



TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058

**Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése**

**Projektvezető: Dr. Szerb László PTE KTK egyetemi tanár**

5. tevékenység: Az ökológiailag fenntartható technológiák társadalmi elfogadottságának vizsgálata

A tevékenység vezetője: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár

## **A magyar lakosság vállalkozási hajlandósága és az újdonságok iránti nyitottsága – országos megkérdezés eredményei**

**Készítette: Tóth Ágnes**

PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola PhD hallgató

Kiadó: Pécsi Tudományegyetem

ISBN 978-963-642-990-4

Pécs, 2013

## **Tartalom**

1. A kutatáshoz és a témakörökhöz kapcsolódó feltevések .....	2
2. A minta demográfiai háttere .....	2
3. Vállalkozási hajlandóság és vállalkozási szándék .....	4
3.1. Vállalkozás hajlandóság.....	4
3.2. Vállalkozási szándék.....	10
4. Új megoldások iránti nyitottság és a vállalkozási hajlandóság.....	14
5. Összegzés.....	19

## **1. A kutatáshoz és a témakörökhöz kapcsolódó feltevések**

A TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058, Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése projekt 5. tevékenységének keretében 2000 fős, nem, kor, településtípus és iskolai végzettség szerint reprezentatív mintán személyes megkérdezéssel történt adatgyűjtés az ökológiailag fenntartható technológiák társadalmi elfogadottságának vizsgálatára 2013 tavaszán.

Jelen tanulmány a vállalkozási hajlandósággal és szándékkal kapcsolatos kérdésekre adott válaszokat tekinti át, valamint az új termékek és új megoldások iránti nyitottságot, elsősorban a vállalkozási hajlandósággal összefüggésben. Emellett röviden érinti a vállalkozási hajlandóság és vállalkozási szándék közötti fogalmi különbséget is.

A tanulmány abból a feltételezésből indul ki, hogy az életkor és az iskolai végzettség jelentősen befolyásolják a vállalkozási hajlandóságot. Az életkor tekintetében feltehető, hogy a legfiatalabb korcsoportban a legmagasabb a vállalkozási hajlandóság mértéke. A második feltevés, hogy a legmagasabb iskolai végzettséggel (főiskola és egyetem) rendelkezők körében a legmagasabb a vállalkozási hajlandóság. A következő feltevés, hogy párhuzam vonható a vállalkozási hajlandóság, illetve az újdonságok iránti nyitottság között. Ezzel kapcsolatban feltehető, hogy azokban a csoportokban magas a vállalkozási hajlandóság, ahol az újdonságok iránti nyitottság fokozottan jellemző.

## **2. A minta demográfiai háttere**

A személyes felmérés 2000 fő bevonásával történt. A minta reprezentatív a magyarországi 18-79 éves lakosságra nem, életkor, településtípus és a legmagasabb iskolai végzettség tekintetében. A részletes demográfiai megoszlásokat az 1. táblázat mutatja be.

demográfiai csoportok	fő	% (n=2000)
<b>nem</b>		
férfi	956	47,8%
nő	1044	52,2%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>korcsoport</b>		
18-29 éves	496	24,8%
30-39 éves	372	18,6%
40-49 éves	432	21,6%
50-59 éves	340	17,0%
60-69 éves	240	12,0%
70-79 éves	120	6,0%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>településtípus</b>		
Budapest	360	18,0%
megyei jogú város	457	22,9%
10.000+ település	445	22,3%
2.000-10.000 település	439	22,0%
-2.000 település	299	15,0%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>legmagasabb iskolai végzettség</b>		
egyetem	89	4,5%
főiskola	284	14,2%
középiskola □	828	41,4%
szakiskola, szakmunkásképző	550	27,5%
általános iskola	191	9,6%
NT/NV	58	2,9%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>demográfiai csoportok</b>		
<b>családi állapot</b>		
házas	832	41,6%
egyedülálló	441	22,1%
párkapcsolatban	330	16,5%
elvált	172	8,6%
özvegy	138	6,9%
élettársi kapcsolatban	87	4,4%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>

demográfiai csoportok	fő	% (n=2000)
<b>háztartás nagysága</b>		
1	278	13,9%
2	549	27,5%
3	499	25,0%
4	429	21,5%
5	165	8,3%
6	48	2,4%
7	20	1,0%
8	4	0,2%
9	2	0,1%
10	1	0,1%
13	2	0,1%
NT/NV	3	0,2%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>háztartás anyagi helyzete</b>		
Könnyedén meg tudom vásárolni, amire szükségem van, és még félre is tudok tenni.	112	5,6%
Meg tudom vásárolni az alapvető dolgokat és egy-két extra kiadást is megengedhetek magamnak, de félretenni nem tudok.	845	42,3%
Az alapvető dolgokat meg tudom vásárolni, de másra nincs pénzem, a hó végéig éppen kitarok.	832	41,6%
Arra sem elég a havi jövedelmem, hogy az alapvető dolgokat megvásároljam.	128	6,4%
nem válaszol	83	4,2%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>gyermekek száma</b>		
nincs gyermeke	658	32,9%
1	454	22,7%
2	635	31,8%
3	189	9,5%
4	42	2,1%
5	13	0,7%
6	5	0,3%
7	2	0,1%
8	2	0,1%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>
<b>unokák száma</b>		
nincs unokája	1545	77,3%
1	122	6,1%
2	126	6,3%
3	79	4,0%
4	65	3,3%
5 vagy több	63	3,2%
<i>összesen</i>	<i>2000</i>	<i>100,0%</i>

### **1. táblázat: A minta demográfiai jellemzői.**

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek 47,8%-a volt férfi és 52,2%-a nő. A válaszadók 24,8%-a tartozott a 18-29 éves korcsoportba, 18,6% volt 30 és 39 éves kor között, 21,7% 40 és 49 éves kor között, 16,9% képviselte az 50-59 éves korcsoportot, és a megkérdezettek 18,1%-a pedig 60 év feletti volt. A generációhoz tartozással kapcsolatban a válaszadók 41,9%-a a fiatal generációhoz sorolta magát, 43,3% a középgenerációhoz tartozónak érzi magát, míg az idős generációt 14,2% választotta. A generációhoz tartozás megítélése nagyjából megfelel a korcsoport besorolásnak.

A településtípus tekintetében a következő volt a válaszadók közötti megoszlás: 18% budapesti, 22,9% megyei jogú város lakója, 22,3% 10.000 főnél nagyobb településen él, 22% 2.000 - 10.000 fős település lakója és 15% pedig 2.000 főnél kisebb településen lakik.

A legmagasabb iskolai végzettség szerint a megkérdezettek 9,6% csak általános iskolai végzettséggel rendelkeznek, 27,% végzett szakiskolát, illetve szakmunkásképzőt, 41,4% középiskolai, 14,2% főiskolai és 4,5% pedig egyetemi végzettséget szerzett.

A felmérésben résztvevők 22,1%-a egyedülálló, 16,5% párkapcsolatban él, 41,6% házas, 8,6% elvált, 6,9% özvegy és 4,4% pedig élettársi kapcsolatban él. 19,2% szülőkkel együtt él, 1,3% él szülőkkel és nagyszülőkkel együtt. Kortásakkal együtt a válaszadók 0,4%-a él, egyedül 14,1%, partnerrel, de gyerek nélkül 21,9%, partnerrel gyerekekkel 33,9%, partner nélkül gyerekekkel 6,5% és egyéb választ pedig 2,7% adott.

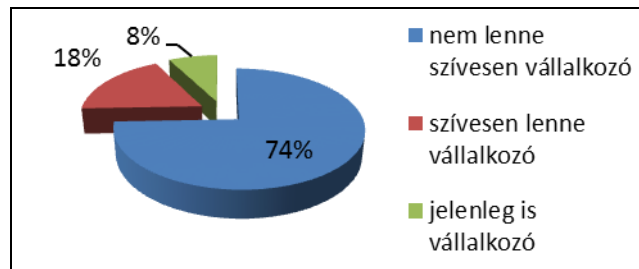
## **3. Vállalkozási hajlandóság és vállalkozási szándék**

### **3.1. Vállalkozási hajlandóság**

Az adatgyűjtés a vállalkozási hajlandósággal és szándékkal kapcsolatos attitűdöket is vizsgálta. A tanulmány nem tesz különbséget a vállalkozóvá válás és vállalkozás fogalmak között, hanem szinoním fogalmakként kezeli azokat.

