

A vállalkozói attitűd jelentősége a vállalkozói szférában

Bogáth Ágnes

Óbudai Egyetem, Szervezési és Vezetési Intézet

bogath.agnes@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt: A gazdasági életben kiemelkedő szerephez jutnak a mikro- és kisvállalkozások, például az innováció, foglalkoztatottság és a piaci verseny kiegyensúlyozása területén. Az esetek többségében egy mikro- és kisvállalkozás egy rövid fejlődési szakasz után megreked, nem növekszik tovább, míg van néhány olyan, akik ugyanonnan indulva lendületes, dinamikus fejlődést mutatnak. Tanulmányomban igyekszek rámutatni, hogy ennek oka a vállalkozói attitűdben keresendő. A vállalkozói attitűd, az egyén azon beállítódása, mely a vállalkozások indítására, működtetésére és fejlesztésére sarkalja. Vállalkozói létezéshez való pozitív viszonyulásként is megragadható, mely előfeltétele a vállalkozói kedvnek és hajlandóságnak.

Az attitűd kialakulásában és változásában a környezeti hatásoknak jelentős szerepe van, így az egyetemi hallgatók attitűdjét a tanulmányaik során ért benyomások is alakítják. Munkámban az Óbudai Egyetemen lefolytatott 103 fős kérdőíves felmérés eredményeit mutatom be, mely a I. és IV. évfolyamos hallgatók vállalkozói attitűdbéli különbségét hivatott vizsgálni.

Kulcsszavak: vállalkozói attitűd, kompetencia, vállalkozói személyiség

1 Európai Unió kulcskompetenciái

A Lisszaboni Európai Tanács 2000-ben megtartott ülésének legjelentősebb célkitűzései a gazdasági versenyképesség megőrzése, javítása és az európai társadalom folyamatos, dinamikus fejlődése. Ennek eléréséhez az oktatásra és a képzésre rendkívül fontos szerep jut, hogy kielégítsék a tudásalapú társadalom igényeit. Mindehhez meghatározták a fejlesztendő „új alapkészségeket”. Ez öt területre vonatkozott: információs és kommunikációs készségek, technológiai kultúra, idegen nyelvek, vállalkozás, szociális készségek. Az Európai Parlament és Tanács 2006 decemberében elkészítette az egész életen át tartó tanuláshoz

szükséges kulcskompetenciákról szóló ajánlását. Az Európai Bizottság és tagállamok „Oktatás és képzés 2010” munkaprogram egyik eredményeként jött létre ez az ajánlás, mely segít közös oktatási és képzési célok kitűzésében és elérésében. Az „Oktatás és képzés 2010” munkacsoport egyik eredménye, a „A Kulcskompetenciák az egész életen át tartó tanuláshoz – Európai referenciakeret” létrejötte, melynek egyik melléklete részletezi a nyolc kulcskompetenciát, és ezek ismeretekre, készségekre és attitűdökre vonatkozó meghatározásait. Az attitűd (Rozgonyi, 2001) olyan mentális reprezentáció, mely tapasztalat révén szerveződik és összegzi egy tárggyal kapcsolatos értékítéleteinket, érzelmi viszonyulásunkat, ezáltal irányítja viselkedésünket, szervezi a világ megismerését. A nyolc kulcskompetencia egyike a kezdeményezőkézség és vállalkozói kompetencia. Összefoglalva a vállalkozói attitűd, az Európai Unió által meghatározott kulcskompetenciák egyikének komponense.

2 Vállalkozói attitűd és a vállalkozási típusok

2.1 Vállalkozói attitűd

Timmons J. (2003) kutatásai során a vállalkozói attitűd 6 jellemzőjét emeli ki, melyek a következők:

1. Elkötelezettség és eltökéltség. Ez a hozzáállás segíti a vállalkozót az akadályokon való túljutásban. Ez az áldozathozatali hajlandóságot is magába foglalja, mely során rengeteg időt és energiát tudnak befektetni a vállalkozásba. Kudarok és bukások után is képes, az ezzel az attitűddel rendelkező ember felállni, és tovább dolgozni a vállalkozása felfutásán.
2. Rögeszmés ragaszkodás a sikerhez, lehetőséghez. Ez a jellemző fejezi ki, hogy mennyire tud a vállalkozó azonosulni a vállalkozásával, mennyire tudja az életét ennek a tevékenységnek szentelni. Az olyan ember, akinél ez az attitűd megtalálható, folyamatosan az ügyfelei, vevői igényeinek megismerésével, felkutatásával foglalkozik és állandóan figyeli a versenytársai, és beépíti a saját vállalkozásába, amit tanul tőlük.
3. A kockázat, kétértelműség, a bizonytalanság tolerálása. A kockázat vállalásának a képességét mutatja. Ez nem jelenti azt, hogy a vállalkozónak szeretnie kell a bizonytalan szituációkat, de mindenképpen jól kell tűrnie ellentmondásos helyzeteket.
4. Kreativitás, adaptációs készség. Az egyéni kreativitást és ötletgazdagságot mutatja ez a jellemző. Fontos az önbizalom, cselekvésközpontú megközelítés,

