Kötelező kérdés**

1. 1. Az Ön neme: *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ Nő

☐ Férfi

2. 2. Kérem, válassza ki, hogy melyik évben született! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ 1993
- ☐ 1994
- ☐ 1995
- ☐ 1996
- ☐ 1997
- ☐ 1998
- ☐ 1999
- ☐ 2000
- ☐ 2001
- ☐ 2002
- ☐ 2003
- ☐ 2004
- ☐ 2005
- ☐ 2006
- ☐ 2007
- ☐ 2008
- ☐ 2009

3. 3. Kérem, válassza ki, hogy mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ általános iskola 8 osztálynál kevesebb
- ☐ általános iskola
- ☐ szakmunkásképző
- ☐ szakközépiskolai érettségi
- ☐ gimnáziumi érettségi
- ☐ egyetemi alapképzés
- ☐ egyetemi mesterképzés
- ☐ magasabb egyetemi képzés

4. 4. Kérem, válassza ki, hogy Ön mivel foglalkozik a mindennapokban! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ középiskolában tanulok
- ☐ egyetemen tanulok
- ☐ dolgozom
- ☐ tanulok és dolgozom is
- ☐ munkanélküli vagyok
- ☐ háztartásbeli vagyok
- ☐ egyéb

5. 5. Kérem, válassza ki, hogy hány órát dolgozik egy héten! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Nem dolgozom
- ☐ 1-20 órát
- ☐ 21-40 órát
- ☐ 40 óránál többet

6. 6. Kérem, válassza ki, hogy mennyi az Ön havi bruttó keresete (minden egyéb pótlékot, juttatásokat figyelembe véve)! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ nem dolgozom, ezért nincsen keresetem
- ☐ 100 000 Ft alatt
- ☐ 100 000 - 200 000 Ft
- ☐ 200 000 – 300 000 Ft
- ☐ 300 000 – 400 000 Ft
- ☐ 400 000 – 500 000 Ft
- ☐ 500 000 Ft felett

7. 7. Kérem, válassza ki, hogy ha Ön tanul, mennyi a háztartásában élők havi bruttó keresete *
(gyermekek ösztöndíját ebbe nem számolva bele, saját jövedelmét nem figyelembe véve)!

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ nem vagyok tanuló
- ☐ 100 000 Ft alatt
- ☐ 100 000 – 500 000 Ft
- ☐ 500 000 – 1 000 000 Ft
- ☐ 1 000 000 Ft felett

8. 8. Kérem, válassza ki, hogy ha Ön tanul és mellette nem dolgozik, mennyi az Ön saját havi *
jövedelme (pl.: tanulmányi, szociális ösztöndíjakból, támogatásokból)!

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ nincs ilyen jövedelem / nem tartozom ebbe a kategóriába
- ☐ 50 000 Ft alatt
- ☐ 50 000 – 100 000 Ft
- ☐ 100 000 Ft felett

9. 9. Kérem, válassza ki, hogy ha Ön tanul és mellette nem dolgozik miből származik az Ön *
bevétele!

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ nem vagyok tanuló
- ☐ tanulmányi ösztöndíj (Egyetemről/Iskolától)
- ☐ szociális ösztöndíj (Egyetemről/Iskolától)
- ☐ szociális támogatásokból (Önkormányzattól)
- ☐ szülőktől
- ☐ egyéb családtagok támogatásából
- ☐ alkalmi munkából
- ☐ rendszeres gyakornoki/diákmunkából
- ☐ egyéb

10. 10. Mit gondol, milyen életet él Ön és/vagy családja az anyagiakat tekintve? Kérem, válassza ki! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ átlag alatti
- ☐ átlagos
- ☐ átlag feletti

11. 11. Kérem, válassza ki az Ön családi állapotát! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ hajadon / nőtlen
- ☐ házas / élettársi kapcsolatban él
- ☐ elvált
- ☐ özvegy