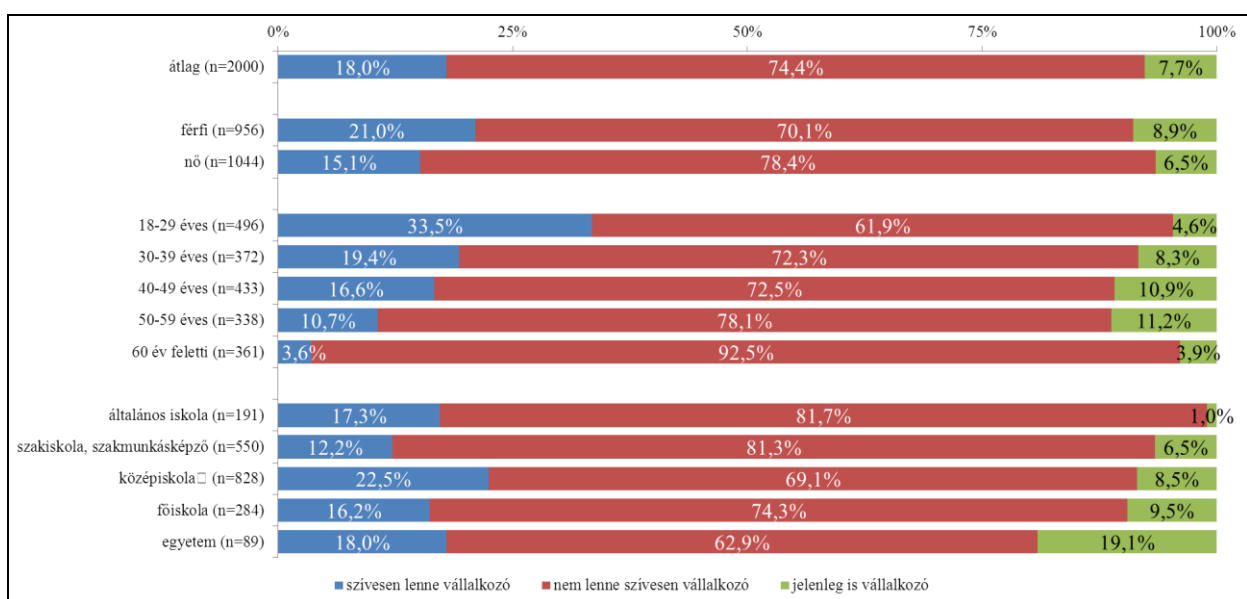
Arra a kérdésre, hogy szívesen lenne-e vállalkozó, a megkérdezettek (n=2000) 18%-a válaszolta, hogy szívesen vállalkozna, míg 74,4% válaszolt úgy, hogy nem szeretne vállalkozó lenni. A teljes minta (n=2000) mindössze 7,7%-a az, akik jelenleg is vállalkozóként dolgoznak (1. ábra).

**1. ábra: Vállalkozási hajlandóság: „Szívesen lenne vállalkozó?” Jelenleg is az vagyok (n=2000). Forrás: saját szerkesztés**



A vállalkozási hajlandóság tekintetében különbség van a nemek között (2. ábra). Míg a válaszadók közül a férfiak (n=956) 21%-a lenne szívesen vállalkozó, addig a nőknél (n=1044) ez az arány csak 15,1%. A férfiak 70,1%-a nem szeretne vállalkozni, a nők még kevésbé nyitottak az önfoglalkoztatás iránt, mivel a válaszadók (n=1044) 78,4%-a nyilatkozott úgy, hogy nem kíván vállalkozással foglalkozni. A férfiak 8,9%-a már most is vállalkozóként dolgozik, azonban csak a nők 6,5%-a vállalkozik. Érdeemes lenne megvizsgálni, hogy a vállalkozás iránti nyitottság tekintetében megfigyelhető nemek közötti különbségnek részben magyarázata lehet-e, hogy a vállalkozás hagyományosan inkább a férfiak által preferált (ön)foglalkoztatási forma, valamint hogy azért alacsonyabb a nők vállalkozási hajlandósága, mert a nők inkább kerülik a kockázatvállalást, és a családi kööttségek miatt kevésbé tudják a vállalkozással járó terheket beilleszteni a mindennapjaikba.

**2. ábra: Vállalkozási hajlandóság demográfiai bontásban (n=2000). Forrás: saját szerkesztés**



A különböző korcsoportok között is szignifikáns különbség figyelhető meg a vállalkozási hajlandóság tekintetében. Az a kiindulási feltételezés, hogy a legfiatalabb korcsoportban a legmagasabb a vállalkozási hajlandóság mértéke, igazolódni látszik a felmérés eredményei alapján. A legfiatalabb korosztály (18-29 évesek) tagjai (n=496) a legnyitottabbak arra, hogy vállalkozóvá váljanak, 33,5% válaszolta, hogy szívesen lenne vállalkozó. A vállalkozási hajlandóság mértéke az életkor növekedésével fordítottan arányos: minél idősebb korcsoportról van szó, annál alacsonyabb a vállalkozási hajlandóság. A 30-39 évesek (n=372) 19,4%-a lenne szívesen vállalkozó, a 40-49 évesek (n=433) közül már csak a válaszadók 16,6%-a vállalkozna, míg az 50-59 évesek (n=338) 10,7%-a és a 60 év felettieknek (n=361) csupán a 3,6%-a indítana vállalkozást.

A fiatalokkal kapcsolatban kapott értékeket érdemes összevetni a TÁMOP-4.2.3.-12/1//KONV Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt<sup>1</sup> eredményeivel. A projekt keretén belül 2000 fős reprezentatív felmérést végeztek 15-24 évesek körében, melynek során többek között arról kérdezték a fiatalokat, hogy milyen a tájékozottságuk a napi hírekkel kapcsolatban, milyen információs csatornák segítségével tájékozódnak, milyen információs eszközökkel rendelkeznek, milyen az online tartalmakkal kapcsolatos attitűdjük, milyen jövőképpel rendelkeznek és milyen a pénzügyi kultúrájuk.