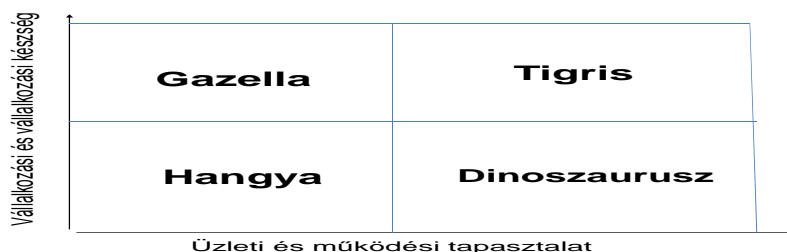
a folyamatos innováció. A szokatlan ötletek, lehetőségek megragadásának képessége és az üzleti koncepció állandó megújítása a vállalkozói szférában.

5. Kiválóságra törekvés. Saját normarendszer felállítása és ehhez való hűséget foglal magába ez a pont. A minőség szem előtt tartásának fontossága és mindig új célok kitűzése jellemzi az ezzel az attitűddel rendelkező vállalkozót. Folyamatos ön-, és vállalkozásvizsgálatot végez, erősségeivel, gyengeségeivel tisztában van.
6. Vezetés. Csapatépítő hajlandósággal kell bírnia egy vállalkozónak. A feladatok delegálására való képesség kell, hogy jellemezze, valamint a bizalom a munkatársakban és a belőlük a legtöbbet kihozni akarás. A magányos farkas hozzáállás helyett, a farkavezér szerepének betöltésére való hajlam.

2.2 Hangya és gazella típusú vállalkozások

A vállalkozások a vállalkozási és változtatási készség, valamint az üzleti-működési tapasztalat alapján eltérő viselkedéseket mutatna. Vecsenyi János (2010) ezeket a vállalkozásokat bizonyos, a viselkedésüket igen jól szemléltető állatokkal társította. A magyarországi egyéni vállalkozók, mikro- és kisvállalkozások többsége „hangya típusú” vállalkozásba tartozik. A „gazellák” közé a dinamikus, gyorsan növekvő, új reményteljes kis- és középvállalkozások sorolhatók. A „tigris” típusba kerülnek a komoly múlttal és háttérrel rendelkező dinamikusan fejlődő nagyvállalatok. Végül a negyedik típusba a „dinoszauruszok” közé sorolhatók a stagnáló, hagyományos nagyvállalatok.

Az üzleti tapasztalat és háttér tengelyen az adott vállalkozás életkora az egyik mérvado tényező, nemzetközi tapasztalatok alapján 15 éves kor a vízválasztó, ekkorra már ki kell derülnie, hogy képes volt-e naggyá válni. Az üzleti háttér a másik lényeges ismérv ebben a dimenzióban, mely a szervezeti és tőke ellátottsági háttérrel mutatja, melyre támaszkodhat, építhet a cég. A vállalkozási és változási készség azt mutatja, hogy a cég mennyire tud és akar alkalmazkodni a folyamatosan megújuló környezeti lehetőségekhez, ezek üzleti kihasználásával, működésének változtatása és kreatív megoldások bevezetése révén. Ennek a tényezőnek az erőssége leginkább a következő tényezőkhöz kapcsolható: kreatív tás, innovációs készség, növekedés, bővülés dinamikája és a belső szándékok hajtóereje.



1.ábra
Négy vállalati típus
Forrás: Vecsenyi, 2009

A kis és középvállalkozások fejlesztése e szerint a séma szerint leginkább úgy érhető el, ha a hangya típusú vállalkozásokból gazella létrejöttét segítik elő. Ennek dimenziója a vállalkozási és változási készség, hajlandóság. Ennek a tényezőnél a vállalkozó attitűdje a mérvadó, mer-e nagyot álmodni, benne van-e a „hogyan lehetnék még jobb” mentalitás, vagy egyszerűen megelégszik a megélhetése biztosításával, a vállalkozása szinten tartásával. A továbbiakban ezzel a két típussal foglalkozom, jobban megvizsgálom mi a különbség és hasonlóság a két vállalkozói típus között, a vállalkozói attitűd szempontjából.

