

OTDK-dolgozat

2025

PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



**ÜZLETI ÖTLET VALIDÁLÁSA – AHOGY A KUTATÓK, A
HALLGATÓK, ÉS A VÁLLALKOZÓK LÁTJÁK**

**BUSINESS IDEA VALIDATION - SEEN BY RESEARCHERS,
STUDENTS, AND ENTREPRENEURS**

Tajti Kitti

Konzulens: Dr. Dániel Zoltán András

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.05.04

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	1
2 VÁLLALKOZÁSOK.....	2
2.1. Vállalkozó, vállalkozás fogalmak fejlődése	2
2.2. Vállalkozások gazdasági szerepe.....	4
3 VÁLLALKOZÁS ALAPÍTÁSA, ALAPÍTÁS NEHÉZSÉGEI	7
4 ÜZLETI ÖTLET, VALIDÁLÁS.....	10
5 KUTATÁSI KÉRDÉS, MÓDSZERTAN	14
6 KÉRDŐÍV EREDMÉNYEK	15
6.1 Piacképesség értékelése	16
6.2 Versenyképesség értékelés.....	17
6.3 Működőképesség értékelése.....	18
6.4 Üzletképesség értékelése	20
6.5 Vállalkozói elszántság értékelése	21
7 EREDMÉNYEK ÖSSZEFÜGGÉSEINEK VIZSGÁLATA	23
8 ÖSSZEGZÉS	24
IRODALOMJEGYZÉK	25

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Üzleti életképesség vizsgálata	11
2. ábra: Vállalkozói tevékenység ideje szerinti megoszlás.....	15
3. ábra: Piacképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében	17
4. ábra: Versenyképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében	18
5. ábra: Működőképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében	19
6. ábra: Üzletképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében	21
7. ábra: Vállalkozói elszántság értékelésének átlagai a három csoport esetében	22

BEVEZETÉS

Sokan úgy gondolják egy vállalkozás elindításához kizárólag egy ötlet és rendelkezésre álló tőke szükséges és kezdődhet is a megvalósítási folyamat. Habár valóban nélkülözhetetlen részét képezi a vállalkozásindításnak az ötlet, amiből mindezt szeretnénk létrehozni, de nem szabad megfeledkezni arról, hogy annak a bizonyos ötletnek még egy előszűrésen kell átesnie ahhoz, hogy valóban életképesnek nyilváníthassuk. Ez alapján tehát egy vállalkozásindítás során nem maradhat el az üzleti ötlet validálásának folyamata, amely segíti az életképesség meghatározását, csökkenti a kockázatot és növeli a vállalkozó számára az esélyt a sikeres piaci bevezetésre. A mai felgyorsult világban azonban a vállalkozók többnyire nem szentelnek elég időt és energiát erre a folyamatra, amelynek következtében ezen vállalkozások nagy aránya vall kudarcot. A vonatkozó szakirodalom azonban rendszerint kiemeli ennek a folyamatnak a fontosságát és különböző módszereket is kínál az ötlet életképességének hatékony tesztelésére. Dolgozatom célja tehát szakirodalommal alátámasztani ennek fontosságát, és megvizsgálni az ezekben fellelhető módszereket alapul véve, hogy üzleti és más területeken tanuló egyetemisták, tapasztalattal rendelkező vállalkozók, és a kapcsolódó elméleti tudást birtokló kutatók hogyan vélekednek az életképesség vizsgálatát célzó módszer egyes elemeinek fontosságáról.

A dolgozat első szakaszában elvégzem a kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozását. Ezt követően logikailag egymásra épülve igyekszem bemutatni azokat az elméleti ismereteket, amelyek a kutatás szempontjából relevánsak. Majd a szakirodalom áttekintése alapján megfogalmazom kutatási kérdéseimet és kiválasztom azt az életképesség-tesztelő módszert, amely kérdőívem alapjául fog szolgálni. Ezt követő időszakban az összeállított kérdőív segítségével megkezdem a primer adatgyűjtést a három célcsoport körében. Az eredmények feldolgozása során pedig elsősorban külön kezelem az egyes csoportoktól kapott válaszokat, majd statisztikai módszer alkalmazásával összehasonlítom az eredményeket.

2 VÁLLALKOZÁSOK

2.1. Vállalkozó, vállalkozás fogalmak fejlődése

A vállalkozó, illetve a vállalkozás fogalma mélyen gyökerezik az emberiség történelmében, azonban az idők során számos formában fejlődött. A vállalkozó szó eredete a francia „entreprendre” szóra vezethető vissza, amely a vállal, vállalkozik, belefog jelentéseket hordozza. Tulajdonképpen már a középkorban beszélhetünk vállalkozóként számon tartott személyekről, akik jellemzően nagyszabású munkákat irányítottak kockázatvállalás nélkül. A 17. században a vállalkozó kifejezés újradefiniálására került sor, ami akkora már kockázatvállaló személyt jelölt.

Cantillon volt az első, aki könyvében a vállalkozó fogalmát gazdasági tartalommal ruházta fel. Meglátása szerint a vállalkozó olyan kockázatvállaló egyén, akinek megvan a képessége a bizonytalan körülmények közötti üzleti döntéshozatalra. Lényegében tehát a vállalkozó kockázatot vállal, amikor egy meghatározott áron beszerzi a termékeket, majd később, az értékesítés során a piaci változásoknak kitett árak alapján nyereséget, vagy veszteséget realizál. (Hébert & Link, 2006)

Cantillon elgondolása hozzájárult a későbbi közgazdasági elméletekhez, illetve a vállalkozás fogalmának kibontakozásához. Beaudeau 1797-ben kibővítette a vállalkozóra vonatkozó jellemzőket, miszerint a vállalkozó nem csak irányít, tervez, kockázatot vállal, hanem tulajdonnal rendelkező személyként is megjelenik. Jean-Baptiste Say elméletének értelmében a vállalkozónak kiemelkedő szerepe van a vállalkozásán belül, ugyanis egyben irányító – termelésben, elosztásban egyaránt –, modern vezető és menedzser. Hangsúlyozza, hogy a tudás és a tapasztalat az, ami a nyereség megteremtéséhez vezet és ezáltal úgy véli, hogy a tőkés - aki aktívan nem vesz részt a vállalkozás irányításában, csak tőkét biztosít - nem minősül vállalkozónak. (Van Praag, 1999) Knight nézetei szerint fontos a kockázat és a bizonytalanság viselésének megkülönböztetése. Úgy véli, hogy az alapvető lényeg a vállalkozásban az, hogy a vállalkozó számára bizonytalan, milyen termékeket kell gyártani a piaci szereplők magatartásának változékonysága miatt, így ennek a bizonytalanságnak a viselése mellett a vállalkozó funkciójaként jelenik meg a vállalkozói értékítélet kialakítása is. (Kapás, 2000)

Joseph Schumpeter osztrák közgazdász elmélete egy újabb mérföldkő volt a szóban forgó fogalmak fejlődése kapcsán. Kiemeli, hogy a vállalkozó egy innovátor, aki tevékenysége során a gazdasági folyamat alapvető elemeit újító módon alkalmazza, ami lehet akár egy új termék, új gyártási eljárás, a termékek új piacokra történő kiterjesztése, vagy új szervezeti megoldások, mindezzel pedig hozzájárul a gazdaság fejlődéséhez. Ezen újítások terjedése révén Schumpeter

szerint a vállalkozó egyfajta „kreatív rombolást” indít el, lebontva a régi struktúrákat, kiszorítva a kevésbé produktív vállalatokat a piacról, lehetőséget teremtve az újnak. Definíciója szerint tehát *„Az új kombinációk megvalósítását vállalkozásnak nevezzük, azokat a gazdasági alanyokat pedig, akiknek az új kombinációk végrehajtása a funkciója, vállalkozóknak.”* (Schumpeter, 1980)

Kirzner (1973) elmélete szerint a vállalkozó fő jellemzője az éberség, amely lehetővé teszi számára, hogy felismerje a korábban észrevétlen nyereséges lehetőségeket. Drucker (1993) szerint a vállalkozó minden általa felismert lehetőséget igyekszik maximálisan kiaknázni és ehhez az innováció és a tudás szolgál számára eszközként. Casson (1982) vállalkozója „olyan személy, aki arra specializálódott, hogy a korlátozott erőforrások összehangolásával kapcsolatos döntést hozzon”.

A vállalkozáselméletek vizsgálata során kirajzolódik, hogy a vállalkozó és vállalkozás kifejezések között szoros összefüggés van. Venkatamaran (1997) megközelítése is rámutat arra, hogy a vállalkozás a jövedelmező lehetőségek és a vállalkozói szellemmel rendelkező személyek kölcsönhatásának eredménye.

A korábban említésre került elméletek mindegyike egyetlen domináns tényezőt emel ki, amely alapján értelmezi a vállalkozást, azonban ezek a megközelítések nem képesek teljeskörűen lefedni a vállalkozás valódi komplexitását. Az elmúlt évtizedek során azonban a vállalkozás értelmezése bővült és összetettebbé vált, így a kutatók, szakemberek már több szemszögből közelítik meg a fogalmat, figyelembe vesznek számos különböző tényezőt, dimenziót. Mindez mára a komplexebb, többdimenziós definíciók elterjedését eredményezte, amelyekből kiemelek néhányat:

Robert Hisrich művében a következőképpen jellemezte a vállalkozást: *„A vállalkozás valami új és értékes dolog létrehozásának folyamata, amelyben a vállalkozó biztosítja a szükséges időt és erőfeszítést, vállalja a felmerülő pénzügyi, pszichikai és szociális kockázatot, és megkapja az ennek következtében létrejövő pénzbeli és személyes megelégedettséget nyújtó jutalmakat.”* (Hisrich & Peters, Vállalkozás. Új vállalkozások fejlesztése és működtetése. , 1991)

Wennekers és Thurik (1999) meghatározása alapján *„a vállalkozás az egyén kinyilvánított képessége és szándéka, hogy saját maga vagy másokkal együtt, már létező szervezeten belül vagy kívül új lehetőségeket észleljen vagy teremtsen, hogy ötletét a piacon bevezesse bizonytalan és más akadályozó környezeti tényezők mellett azáltal, hogy döntéseket hoz a vállalkozás helyére, formájára, az erőforrások és az intézmények használatára vonatkozóan”.*

Szerb (2004) nézőpontja szerint a vállalkozás olyan tevékenység vagy magatartási forma, amely: kreatív, innovatív; magában foglalja a piaci lehetőségek megragadását; a produktív inputok, erőforrások másfajta kombinálását; együtt jár a bizonytalanság vállalásával, nem pusztán anyagi kockázatviseléssel; célja nem csupán a profitmaximalizálás, hanem a tágan értelmezett értékteremtés.

Szintén komplex megközelítést alkalmazott Dániel (2016) is definíciójában: „*A vállalkozás alatt olyan, jogszabályok által lehatárolt, szabályozott szervezeti keretek között működő tevékenységet értek, amely középpontjában a vállalkozó személy áll, aki tudásával és egyéb kompetenciáival a rendelkezésre álló erőforrások gazdaságos és hatékony felhasználásával, egy szociotechnikai rendszer irányításával, saját vagy megbízói tőkéjét kockáztatva, profit elérésére törekszik.*”

A fogalom pontos meghatározása miatti évtizedeken át tartó nézeteltéréseket voltaképpen enyhítette az unió Zöld Könyvében napvilágot látott meghatározás, miszerint „*A vállalkozás gondolkodásmód, valamint gazdasági tevékenység teremtésének és fejlesztésének folyamata, ötvözve a kockázatvállalást, a kreativitást és/vagy az innovációt józan menedzsmenttel, egy új vagy már működő vállalaton belül*” (European Commission, 2003)

2.2. Vállalkozások gazdasági szerepe

A kapcsolódó szakirodalomban a vállalkozások sokszor egy ország társadalmi és gazdasági fejlődésének alappilléreként jelennek meg. (Schumpeter, 1980; Baumol, 1968; Landes, 1998; Anokhin, et al., 2008)

Az elmúlt években több tanulmány foglalkozott a vállalkozások és a gazdasági növekedés közötti kapcsolat vizsgálatával. Ezek alapján a vállalkozások számos módon befolyásolhatják a gazdasági növekedést. Ide tartozhat többek között a tudástranszfer, az erősödő verseny, valamint a kínálatban lévő termékek és szolgáltatások nagyobb választéka (Audretsch & Keilbach, 2004) Azonban a kutatásokban leggyakrabban megjelenő tényezők, amelyek által a vállalkozások hatást gyakorolnak a gazdaság fejlődésére: az innováció, a munkahelyteremtés, és a termelékenység növelése.