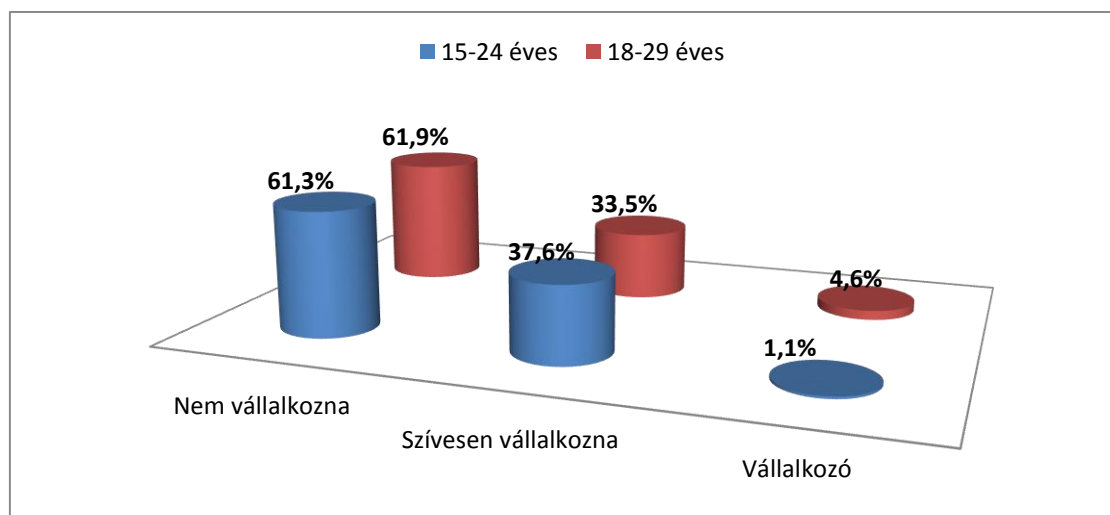
A fiatalok jövőképével kapcsolatban a kutatás arra az eredményre jutott, hogy a megkérdezettek több mint 70%-a (n=1396) többnyire tudatosan készül a jövőjére, és mindössze 7%-uk nem tervez semmit tudatosan a jövőre nézve. Ehhez kapcsolódóan a vállalkozási hajlandóságukról (n=1973) és a munkavállalással kapcsolatos véleményükről is kérdezték a fiatalokat. 61,3%-uk (n=1210) nyilatkozott úgy, hogy nem szeretne vállalkozó lenni, 37,6% (n=741) szívesen lenne vállalkozó, azonban csak 1% azoknak az aránya, akik jelenleg is vállalkozóként dolgoznak. Jelen kutatásban is hasonló válaszokat adtak a fiatalok. A 18-29 éves korcsoport 61,9%-a nem szeretne vállalkozással foglalkozni, 33,5%-uk szívesen vállalkozna és 4,6%-uk már most is vállalkozóként dolgozik. Amiben eltérés tapasztalható, az a tényleges vállalkozók aránya: a 15-24 évesek körében csak 1%, míg a 18-29 évesek körében 4,6%. (3. ábra) Ennek a különbségnek az egyik nyilvánvaló oka a korkülönbség lehet, hiszen a csak fiatalok bevonásával készült felmérés azt a korosztályt is vizsgálta, akik még nincsenek munkavállalói korban, tehát nem tudnak vállalkozóként

---

<sup>1</sup> TÁMOP-4.2.3.-12/1//KONV Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt 2000 fős országos reprezentatív kutatás a 15-24 évesek körében.

dolgozni. A potenciális vállalkozók arányát illetően azonban a két kutatás nagyjából hasonló eredményt hozott: 33,5% (18-29 évesek) és 37,6% (15-24 évesek).

**3. ábra: Vállalkozási hajlandóság 15-24 évesek (n=1973) és 18-29 évesek (n=496) körében. Forrás: saját szerkesztés**



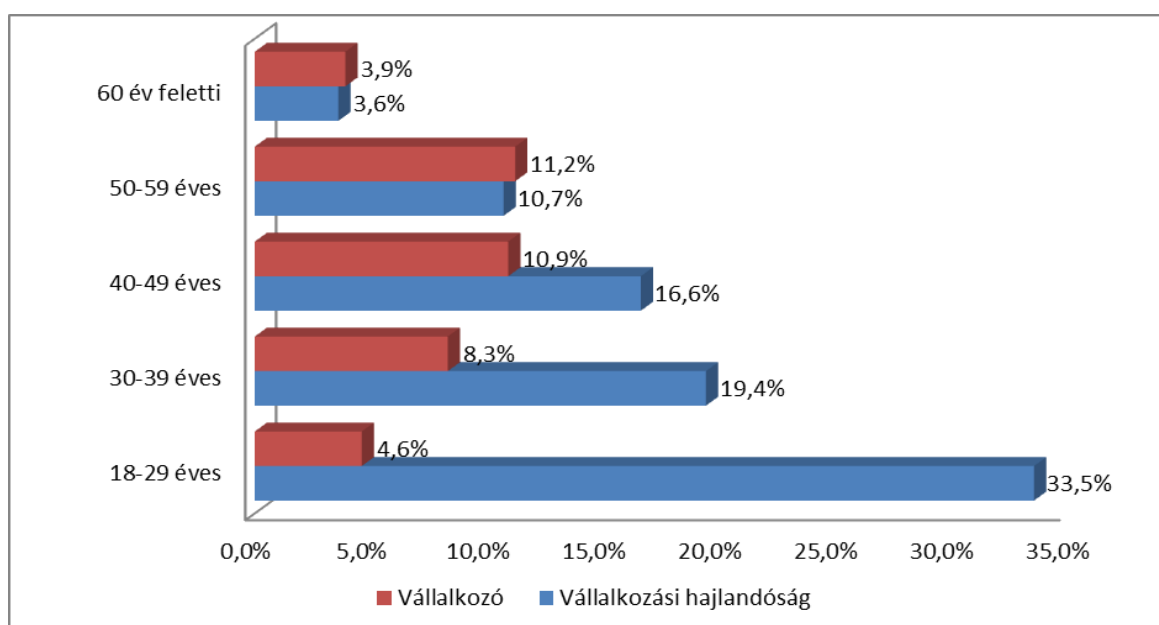
Érdekes összevetni a fiatalok vállalkozási hajlandóságát a munkavállalással kapcsolatos attitűdjükkel. Míg 61,3%-uk nem szívesen vállalkozna, nagy részüknek (77,2%, n=1506) negatív véleménye van a munkavállalásról is, mivel úgy vélik, hogy a munkavállalók többnyire, illetve teljes mértékben kiszolgáltatottak a munkáltatójuknak, és ezzel csak a megkérdezettek 5,2%-a nem értett egyet. Ez utóbbi adat alapján feltehető, hogy a fiatalok nagy százalékban inkább a vállalkozást választanák, de a vállalkozási hajlandósággal kapcsolatos válaszok megmutatták, hogy a vállalkozással szemben is többnyire elutasítóak a fiatalok. Ennek oka pedig részben az lehet, hogy a megkérdezés során a válaszadók nagy része (39,1%, n=759) úgy vélte, hogy a munkahely biztonsága fontosabb a jövedelemnél, illetve 11,3% (n=219) választotta azt, hogy a pénzt nem helyezné a munkahely biztonsága elé. Valamint az is ezt indokolja, hogy a válaszadók 69,1%-a (n=1345) úgy gondolja, hogy a vállalkozás indítása nagy kockázattal jár és több mint a fele (50,9%, n=985) úgy vélekedik, hogy alkalmazottként is lehet jólétben élni. Ezek alapján feltehető, hogy a fiatalok nagyobb hányada bár úgy látja, hogy egy vállalkozásban lehetne igazán kiteljesedni, mégis inkább az esetlegesen kevesebb jövedelemmel járó, de biztonságot jelentő alkalmazotti létet választaná. Érdekes lenne megvizsgálni, hogy mi minden határozhatja meg ezt a hozzáállást, kiindulva a szülők példájából (vállalkozók-e vagy alkalmazottak), figyelembe véve a média hatását és a kortársak vélekedését a témával kapcsolatosan.



Úgy tűnik tehát, hogy az életkor előrehaladtával egyre csökken a vállalkozási kedv. Ennek lehetséges okait további kutatás során érdemes feltárni. Valószínűsíthető többek között, hogy minél idősebb valaki, annál kevésbé kockázatt vállaló, és inkább a biztonságra törekszik, tehát nem szívesen vág bele egy vállalkozásba, előnyben részesíti az alkalmazotti létet.

A vállalkozási hajlandóság alakulásának némileg ellentmondó eredmény, hogy az életkor előrehaladtával viszont egyre magasabb a ténylegesen vállalkozók aránya. Míg a legfiatalabb korcsoportban, ahol 33,5%-os volt a vállalkozási hajlandóság, csak 4,6% a vállalkozók aránya, addig a 30-39 évesek körében már 8,3%, a 40-49 éves korcsoportban 10,9% és a legmagasabb, 11,2% az 50-59 évesek körében. 60 év felett 3,9% a vállalkozók aránya. (4. ábra) Ezt az eredményt is érdemes további kutatás során vizsgálni. Azonban feltehető, hogy az 50-59 évesek körében a többi korcsoporttal összevetve relatíve magas aránynak történeti okai is lehetnek. Ennek a generációnak a tagjai voltak fiatal felnőttek a rendszerváltás idején, amikor néhány éven belül megszűnt a teljes foglalkoztatottság és több mint 1 millióval csökkent az akkor nyilvántartott 5 millió foglalkoztatott száma (Csillag, 2009). Azok közül, akik nem tudtak karkedvezményrel nyugdíjba menni, sokan kényszervállalkozásba vágtak egzisztenciális okok miatt, de szintén magas volt azok aránya is, akik viszont a rendszerváltásnak köszönhetően átalakult gazdasági környezet kínálta üzleti lehetőségeket ragadták meg. Mindez részben igaz lehet a 40-49 évesekre is. Ezeket a feltételezéseket természetesen további vizsgálatokkal szükséges alátámasztani.