2.3 A gazella és hangya típusú vállalkozások összehasonlítása a Timmons féle vállalkozói attitűd szempontjából

A fentiek alapján egy táblázatban összefoglalom, hogy miként alakul az attitűd ennél a 2 típusnál:

Timmons vállalkozói attitűdök	Hangya	Gazella
Elkötelezettség és eltökéltség	Korlátolt vállalkozási hajlandóság	Korlátlan vállalkozási hajlandóság
Rögeszmés ragaszkodás a sikerhez, lehetőséghez	Nem a siker, hanem a megélhetés a fő motiváció	A siker a fő motiváció
A kockázat, kétértelműség, a bizonytalanság tolerálása	Növekedéssel járó kockázat elkerülése	A kockázatok és bizonytalanság vállalása a növekedés érdekében.
Kreativitás, adaptációs készség	80% egyáltalán nem vagy mérsékelten innovatív	Folyamatos innováció, új lehetőségek keresése

Kiválóságra törekvés	Megelégedés a közepszerúséggel	„Mi vagyunk a bajnokok” felfogás
Vezetés	Vezetői képességekbe való bizonytalanság. Egyszemélyes vezetés.	Vezetői hatáskör szétbontása. Karizmatikusvezető.

2.ábra

Vállalkozói attitűd a hangya és a gazella típusú vállalkozásnál

Forrás: saját szerkesztés

Ebből a táblázatból világosan látszik, hogy a hangya és a gazella típusú vállalkozók közötti különbség legmarkánsabb oka a hozzáállás és beállítottság, tehát a vállalkozói attitűd.

A gazella vállalatok, ahol a vezető pozitív vállalkozói attitűddel rendelkezik a termék- és technológiai innováció színvonala, az árbevétel és az alkalmazottak számának folyamatos növekedése sokszor nagyságrendileg magasabb, mint azoknál a vállalatoknál, ahol a vezető nem rendelkezik ilyen kvalitásokkal. Ezek a jó képességű vezetővel rendelkező cégek az ország gazdasági hatékonyságára nagy hatással vannak. Kutatások kimutatták, hogy országtól függetlenül a fiatal vállalkozók egy szűk köre, nagyjából 1–4 százaléka, valósítják meg a munkahelyteremtés és a gazdasági növekedés döntő részét, tehát mindössze csak ekkora hányadot fednek le a gazellák. (Autio, Birch, Csapó, Szerb és szerzőtársai, Vecsenyi alapján Farkas, Kovács 2010). Ezért a vállalatok összes számánál nagyobb a jelentősége annak, hogy az ilyen adottságokkal rendelkező, dinamikusan növekvő cégeknek milyen az arány, hiszen a nemzetgazdaságra ezek vannak igazán hatással. Mivel a döntő különbség az attitűdben keresendő, ezért helytálló és szükségszerű ennek fejlesztési lehetőségeit kutatni.

3 Vállalkozói attitűd fejlesztése

Az attitűd alakulásában a tanulásnak, és ennek megfelelően az oktatásnak is fontos szerepe van. Aki pozitív vállalkozói attitűddel, azaz nagy vállalkozói hajlammal rendelkezik, nem jelenti azt, hogy tényleg az is lesz. Ugyanakkor számos kutatás bebizonyította a vállalkozói hajlam és a vállalkozóvá válás közötti szoros a kapcsolatot. Vizsgálatai szerint a gazellavállalkozók főleg a fiatal korral, magas jövedelemmel és felsőfokú végzettséggel rendelkeznek (Autio, Krueger alapján Farkas, Kovács 2010). Ez a vizsgálat is azt bizonyította, hogy a cég alapítását szinte kizárólag a jó üzleti lehetőség motiválja, kényszervállalkozókat nem igazán találunk közöttük. Ezek alapján az ország gazdasági fellendülésének és munkanélküliség csökkenésének egyik kulcsa a most egyetemi-főiskolai hallgatók által a következő években létrehozott gazellavállalkozások. Kiemelt fontosságú,

hogy amennyire lehetséges, a felsőoktatásban résztvevők vállalkozói attitűdje növekedjen. Ehhez számos olyan körülmény felhasználható az oktatók részéről, melyek attitűdváltozást eredményezhetnek. Ilyenek például (Maier alapján Klain, 2001):

- Lelki ráhatás, mely segít az alannak megérteni a hozzáállása mögött rejlő okokat. A pozitív attitűdöket megerősítése, a negatívoknál az attitűd tárgyjal szembeni szorongást csökkentése a cél.
- A csoporttársak véleményén keresztül az alany véleménye is könnyen megváltozhat.
- Meghallgatás, megértés, elfogadás ez a változás alapja.
- Megfelelően vezetett vita.