Innováció: Napjainkban az innováció és a vállalkozói tevékenység kombinációját a gazdasági növekedés fő hajtómotorjának tartják. Ahogy korábban is említettem, Schumpeter volt az, aki elsőként kapcsolta össze a vállalkozást és az innovációt. Ez a kapcsolat egy körfolyamatot alkot, ugyanis az innováció eredményeként jobb termékek és szolgáltatások jönnek létre, ami elősegíti

a vállalkozó piaci pozíciójának erősítését, illetve magasabb nyereség elérését, ez pedig újabb innováció bevezetésére sarkallja. Így ez a folyamat pozitív hatással lehet a gazdasági növekedésre. (Galindo, Ribeiro, & Méndez Picaso, 2012) Az OECD ajánlása is rámutat arra, hogy az innovatív teljesítmény kiemelkedő fontosságú tényező mind a versenyképesség, mind a nemzeti fejlődés szempontjából, emellett pedig az életszínvonal-növekedést is elősegíti. (OECD, 2007) Waasdorp (2002), illetve Dahlstrand és Stevenson (2010) kutatásaikban megkülönböztetik az innovatív vállalkozói tevékenységet a hétköznapi vállalkozói tevékenységtől, ugyanis úgy gondolják ez a két típus eltérő gazdasági eredményekhez vezethetnek. Az átlagos, hétköznapi vállalkozások főleg a munkahelyteremtéshez járulnak hozzá, míg az innovatív vállalkozások magasabb hozzáadott értékű munkahelyeket, vagyontermelést idéznek elő, illetve magasabb növekedési rátával rendelkező vállalatokat generálnak, amelyek produktívabbak, az üzleti lehetőségek és innovatív jelleg pedig ösztönzőleg hat a vezetőikre, hogy nyitottabbak legyenek a fejlődésre. (Stevenson, 2002)

Munkahelyteremtés: Több alkalommal igazolást nyert, hogy a vállalkozások és a foglalkoztatás növekedése között pozitív kapcsolat mutatható ki. Peter Drucker, a menedzsment terület kiemelkedő alakja már az 1980-as években felismerte az amerikai gazdaság munkahelyteremtő képessége és a vállalkozói aktivitás közötti összefüggést. (Drucker, 1993) Az USA és az Európai Unió egymáshoz viszonyítása során pedig megállapítható, hogy utóbbi esetében a tartósan magas munkanélküliség részben az alacsonyabb vállalkozói aktivitásnak, illetve a vállalkozások kevésbé dinamikus növekedési képességének köszönhető. (Bednarzik, 2000) Ezen kutatások túlnyomó része arra a következtetésre jutott, hogy javarészt a kisebb méretű vállalkozások járulnak hozzá az új munkahelyek létrehozásához. Az EU országaiban 2002-ben végzett átfogó felmérés szerint a KKV-k szektorában működő vállalkozások nagyobb arányban növelik a foglalkoztatási rátát, mint a nagyvállalatok. Még hozzá minél kisebb méretű vállalkozásról volt szó, annál nagyobb növekedési ütem volt megállapítható a foglalkoztatásban. (Observatory of the European SMEs, 2002) Emellett születtek olyan kutatások is, amelynek célja, hogy megvizsgálják az újonnan alapított vállalkozások relatív szerepét a munkahelyteremtésben. Acs és Armington (2002) eredményei alapján az új vállalkozások jelentősen hozzájárulnak a munkahelyek létrehozásához. Az Egyesült Államok gazdaságára vonatkozó elemzésük rámutatott arra, hogy 90-es évek első felében az új vállalkozások sokkal nagyobb részt vállaltak a munkahelyteremtésben, mint a már meglévők. Mindezzel hangsúlyozták az új vállalkozások gazdasági fejlődésre gyakorolt jelentős hatását.

Termelékenység: Ez a tényező valójában a termék/szolgáltatás előállítás során létrejövő hozzáadott érték. Erken, Donselaar és Thurik (2018) kutatásának eredményei meg is erősítik, hogy a vállalkozások termelékenységének hosszútávú hatása van egy ország gazdasági növekedésére. Korábbi kutatások megállapításai alapján az újoncok belépése növeli a versenyképességet az ágazatukban, illetve hozzájárul a termelékenység emelkedéséhez, azáltal hogy kiszorítják az alacsonyabb termelékenységű, kevésbé hatékony vállalatokat. (Andersson, et al., 2012; Fritsch & Changoluisa, 2017) A termelékenység növelésének céljából az innováció vállalkozások általi bevezetése és alkalmazása elengedhetetlen. A kiemelt három tényező kapcsolatát foglalta össze Van Stel, Carree és Thurik (2005) miszerint a vállalkozások az innováció és a verseny fokozásában játszanak szerepet, amelynek eredményeként javul a termelékenység, ami viszont pozitívan befolyásolhatja a foglalkoztatás növekedését.

Ferreira és szerzőtársai (2017) azonban hangsúlyozzák, hogy a vállalkozások gazdasági fejlődésre gyakorolt hatása egy ország gazdasági fejlettségi szintjétől függően változik. Sternberg és Wennekers (2005) kutatása azt mutatja, hogy a fejlett országokban a vállalkozói tevékenység pozitívan hat a gazdasági növekedésre, ezzel szemben a fejlődő országokban negatív hatás figyelhető meg. Ennek oka lehet, hogy a fejlett országok gazdasága ún. innováció-vezérelt szakaszban van, így nagyobb arányban vannak magas növekedésű vállalkozások. Míg a fejlődő országok gazdasága hatákonyság-vezérelt vagy tényező-vezérelt szakaszban van, ahol gyengébbnek mondható a vállalati szektor, így gazdasági növekedésre gyakorolt hatása is korlátozott. (Acs, Desai, & Hessels, 2008)

3 VÁLLALKOZÁS ALAPÍTÁSA, ALAPÍTÁS NEHÉZSÉGEI

Egy vállalkozás alapítása minden esetben kihívásokkal jár, ellenben számos lehetőséget és előnyt is rejt magában. Egy új vállalkozás sikerét az üzleti lehetőség, a vállalkozó (vagy vállalkozói csapat) és a szükséges erőforrások közötti egyensúly határozza meg. Ez Timmons (1999) szerint a vállalkozás három kulcsfontosságú tényezője.

A vállalkozási folyamat kezdeti szakasza a lehetőség felismerése. A vállalkozói lehetőségek olyan helyzetek, amelyekben új termékek, szolgáltatások, alapanyagok, és szervezeti módszerek vezethetők be a piacra és értékesíthetők az előállítási költségük feletti áron. (Shane & Venkatamaran, 2000) Ugyanakkor fontos kihangsúlyozni, hogy a lehetőség felismerése nem azonos az ötletek generálásával. A vállalkozó szerepe ugyanis nem abban áll, hogy ötleteket találjon ki, hanem hogy felismerje és kihasználja azokat a lehetőségeket amelyek adott időpontokban és helyzetekben megvalósíthatók. (Rimler, 1998) A vállalkozási folyamat ezen részét azonban több tényező – egyéni és környezeti egyaránt – befolyásolja. A környezeti tényezők között jelenik meg többek között a felismert lehetőség költsége (Amit, Muller, & Cockburn, 1995) vagy a likviditási korlátok (Evans & Leighton, 1989), de ide tartoznak az adott iparág, illetve az általános üzleti környezet fenyegetései, lehetőségei is (Krueger, 1998). Egyéni befolyásoló tényezők pedig lehetnek a múltbeli tapasztalatok, kihívások (Carroll & Mosakowski, 1987), vagy az egyén motivációja (Shane, Locke, & Collins, 2003). Látható, hogy már ebben a kezdeti időszakban nagyarányú bizonytalanság tapasztalható, ezáltal az egyéneknek erőfeszítéseket kell tenniük a lehetőség felismerése, értékelése, fejlesztése során. A leendő vállalkozónak meg kell vizsgálnia saját és csapata szakmai felkészültségét, a piac befogadóképességét, illetve méretét, fel kell mérnie, hogy kik a versenytársak, illetve hogy milyen piaci árat tud megállapítani. További fontos szempontok az üzleti eredmények várható alakulásának meghatározása, valamint annak, hogy milyen finanszírozás szükséges nem csak az induláshoz, hanem a működés és a növekedés szakaszában is. Végül át kell gondolni milyen hosszútávú kilátások mutatkoznak a piaci feltételek és trendek alapján. Mindezek segítenek a vállalkozónak abban, hogy megalapozott döntést hozzon az üzleti lehetőség folytatásáról. Ezt az előszűrést azonban nem szabad összekeverni az üzleti tervvel, ugyanis utóbbi sokkal összetettebb és részletesebb. Míg az előszűrésnek fókuszában kizárólag a lehetőség szerepel, az üzleti tervben a vállalkozás teljes koncepciója, céljai, stratégiái, pénzügyi terve. (Vecsenyi, 2002)

Ekkorra már látható a vállalkozó számára, hogy milyen erőforrásokra van szükség az induláshoz és a kezdeti működtetéshez. Ide tartozhatnak az alapítás költségei, a telephely-

költségek, berendezések, termelőeszközök vásárlása vagy bérlete, kezdeti marketing-költségek, és a szükséges munkaerő.

Az üzleti terv segítségével összefoglalhatók a vállalkozás rövid-és középtávú céljai, várt eredményei, illetve hogy ezeket hogyan és milyen erőforrások segítségével tervezi elérni. Az üzleti terv készítésének három indíttatása lehet. Ezeket az indíttatásokat tartalmazza Vecsenyi (2011) definíciója is: „*az üzleti terv meggyőző és hiteles dokumentum a vállalkozás indításakor és finanszírozásakor, amely megmutatja:*

- *a vállalkozónak, hogy érdemes és lehetséges elindítani a vállalkozást,*
- *a finanszírozóknak, hogy érdemes és biztonságos pénzt adni hozzá,*
- *az alkalmazottaknak, üzletfeleknek, hogy érdemes és életképes náluk, velük dolgozni.”*

Ez alapján tehát az üzleti terv elkészítésének lehet egy belső motivációja, miszerint a vállalkozó szeretné strukturált módon átlátni az induló vállalkozás minden aspektusát és felkészíti a lehetséges kihívásokra, kockázatokra. Másrészt készülhet külső finanszírozási szükséglet miatt, hogy bizonyítékkal szolgáljon a pénzügyi erőforrást biztosító feleknek a vállalkozás életképességéről, jövedelmezőségéről. Harmadrészt készülhet a külső-belső érintettek számára egyaránt, hogy biztosítsa őket a vállalkozás stabilitásáról és a sikeres partnerség lehetőségéről.

Az üzleti terv a következő fő elemekből épül fel: vezetői összefoglaló, ágazati elemzés, vállalkozás leírása, termék/szolgáltatás bemutatása, marketing terv, szervezeti terv, működési terv, pénzügyi terv.

A *vezetői összefoglaló* tulajdonképpen egy rövid, tényyszerű összegzése a teljes dokumentumnak, amelynek célja nem csupán a lényegi információk szolgáltatása, hanem az is, hogy felkeltse az olvasó érdeklődését és segítse az üzleti terv könnyebb megértését. Az *ágazati elemzés* rendkívül fontos rész az üzleti tervben, ugyanis itt kerül elemzésre az iparág, amelyben szeretnénk megjeleníteni. Szükséges összegezni az iparág méretét, meghatározni a főbb versenytársakat, előrelátható piaci trendeket. A *vállalkozás leírása*, alapadatai szintén kulcsfontosságú része az üzleti tervnek, ugyanis ebben kerül a vállalat röviden bemutatásra. Ez a rész bemutatja a vállalat nevét, jogi formáját, céljait, emellett tartalmazza milyen terméket/szolgáltatást kínál a vállalkozás, és miben különbözik a versenytársakétól, kik a potenciális vevők, továbbá hol szeretnénk értékesíteni. A *marketing terv*ben szerepel a piacszegmentáció, piaci pozicionálás, illetve a marketing mix elemein keresztül (4P vagy 7P) részletezi a stratégiát, azaz a termék/szolgáltatás részletes leírását, árképzési módszereket, értékesítési csatornák meghatározását, illetve azokat a módszereket, eszközöket, amellyel a vállalkozás kommunikálja, népszerűsíti a terméket a célcsoport felé. A *működési terv*

részletesen ismerteti a beszerzési és elosztási folyamatot, beleértve a szállítókat is, emellett ismerteti a termelési folyamatot (termelő tevékenység esetén), szolgáltatási folyamatot (szolgáltató tevékenység esetén), személyi feltételeket, a jogi, szabályozási, licenelési követelményeket. A *szervezeti terv* leírja, hogy a vállalkozás belső szervezeti struktúrája hogyan épül fel, ideértve a vezetői hierarchiát, az egyes részlegek, funkcionális területek közötti kapcsolatot, és részletezi az egyes pozíciók feladatköreit, felelősségét. A *pénzügyi terv* összefoglalja és konkrét számokban kifejezi az előző részekben tárgyalt adatok pénzügyi vonatkozásait. Ennek segítségével láthatjuk, hogyan alakul a vállalat pénzügyi teljesítménye a jövőben, ami rendkívül fontos a vállalat vonzerejének és sikerességének megítélésében.

Mindemellett egy vállalkozás alapítása számos adminisztrációs feladattal is jár. Ennek legfontosabb lépései a következők: miután eldöntésre került milyen társasági formában működjön a vállalkozás (amennyiben nem egyéni vállalkozás) ügyvéd segítségével össze kell állítani a kötelezően készítendő dokumentumokat (pl. társasági szerződés, aláírásminta), majd ezt követi a cégbírósági bejegyzés. Ezt követő időszakban pedig szükségessé válik bankszámla nyitása, valamint adóhatóságnál, önkormányzatnál történő bejelentkezés. Azonban itt is fontos figyelembe venni a folyamat során felmerülő költségeket és azok előre történő tervezését.

A vállalkozás indulása során már körvonalazódik a vállalkozók számára, hogy milyen ütemben szeretnének növekedni, illetve hogy a tervezett növekedés támogatására milyen mértékű külső forrásra van szükség. Ezalapján három típusba sorolhatjuk a vállalkozásokat: vannak az ún. életmód-vállalkozások, a tudás alapú, és a reményteljes növekedési potenciálú vállalkozások (Hisrich & Peters, 1991)

A minimális növekedésű, életmód vállalkozások alapvető célja a tulajdonosok megélhetésének biztosítása. Ezek a vállalkozások jellemzően nem törekednek növekedésre, vagy lehetőségeik korlátozottak, így külső tőkebevonást sem vesznek igénybe.

A mérsékelt növekedésű, tudás alapú vállalkozások általában valamilyen innovatív termékkel/szolgáltatással piacra lépő vállalkozások. Ebben az esetben fogyasztók tartozkodóbbak lehetnek az újdonsággal szemben, így a vállalkozás növekedési üteme is lassabb. A további növekedés, fejlődés kulcsa a nagy volumenű beruházásokban rejlik, azonban ehhez jellemzően indokolt a külső tőkebevonás.