12. 12. Kérem, válassza ki gyermekeinek számát! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 vagy annál több

13. 13. Kérem, válassza ki testvéreinek számát! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 vagy annál több

14. 14. Kérem, válassza ki édesanyja legmagasabb iskolai végzettségét! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ általános iskola 8 osztálynál kevesebb
- ☐ általános iskola
- ☐ szakmunkásképző
- ☐ szakközépiskolai érettségi
- ☐ gimnáziumi érettségi
- ☐ főiskolai vagy egyetemi végzettség
- ☐ nem ismert adat/ nem tudom

15. 15. Édesanyja születésének ideje melyik intervallumba esik? Kérem, válassza ki! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ 1946-1964
- ☐ 1965-1979
- ☐ 1980-1995
- ☐ egyéb

16. 16. Kérem, válassza ki édesapja legmagasabb iskolai végzettségét! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ általános iskola 8 osztálynál kevesebb
- ☐ általános iskola
- ☐ szakmunkásképző
- ☐ szakközépiskolai érettségi
- ☐ gimnáziumi érettségi
- ☐ főiskolai vagy egyetemi végzettség
- ☐ nem ismert adat/ nem tudom

17. 17. Édesapja születésének ideje melyik intervallumba esik? Kérem, válassza ki! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ 1946-1964

☐ 1965-1979

☐ 1980-1995

☐ egyéb

18. 18. Kérem, válassza ki, hol él életvitelszerűen! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ otthon, családjával

☐ kollégiumban

☐ otthon és kollégiumban is

☐ albérletben

☐ saját lakásban

☐ intézményi keretek kötött (pl.: családi otthon, börtön)

☐ egyéb

19. 19. Kérem, válassza ki, kivel/kikkel él egy háztartásban! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ egyedül
- ☐ szülővel/szülőkkel
- ☐ nagyszülővel/nagyszülőkkel
- ☐ házastársával/élettársával
- ☐ gyermekével/gyermekeivel
- ☐ testvérével/ testvéreivel
- ☐ barátokkal/ iskolatársakkal
- ☐ szülővel/szülőkkel és testvérével/ testvéreivel
- ☐ nagyszülővel/nagyszülőkkel és testvérével/ testvéreivel
- ☐ házastársával/élettársával és gyermekével/gyermekeivel
- ☐ szülővel/szülőkkel és nagyszülővel/nagyszülőkkel
- ☐ szülővel/szülőkkel, nagyszülővel/nagyszülőkkel és testvérrel/testvéreivel
- ☐ szülővel/szülőkkel, nagyszülővel/nagyszülőkkel, testvérrel/testvéreivel és házastársával/élettársával
- ☐ szülővel/szülőkkel, nagyszülővel/nagyszülőkkel, testvérrel/testvéreivel, házastársával/élettársával és gyermekével/gyermekeivel
- ☐ egyéb

20. 20. Kérem, válassza ki állandó lakhelyének típusát! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ főváros (Budapest)
- ☐ nagyváros, megyeszékhely
- ☐ kisváros
- ☐ község, falu
- ☐ tanya

21. 21. Kérem, válassza ki, melyik vármegyében él! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Bács-Kiskun
- ☐ Baranya
- ☐ Békés
- ☐ Borsod-Abaúj-Zemplén
- ☐ Csongrád-Csanád
- ☐ Fejér
- ☐ Győr-Moson-Sopron
- ☐ Hajdú-Bihar
- ☐ Heves
- ☐ Jász-Nagykun-Szolnok
- ☐ Komárom-Esztergom
- ☐ Nógrád
- ☐ Pest
- ☐ Somogy
- ☐ Szabolcs-Szatmár-Bereg
- ☐ Tolna
- ☐ Vas
- ☐ Veszprém
- ☐ Zala