4 Óbudai Egyetemen lefolytatott vizsgálat

4.1 Kutatási terület és módszer bemutatása

Ebben a fejezetben az általam elvégzett kutatás eredményeit mutatom be. A vizsgálódásom elsősorban arra irányult, hogy vajon okoznak-e attitűdváltozást a felsőoktatásban eltöltött évek. Az Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar az utolsó félévüket töltő és a tanulmányaik elején járó gazdálkodás és menedzsment hallgatói között is lefolytattam a felmérést.

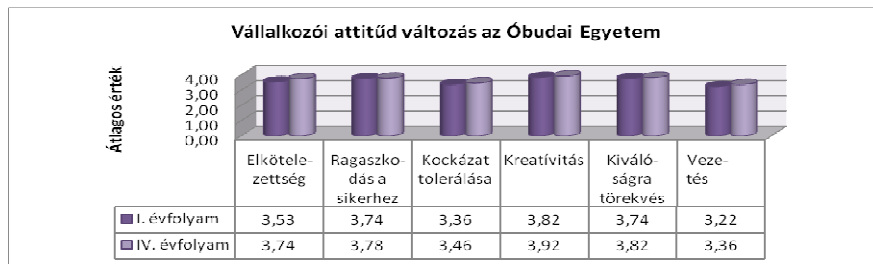
A módszer kialakításánál Timmons J. (2003) kutatási eredményeiből, a fentebb ismertetett 6 jellemzőből indultam ki. Mindegyik ponthoz 6-6, az attitűd szempontjából pozitív vagy negatív állítást fogalmaztam meg. Ezek véletlenszerűen kerültek a kérdőívre. 5 fokozatú Likert-skálát készítettem, melyen a résztvevők bejelölhették, hogy az állításokkal kapcsolatos beállítottságukat a teljes egyetértéstől az abszolút elutasításig.

Kiértékeléskor az attitűdre utaló válaszokhoz a skála alapján 1, 2, 3, 4 vagy 5 pontot rendeltem. A leginkább pozitív vállalkozói attitűdre utaló válasz 5 pontot kapott, míg a negatív 1-et.

A kapott eredményeket átlagoltam a 6 vállalkozói attitűdjellemző szerint, illetve ezeket tovább átlagolva kialakítottam egy összesített vállalkozói attitűd mutatót, melyre a továbbiakban ÖVA-ként hivatkozom.

4.2 Óbudai Egyetemen lefolytatott vizsgálat eredményei

Az Óbudai Egyetemen a gazdálkodás és menedzsment szakos hallgatók körében végeztem a felmérést. Az első évfolyamos hallgatók közül 51-en, a negyedik évfolyamosok közül 52-en töltötték ki a kérdőívet. A 3. ábra diagramjaiból leolvashatók a maximum 5 pontból elért átlagos eredmények.

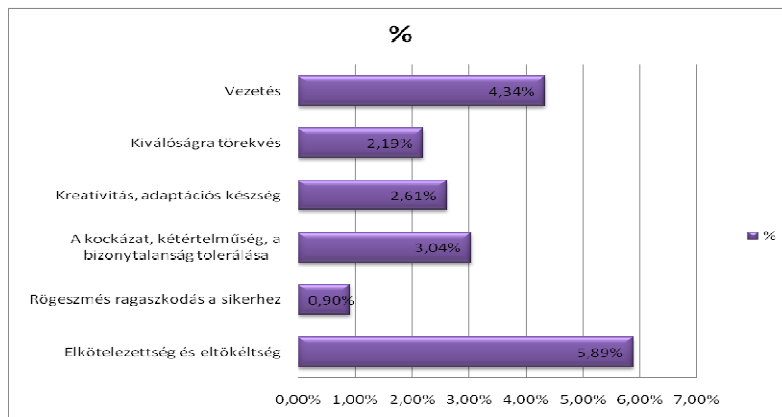


3.ábra

Vállalkozói attitűdváltozás az Óbudai Egyetemen

Forrás: saját szerkesztés

Ezeket a változásokat százalékos formában a 4. ábra mutatja, melyhez bázisként az I. évfolyamosok eredményét vettem.