A reményteljes növekedési potenciálú vállalkozások létrejöhetnek technológiai újítás vagy egy piaci rés felfedezése és kihasználása révén. Ha a piaci elfogadás gyors, akkor lehetőség nyílik a magas növekedésre. Mindez vonzóvá teszi a vállalkozást a befektetők számára, de nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a magas hozam magas kockázatot is rejt. (Vecsenyi, 2002)

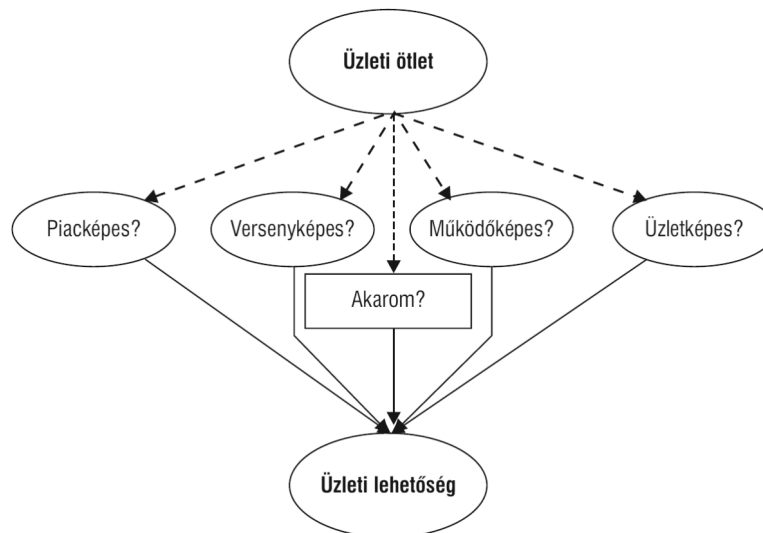
4 ÜZLETI ÖTLET, VALIDÁLÁS

Az előző fejezetben tárgyalt vállalkozásindítási folyamat minden esetben egy ötletből indul. Pam (2013) szerint azt nevezzük üzleti ötletnek, amely megvalósítható, életképes és amelyből vállalkozás hozható létre. Az ötletek legtöbb esetben korábbi munkahelyeken vagy azokból adódó tapasztalatok, tudás által keletkeznek, de származhatnak közvetlenül a fogyasztók igényeinek meghallásával vagy akár internetes forrásból. Vesper (1993) többszáz sikeres vállalkozó esetén vizsgálta az ötletek kialakulását. Kutatása kiemeli, hogy az ötletek önmagunkhoz vezethetők vissza, azaz meghatározza az egyén háttere, oktatása, munkája, szabadidős tevékenységei.

Az ötlet azonban önmagában még nem elegendő a sikeres vállalkozásindításhoz. A legelső és legfontosabb előkészítési folyamat, amely megelőzi nem más, mint az üzleti ötlet validálása.

A mai felgyorsult világban jellemzően nem történik meg a megfelelő előkészítése a vállalkozásoknak. A legtöbb esetben kimaradnak olyan alapvető előszűrési lépések, mint magának az üzleti ötletnek az életképességi vizsgálata. Csakhogy a vállalkozók számára bőséges szakirodalmi és egyéb forrás áll rendelkezésére, amelyek segítségükre lehetnek, hogy ötletük valóban megállná a helyét a piacon, ezzel is csökkentve az esetleges kockázatokat. Long (2010) úgy véli a potenciális vállalkozónak körülbelül két hétre van szüksége az ötlet megfogalmazásától a tényleges végrehajtás megkezdéséig. Ebből az első négy napban az ötletek felvázolására összpontosít, jellemzően másokkal együttműködve. Fontos, hogy ebben az időszakban több ötlet is megfogalmazódjon, amelyekből a későbbiekben lehet szelektálni. Ezt követi három olyan nap, amikor alapos mérlegelés után kiválasztásra kerül a három legjobb ötlet. A következő néhány nap pedig lefedi a piackutatást, illetve a szekunder információk gyűjtését az iparágról, amelybe szeretne belépni. Végül az utolsó három napban kerül kidolgozásra a kiválasztott ötlet és megkezdődik a vállalkozásindítás folyamata - belekalkulálva a legfőbb állomásokat – hogy pár héten belül eszközölhető legyen a tényleges piaci megjelenés.

Vecsenyi János könyvében (2011) meghatározza azt az öt kérdéskört, amelyen keresztül a vállalkozó megállapíthatja, hogy az általa megfogalmazott ötlet életképesnek bizonyulhat-e: ezek a piacképesség, versenyképesség, működőképesség, üzletképesség, és a vállalkozó személyes elkötelezettsége. Mindez tulajdonképpen egy logikus felépítésben tartalmazza mindazokat a releváns információkat, amelyen sikerrel keresztülhaladva a vállalkozó dönthet az ötlet megtartásáról, és eredményes vállalkozást hozhat létre.



1. ábra: Üzleti életképesség vizsgálata
Forrás: (Vecsenyi, 2011)

A piacképesség vizsgálata az első lépése ennek a folyamatnak, ugyanis minden további elem azon alapul, hogy az ötletet egyáltalán piacra tudjuk-e vinni. Amennyiben a vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy ötletünk esetében valószínűleg nem tapasztalható kereslet, és valós vagy potenciális igényeket sem elégít ki akkor alkalmatlanná válik az elindításra. A felmérés során tehát a vállalkozó a következő főbb feladatokat teljesíti: megvizsgálja a megcélzott célcsoportot különböző demográfiai jellemzők alapján, majd értelmezi a célcsoport viselkedését, attitűdjeit, szokásait. Elemzi a vevői igényeket hogy valóban olyan terméket vagy szolgáltatást kínáljon, ami megfelel ezeknek az igényeknek és előrevetíti, hogy mindezek hogyan változhatnak a jövőben. Továbbá meghatározza a piac méretét, annak várható növekedését, fontos szereplőit.

Második lépésben kerül elemzésre a versenyképesség. Ennek célja kiemelni, hogy a vállalkozás miben különbözik a versenytársaktól. A vállalkozó feladata elemezni, hogy kik a potenciális versenytársak a piacon és milyen eszközökkel szeretné elérni azok megelőzését. Ebben a szakaszban a vállalkozó alkalmazni tudja Porter öt erő modelljét és az alapján meghatározni milyen lehetséges belépési korlátokra kell számítani, vannak-e helyettesítő termékek a piacon vagy előre jelezhető-e hasonló termékkel piacra lépő versenytárs, milyen mértékű a vevők alkuereje, azaz mennyire befolyásolják az árazásról hozott döntéseket, illetve hogyan alakul a szállítók alkupozíciója. (Porter, 2006)

A következő lépés a működőképesség vizsgálata, ami alapján választ kap a vállalkozó arra, hogy a vállalkozás technikailag megvalósítható-e, milyen jogi feltételeket, engedélyeket igényel, mennyire van összhangban a tulajdonosok elképzeléseivel és a potenciális

munkatársak elvárásaival, rendelkezik-e a vállalkozás a szükséges berendezésekkel, szaktudással, illetve kivitelezhető-e a megfelelő munkamegosztás. Ezen elemzés segítségével megállapítható, hogy megvalósítható a tényleges elindulás és ezt követően is fenntartható-e a működőképessége.

Amennyiben a vállalkozási ötlet átmegy az előző szűrőkön, még nem szabad fellelegezni ugyanis egy újabb mérvadó elemzés következik az üzletképesség vizsgálatával. Ez az elemzés megválaszolja, hogy a leendő vállalkozás üzletképes lesz-e, illetve hogy várható-e a nyereséges működés. A vizsgálathoz olyan információkat kell összegyűjteni többek között, mint a várható bevétel és költségek, a készpénzigény vagy a megtérülés időtartama. Mindez megalapozza a vállalkozó döntéseit a további lépéseket illetően hogy sikeresen, veszteségek minimalizálásával irányítsa a későbbiekben is a vállalkozást.

Végezetül a személyes elkötelezettség vizsgálatára kerül sor. Ez az egyetlen olyan része a tesztnek, amely kifejezetten a vállalkozó személyére vonatkozik, azonban szintén lényeges elem, hiszen az elkötelezettség ugyanúgy nagymértékben hozzátesz a sikerhez. Azonban az előző lépésekben megállapított információk akár eltántoríthatják a vállalkozás indításától. A felmerülő kockázatok, terhek felismerése esetleg csökkentheti a vállalkozói kedvet, hajlandóságot. Ebben a szakaszban kell megfontolni olyan fontos kérdéseket, mint hogy biztos szívesen foglalkozna-e ezzel, rendelkezik-e hozzá tapasztalattal, megvan-e benne a lelkesedés és fennmarad-e a későbbiekben is. Amennyiben a vállalkozó elbizonytalanodik a magának feltett kérdések kapcsán, még van lehetősége visszavonulni, esetleg más ötlettel elindulni.

Erre alapozva hozta létre Vecsenyi egy ún. B-tesztet, amely az előzőekben tárgyalt egyes kérdéskörhöz felsorol hét tényezőt, amelyeket igen/talán/nem válaszlehetőséggel lehet megválaszolni, majd a válaszokat kiértékelni. Az értékelés eredménye teszi lehetővé a vállalkozó számára, hogy egyértelműsítse a vállalkozás elindítását figyelembe véve azt is, hogy melyek azok a tényezők, amelyeken még szükséges dolgoznia az ötlet életképessé tétele érdekében. Vecsenyi János munkássága kiemelkedőnek számít a vállalkozáselmélet, és vállalkozásindítás területein, így kutatásom alapjául az általa létrehozott életképességi teszt képezi kulcsfontosságú részét.

Az üzleti ötlet validálása azonban mára modern kereteket ölt. A hagyományos módszertanok digitális formában történő alkalmazását vizsgálta kutatásában Furr és Dyer (2014). Eredményeik pedig amellet szólnak, hogy az online eszközök, platformok könnyebben hozzáférhetővé teszik a validálási folyamatot, emellet a digitalizáció lehetővé teszi a valós

időben történő visszajelzést és egy szélesebb közönség elérését, ami a sikeres validálás alapvető részét képezi. Hasonlóképpen Kohavi és szerzőtársai (2009) úgy gondolják leginkább az online adatok eredményei segítik a validálási folyamatot, a döntések meghozatalát, illetve egyfajta irányadást nyújtanak a termékfejlesztés során.

5 KUTATÁSI KÉRDÉS, MÓDSZERTAN

A háttérismeretek áttekintése után megfogalmaztam fő kutatási kérdésemet, amely szorosan kapcsolódik a kutatás elkészítésének céljához is. Azaz, hogy miben látják máshogy az üzleti ötlet validálását a vállalkozásokkal foglalkozó kutatók, a már tapasztalattal rendelkező vállalkozók, és a hallgatók, akik még nem vállalkozók, de tanulmányaik kiterjedtek a vállalkozói ismeretekre. Ennek megválaszolása átláthatóvá teszi leendő vállalkozók számára, hogy az üzleti ötlet validálásának folyamata valóban elmaradhatatlan része egy vállalkozás indításának és segítséget nyújthat abban, hogy mely tényezők igényelnek kiemelt figyelmet az előszűrés során.

A kutatás során kvantitatív módszert alkalmaztam, amelynek alapját egy online kérdőív képezte. A kérdőív tartalma a Vecsenyi féle B-teszten alapul, azaz tartalmi szempontból nem saját összeállítás ugyanis a kutatás során kifejezetten a kapcsolódó szakirodalomban fellelhető, releváns tapasztalatok alapján összeállított életképességi teszt egyes tényezőinek fontosságát szerettem volna felmérni három különböző célcsoport véleménye alapján.

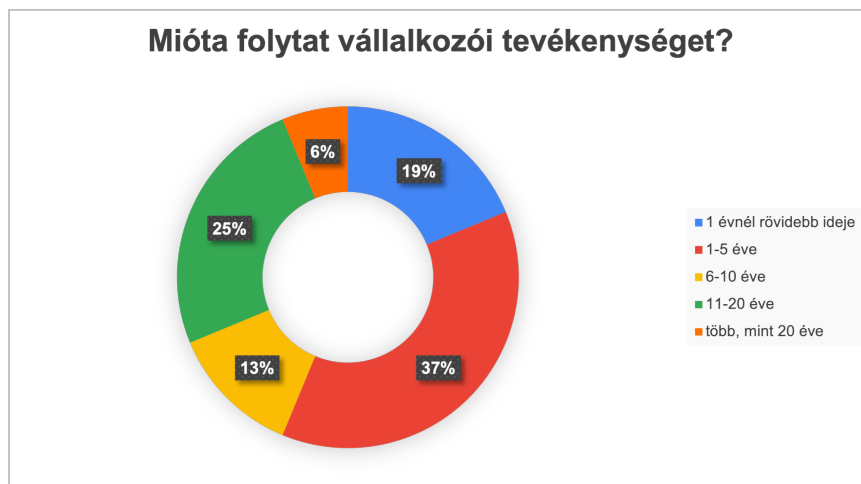
A kérdőívben felbontásra került az elméleti részben tárgyalt öt életképességi dimenzió és felsoroltam a hozzájuk tartozó egyes tényezőket. A tényezők fontosságának mérése céljából egy 1-6-ig terjedő Likert-skálát használtam. A kérdőív célja pedig az volt, hogy feltárja az üzleti (vagy egyéb) területen tanuló egyetemisták - akik potenciális vállalkozó-jelöltek lehetnek a jövőben – véleményét. Ugyanígy kíváncsi voltam a már gyakorló, tapasztalattal rendelkező vállalkozók véleményére is ezen a területen, és nem utolsó sorban szerettem volna összevetni mindezeket olyan kutatók véleményével is, akiknek a kutatási területe a vállalkozásokra terjed ki, azaz fontos elméleti tudással rendelkeznek a témakört illetően.

A kérdőív eredményei alapján átláthatóvá vált külön a három célcsoport vélekedése az egyes szempontok fontosságáról, majd párokat alkotva igyekeztem a csoportokat egymáshoz viszonyítani független mintás t-próba segítségével.