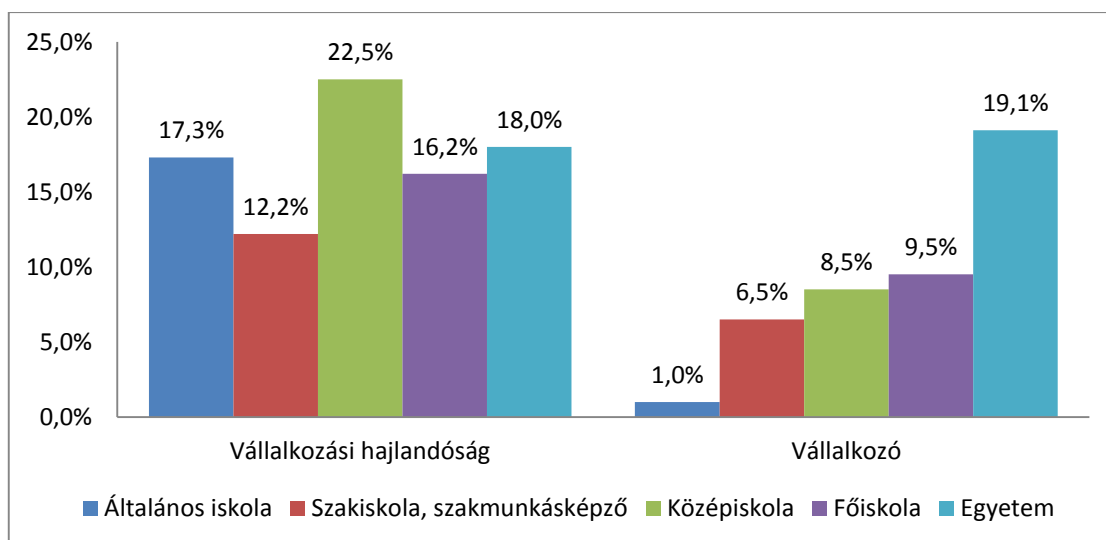
**4. ábra: A vállalkozási hajlandóság és a vállalkozók korcsoport szerinti megoszlása (n=2000). Forrás: saját szerkesztés**



Az iskolai végzettség vonatkozásában az volt a kiindulási feltevés, hogy a legmagasabb iskolai végzettséggel (főiskola és egyetem) rendelkezők körében a legmagasabb a vállalkozási hajlandóság. A felmérés eredményei ezt nem igazolták, mert a legtöbben, 22,5% a középiskolai végzettséggel rendelkezők (n=828) közül lennének szívesen vállalkozók. (Ennél az eredménynél azonban figyelembe kell venni azt a tény is, hogy a teljes minta 41,4%-át teszik ki a középiskolai végzettséggel rendelkezők, míg például az egyetemi végzettséggel rendelkezők aránya a teljes mintán belül csak 4,5%.) A vállalkozási hajlandóság tekintetében a második helyen az egyetemi diplomával rendelkezők (n=89) állnak, 18,0%-kal. Érdekes módon az általános iskolai végzettségűek (n=191) közül 17,3% lenne szívesen vállalkozó, ami a harmadik legmagasabb érték. Ennek talán magyarázata lehet, hogy e csoport tagjainak a legalacsonyabbak a munkaerőpiaci esélyei, ezért vélhetik úgy, hogy a vállalkozás megoldás lehetne számukra. A főiskolát végzettek (n=284) 16,2%-a vállalkozna, míg a legalacsonyabb, 12,2% a vállalkozási hajlandóság a szakiskolai és szakmunkásképző végzettséggel rendelkezők (n=550) körében (5. ábra). Az iskolai végzettség tekintetében tehát nem állapítható meg a korcsoportokéhoz hasonló egyértelmű trend, azaz a magasabb iskolai végzettség nem automatikusan jelent magasabb vállalkozói hajlandóságot.

**5. ábra: Vállalkozási hajlandóság és vállalkozók aránya iskolai végzettség szerint.**

**Forrás: saját szerkesztés**



Más képet ad azonban a ténylegesen vállalkozóként dolgozók arányának megvizsgálása. Annak ellenére, hogy a vállalkozási hajlandóság esetében az iskolai végzettség nem tekinthető meghatározónak, a ténylegesen vállalkozókkal kapcsolatban megállapítható, hogy az iskolai végzettséggel rendelkezők körében magasabb a vállalkozóként dolgozók aránya. A

legtöbben (19,1%) az egyetemet végzettek közül vállalkoznak. Ez az érték kiugróan magas a többi csoporttal összehasonlítva, hiszen a következő legmagasabb érték 9,5%, ami a főiskolai végzettséggel rendelkezők vállalkozási aktivitását mutatja. A középiskolát végzettek 8,5%-a, a szakmunkások 6,5%-a és az általános iskolát végzetteknek pedig csupán 1,0%-a dolgozik vállalkozóként.

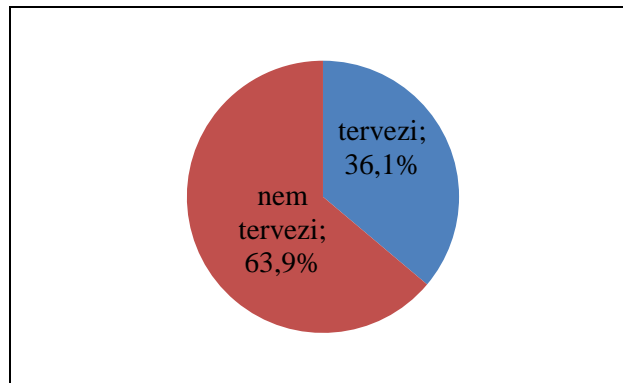
Ebből több következtetés is levonható. Az általános iskolát végzettek vállalkozási hajlandósága nem tűnik reálisnak a ténylegesen vállalkozóként dolgozók arányához viszonyítva, ami azt is jelentheti, hogy részükről nem igazán komoly szándékról van szó, csupán egyfajta vágyról, vágyálomról. Talán úgy vélhetik, hogy végzettségük miatt könnyebb lenne vállalkozást indítaniuk, mint a munkaerőpiacon állást találniuk. A másik magyarázat talán éppen az iskolai végzettséggel összefüggésben hozható: a megfelelő ismeretek híján talán nem tudják reálisan felmérni, hogy mivel is járhat egy vállalkozás indítása. Az egyetemi végzettséggel rendelkezők körében a viszonylag magas vállalkozási arány ideálisnak tekinthető. Természetesen ezeket a megállapításokat további kutatással szükséges alátámasztani. Fontos lenne továbbá még azt is megvizsgálni, hogy az egyetemet és főiskolát végzett vállalkozók körén belül milyen arányban vannak jelen a számítástechnikához és a csúcstechnológiához értő szakemberek, akik nyitottak az innovációk iránt és képesek is azokat beépíteni a vállalkozásukba. Azonban az a magyarországi tapasztalat, hogy az ilyen szakemberek szívesebben dolgoznak alkalmazottként magas fizetésért egy nagyvállalatnál, mert így elkerülhetik a vállalkozással járó kockázatokat.