22. 22. Ön vagy az Önnel közös háztartásban élők között van-e fogyatékkal vagy krónikus betegséggel élő személy (pl. látássérült, hallássérült, mozgássérült)? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ igen
- ☐ nem

23. 23. Amennyiben az előző kérdésre a válasza igen, akkor ez befolyásolja-e a vállalkozási kedvét? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ igen
- ☐ nem
- ☐ előző kérdésnél NEM volt a válaszom

24. 24. Önnek van saját vállalkozása? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ igen
- ☐ nem

25. 25. Önnek van a családjában vállalkozó személy? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ igen
- ☐ nem

26. 26. Ha van a családjában vállalkozó, milyen befolyással van ez Önre? Kérem, válassza ki! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ nincs vállalkozó személy a családomban
- ☐ kedvet ad a saját vállalkozásom elindításához
- ☐ nem akarok vállalkozóvá válni
- ☐ macerásnak tartom a vállalkozásindítást
- ☐ jó ötletnek tartom a vállalkozásindítást a látottak alapján

27. 27. Mennyire tartja jó ötletnek, ha valaki vállalkozást indít? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5 6

Egy: ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyon jó ötletnek tartom

28. 28. Szeretne valaha saját vállalkozást indítani? Kérem, válassza ki a megfelelő értéket a skálán! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5 6

Egy: ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Nagyon szeretnék vállalkozást indítani

29. 29. Kérem, válassza ki, mikor tervezi saját vállalkozását elindítani! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ már van saját vállalkozásom
- ☐ nem tervezek vállalkozást indítani
- ☐ 1-2 éven belül
- ☐ 5 éven belül
- ☐ 5 éven túl

31. 31. Kérem, írja le, ha van egyéb motivációs tényező, ami befolyásolja a vállalkozásindításban!

32. 32. Melyik tényező mennyire akadályozza meg, hogy saját vállalkozást indítson? Kérem, *
válassza ki a megfelelő értéket a skálán!

(1=egyáltalán nem befolyásolja negatív irányba a vállalkozásindítási kedvemet,
6=nagyon nagy mértékben befolyásolja negatív irányba vállalkozásindítási kedvemet)

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	6
nem áll rendelkezésemre elég pénz vállalkozásindításhoz	☐	☐	☐	☐	☐	☐
kockázatkerülő vagyok	☐	☐	☐	☐	☐	☐
nem vagyok teljes mértékben tisztában a vállalkozásindítás elméleti hátterével	☐	☐	☐	☐	☐	☐
nem érzem magam felkészültnek, hogy vállalkozást indítsak	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ötlethiány miatt	☐	☐	☐	☐	☐	☐
családi körülmények hátráltatása miatt	☐	☐	☐	☐	☐	☐

33. 33. Ön szerint jelenleg nehezebb-e vállalkozást indítani, mint 5 évvel ezelőtt (COVID és *
válság előtt)?

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ igen

☐ nem

34. 34. Ön szerint az anyagi támogatások motiválják a fiatalokat a vállalkozásindításban? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ igen

☐ nem

35. 35. Ön mit gondol, a jövőben is fontos szerepet töltenek majd be a vállalkozások? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ igen

☐ nem

36. 36. Ön szerint mi lesz a vállalkozásindítás tekintetében a legeslegfontosabb motiváció a jövőben? Kérem, válassza ki az Ön szerint legfontosabbat! *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐ önmegvalósítás

☐ önállóság

☐ pénzszerzés

☐ saját karrierépítés

☐ családi vállalkozás továbbfolytatása, hagyományok

☐ elméletben megszerzett tudás gyakorlatban történő alkalmazása

☐ saját maga főnöke lehet, nem kell más irányítása alatt alkalmazottként dolgoznia

☐ saját probléma megoldása, piaci rés felfedése miatt

☐ jövedelmezőbb, mint az alkalmazotti munka

Ezt a tartalmat nem a Google hozta létre, és nem is hagyta azt jóvá.

Google Űrlapok