6 KÉRDŐÍV EREDMÉNYEK

A kérdőívet első körben kitöltők között olyan hallgatók szerepeltek, akik tanultak vállalkozói ismereteket és tanulmányaik jellegét tekintve potenciális vállalkozó-jelöltek lehetnek. Kellően kis minta született az első körös kitöltésekből, ugyanis 17 hallgató töltötte ki és ezáltal osztotta meg véleményét az életképességi teszt tényezőinek fontosságáról. A kérdőív közvetlen megkeresés alapján került továbbításra a hallgatók részére.

A vállalkozók megkérdezése esetében is az előzővel megegyező kérdőívet használtam, azonban itt már kibővült demográfiai kérdésekkel, hogy információt kapjak a kitöltőkről, hogy mióta van vállalkozásuk, az ország mely részében van a vállalkozásuk, és melyik iparágban működnek. A kérdőív online vállalkozói csoportokban került megosztásra, ahol biztosítva volt a megfelelő célcsoport általi kitöltés. Ennél a megkérdezésnél is egy kisebb minta született 16 kitöltéssel, azonban a kitöltők különböző időtartamot felölelő vállalkozói tapasztalattal rendelkeznek (2. ábra), illetve különböző iparágakban tevékenykednek, ugyanis érkezett kitöltés mind az építőiparból, kereskedelemről, feldolgozóiparból, szépségiparból, de megjelent a kitöltések között az ingatlanügyek, az informatika ágazata és a szolgáltatóipar is.



2. ábra: Vállalkozói tevékenység ideje szerinti megoszlás

Forrás: saját szerkesztés

Az ábrán látható, hogy a legtöbb kitöltés olyan vállalkozóktól érkezett, akik már 1-5 éves tapasztalattal rendelkeznek, illetve nagy arányban vannak jelen a 11-20 éve vállalkozó kitöltők is. Ez alapján releváns és tényleges tapasztalatokon alapuló információkat kaphatok kutatásomhoz.

A harmadik körben olyan kutatók megkérdezésére került sor, akiknek kutatási területe kiterjed a vállalkozásokra. Ezen esetben a kérdőív kiküldését megelőzte egy előzetes információgyűjtés és vállalkozásról szóló cikkek szerzőinek, egyetemi oktatók, kutatóműhelyben tevékenykedő

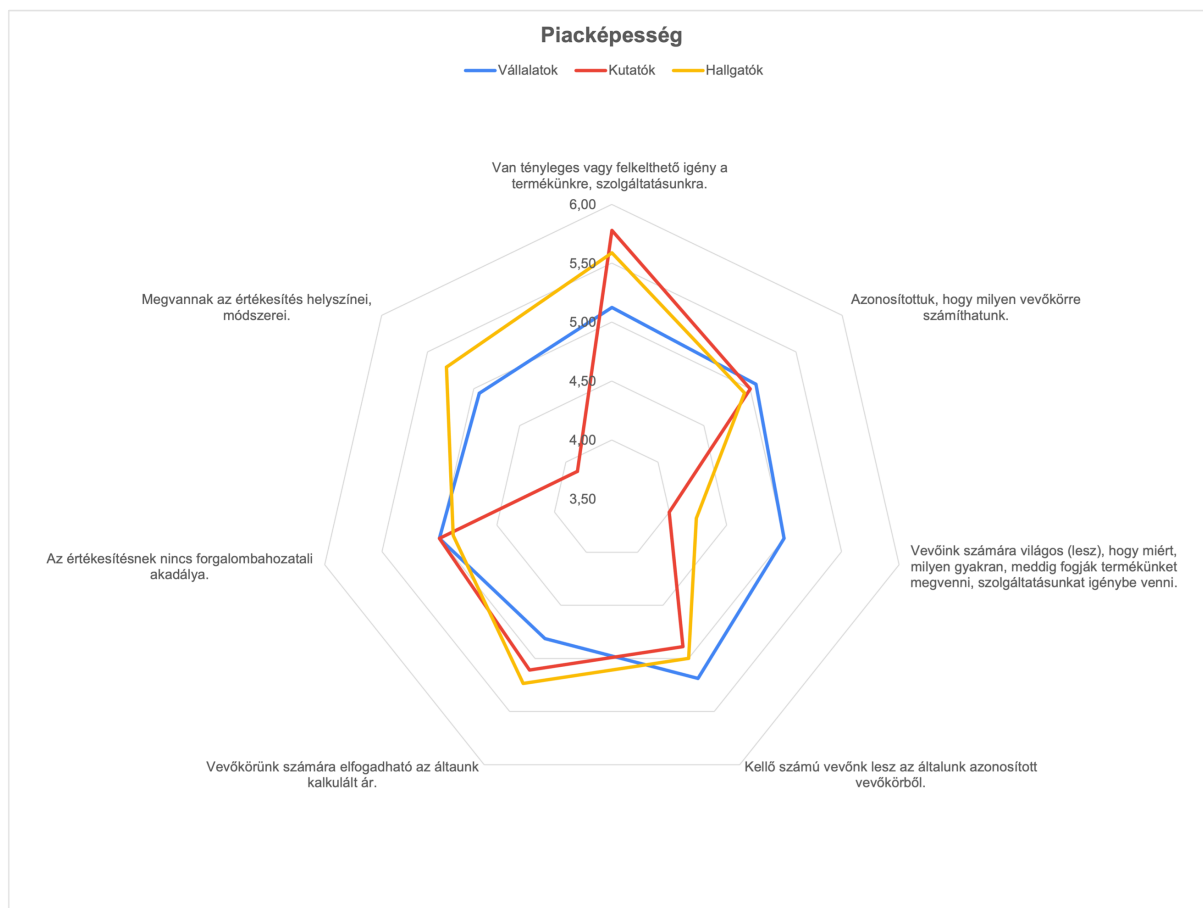
kutatók email címeit összegyűjtve kifejezetten emailben kerestem meg e célcsoport tagjait. Az emailben röviden bemutatásra került a dolgozat témája és a kérdőív kitöltésének indokoltsága. 21 kutatói megkeresésből 9 kitöltés érkezett.

6.1 Piacképesség értékelése

Ahogy korábban említettem a kérdőívben külön kezeltem az öt életképességi dimenziót. Első körben a piacképességet emeltem ki és a Vecsenyi János B-tesztjében megfogalmazott hét hozzátartozó tényezőt, amelyek a következők:

- Van tényleges vagy felkelthető igény a termékünkre, szolgáltatásunkra.
- Azonosítottuk, hogy milyen vevőkre számíthatunk.
- Vevőink számára világos (lesz), hogy miért, milyen gyakran, meddig fogják termékünket megvenni, szolgáltatásunkat igénybe venni.
- Kellő számú vevőnk lesz az általunk azonosított vevőkörből.
- Vevőkörünk számára elfogadható az általunk kalkulált ár.
- Az értékesítésnek nincs forgalombahozatali akadály.
- Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.

A piacképesség esetében a hallgatók és a vállalkozók véleménye átlagosan 4 alatti értéket nem is vett fel. A felsorolt tényezők közül a mindhárom csoport összességében úgy ítélte, hogy az induló vállalkozások esetében a legfontosabb szempont, hogy legyen valós piaci igény a termékünkre/szolgáltatásunkra. Az alapul vett B-teszt is hangsúlyozza, hogy a valós igény hiánya automatikusan a vállalkozásindítás elvetését vonja maga után. Közel egyhangúan ítélte meg továbbá mindhárom csoport a vevőkre vonatkozó tényezőket, azaz a vevőkör azonosítását és a kellő számú vevő rendelkezésre állását. Jelentős eltérések tapasztalhatók azonban a vevőkör termék iránti elköteleződésének tekintetében, ugyanis megfigyelhető, hogy leginkább a vállalkozók tartják fontosnak, hogy a vevők számára világos legyen meddig vásárolják a termékeiket/veszik igénybe szolgáltatásaikat. Ezzel szemben a hallgatók és a kutatók kevésbé tartják fontosnak és a legtöbb tényezőt előrébb helyezik ennél. Szintén látványosan kiugró értékek születtek az értékesítési helyszínek, módszerek tekintetében. Ugyanis a kutatók csak közepes mértékben tartják fontosnak ezek meglétét vállalkozásindítás esetén, míg a vállalatok és a hallgatók esetében az első három legfontosabb tényező részét képezi.



3. ábra: Piacképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében
 Forrás: saját szerkesztés

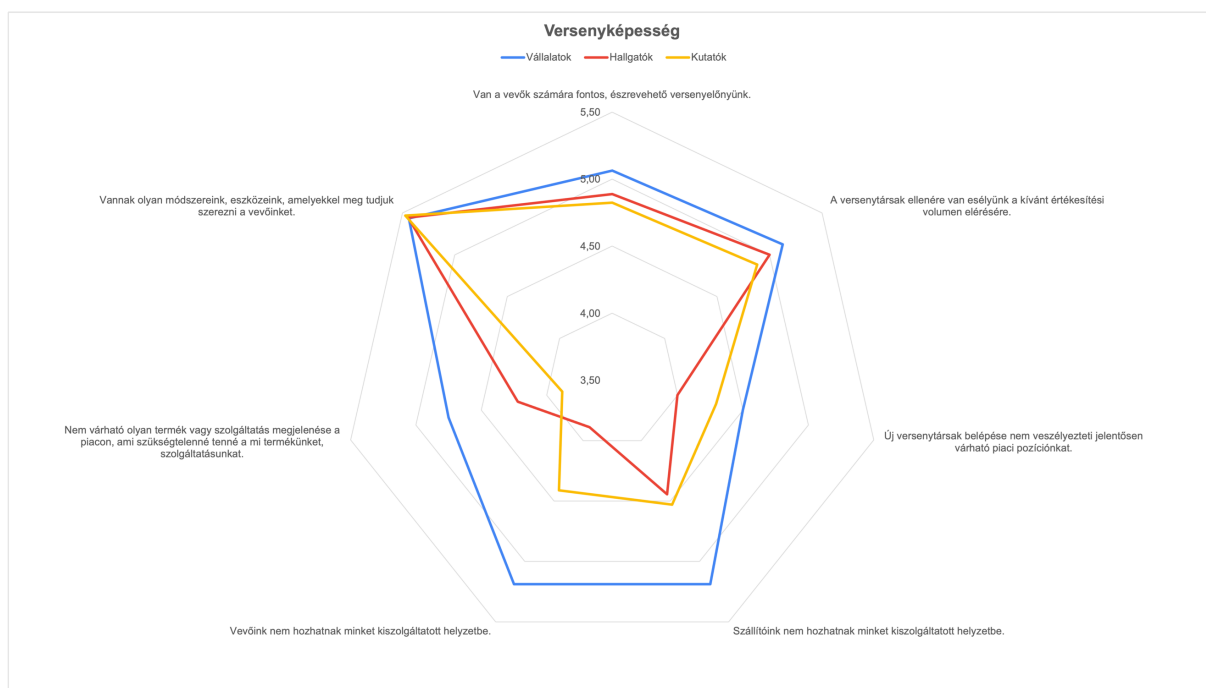
6.2 Versenyképesség értékelés

A második blokk tartalmazta a versenyképességre vonatkozó tényezőket, azaz:

- Van a vevők számára fontos, észrevehető versenyelőnyünk.
- A versenytársak ellenére van esélyünk a kívánt értékesítési volumen elérésére.
- Új versenytársak belépése nem veszélyezteti jelentősen várható piaci pozíciónkat.
- Szállítóink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.
- Vevőink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.
- Nem várható olyan termék vagy szolgáltatás megjelenése a piacon, ami szükségtelenné tenné a mi termékünket, szolgáltatásunkat.
- Vannak olyan módszereink, eszközeink, amelyekkel meg tudjuk szerezni a vevőinket.

A versenyképesség vizsgálata esetén is születtek jelentős eltérések a három csoport tekintetében. Akadnak azonban hasonló, illetve közel azonos vélemények is, többek között a vevők által észlelt versenyelőny esetében, vagy a kívánt termelési volumen elérésének fontossága szempontjából. Ugyanakkor mindhárom csoport úgy gondolja, hogy azon módszerek, eszközök megléte, amelyeket a vevők megszerzésére alkalmaznak a legfontosabb

a vállalkozás elindulása előtt. A legnagyobb eltérés, amely mindegyik csoportot érinti a vevők alkuereje esetében mutatkozik. A vállalatok úgy vélekednek, hogy a vállalkozás indítása előtt kiemelten törekedni kell annak felmérésére, hogy a vevők milyen befolyással vannak a piacon az árak alakulására. Ezzel szemben a kutatók gondolják legkevésbé fontosnak ennek előszűrését, míg a hallgatók a kettő között ítélték meg 4,41-es átlagértékkel. Hasonlóképpen máshogy gondolkodnak a vállalkozók a szállítók alkupozícióját tekintve, ugyanis 5,19 átlagértékkel ők gondolják legfontosabbnak a három csoport közül. Itt a gyakorlati tapasztalat kerülhetett előtérbe, ugyanis a szakirodalom ezen tényezők negatív hatásait elméletben kisebb mértékben részletezi. Ugyanígy a helyettesítő termékek megjelenésének vizsgálatát is a vállalatok hangsúlyozzák 4,75-ös átlagértékkel, a hallgatók 4,22-es és a kutatók 3,88-as átlagával szemben.