### **3.2. Vállalkozási szándék**

A vállalkozási hajlandóság megkülönböztetendő a vállalkozási szándéktól. Míg az előbbi csak arra utal, hogy valaki nyitottan viszonyul a vállalkozás elképzeléséhez és készen áll arra, hogy megragadja az adódó üzleti lehetőséget (Lengyel, 2012), az utóbbi határozott szándékra utal, arra, hogy az illető esetleg konkrét elképzelésekkel rendelkezik a vállalkozás elindítását és annak időpontját illetően. A vállalkozási hajlandóság elvezet a potenciális vállalkozó fogalmához. A potenciális vállalkozó az, aki szívesen lenne vállalkozó, de még nem vállalkozik. Ebből az következik, hogy a vállalkozási hajlandósággal a tágabb értelemben vett potenciális vállalkozók jellemezhetőek, míg a vállalkozási szándék már a szűkebb értelemben vett potenciális vállalkozókra vonatkozik (Lengyel, 2009). A továbbiakban a potenciális vállalkozó fogalmát ez utóbbi értelemben használja a tanulmány.

A felmérésben, a 2000 megkérdezett közül 521 fő válaszolta azt, hogy szívesen lenne vállalkozó (6. ábra). Közülük 36,1% tervezi, hogy 5 éven belül vállalkozást indít, tehát ők tekinthetők potenciális vállalkozóknak.

**6. ábra: Vállalkozási szándék: „Tervezi, hogy 5 éven belül (új) vállalkozást indít?”**  
(n=521). Forrás: saját szerkesztés

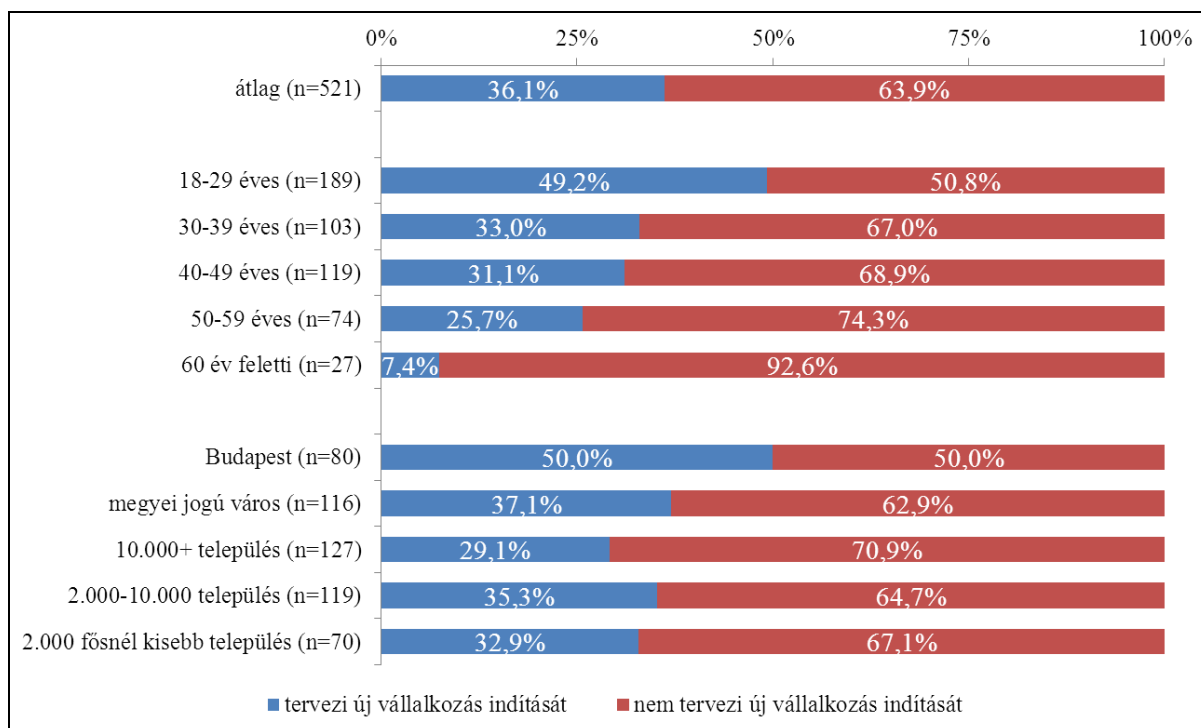


A válaszadók demográfiai megoszlásának vizsgálatakor az derült ki, hogy szignifikáns különbségek az életkor és a településtípus vonatkozásában tapasztalhatóak, amit a 7. ábra mutat be. Az életkor tekintetében az egyes korcsoportok közötti különbség hasonló a vállalkozási hajlandósággal kapcsolatos vélemények megoszlásához, azaz minél fiatalabb valaki, annál nagyobb valószínűséggel vallja magát potenciális vállalkozónak, és állítja, hogy 5 éven belül vállalkozó lesz. A 18-29 éves korcsoportban (n=189) rendkívül magas azok aránya, akik vállalkozási szándékkal rendelkeznek. Csaknem a korcsoport fele, 49,2% tervezi, hogy vállalkozást indít a következő 5 évben. A 33 és 39 évesek (n=103) 33,0%-a tekinthető potenciális vállalkozónak. Az arány fokozatosan csökken az életkor előrehaladtával. A 40-49 éveseknek (n=119) csupán 31,1%-a, az 50-59 évesek (n=74) 25,7%-a és végül a 60 év felettek (n=27) 7,4%-a állította, hogy vállalkozni fog.

Ezek az eredmények is azt a feltételezést támaszthatják alá, hogy minél fiatalabb korcsoportba tartozik valaki, annál magasabb lehet a kockázatvállalási hajlandósága, ezért lehet, hogy a legfiatalabbak körében a legnagyobb a potenciális vállalkozók aránya. Ez az eredmény mérsékelt optimizmusra ad okot, mivel a munkanélküliség pont ebben a korosztályban jelent kiemelkedő problémát. A huszonévesek nagy százalékban nem tudnak elhelyezkedni, sokan még diplomaszerzés után sem, ezért az önfoglalkoztatás megoldás lehetne számukra. Némileg árnyalja a képet azonban, hogy a csak fiatalok körében végzett

felmérés<sup>2</sup> eredményei szerint, amikor a fiatalokat arról kérdezték, hogy a munkahely biztonsága fontosabb-e a jövedelemnél, 39,1% (n=759) egyetértett az állítással, azonban 32% nem tudta egyértelműen eldönteni, hogy a munkahelyi biztonság vagy a jövedelem fontosabb-e számára. Hasonló eredményt adott az a kérdés, amelyik arra kérdezett rá, egyetértenek-e azzal, hogy az ember csak egy saját vállalkozásban teljesedhet ki igazán. A legtöbb válaszadó (33,4%, n=664) itt sem tudott határozottan állást foglalni.

**7. ábra: Vállalkozási szándék demográfiai bontásban (n=521). Forrás: saját szerkesztés**



Mindezek alapján érdekes kutatási téma lehet, hogy milyen szempontok befolyásolhatják a fiatalok vállalkozással kapcsolatos attitűdjeit. Feltehető, hogy a családi háttér (van-e vállalkozó a családban, milyen a vállalkozás megítélése), a környezet (van-e sikeres vagy éppen sikertelen vállalkozó a szűk környezetében), a média (gyakran a vállalkozó szó negatív értelemben szerepel a médiában) és a kortársak hatása nagy szerepet játszik a vállalkozási hajlandóság alakításában. Egy ilyen irányú felmérés eredményei akár hosszú távon felhasználhatóak lennének a fiatal korosztályok oktatásában, vállalkozással kapcsolatos tudásuk elmélyítésében, melynek pozitív hatása lehetne az egész gazdaságra, amelyben a kis- és középvállalatok működése kiemelkedően fontos szerepet játszik.

<sup>2</sup> TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV Tudománykommunikáció a Z generációnak projekt 2000 fős országos reprezentatív kutatás a 15-24 évesek körében.

Településtípus tekintetében is különbségek vannak a vállalkozási szándékot illetően. A legmagasabb a potenciális vállalkozók aránya (50%, n=80) Budapesten, aminek egyik oka az lehet, hogy Magyarországon Budapest és agglomerációja kínál igazán ideális feltételeket egy újonnan induló vállalkozás számára. Nem csupán arról van szó, hogy Budapest és környéke 3 milliós potenciális piacot jelent, hanem a más vállalkozásokkal történő együttműködés is egyszerűbb, az országos közlekedési hálózat Budapest központú, tehát a szállítás a fővárosból a legegyszerűbben megoldható, az infrastruktúra itt a legfejlettebb az országban. A gazdasági környezet mellett a fővárosban és környékén nagy számban működő vállalkozások is pozitív példaként és bátorításként hathatnak az itt élő potenciális vállalkozókra.