3.ábra Vállalkozói attitűd százalékos változása

Forrás: saját szerkesztés

Mind a 6 tényező magasabb átlagos értéket kapott a IV. éves hallgatóknál. Legkiemelkedőbb változás az elkötelezettség és eltökéltség kategóriában mutatkozik, itt majdnem 6%-os a különbség. A rögeszmés ragaszkodás a sikerhez kérdéskörben a legkisebb az eltérés, kevesebb, mint 1%.

A legnagyobb eltérés, közel 10%-os, az „Úgy érzem, teljes erőbedobással tudnék vezetni egy vállalkozást” kijelentkezésre jött ki. Ennek értelmében a IV éves hallgatók alkalmasabbnak érzik magukat egy cég vezetésére. 8-9% közötti az különbség a következő állításokra adott válaszok átlagában mutatkozott: „Egy vállalkozás működtetésére szívesen szánnék rengeteg időt”, „Ha egy vállalkozást működtetnék, kudarc esetén újra nekilátnék a probléma megoldásának.” illetve „Nehéz helyzetekben is meg tudom őrizni a belső nyugalmam.”

Végeredményben az eltérés a két csoport ÖVA között 0,11 pont. Az elsősöknél az átlag 3,57 a végzősöknél 3,68, ami 3,11%-os különbség.

Az egész csoport ÖVA értéke 3,62.

Az első 8 kérdés alapján csoportokat képeztem, amiknek vizsgáltam az ÖVA értékét.

Az egyik legkiemelkedőbb eredmény a vállalkozói hajlandóságra feltett kérdésekre adott válasz és az ez alapján kiszámított ÖVA értékek közötti összefüggésben mutatkozott. A 4. ábrán látható a válaszok aránya.

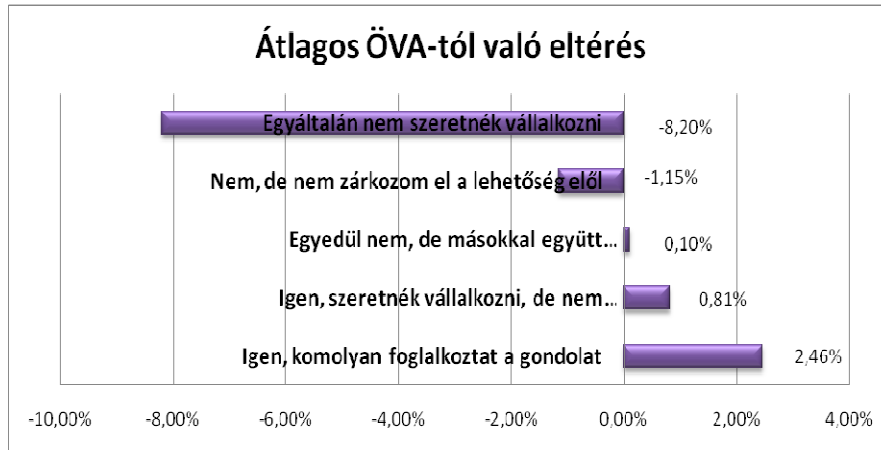


4. ábra

vállalkozói hajlandóság

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. ábra mutatja be a különböző választ adók ÖVA értékének eltérését az egész csoport ÖVA-tól.



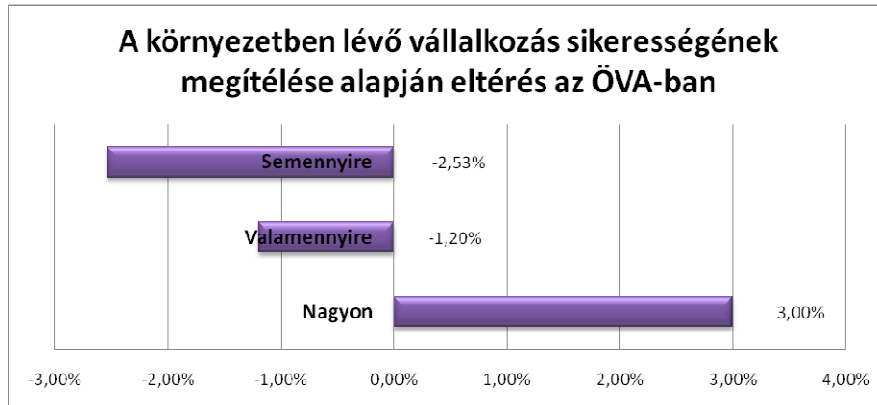
5. ábra

Átlagos ÖVA-tól való eltérés a vállalkozói hajlandóság alapján

Forrás: saját szerkesztés

Ez az eredmény igazolja, a mért vállalkozói attitűd és a vállalkozói hajlandóság közötti összefüggést. Komolyabb vállalkozói szándékkal rendelkező csoportnak magasabb az ÖVA értéke.