4. ábra: Versenyképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében

Forrás: saját szerkesztés

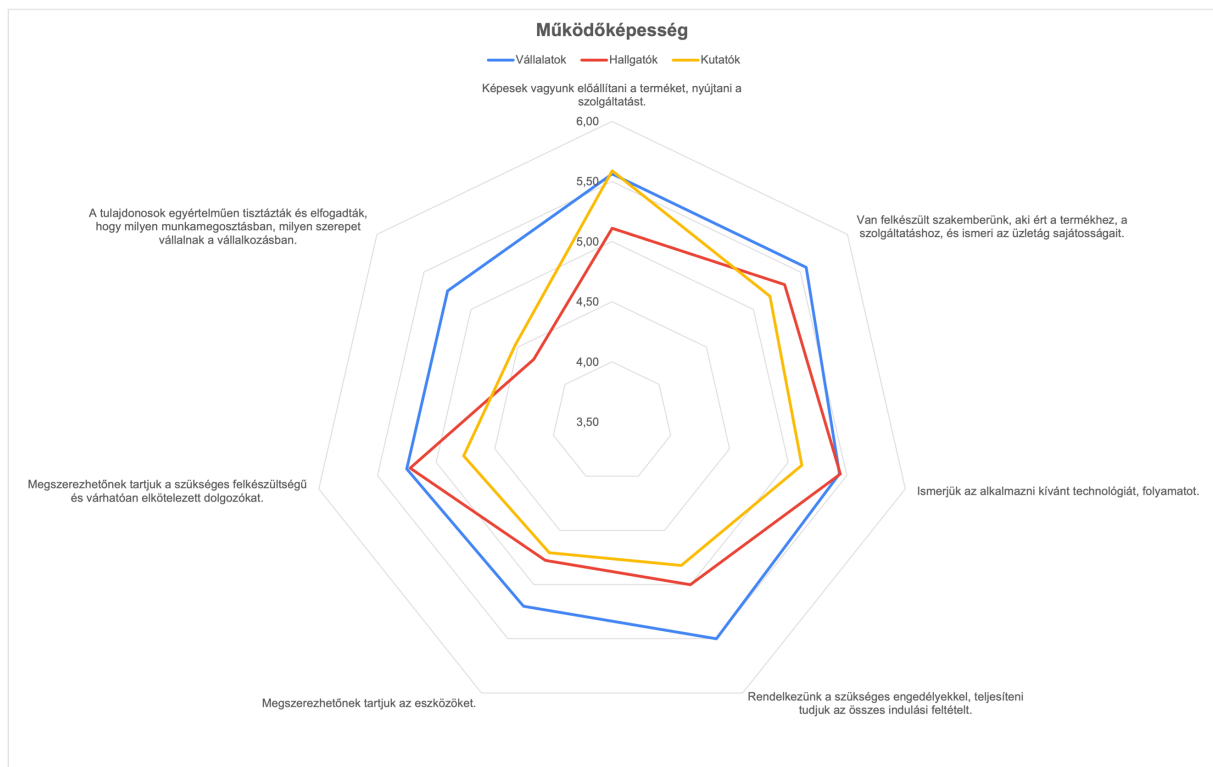
6.3 Működőképesség értékelése

A kérdőív harmadik részében szerepelt a működőképesség egyes tényezőinek a fontossági megítélése. Az alábbi hét tényező került felsorolásra:

- Képesek vagyunk előállítani a terméket, nyújtani a szolgáltatást.
- Van felkészült szakemberünk, aki ért a termékhez, a szolgáltatáshoz, és ismeri az üzletág sajátosságait.
- Ismerjük az alkalmazni kívánt technológiát, folyamatot.

- Rendelkezőnk a szükséges engedélyekkel, teljesíteni tudjuk az összes indulási feltételt.
- Megszerezhetőnek tartjuk az eszközöket.
- Megszerezhetőnek tartjuk a szükséges felkészültségű és várhatóan elkötelezett dolgozókat.
- A tulajdonosok egyértelműen tisztázták és elfogadták, hogy milyen munkamegosztásban, milyen szerepet vállalnak a vállalkozásban.

A működőképesség vizsgálatát átlagosan a vállalatok gondolják a legfontosabbnak a három csoport közül. Az itt felsorolt szinte összes tényezőt fontosabbnak ítélték a vállalatok, mint a hallgatók vagy a kutatók. A tényezők közötti legmagasabb értéket mindhárom csoport által a termékelőállítás/szolgáltatásnyújtás biztosításánál határozták meg. Ezt követte a két szakmai felkészültségre vonatkozó szempont, azaz a szakemberek megléte és a technológia ismerete. Nem azonos arányban, de mindhárom csoport nagyon fontosnak ítélte a tényezőt. A munkamegosztást leginkább a hallgatók gondolják kevésbé fontosnak, vagyis úgy vélik vállalkozás indítás előtt a tényező meglétének ellenőrzése háttérbe szorulhat a többi működőképességi szempont mellett, míg a gyakorló vállalkozók szerint nagyon fontos.



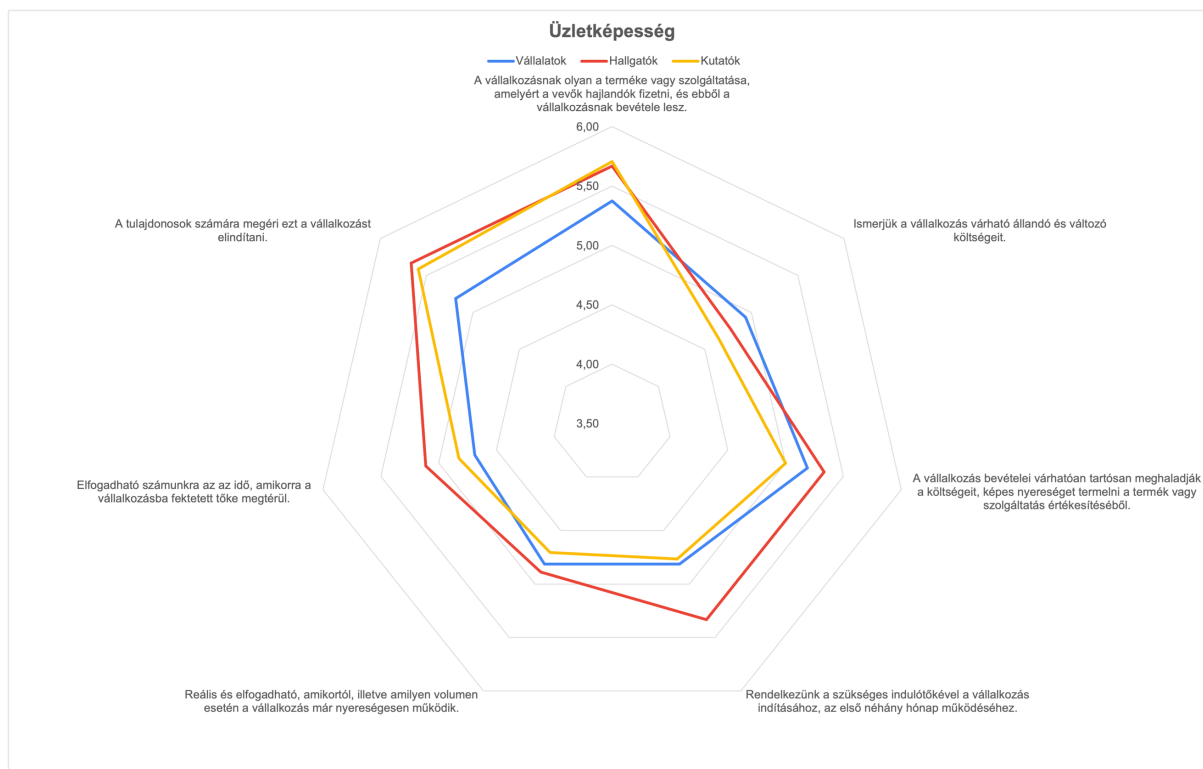
5. ábra: Működőképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében
 Forrás: saját szerkesztés

6.4 Üzletképesség értékelése

A negyedik részben az üzletképességi szempontok fontosságát véleményezték a hallgatók. Ezek közé tartoznak:

- A vállalkozásnak olyan a terméke vagy szolgáltatása, amelyért a vevők hajlandók fizetni, és ebből a vállalkozásnak bevétele lesz.
- Ismerjük a vállalkozás várható állandó és változó költségeit.
- A vállalkozás bevételei várhatóan tartósan meghaladják a költségeit, képes nyereséget termelni a termék vagy szolgáltatás értékesítéséből.
- Rendelkezünk a szükséges indulótőkével a vállalkozás indításához, az első néhány hónap működéséhez.
- Reális és elfogadható, amikortól, illetve amilyen volumen esetén a vállalkozás már nyereségesen működik.
- Elfogadható számunkra az az idő, amikorra a vállalkozásba fektetett tőke megtérül.
- A tulajdonosok számára megéri ezt a vállalkozást elindítani.

Ennél összességében elmondható, hogy hasonlóan vélekednek a csoportok, ugyanis a tényezők egymáshoz viszonyított értékei alapján azonos fontossági sorrend alakult ki. Ebben az esetben azonban a vállalkozók tulajdonították átlagosan kevésbé fontosnak magát az üzletképesség mérését, míg a hallgatók nagyon fontosnak tekintik ezt a szűrőt. A legfontosabbnak összességében azt gondolták, hogy a vállalkozásnak a terméke/szolgáltatása lehetővé teszi a biztos bevétel teremtést, illetve, hogy a tulajdonosnak megéri az elindulás. A többi szempontot a hallgatók kivételével 4,5 és 5 közötti fontosságúnak ítélték átlagosan, azaz előre helyezik a biztonságot, hogy biztosan lesz bevétel és megéri a vállalkozást elindítani, és csak ezt követően kell a kockázatosabb tényezőket elemezni. A hallgatók esetében leginkább kiugró értéket az indulótőke rendelkezésre állása jelentette, ugyanis ezt tekintik a legfontosabbnak míg a másik két csoport nem feltétlenül ezt a tényezőt helyezi előtérbe az előszűrés során.



6. ábra: Üzletképesség értékelésének átlagai a három csoport esetében
Forrás: saját szerkesztés

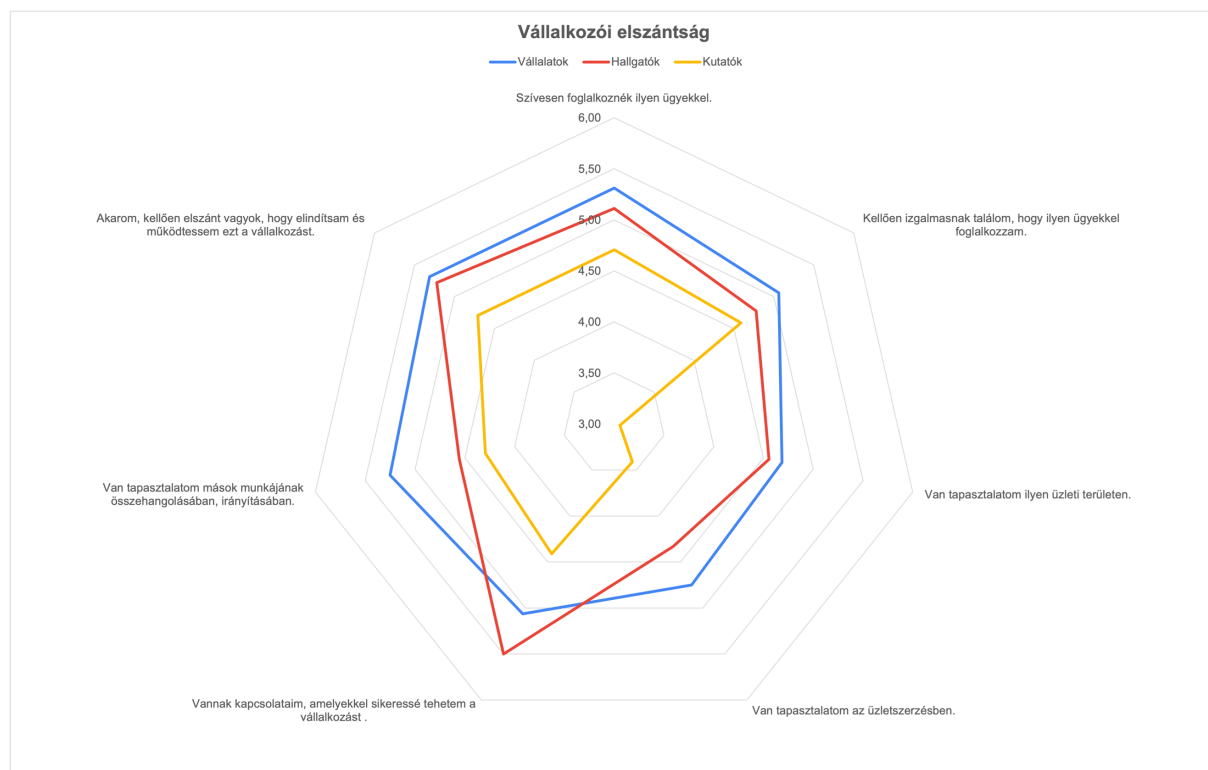
6.5 Vállalkozói elszántság értékelése

Az utolsó blokk pedig az a szubjektív kérdéskör, ami a vállalkozóra, mint személyre vonatkozik. Ide tartoznak az alábbi tényezők:

- Szívesen foglalkoznék ilyen ügyekkel.
- Kellően izgalmasnak találom, hogy ilyen ügyekkel foglalkozzam.
- Van tapasztalatom ilyen üzleti területen.
- Van tapasztalatom az üzletszerzésben.
- Vannak kapcsolataim, amelyekkel sikeressé tehetem a vállalkozást .
- Van tapasztalatom mások munkájának összehangolásában, irányításában.
- Akarom, kellően elszánt vagyok, hogy elindítsam és működtessem ezt a vállalkozást.

Az öt dimenziót összevetve a kitöltők átlagosan ezt a személyes elkötelezettségre vonatkozó elemzést tartják a legkevésbé fontosnak az üzletképesség vizsgálata során. Ez a kutatók általi kiugró érték miatt tapasztalható, ugyanis esetükben 5 feletti értékek nem is születtek a tényezők fontosságát illetően. A vállalatok átlagértékei jellemzően egyhangúak, azaz lényegében úgy gondolják mindegyik tényező szűrése azonos fontosságú egy vállalkozás elindulása előtt. A hallgatók szerint a leendő vállalkozó kapcsolatainak vizsgálata a legfontosabb, míg a kutatók

esetében maga a vállalkozói kedv (szívesen foglalkozom ilyen ügyekkel) és az elszántság átgondolása fontos az indulás előtti lépések között, a meglévő tapasztalatok pedig csak közepesen fontosságot ért el náluk.