A megyei jogú városokban élők (n=116) körében a második legmagasabb a vállalkozási szándék aránya (37,1%). Ennek szintén oka lehet, hogy ezeket a városokat is kisebb agglomeráció veszi körül, tehát itt is viszonylag nagy piaccal számolhatnak a potenciális vállalkozók. Az infrastrukturális ellátottság is jobb az országos átlagnál, és bár a közlekedés, szállítás sokszor csak Budapest érintésével oldható meg, mégis ideálisabb, mint a kisebb települések esetében. Tehát ezekben a városokban is több a megragadható üzleti lehetőség. A 2.000-10.000 fős városokban élők (n=119) 35,3%-a, míg a 2.000 főnél kisebb települések lakóinak (n=70) 32,9%-a tervezi, hogy vállalkozást indít a következő öt évben. Ezeken a településeken sokszor nagyon magas a munkanélküliség, és szinte reménytelen, hogy az itt élők munkát találjanak, mert a közlekedés – főleg a viszonylag elzárt kis településekről – szinte megoldhatatlan nehézség elé állítja őket. Számukra megoldás lehet a vállalkozás indítása. A legalacsonyabb a vállalkozási szándék aránya (29,1%, n=127) a 10.000 fő vagy annál nagyobb lélekszámú településeken. Ennek talán részben oka lehet, hogy ezek a települések többnyire egy nagyobb város vonzáskörzetében helyezkednek el, és esetleg az itt élők úgy érezhetik, hogy nem érdemes versenyezni a nagyobb város nyújtotta lehetőségekkel. Talán éppen ezért, a kisebb településekhez viszonyítva, nagyobb arányú lehet a közeli nagyvárosban dolgozók aránya, és kevésbé érzik kényszerítőnek, hogy vállalkozzanak.

A megkérdezettek a vállalkozáshoz való hozzáállásuk alapján három klaszterbe sorolhatóak. Az első a „vállalkozásra hajlandók” klasztere, akik szívesen vállalkoznának, a második klasztert a „vállalkozók” alkotják, akik ténylegesen vállalkozóként dolgoznak jelenleg is. Az utolsó klaszter, a „vállalkozás elutasítók” klasztere pedig azokból a válaszadókból áll, akik nem szeretnék vállalkozók lenni. A legfontosabb demográfiai jellemzőiket a 2. táblázat összegzi.

**2. táblázat: Az egyes vállalkezési hajlandóság klaszterek szignifikáns demográfiai jellemzői.**

Kategóriák	Vállalkozásra hajlandók	Vállalkozók	Vállalkozást elutasítók
Méret (N)	359	153	1488
Nem	férfi: 21,0% nő: 15,1%	férfi: 8,9% nő: 6,5%	férfi: 70,1% nő: 78,4%
Kor	legmagasabb:33,5 % 18-29 évesek körében	legmagasabb:11,2 % 50-59 évesek körében	legmagasabb:92,5 % 60 év felettek
Végzettség	középiskola	egyetem	szakiskola, szakmunkásképző

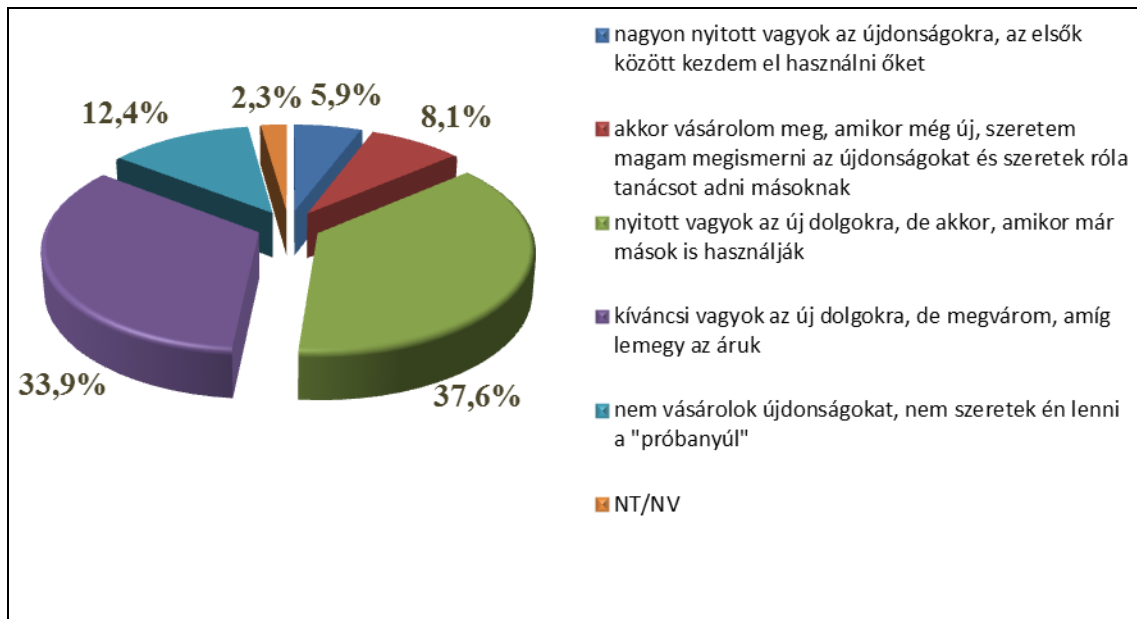
Forrás: saját szerkesztés

A vállalkezési hajlandóság és szándék alakulásának vonatkozásában megállapítható tehát, hogy a nem, az életkor és az iskolai végzettség meghatározó jelentőséggel bírnak. A következő fejezetben az újdonságok iránti nyitottsággal kapcsolatos kérdésekre adott válaszok összefoglalása következik, illetve annak áttekintése, hogy összefüggés található-e a vállalkezési hajlandóság és az újdonságok iránti nyitottság között.

**4. Új megoldások iránti nyitottság és a vállalkezési hajlandóság**

A felmérés ötfokozatú skálán mérte az új termékek és új megoldások iránti nyitottságot, amelyekkel kapcsolatban megállapítható, hogy csupán a megkérdezettek (n=2000) 5,9%-a gondolja azt magáról, hogy nagyon nyitott az újdonságokra és azokat elsőként kezdi használni (8. ábra). Hasonlóan alacsony (8,9%) azoknak az aránya, akik már akkor megvásárolnak egy terméket, amikor az még újdonságnak számít. A legtöbben, a válaszadók 37,6%-a, úgy vélik, hogy nyitottak ugyan az új dolgokra, de csak akkor, ha már mások is használják azokat. Hasonlóan magas az aránya (33,9%) azoknak, akik kíváncsiak az új dolgokra, de addig nem vásárolják meg azokat, amíg nem megy le az áruk. 12,4% egyáltalán nem vásárol újdonóságokat, mert nem szeretnek kockáztatni és kísérletezni. Mindezek alapján, a teljes mintát figyelembe véve, megállapítható, hogy a megkérdezettek csaknem kétharmada (71,5%) nyitott és kíváncsi az újdonságokkal kapcsolatban, azonban nem vállalják a bizonytalanságot és kockázatot, hogy az elsők között próbálják ki az új termékeket és megoldásokat. Megközelítőleg hasonló arányban voltak azok, akik nem lennének szívesen vállalkozók, aminek szintén oka lehet a kockázatkerülés és az újtól, újdonságtól való félelem. Érdeemes lenne megvizsgálni, hogy ténylegesen van-e kimutatható átfedés a két attitűd (vállalkozási hajlandóság, illetve nyitottság az újdonságokra) között.