Kutatások alapján a tipikus vállalkozást indító középkorú férfi, körülbelül 35–45 éves, általában felsőfokú képesítéssel rendelkezik, és jellemző rá, hogy már volt vagy van más vállalkozó is a közvetlen családjában. A magyar vállalkozó is nagyjából megfelel ennek az általános képnek. (Reynolds és szerzőtársai, Szerb és szerzőtársai alapján Farkas, Kovács, 2010). Ezekből a tényezőkből az életkort és a végzettséget nem érdemes a minta összetétele okán vizsgálni a vállalkozói attitűd szempontjából, mivel huszoneves, egyetemisták voltak az alanyok. A nemek közötti vállalkozói attitűd eltérésben igen csekély, 0,5% alatti különbséget mértem. A következő vizsgálatom arra irányult, hogy a család, közeli környezetben működő vállalkozások esetében kimutatható-e ÖVA eltérés. Ez alapján minimális eltérést mértem. A mintából 76-an jelölték meg, hogy van vállalkozó a közeli környezetükben, ennek a csoportnak az ÖVA értéke 0,21%-kal magasabb értékkel tért el az egész mintától, a nemmel válaszolók 27-en voltak, ahol -0,58% volt a különbség. További klasztereket képeztem az első csoportból, az alapján, hogy mennyire sikeresnek ítélték meg ezt a vállalkozást. Itt 3 válaszlehetőség volt megadva. Erre kapott válaszok alapján kimutatható eltérés adódott. Ezt bemutatja a 6. ábra:



6. ábra

ÖVA-tól való eltérés a közeli környezetben lévő vállalkozó sikerességének megítélése alapján

Forrás: saját szerkesztés

Ezek alapján látható, hogy az ÖVA érték ott magasabb, ahol sikeres vállalkozó van a környezetben, míg egy sikertelennek ítélt vállalkozó jelenléte rontja ezt az eredményt.

Konklúzió

A munkám elején bemutattam az Európai Unió által előírányzott vállalkozói kompetenciát és ennek attitűd komponensét. Láthattuk, hogy a tárgyi tudáson és a vállalkozói képességeken túl szükség van a vállalkozói attitűdre, mely ezekkel megegyező súllyal esik latba, ha egy vállalkozás sikerességéről van szó. A dinamikusan fejlődő, ún. gazella vállalkozások adják a gazdaság motorját, így kívánatos lenne, hogy minél több, ebbe a kategóriába tartozó vállalkozás működjön.

A vizsgálatom eredményeként látható, hogy pozitív eltérés mérhető az I és a IV évfolyamos hallgatók vállalkozói attitűdje között az Óbudai Egyetem gazdálkodás és menedzsment szakán. A kapott érték, bár előremutató, de nem áttörő. Indokolt lenne a felsőoktatásban a vállalkozói attitűd célirányos fejlesztésére nagyobb hangsúlyt fektetni annak érdekében, hogy ezáltal mind több és több nagy vállalkozói kedvvel és hajlandósággal rendelkező fiatal kerüljön a vállalkozói szférába.

Irodalomjegyzék

- [1] AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS AJÁNLÁSA az egész életen át tartó tanulás Európai Képesítési Keretrendszerének létrehozásáról (2008. 04. 23.)
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:111:0001:0007:HU:PDF>
- [2] Farkas Szilveszter – Kovács Norbert (2010): Egyetemi és főiskolai hallgatók vállalkozói aktivitása Magyarországon. In: 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, Budapest
- [3] Klein Sándor (2001): Vezetés- és szervezetszichológia, SHL Hungary, Budapest
- [4] Rozgonyi Tiborné (2001.): Személypercepció és attitűd. „Tanár kockázati program” Jegyzet és szemelvénygyűjtemény II.
www.nyf.hu/others/docs/pszicho/az_attitud.doc
- [5] Timmons J. (2003): New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st century. Irwin, Homewood, IL.
- [6] Vecsényi János (2009): Kisvállalkozások indítása és működtetése, Perfekt Kiadó, Budapest