7. ábra: Vállalkozói elszántság értékelésének átlagai a három csoport esetében

Forrás: saját szerkesztés

7 EREDMÉNYEK ÖSSZEFÜGGÉSEINEK VIZSGÁLATA

Az eredmények általános feldolgozását követte, hogy a három különböző mintából párokat alkotva megvizsgáltam, hogy az egyes tényezők esetében a párosított két csoport véleménye szignifikánsnak mondható-e.

Ennek vizsgálatához független mintás t-próbát alkalmaztam, ugyanis az általam megkérdezett három csoportba egymástól teljesen független személyek tartoznak. A t-próba eredményei a következőképpen alakultak (a részletes eredményeket a melléklet tartalmazza):

Elsősorban a hallgatók (mintaelemszám: 16) és a vállalatok (mintaelemszám: 17) véleménye alapján kapott átlagok közötti összefüggést vizsgáltam. A piacképesség esetében a *„Vevőink számára világos (lesz), hogy miért, milyen gyakran, meddig fogják termékünket megvenni, szolgáltatásunkat igénybe venni.”* tényező esetében a szignifikancia-szint 0,036 így ebben az esetben a különbség szignifikánsnak mondható. A versenyképesség tényezőinek megítélése esetén egyiknél sem volt igazolt eltérés. A működőképességnél a *„Megszerezhetőnek tartjuk a szükséges felkészültségű és várhatóan elkötelezett dolgozókat.”* (0,047) tényezőnél igazolt az eltérés a hallgatók és a kutatók megítélése között. Az üzletképességhez tartozó tényezők esetén sem különbözött szignifikánsan a két csoport véleménye. Azonban a vállalkozói elszántság esetében három tényező esetében is igazolt volt az eltérés, méghozzá a *„Van tapasztalatom ilyen üzleti területen”* (0,002), a *„Van tapasztalatom az üzletszerzésben”* (0,005) és a *„Van tapasztalatom mások munkájának összehangolásában, irányításában.”* (0,009)

Ez követte a hallgatók (mintaelemszám: 16) és a kutatók (mintaelemszám: 9) véleménye közötti összefüggésvizsgálat. A piacképesség esetén a *„Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.”* (0,008) tényezője esetén igazolható az eltérés, illetve a vállalkozói elszántság *„Van tapasztalatom ilyen üzleti területen.”* (0,008) tényezője esetén.

A vállalatok és kutatók párosánál pedig szintén a piacképesség *„Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.”* (0,047) tényező esetén mondható a különbség szignifikánsnak, illetve a versenyképességen belül a *„Vevőink nem hozhatnak minket kiszolgáltató helyzetbe”* (0,002) tényező esetén.

8 ÖSSZEGZÉS

A kutatás céljából tűztem ki annak hangsúlyozását, hogy a validálási folyamat egy rendkívül fontos része a vállalkozás alapításának. Ehhez volt segítségemre a megkérdezettek három köre, azaz kutatók, vállalkozók és hallgatók, akiknek véleménye alapján átláthatóvá vált mind számomra, mind potenciális vállalkozók számára, hogy az elméleti és a gyakorlati tudás alapján mely tényezőket kell kiemelten kezelni a validálási folyamat során.

A kérdőív általános feldolgozása jól érzékelteti az egymástól független személyek értékítéletét a témával kapcsolatban, ugyanis más-más eredmények születtek az egyes tényezők fontosságát illetően. A statisztikai próbák ezeknek a véleménykülönbségeknek az igazolt eltérését azonban csak kis mértékben támasztotta alá.

IRODALOMJEGYZÉK

- Acs, Z. J., & Armington, C. (2002). Employment Growth and Entrepreneurial Activity . *Center for Economic Studies, U.S. Bureau of the Census*.
- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 31(3), 219-234.
- Amit, R., Muller, E., & Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95-106.
- Andersson, M., Braunerhjelm, P., & Thulin, P. (2012). Creative Destruction and Productivity: Entrepreneurship by type, sector and sequence. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 125-146.
- Anokhin, S., Grichnik, D., & Hisrich, R. D. (2008). The journey from novice to serial entrepreneurship in China and Germany: Are the drivers the same? *Managing Global Transitions*, 6, 117-142.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional Studies*, 38, 949-959.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. . *The American Economic Review*, 58(2), 64-71.
- Bednarzik, R. W. (2000). The role of entrepreneurship in U.S. and European job growth. *Monthly Labor Review*, July, 3-16.
- Carroll, G., & Mosakowski, E. M. (1987). The Career Dynamics of Self-Employment. *Administrative Science Quarterly*, 32(4), 570-589.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Dahlstrand, A. L., & Stevenson, L. (2010). Innovative Entrepreneurship Policy: Linking Innovation and Entrepreneurship in a European Context. *Annals of Innovation and Entrepreneurship*, 1, 1-15.
- Dániel, Z. A. (2016). Eszközvásárlásra kapott Uniós támogatások hatása a hazai kkv-k hozzáadott értékének változására és konvergencia folyamataikra, a 2007-2013-as tervezési időszakban. Veszprém.
- Drucker, P. (1993). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper Collins Publishers.
- Erken, H., Donselaar, P., & Thurik, R. (2018). Total factor productivity and the role of entrepreneurship. *The journal of Technology Transfer*, 43(6), 1493–1521.
- European Commission. (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Brussels.
- Evans, D. S., & Leighton, L. S. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535.
- Ferreira, J. J., Alain, F., Fernandes, C. I., & Raposo, M. (2017). Effects of Schumpeterian and Kirznerian entrepreneurship on economic growth: panel data evidence. *Entrepreneurship and Regional Development*, 29(1-2), 1-24.
- Fritsch, M., & Changoluisa, J. (2017). New business formation and the productivity of manufacturing incumbents: Effects and mechanisms. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 237-259.
- Furr, N., & Dyer, J. (2014). *The Innovator's Method: Bringing the Lean Start-up into Your Organization*. Harvard Business Review Press.
- Galindo, M.-Á. M., Ribeiro, D., & Méndez Picaso, M. T. (2012). Innovación y crecimiento económico: Factores que estimulan la innovación. *Cuadernos de Gestión*, 12(2).
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2006). Historical Perspectives on the Entrepreneur. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 2(4), 261-408.
- Hisrich, R., & Peters, M. (1991). *Vállalkozás. Új vállalkozások fejlesztése és működtetése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

- Hisrich, R., & Peters, M. (1991). *Vállalkozás. Új vállalkozások fejlesztése és működtetése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kapás, J. (2000). A vállalkozás közgazdasági elméletei – vállalatelméleti megközelítés. *Vezetéstudomány*, 30(12), 2-15.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kohavi, R., Longbotham, R., Sommerfield, D., & Henne, R. M. (2009). Controlled experiments on the web: survey and practical guide. *Data mining and knowledge discovery*, 14, 140-181.
- Krueger, N. F. (1998). Encouraging the identification of environmental opportunities. *Journal of Organizational Change Management*, 11(2), 174-183.
- Landes, D. S. (1998). *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich and Some So Poor*. New York/London: W. W. Norton & Company.
- Long, B. (2010). 7 Tips for Idea Generation for Start-ups. *Spring*.
- Observatory of the European SMEs. (2002). *SMEs in Focus, European Commission*.
- OECD. (2007). *Innovation and Growth. Rationale for an Innovation Strategy*. .
- Pam, B. W. (2013). Opportunity recognition and business idea generation as a foundation for entrepreneurial business in central Nigeria. *International Journal of Business and Social Sciences*, 4(17), 238-245.
- Porter, M. E. (2006). *Versenysstratégia*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Rimler, J. (1998). Kreativitás és vállalkozás (Vizsgálódások Schumpeter nyomában). *Közgazdasági Szemle*, XLV., 353-369.
- Schumpeter, J. A. (1980). *A gazdasági fejlődés elmélete*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Shane, S. A., & Venkatamaran, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 26(1), 217-226.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Sternberg, R., & Sander, W. (2005). Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data. *Small Business Economics*, 24(3), 193-203.
- Stevenson, L. (2002). Innovation and Entrepreneurship: A Dutch Policy Perspective in an International Context. *Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative entrepreneurship, New policy Challenges*, 43-66.
- Szerb, L. (2004). A vállalkozás és a vállalkozói aktivitás mérése. *Statistikai Szemle*, 82(6-7).
- Timmons, J. A. (1999). New Venture Creation: A Guide to Entrepreneurship for 21st Century,. *Irwin, Homewood, IL*.
- Van Praag, C. M. (1999). *De Economist*, 147(3), 311-315.
- Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- Vecsenyi, J. (2002). A vállalkozástan alapjai. *Vezetéstudomány*, XXXIII(10).
- Vecsenyi, J. (2011). *Kisvállalkozások indítása és működtetése*. Budapest: 72h.com.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. . *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*(3), 119-138.
- Vesper, K. H. (1993). *New Venture Mechanics*. New Jersey.
- Waasdorp, P. (2002). Innovative Entrepreneurship: A Dutch Policy Perspective. *Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative Entrepreneurship, New policy Challenges*, 27-42.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*(13), 27-56.

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: T-PRÓBA EREDMÉNYEI

Párosított T próba – Hallgatók-vállalkozók

Independent Samples Test										
				for Equality of						
				t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	Confide nce Interval of the Differen ce	
									Lower	Upper
Van tényleges vagy felkelthető igény a termékünkre, szolgáltatásunkra.	Equal variances assumed	9,408	0,004	1,456	31	0,155	0,463	0,318	-0,186	1,112
	Equal variances not assumed			1,431	22,728	0,166	0,463	0,324	-0,207	1,133
Azonosítottuk, hogy milyen vevőkre számíthatunk.	Equal variances assumed	0,206	0,653	-0,397	31	0,694	-0,121	0,306	-0,745	0,502
	Equal variances not assumed			-0,400	30,228	0,692	-0,121	0,304	-0,741	0,499
Vevőink számára világos (lesz), hogy miért, milyen gyakran, meddig fogják termékünket megvenni, szolgáltatásunkat igénybe venni.	Equal variances assumed	1,812	0,188	-2,193	31	0,036	-0,765	0,349	-1,476	-0,054
	Equal variances not assumed			-2,172	27,149	0,039	-0,765	0,352	-1,487	-0,042
Kellő számú vevőnk lesz az általunk azonosított vevőkörből.	Equal variances assumed	2,954	0,096	-0,606	31	0,549	-0,188	0,309	-0,818	0,443
	Equal variances not assumed			-0,602	28,839	0,552	-0,188	0,311	-0,824	0,449
Vevőkörünk számára elfogadható az általunk kalkulált ár.	Equal variances assumed	0,431	0,517	1,075	31	0,291	0,423	0,393	-0,379	1,225
	Equal variances not assumed			1,077	30,975	0,290	0,423	0,393	-0,378	1,224
Az értékesítésnek nincs forgalombahozatali akadálya.	Equal variances assumed	1,121	0,298	-0,272	31	0,787	-0,118	0,432	-0,999	0,764
	Equal variances not assumed			-0,271	29,999	0,788	-0,118	0,434	-1,004	0,769
Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.	Equal variances assumed	0,315	0,579	0,919	31	0,365	0,357	0,388	-0,435	1,148
	Equal variances not assumed			0,919	30,806	0,365	0,357	0,388	-0,435	1,149
Van a vevők számára fontos, észrevehető versenyelőnyünk.	Equal variances assumed	0,992	0,327	-0,730	31	0,471	-0,239	0,328	-0,907	0,429
	Equal variances not assumed			-0,727	29,985	0,473	-0,239	0,329	-0,910	0,432
A versenytársak ellenére van esélyünk a kívánt értékesítési volumen elérésére.	Equal variances assumed	0,499	0,485	-0,878	31	0,387	-0,243	0,276	-0,806	0,321
	Equal variances not assumed			-0,877	30,728	0,387	-0,243	0,277	-0,807	0,322
Új versenytársak belépése nem veszélyezteti jelentősen várható piaci pozíciónkat.	Equal variances assumed	0,395	0,534	-0,499	31	0,621	-0,206	0,413	-1,048	0,636
	Equal variances not assumed			-0,497	29,847	0,623	-0,206	0,414	-1,053	0,641
Szállítóink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.	Equal variances assumed	4,250	0,048	-1,540	31	0,134	-0,658	0,427	-1,530	0,214
	Equal variances not assumed			-1,561	27,005	0,130	-0,658	0,422	-1,523	0,207