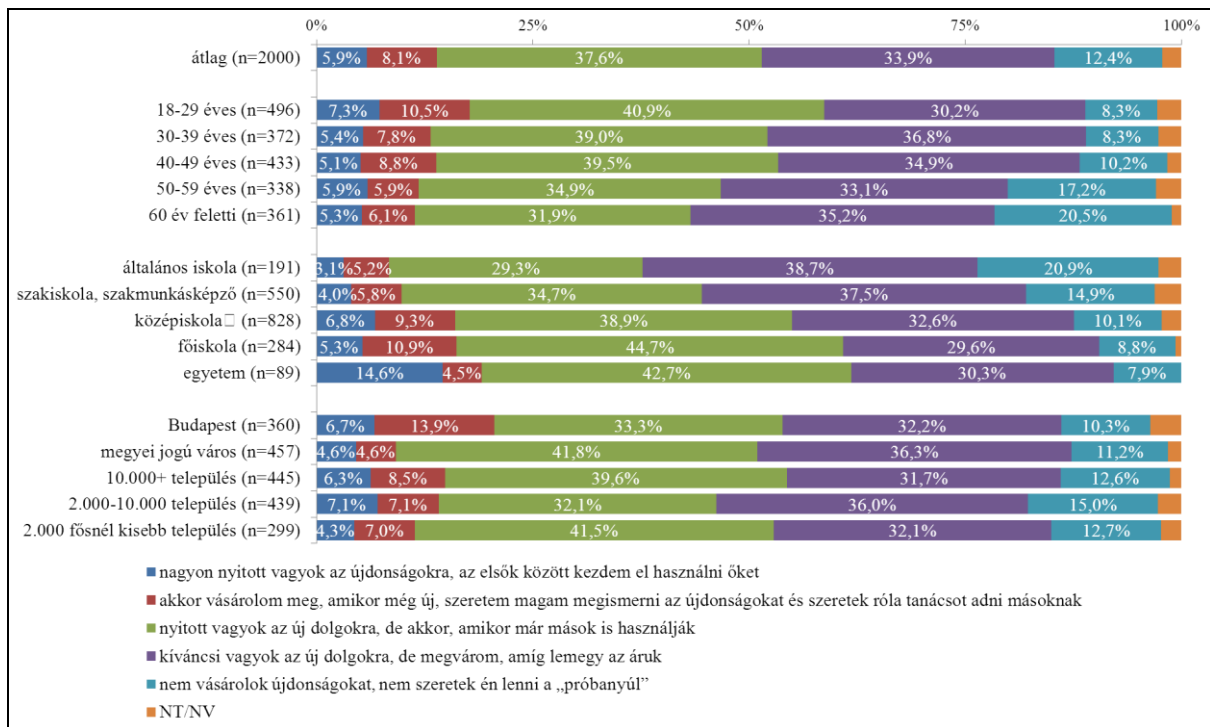
**8. ábra: Nyitottság az újdonságokra a teljes minta elemszámot (n=2000) tekintve: „Ha megjelenik egy új termék, egy új megoldás a piacon, Ön mennyire nyitott annak elfogadására?”. Forrás: saját szerkesztés**



Az újdonságokra való nyitottság demográfiai elemzése szignifikáns különbségeket mutat életkor, iskolai végzettség és településtípus tekintetében. A tanulmány ezzel kapcsolatos kiindulási feltevése az volt, hogy azokban a csoportokban magas a vállalkozási hajlandóság, ahol az újdonságok iránti nyitottság fokozottan jellemző. Ez a feltevés igazolódni látszik a korcsoportos megoszlás tekintetében. A legfiatalabb korcsoport (18-29 évesek) (n=496), 7,3%-a állította, hogy nagyon nyitott az újdonságokra, és elsőként kezdi használni azokat. 10,5% akkor vásárolja meg a termékeket, amikor azok még újdonságnak számítanak, és akár szívesen adnak másoknak tanácsot ezekkel kapcsolatosan. A megkérdezett fiatalok 40,9%-a nyitott ugyan az újdonságra, de csak akkor kezdi használni, ha már mások is használják. 30,2% kíváncsi, de megvárja, amíg az újdonságnak lemegy az ára, ami egyben azt is jelenti, hogy az már nem igazán számít újdonságnak. Végül 12,4% egyáltalán nem vásárol újdonságot, mert nem szeretne kísérleti alany lenni. Az első két opciót választók aránya együttesen 17,8%. Ők azok, akiket kockázatvállalónak lehet tekinteni amellet, hogy nyitottak az újdonságokra. Ezt az arányt összevetve a korcsoport vállalkozási hajlandósági arányával, ami 33,5%, feltételezhető, hogy utóbbiaknak csak a fele lesz potenciális vállalkozó, az alapján, hogy mennyire nyitottak az újdonságokra, mennyire mernek kockáztatni. A vállalkozási szándék esetében ez igazolódott is, mert a csoport (n=521) 49,2%-a állította (7. ábra), hogy ténylegesen tervezi vállalkozás indítását. Ez alapján nem zárható ki, hogy összefüggés lehet a vállalkozási szándék és az újdonságokra való nyitottság között.



**9. ábra: Nyitottság az újdonságokra demográfiai bontásban a teljes minta elemszámot (n=2000) tekintve. Forrás: saját szerkesztés**



A többi korcsoport által adott válaszokat megvizsgálva, nem állapítható meg egyértelmű trend, miszerint az életkor előrehaladtával csökken az újdonságok iránti nyitottság. Érdekes, hogy a második legmagasabb arányban (5,4%) az 50-59 évesek (n=338) válaszolták, hogy nagyon nyitottak az újdonságokra. Őket a 30-39 évesek (n=372) követik 5,4%-kal, amitől meglepő módon alig maradnak el a 60 év felettek (n=361). A legkevésbé nyitottak a negyvenes korosztály tagjai (n=433). Némileg árnyalja a képet a második opció figyelembe vétele, mert ebben a vonatkozásban viszont a 40-49 évesek kerülnek a második helyre (8,8%), akik már akkor megvásárolnak egy terméket, amikor az még újdonságnak számít. Az első két opciót választók arányát vizsgálva megállapítható, hogy a legnyitottabb korcsoport a 18-29 évesek (17,8%), a következő a 40-49 évesek (13,9%), akik körében a második legmagasabb a ténylegesen vállalkozók száma (10,9%) is (9. ábra). Őket a 30-39 évesek (13,2%) követik, majd az 50-59 évesek (11,8%) és végül a 60 év felettek (10,4%) következnek.

A harmadik és negyedik opciót (nyitott vagyok az új dolgokra, de akkor, amikor már mások is használják, valamint kíváncsi vagyok az új dolgokra, de megvárom, amíg lemegy az áruk) választották a legtöbben mindegyik korcsoporton belül. Megfigyelhető, hogy a legidősebb korcsoportot kivéve, minden korcsoportban a harmadik opciót választották a legtöbben, és jelentősen többen választották ezt, és nem a negyedik opciót. A legfiatalabb korosztály

körében a megkérdezettek 40,9% -a állítja, hogy nyitott az új dolgokra, de csak amikor már mások is használják. Ennél kevesebben, 30,2% mondta, hogy ugyan kíváncsiak, de megvárják, míg lemegy az újdonság ára. Ez arra enged következtetni, hogy a megkérdezettek némileg bizalmatlanok az újdonságokkal szemben, és a kockázatkerülésük (csak akkor próbálnak ki valamit, ha már másoknál bevált) meghatározottabb az ártudatosságánál (legyen olcsóbb, és akkor megveszik). Érdekes, hogy a kockázatkerülő, óvatos magatartás a legfiatalabbak körében a leginkább megfigyelhető. Az a tény, hogy mindegyik korosztályon belül a legtöbben a harmadik opciót választották egyúttal arra is utalhat, hogy a válaszadók tisztában vannak azzal, hogy „illik” nyitottnak lenniük az újdonságok iránt, de az ennek az elvárásnak való megfelelési kényszert felülírja az óvatosságuk.