Párosított T próba – Hallgatók-vállalkozók

Independent Samples Test										
				for Equality of						
				t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	Confide nce Interval of the Differen	
									Lower	Upper
Vevőink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.	Equal variances assumed	5,736	0,023	-1,901	31	0,067	-0,776	0,408	-1,608	0,057
	Equal variances not assumed			-1,930	26,170	0,065	-0,776	0,402	-1,602	0,050
Nem várható olyan termék vagy szolgáltatás megjelenése a piacon, ami szükségtelenné tenné a mi termékünket, szolgáltatásunkat.	Equal variances assumed	1,097	0,303	-1,543	31	0,133	-0,868	0,562	-2,014	0,279
	Equal variances not assumed			-1,553	30,403	0,131	-0,868	0,559	-2,008	0,273
Vannak olyan módszereink, eszközeink, amelyekkel meg tudjuk szerezni a vevőinket.	Equal variances assumed	0,550	0,464	0,140	31	0,889	0,033	0,236	-0,447	0,513
	Equal variances not assumed			0,140	29,647	0,890	0,033	0,237	-0,450	0,517
Képesek vagyunk előállítani a terméket, nyújtani a szolgáltatást.	Equal variances assumed	0,023	0,880	0,103	31	0,919	0,026	0,251	-0,486	0,537
	Equal variances not assumed			0,103	30,785	0,919	0,026	0,251	-0,486	0,537
Van felkészült szakemberünk, aki ért a termékhez, a szolgáltatáshoz, és ismeri az üzletág sajátosságait.	Equal variances assumed	5,749	0,023	-1,304	31	0,202	-0,386	0,296	-0,990	0,218
	Equal variances not assumed			-1,322	26,947	0,197	-0,386	0,292	-0,985	0,213
Ismerjük az alkalmazni kívánt technológiát, folyamatot.	Equal variances assumed	0,021	0,886	-1,050	31	0,302	-0,320	0,305	-0,941	0,301
	Equal variances not assumed			-1,054	30,858	0,300	-0,320	0,303	-0,939	0,299
Rendelkezünk a szükséges engedélyekkel, teljesíteni tudjuk az összes indulási feltételt.	Equal variances assumed	14,521	0,001	-1,659	31	0,107	-0,676	0,408	-1,508	0,155
	Equal variances not assumed			-1,696	21,717	0,104	-0,676	0,399	-1,504	0,151
Megszerezhetőnek tartjuk az eszközöket.	Equal variances assumed	0,403	0,531	-1,500	30	0,144	-0,494	0,329	-1,167	0,178
	Equal variances not assumed			-1,529	29,179	0,137	-0,494	0,323	-1,155	0,167
Megszerezhetőnek tartjuk a szükséges felkészültségű és várhatóan elkötelezett dolgozókat.	Equal variances assumed	0,033	0,858	-2,069	31	0,047	-0,485	0,235	-0,964	-0,007
	Equal variances not assumed			-2,067	30,747	0,047	-0,485	0,235	-0,964	-0,006
A tulajdonosok egyértelműen	Equal variances assumed	2,789	0,105	-1,713	31	0,097	-0,721	0,421	-1,579	0,138
	Equal variances not assumed			-1,734	27,778	0,094	-0,721	0,416	-1,572	0,131

Párosított T próba – Hallgatók-vállalkozók

Independent Samples Test										
				for Equality of						
				t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	Confide nce Interval of the Differen ce	
									Lower	Upper
A vállalkozásnak olyan a terméke vagy szolgáltatása, amelyért a vevők hajlandók fizetni, és ebből a vállalkozásnak bevétele lesz.	Equal variances assumed	8,686	0,006	1,451	31	0,157	0,331	0,228	-0,134	0,796
	Equal variances not assumed			1,429	23,833	0,166	0,331	0,232	-0,147	0,809
Ismerjük a vállalkozás várható állandó és változó költségeit.	Equal variances assumed	3,445	0,073	-0,972	31	0,339	-0,290	0,299	-0,900	0,319
	Equal variances not assumed			-0,957	23,530	0,349	-0,290	0,304	-0,918	0,337
A vállalkozás bevételei várhatóan tartósan meghaladják a költségeit, képes nyereséget termelni a termék vagy szolgáltatás értékesítéséből.	Equal variances assumed	1,288	0,265	-0,543	31	0,591	-0,188	0,345	-0,891	0,516
	Equal variances not assumed			-0,541	30,087	0,592	-0,188	0,346	-0,895	0,520
Rendelkezünk a szükséges indulótőkével a vállalkozás indításához, az első néhány hónap működéséhez.	Equal variances assumed	0,345	0,561	-0,122	31	0,904	-0,048	0,393	-0,850	0,754
	Equal variances not assumed			-0,122	30,831	0,904	-0,048	0,391	-0,846	0,751
Reális és elfogadható, amikortól, illetve amilyen volumen esetén a vállalkozás már nyereségesen működik.	Equal variances assumed	2,625	0,115	-0,381	31	0,706	-0,107	0,280	-0,677	0,464
	Equal variances not assumed			-0,376	24,254	0,710	-0,107	0,284	-0,692	0,479
Elfogadható számunkra az az idő, amikorra a vállalkozásba fektetett tőke megtérül.	Equal variances assumed	1,227	0,277	0,398	31	0,694	0,136	0,342	-0,562	0,834
	Equal variances not assumed			0,394	26,942	0,697	0,136	0,346	-0,573	0,845
A tulajdonosok számára megéri ezt a vállalkozást elindítani.	Equal variances assumed	5,289	0,028	1,679	31	0,103	0,401	0,239	-0,086	0,888
	Equal variances not assumed			1,655	24,480	0,111	0,401	0,242	-0,098	0,900
Szívesen foglalkoznék ilyen ügyekkel.	Equal variances assumed	2,369	0,134	-1,802	31	0,081	-0,607	0,337	-1,293	0,080
	Equal variances not assumed			-1,820	29,035	0,079	-0,607	0,333	-1,288	0,075
Kellően izgalmasnak találom, hogy ilyen ügyekkel foglalkozzam.	Equal variances assumed	0,565	0,458	-1,155	31	0,257	-0,474	0,410	-1,311	0,363
	Equal variances not assumed			-1,162	30,556	0,254	-0,474	0,408	-1,307	0,359
Van tapasztalatom ilyen üzleti területen.	Equal variances assumed	0,081	0,778	-3,467	31	0,002	-1,629	0,470	-2,587	-0,671
	Equal variances not assumed			-3,459	30,414	0,002	-1,629	0,471	-2,590	-0,668
Van tapasztalatom az üzletszerzésben.	Equal variances assumed	0,001	0,980	-2,992	31	0,005	-1,338	0,447	-2,250	-0,426
	Equal variances not assumed			-2,984	30,311	0,006	-1,338	0,449	-2,254	-0,423
Vannak kapcsolataim, amelyekkel sikeressé tehetem a vállalkozást .	Equal variances assumed	1,470	0,235	-1,354	31	0,186	-0,651	0,481	-1,631	0,330
	Equal variances not assumed			-1,362	30,479	0,183	-0,651	0,478	-1,626	0,325
Van tapasztalatom mások munkájának összehangolásában, irányításában.	Equal variances assumed	0,736	0,397	-2,765	31	0,009	-0,956	0,346	-1,661	-0,251
	Equal variances not assumed			-2,775	30,908	0,009	-0,956	0,344	-1,658	-0,253
Akarom, kellően elszánt vagyok, hogy elindítsam és működtessem ezt a vállalkozást.	Equal variances assumed	1,008	0,323	-1,446	31	0,158	-0,607	0,420	-1,462	0,249
	Equal variances not assumed			-1,459	29,522	0,155	-0,607	0,416	-1,456	0,243

Párosított T próba – Hallgatók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means						
				t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Van tényleges vagy felkelthető igény a termékünkre, szolgáltatásunkra.	Equal variances assumed	2,795	0,108	-0,813	24	0,424	-0,190	0,233	-0,671	0,292
	Equal variances not assumed			-0,903	21,614	0,377	-0,190	0,210	-0,625	0,246
Azonosítottuk, hogy milyen vevőkörre számíthatunk.	Equal variances assumed	0,826	0,373	-0,161	24	0,874	-0,059	0,366	-0,815	0,697
	Equal variances not assumed			-0,177	21,253	0,861	-0,059	0,332	-0,750	0,632
Vevőink számára világos (lesz), hogy miért, milyen gyakran, meddig fogják termékünket megvenni, szolgáltatásunkat igénybe venni.	Equal variances assumed	4,926	0,036	0,559	24	0,582	0,235	0,421	-0,634	1,105
	Equal variances not assumed			0,485	11,445	0,637	0,235	0,485	-0,827	1,297
Kellő számú vevőnk lesz az általunk azonosított vevőkörből.	Equal variances assumed	0,264	0,612	0,342	24	0,735	0,111	0,325	-0,559	0,781
	Equal variances not assumed			0,343	16,578	0,736	0,111	0,324	-0,573	0,795
Vevőkörünk számára elfogadható az általunk kalkulált ár.	Equal variances assumed	0,004	0,949	0,270	24	0,790	0,124	0,460	-0,826	1,075
	Equal variances not assumed			0,277	17,700	0,785	0,124	0,448	-0,819	1,067
Az értékesítésnek nincs forgalombahozatali akadálya.	Equal variances assumed	0,003	0,957	-0,241	24	0,812	-0,118	0,489	-1,127	0,892
	Equal variances not assumed			-0,237	15,715	0,816	-0,118	0,497	-1,172	0,937
Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.	Equal variances assumed	0,059	0,810	2,879	23	0,008	1,419	0,493	0,399	2,439
	Equal variances not assumed			2,752	12,392	0,017	1,419	0,516	0,299	2,539
Van a vevők számára fontos, észrevehető versenyelőnyünk.	Equal variances assumed	0,996	0,328	-0,198	24	0,845	-0,065	0,330	-0,746	0,615
	Equal variances not assumed			-0,223	22,221	0,826	-0,065	0,293	-0,673	0,542
A versenytársak ellenére van esélyünk a kívánt értékesítési volumen elérésére.	Equal variances assumed	0,154	0,698	-0,377	24	0,710	-0,118	0,312	-0,762	0,527
	Equal variances not assumed			-0,389	17,935	0,702	-0,118	0,302	-0,753	0,518
Új versenytársak belépése nem veszélyeztetni jelentősen várható piaci pozícionkat.	Equal variances assumed	1,164	0,291	0,666	24	0,512	0,294	0,442	-0,617	1,205
	Equal variances not assumed			0,688	17,935	0,500	0,294	0,428	-0,605	1,193
Szállítóink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.	Equal variances assumed	2,849	0,104	0,159	24	0,875	0,085	0,535	-1,020	1,190
	Equal variances not assumed			0,184	23,426	0,855	0,085	0,461	-0,867	1,037

Párosított T próba – Hallgatók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means						
				t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Vevők nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.	Equal variances assumed	1,579	0,221	0,970	24	0,342	0,523	0,539	-0,589	1,635
	Equal variances not assumed			1,064	21,011	0,299	0,523	0,491	-0,499	1,545
Nem várható olyan termék vagy szolgáltatás megjelenése a piacon, ami szükségtelessé tenné a mi termékünket, szolgáltatásunkat.	Equal variances assumed	3,863	0,061	-0,533	24	0,599	-0,340	0,637	-1,655	0,975
	Equal variances not assumed			-0,633	23,896	0,532	-0,340	0,537	-1,448	0,768
Vannak olyan módszereink, eszközeink, amelyekkel meg tudjuk szerezni a vevőinket.	Equal variances assumed	2,106	0,160	0,088	24	0,931	0,026	0,297	-0,587	0,639
	Equal variances not assumed			0,079	12,372	0,938	0,026	0,331	-0,692	0,744
Képesek vagyunk előállítani a terméket, nyújtani a szolgáltatást.	Equal variances assumed	1,091	0,307	1,375	24	0,182	0,477	0,347	-0,239	1,193
	Equal variances not assumed			1,219	11,985	0,246	0,477	0,392	-0,376	1,330
Van felkészült szakemberünk, aki ért a termékhez, a szolgáltatáshoz, és ismeri az üzletág sajátosságait.	Equal variances assumed	0,528	0,474	-0,393	24	0,698	-0,157	0,399	-0,980	0,666
	Equal variances not assumed			-0,414	18,869	0,684	-0,157	0,379	-0,951	0,637
Ismerjük az alkalmazni kívánt technológiát, folyamatot.	Equal variances assumed	1,590	0,220	-0,971	24	0,341	-0,327	0,336	-1,021	0,368
	Equal variances not assumed			-1,145	23,778	0,264	-0,327	0,285	-0,916	0,263
Rendelkezünk a szükséges engedélyekkel, teljesíteni tudjuk az összes indulási feltételt.	Equal variances assumed	4,420	0,046	-0,314	24	0,756	-0,176	0,561	-1,335	0,982
	Equal variances not assumed			-0,356	22,544	0,725	-0,176	0,495	-1,202	0,849
Megszerezhetőnek tartjuk az eszközöket.	Equal variances assumed	0,011	0,919	-0,171	24	0,866	-0,072	0,421	-0,942	0,798
	Equal variances not assumed			-0,175	17,536	0,863	-0,072	0,412	-0,938	0,794
Megszerezhetőnek tartjuk a szükséges felkészültségű és várhatóan elkötelezett dolgozókat.	Equal variances assumed	0,020	0,889	-1,669	24	0,108	-0,458	0,274	-1,023	0,108
	Equal variances not assumed			-1,667	16,359	0,115	-0,458	0,274	-1,038	0,123
A tulajdonosok egyértelműen tisztázták és elfogadták, hogy milyen munkamegosztásban, milyen szerepet vállalnak a vállalkozásban.	Equal variances assumed	1,072	0,311	0,359	24	0,723	0,196	0,547	-0,933	1,325
	Equal variances not assumed			0,386	20,144	0,703	0,196	0,507	-0,862	1,254
A vállalkozásnak olyan a terméke vagy szolgáltatása, amelyért a vevők hajlandók fizetni, és ebből a vállalkozásnak bevétele lesz.	Equal variances assumed	0,147	0,705	0,198	24	0,845	0,039	0,198	-0,369	0,448
	Equal variances not assumed			0,194	15,526	0,848	0,039	0,202	-0,390	0,468

Párosított T próba – Hallgatók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means						
				t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Ismerjük a vállalkozás várható állandó és változó költségeit.	Equal variances assumed	1,536	0,227	-0,459	24	0,650	-0,131	0,285	-0,718	0,457
	Equal variances not assumed			-0,416	12,617	0,684	-0,131	0,314	-0,812	0,550
A vállalkozás bevételei várhatóan tartósan meghaladják a költségeit, képes nyereséget termelni a termék vagy szolgáltatás értékesítéséből.	Equal variances assumed	1,678	0,207	-0,990	24	0,332	-0,333	0,337	-1,028	0,361
	Equal variances not assumed			-1,184	23,968	0,248	-0,333	0,282	-0,914	0,248
Rendelkezünk a szükséges indulótőkével a vállalkozás indításához, az első néhány hónap működéséhez.	Equal variances assumed	2,873	0,103	-1,299	24	0,206	-0,569	0,438	-1,472	0,335
	Equal variances not assumed			-1,518	23,585	0,142	-0,569	0,375	-1,343	0,205
Reális és elfogadható, amikortól, illetve amilyen volumen esetén a vállalkozás már nyereségesen működik.	Equal variances assumed	9,072	0,006	-0,507	24	0,617	-0,183	0,361	-0,928	0,562
	Equal variances not assumed			-0,410	9,857	0,691	-0,183	0,446	-1,180	0,814
Elfogadható számunkra az az idő, amikor a vállalkozásba fektetett tőke megtérül.	Equal variances assumed	2,841	0,105	-0,739	24	0,467	-0,288	0,389	-1,090	0,515
	Equal variances not assumed			-0,660	12,196	0,521	-0,288	0,436	-1,235	0,660
A tulajdonosok számára megéri ezt a vállalkozást elindítani.	Equal variances assumed	0,644	0,430	-0,377	24	0,710	-0,078	0,208	-0,508	0,351
	Equal variances not assumed			-0,379	16,627	0,710	-0,078	0,207	-0,516	0,359
Szívesen foglalkoznék ilyen ügyekkel.	Equal variances assumed	0,059	0,810	-0,873	24	0,391	-0,405	0,464	-1,363	0,553
	Equal variances not assumed			-0,858	15,637	0,404	-0,405	0,472	-1,408	0,598
Kellően izgalmasnak találom, hogy ilyen ügyekkel foglalkozzam.	Equal variances assumed	1,342	0,258	-0,400	24	0,693	-0,190	0,474	-1,167	0,788
	Equal variances not assumed			-0,455	22,713	0,653	-0,190	0,416	-1,051	0,672
Van tapasztalatom ilyen üzleti területen.	Equal variances assumed	1,450	0,240	-2,918	24	0,008	-1,497	0,513	-2,555	-0,438
	Equal variances not assumed			-3,049	18,543	0,007	-1,497	0,491	-2,526	-0,467
Van tapasztalatom az üzletszerzésben.	Equal variances assumed	0,368	0,550	-1,933	24	0,065	-0,922	0,477	-1,906	0,063
	Equal variances not assumed			-2,062	19,617	0,053	-0,922	0,447	-1,855	0,012
Vannak kapcsolataim, amelyekkel sikeressé tehetem a vállalkozást.	Equal variances assumed	2,568	0,123	-1,833	23	0,080	-1,088	0,594	-2,317	0,140
	Equal variances not assumed			-2,073	18,912	0,052	-1,088	0,525	-2,187	0,011
Van tapasztalatom mások munkájának összehangolásában, irányításában.	Equal variances assumed	0,127	0,725	-0,590	24	0,561	-0,261	0,443	-1,176	0,653
	Equal variances not assumed			-0,575	15,332	0,573	-0,261	0,454	-1,228	0,705
Akarom, kellően elszánt vagyok, hogy elindítsam és működtessem ezt a vállalkozást.	Equal variances assumed	0,030	0,863	-0,957	24	0,348	-0,516	0,539	-1,630	0,597
	Equal variances not assumed			-0,995	18,297	0,333	-0,516	0,519	-1,605	0,572

Párosított T próba – Vállalkozók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means						
				t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Van tényleges vagy felkelthető igény a termékünkre, szolgáltatásunkra.	Equal variances assumed	11,435	0,003	-1,628	23	0,117	-0,653	0,401	-1,482	0,177
	Equal variances not assumed			-2,025	21,174	0,056	-0,653	0,322	-1,323	0,017
Azonosítottuk, hogy milyen vevőkre számíthatunk.	Equal variances assumed	0,468	0,501	0,200	23	0,843	0,063	0,313	-0,584	0,709
	Equal variances not assumed			0,205	18,005	0,840	0,063	0,305	-0,577	0,702
Vevőink számára világos (lesz), hogy miért, milyen gyakran, meddig fogják termékünket megvenni, szolgáltatásunkat igénybe venni.	Equal variances assumed	0,694	0,413	1,974	23	0,061	1,000	0,507	-0,048	2,048
	Equal variances not assumed			1,897	14,870	0,077	1,000	0,527	-0,124	2,124
Kellő számú vevőnk lesz az általunk azonosított vevőkörből.	Equal variances assumed	1,143	0,296	0,782	23	0,442	0,299	0,382	-0,492	1,089
	Equal variances not assumed			0,834	20,058	0,414	0,299	0,358	-0,448	1,045
Vevőkörünk számára elfogadható az általunk kalkulált ár.	Equal variances assumed	0,558	0,463	-0,657	23	0,517	-0,299	0,454	-1,238	0,641
	Equal variances not assumed			-0,667	17,450	0,513	-0,299	0,448	-1,241	0,644
Az értékesítésnek nincs forgalombahozatali akadálya.	Equal variances assumed	0,694	0,413	0,000	23	1,000	0,000	0,536	-1,108	1,108
	Equal variances not assumed			0,000	17,775	1,000	0,000	0,524	-1,103	1,103
Megvannak az értékesítés helyszínei, módszerei.	Equal variances assumed	0,030	0,865	2,108	22	0,047	1,063	0,504	0,017	2,108
	Equal variances not assumed			2,033	12,854	0,063	1,063	0,523	-0,068	2,193
Van a vevők számára fontos, észrevehető versenyelőnyünk.	Equal variances assumed	4,236	0,051	0,473	23	0,640	0,174	0,367	-0,585	0,932
	Equal variances not assumed			0,543	22,804	0,593	0,174	0,320	-0,489	0,836
A versenytársak ellenére van esélyünk a kívánt értékesítési volumen elérésére.	Equal variances assumed	1,170	0,291	0,388	23	0,702	0,125	0,322	-0,541	0,791
	Equal variances not assumed			0,403	18,657	0,691	0,125	0,310	-0,525	0,775
Új versenytársak belépése nem veszélyezteteti jelentősen várható piaci pozíciónkat.	Equal variances assumed	2,089	0,162	1,017	23	0,320	0,500	0,491	-0,517	1,517
	Equal variances not assumed			1,088	20,168	0,289	0,500	0,459	-0,458	1,458
Szállítóink nem hozhatnak minket kiszolgáltatott helyzetbe.	Equal variances assumed	0,001	0,981	1,980	23	0,060	0,743	0,375	-0,033	1,519
	Equal variances not assumed			1,998	17,177	0,062	0,743	0,372	-0,041	1,527

Párosított T próba – Vállalkozók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
				t						
					df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Vevőink nem hozhatnak minket kiszolgáltató helyzetbe.	Equal variances assumed	0,557	0,463	3,400	23	0,002	1,299	0,382	0,508	2,089
	Equal variances not assumed			3,178	13,721	0,007	1,299	0,409	0,421	2,177
Nem várható olyan termék vagy szolgáltatás megjelenése a piacon, ami szükségtelessé tenné a mi termékünket, szolgáltatásunkat.	Equal variances assumed	1,140	0,297	0,978	23	0,338	0,528	0,539	-0,588	1,644
	Equal variances not assumed			1,091	22,021	0,287	0,528	0,484	-0,476	1,531
Vannak olyan módszereink, eszközeink, amelyekkel meg tudjuk szerezni a vevőinket.	Equal variances assumed	0,548	0,466	-0,021	23	0,983	-0,007	0,327	-0,683	0,669
	Equal variances not assumed			-0,020	14,187	0,984	-0,007	0,346	-0,747	0,734
Képesek vagyunk előállítani a terméket, nyújtani a szolgáltatást.	Equal variances assumed	0,869	0,361	1,267	23	0,218	0,451	0,356	-0,286	1,189
	Equal variances not assumed			1,141	12,386	0,275	0,451	0,396	-0,408	1,310
Van felkészült szakemberünk, aki ért a termékhez, a szolgáltatáshoz, és ismeri az üzletág sajátosságait.	Equal variances assumed	2,249	0,147	0,763	23	0,453	0,229	0,300	-0,392	0,850
	Equal variances not assumed			0,697	12,851	0,498	0,229	0,329	-0,482	0,940
Ismerjük az alkalmazni kívánt technológiát, folyamatot.	Equal variances assumed	2,824	0,106	-0,023	23	0,982	-0,007	0,303	-0,634	0,620
	Equal variances not assumed			-0,026	22,381	0,980	-0,007	0,269	-0,564	0,550
Rendelkezünk a szükséges engedélyekkel, teljesíteni tudjuk az összes indulási feltételt.	Equal variances assumed	0,291	0,595	1,538	23	0,138	0,500	0,325	-0,172	1,172
	Equal variances not assumed			1,355	11,689	0,201	0,500	0,369	-0,306	1,306
Megszerezhetőnek tartjuk az eszközöket.	Equal variances assumed	0,258	0,617	1,176	22	0,252	0,422	0,359	-0,322	1,167
	Equal variances not assumed			1,109	14,091	0,286	0,422	0,381	-0,394	1,238
Megszerezhetőnek tartjuk a szükséges felkészültségű és várhatóan elkötelezett dolgozókat.	Equal variances assumed	0,083	0,775	0,098	23	0,922	0,028	0,282	-0,556	0,612
	Equal variances not assumed			0,099	17,066	0,922	0,028	0,280	-0,563	0,619
A tulajdonosok egyértelműen tisztázták és elfogadták, hogy milyen munkamegosztásban, milyen szerepet vállalnak a vállalkozásban.	Equal variances assumed	0,069	0,795	2,200	23	0,038	0,917	0,417	0,055	1,779
	Equal variances not assumed			2,086	14,297	0,055	0,917	0,439	-0,024	1,857

Párosított T próba – Vállalkozók-kutatók

Independent Samples Test										
				t-test for Equality of Means						
				t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper
A vállalkozásnak olyan a terméke vagy szolgáltatása, amelyért a vevők hajlandók fizetni, és ebből a vállalkozásnak bevétele lesz.	Equal variances assumed	4,299	0,050	-0,979	23	0,338	-0,292	0,298	-0,908	0,324
	Equal variances not assumed			-1,115	22,661	0,276	-0,292	0,262	-0,833	0,250
Ismerjük a vállalkozás várható állandó és változó költségeit.	Equal variances assumed	0,395	0,536	0,388	23	0,702	0,160	0,412	-0,693	1,012
	Equal variances not assumed			0,416	20,279	0,682	0,160	0,384	-0,641	0,961
A vállalkozás bevételei várhatóan tartósan meghaladják a költségeit, képes nyereséget termelni a termék vagy szolgáltatás értékesítéséből.	Equal variances assumed	8,876	0,007	-0,391	23	0,699	-0,146	0,373	-0,918	0,626
	Equal variances not assumed			-0,470	22,649	0,643	-0,146	0,310	-0,788	0,497
Rendelkezünk a szükséges indulótőkével a vállalkozás indításához, az első néhány hónap működéséhez.	Equal variances assumed	1,727	0,202	-1,326	23	0,198	-0,521	0,393	-1,333	0,292
	Equal variances not assumed			-1,479	22,028	0,153	-0,521	0,352	-1,251	0,210
Reális és elfogadható, amikortól, illetve amilyen volumen esetén a vállalkozás már nyereségesen működik.	Equal variances assumed	1,221	0,281	-0,168	23	0,868	-0,076	0,454	-1,016	0,863
	Equal variances not assumed			-0,156	13,469	0,878	-0,076	0,489	-1,129	0,976
Elfogadható számunkra az az idő, amikorra a vállalkozásba fektetett tőke megtérül.	Equal variances assumed	0,141	0,711	-0,885	23	0,385	-0,424	0,478	-1,413	0,566
	Equal variances not assumed			-0,879	16,360	0,392	-0,424	0,482	-1,443	0,596
A tulajdonosok számára megéri ezt a vállalkozást elindítani.	Equal variances assumed	3,657	0,068	-1,564	23	0,132	-0,479	0,306	-1,113	0,155
	Equal variances not assumed			-1,795	22,823	0,086	-0,479	0,267	-1,032	0,073
Szívesen foglalkoznék ilyen ügyekkel.	Equal variances assumed	2,995	0,097	0,514	23	0,612	0,201	0,392	-0,609	1,012
	Equal variances not assumed			0,461	12,259	0,653	0,201	0,437	-0,748	1,150
Kellően izgalmasnak találom, hogy ilyen ügyekkel foglalkozzam.	Equal variances assumed	0,297	0,591	0,691	23	0,496	0,285	0,412	-0,568	1,137
	Equal variances not assumed			0,741	20,279	0,467	0,285	0,384	-0,516	1,086
Van tapasztalatom ilyen üzleti területen.	Equal variances assumed	0,480	0,495	0,241	23	0,812	0,132	0,547	-1,000	1,264
	Equal variances not assumed			0,256	19,880	0,800	0,132	0,514	-0,942	1,205
Van tapasztalatom az üzletszerzésben.	Equal variances assumed	0,224	0,640	0,811	23	0,426	0,417	0,514	-0,647	1,480
	Equal variances not assumed			0,881	20,948	0,388	0,417	0,473	-0,567	1,400
Vannak kapcsolataim, amelyekkel sikeressé tehetem a vállalkozást.	Equal variances assumed	0,333	0,570	-0,852	22	0,403	-0,438	0,513	-1,502	0,627
	Equal variances not assumed			-0,896	16,130	0,383	-0,438	0,488	-1,472	0,597
Van tapasztalatom mások munkájának összehangolásában, irányításában.	Equal variances assumed	0,067	0,797	1,659	23	0,111	0,694	0,419	-0,172	1,561
	Equal variances not assumed			1,568	14,169	0,139	0,694	0,443	-0,254	1,643
Akarom, kellően elszánt vagyok, hogy elindítsam és működtessem ezt a vállalkozást.	Equal variances assumed	0,761	0,392	0,200	23	0,843	0,090	0,451	-0,843	1,024
	Equal variances not assumed			0,190	14,459	0,852	0,090	0,474	-0,924	1,104