Az újdonságok teljes elutasításának aránya megegyezik a 18-29 és 30-39 évesek körében (8,3%-8,3%), némileg magasabb a 40-49 éves korosztályban (10,2%). Az 50-59 évesek közül több mint kétszer annyian (17,2%) mondták, hogy nem vásárolnak újdonságot, mint az első két korcsoport tagjai közül, és a 60 év feletti válaszadók körében ugrásszerűen megnő az újdonság ellenesek aránya (20,5%), ami a korcsoport egy ötödét teszi ki. Ez alapján megállapítható, hogy míg a legfiatalabbakat az óvatosság, addig a legidősebbeket a bizalmatlanság vezérli, ha újdonságokról van szó.

Az iskolai végzettség tekintetében megállapítható, hogy az egyetemet végzettek (n=89) kiugróan magas arányban válaszolták, hogy nagyon nyitottak az újdonságokra. Ennek a nyitottságnak némileg ellentmond viszont, hogy csupán 4,5%-uk állította, hogy már akkor megvásárolják a termékeket, amikor újdonságnak számítanak. Talán itt is befolyásolhatta a válaszadókat az, hogy tisztában vannak vele, „illik” nyitottnak lenniük az újdonságra, de nem feltétlenül hajlandóak mindezt anyagi kockázatot is vállalni. Ezzel ellentétes irányú a főiskolát végzettek (n=284) hozzáállása: csak 5,3%-uk állította, hogy elsőként akarják az újdonságokat használni, azonban ennél jelentősen többen, 10,9% válaszolta, hogy meg is vásárolja a még újdonságnak számító termékeket. A legkevesésbé az általános iskolát (n=191) és szakiskolát végzettek (n=550) szeretnék az újdonságokat elsőként kipróbálni, illetve megvásárolni.

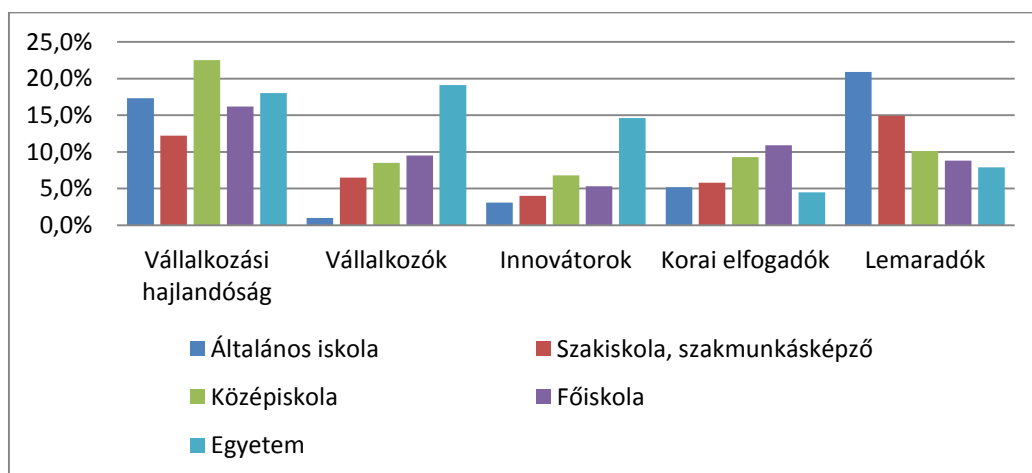
A harmadik és negyedik opciót legalacsonyabb számban az általános iskolát végzettek (29,3%+38,7%), és legmagasabb arányban a főiskolai (44,7%+29,6%) és egyetemi végzettséggel (42,7%+30,3%) rendelkezők választották. Egyértelmű trend a legutolsó opció vonatkozásában állapítható meg: minél alacsonyabb végzettségről van szó, annál nagyobb a valószínűsége, hogy az illető elutasítja az újdonságokat. Az általános iskolát végzettek több

mint egyötöde (20,9%) válaszolta, hogy nem vásárol újdonságokat, ezzel szemben az egyetemet végzetteknek csak 7,9%-a állította ugyanezt.

A válaszaik alapján a felmérésben résztvevőket öt klaszterbe lehet sorolni. Az első, az „innovátorok” csoportja. Ők azok, akik nemcsak nyitottak az újdonságokra és az innovációkra, de elsőként is akarják kipróbálni azokat. A második csoportot a „korai elfogadók” alkotják, akik kedvelik az újdonságokat és másoknak is szívesen adnak tanácsokat ezekkel kapcsolatban. A harmadik csoport a „korai többség”, akik csak akkor nyitnak az újdonságok felé, ha már biztosak abban, hogy mások már használták azokat, és nem érheti őket semmilyen kár, ha ők is vállalkoznak az innováció kipróbálására. A „kései többség” csoport tagjai ugyan nyitottak az újdonságokra, de nem hajlandók fizetni azért. A „lemaradók” pedig azok, akik gyanakvással fogadják az újdonságokat, és elutasítják azokat.

Érdeemes megvizsgálni, hogy milyen a vállalkozási hajlandóság az egyes klaszterekben az iskolai végzettség függvényében. A 10. ábrán látható, hogy a vállalkozási hajlandóság és az innováció elfogadás mértéke között nem állapítható meg szoros összefüggés. Itt is látható, hogy bár az általános iskolát végzettek a harmadikak (17,3%) a vállalkozási hajlandóság tekintetében, a legkevesebben közülük vállalkoznak (1%), és az ő arányuk (20,9%) a legmagasabb a lemaradók csoportján belül. A tényleges vállalkozás tekintetében megfigyelhető, hogy az egyetemi végzettségűek aránya (19,1%) a legmagasabb, csakúgy mint az innovátorok esetében (14,6%). Ez tehát alátámaszthatja azt a feltevést, hogy azokban a csoportokban magas a ténylegesen vállalkozók aránya, ahol az újdonságok iránti nyitottság fokozottan jellemző. Ennek az ellenkező irányú megközelítése is igaz: minél alacsonyabb az iskolai végzettség, annál valószínűbb, hogy az illető elutasítja az innovációt, az újdonságot, és bár vállalkozásra elméletben hajlandó lenne, ténylegesen mégsem vállalkozik.

**10. ábra: Az innováció elfogadás és a vállalkozási hajlandóság. Forrás: saját szerkesztés**



## 5. Összegzés

A tanulmány a 2000 fő bevonásával végzett felmérés négy kérdését tekintette át, mind a négyet elsősorban a vállalkozás és vállalkozási hajlandóság szempontjából vizsgálta. Az elsőként elemzett két kérdés a vállalkozói hajlandóságra és a vállalkozói szándékra, a potenciális vállalkozókra vonatkoztak. A legmagasabb vállalkozói hajlandóság a legfiatalabb korcsoport (18-29 évesek) tagjaira volt jellemző, és ugyancsak ez a korcsoport az, ahol a legnagyobb a potenciális vállalkozók száma. A harmadik kérdés az újdonságok iránti nyitottságra irányult. Az előző kérdésekhez hasonlóan, itt is a legfiatalabb, diplomás válaszadók voltak jellemzően a legnyitottabbak. Mindebből az szűrhető le, hogy érdemes lenne kiemelt figyelmet fordítani a fiatalok vállalkozással kapcsolatos elméleti és gyakorlati tudásának elmélyítésére, mivel a nyitottság megvan bennük nemcsak a vállalkozás, hanem az újdonságok iránt is. A sikeres, újításra nyitott, innováción alapuló vállalkozások nagy száma egy országban pozitív hatást gyakorol nemcsak a gazdaságra, de a társadalom egészére is.

## Források

- Csillag István (2009): *Van-e visszaút? A gazdasági növekedés tényezőit felemésztő koraszülött jóléti állam.* Közgazdasági Szemle, 56. évf., 7-8. sz. pp. 648–672.
- Lengyel Gy. (2009): *Entrepreneurial inclination, potential entrepreneurs and risk avoidance.* in: István Gy.Tóth (ed.) *Tárki European Social Report 2009*, Budapest, pp. 115-132.
- Lengyel Gy. (2012): *Potential Entrepreneurs. Entrepreneurial Inclination in Hungary, 1988-2011.* Corvinus University of Budapest, pp. 1-162.