

Novotny Ádám

## Siker és motiváció a magyar vállalkozó-kutatók körében

*A tanulmány 80 magyar egyetemi vállalkozó (spin-off cég) empirikus vizsgálatának eredményeit mutatja be. Célja a vállalkozásindítás motivációinak és a vállalkozói siker kapcsolatának az elemzése. A vizsgált motivációk a jólét iránti igény, a teljesítményvágy, a függetlenségvágy, valamint a vállalkozásindítás kutatási tevékenységgel összefüggő haszna. A cikk a vállalkozói sikert objektív és szubjektív oldalról egyaránt méri. Az objektív siker alkalmazott mérőszámai a bevétel és növekedése, az alkalmazottak száma, valamint a vállalkozás kora. A szubjektív siker a vállalkozó-kutatók önértékelésére utal. Az eredmények szerint a vállalkozásindítás legerősebb motivációja az anyagi kényszer, az egyetemi fizetéssel való elégedetlenség. A vizsgált motivációk a jövedelemkiegészítés kényszere kivételével mind szignifikáns kapcsolatban vannak a szubjektív sikerérzettel, amely az objektív siker kapcsán már nem mondható el. A kutatási tevékenység gyakorlati irányba való kiterjesztése fontos vállalkozói motiváció az egyetemi szférában, hiszen nemcsak a szubjektív sikerérzettel, hanem a cég bevételével és a bevétel növekedésével is szignifikánsan összefügg.*

**Journal of Economic Literature (JEL) kódok:** L26; I23; O32

**Kulcsszavak:** vállalkozói motiváció, vállalkozói siker, spin-off, felsőoktatás

A vállalkozó tevékenység kutatásának egyik úttörője Joseph Schumpeter volt, aki a 20. század derekán az innovatív vállalkozó gazdasági fejlődésben betöltött szerepére hívta fel a figyelmet. Az utóbbi néhány évtizedben újabb lendületet kapott a vállalkozáskutatás, amelyhez jelentősen hozzájárult a tudomány és a vállalkozó tevékenység együttes fejlődése, pontosabban az alkalmazott tudományokra alapozott, gyorsan növekvő – startup és spin-off – vállalkozások és a regionális klaszterek megjelenése. A vállalkozó tevékenység reneszánszában fontos szerepet játszanak a felsőoktatási intézmények, amelyek a pótlólagos forrásbevonás és a „harmadik” (gazdaságfejlesztő) küldetés érdekében a piacon is egyre gyakrabban hasznosítják kutatási eredményeiket. Ezen folyamatok kapcsán olyan fogalmak jelentek meg a szakirodalomban, mint a vállalkozó egyetem, az egyetemi spin-off vállalkozás vagy az egyetemi-ipari technológiatranszfer.

*Novotny Ádám (PhD) főiskolai docens az Eszterházy Károly Főiskola Gazdaságtudományi Intézetében. E-mail: novadam@ektf.hu. A kutatás a TÁMOP-4.2.4.A/2-11/1-2012-0001 azonosító számú Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program című kiemelt projekt keretében zajlott. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.*

Az egyetemi vállalkozó tevékenység terjedésében a szakirodalom kiemelt szerepet tulajdonít az amerikai mintának, amelynek hatására a kormányok ma már világszerte ösztönzik a felsőoktatási intézményeket a piacorientált kutatásra és a kutatási eredmények profitorientált értékesítésére, s főként szabadalmak, valamint spin-off vállalkozások formájában. Míg a publikációk és impakt faktorok a felsőoktatási intézmények elméleti tudásbázisának, addig a szellemi termékek értékesítését fémjelző szabadalmak és spin-off vállalkozások az egyetemek modern, társadalmilag fontos kutatásra való képességének a fokmérőjévé váltak.

A spin-off vállalkozások kutatását elsősorban az indokolja, hogy az egyetemi szellemi termékek hatékony hasznosítói, segítik az egyetemet fő küldetéseiben, az oktatásban és kutatásban, méghozzá a bevételek növelése, az oktatók megtartása és a diákok képzésének gyakorlatiasabbá tétele által (*Shane 2004*). Gazdasági jelentőségük, hogy kiemelkedően nagy teljesítményű cégek révén könnyen a regionális fejlődés és a foglalkoztatás növelésének motorjaivá válhatnak (*Wright és szerzőtársai 2004; Pérez-Martinez 2003; Clarysse és szerzőtársai 2005*). Ha hatékonyabban akarjuk ösztönözni a spin-off cégek alapítását és az azzal járó társadalmi-gazdasági előnyök kiaknázását, akkor ehhez először meg kell értenünk a vállalkozó-kutatók gondolkodásmódját. A kutatókat feltehetően személyes okok is vezérlik vállalkozásalapításkor. Kérdéses például, milyen szerepet játszanak döntésükben az egyéni motivációk, az anyagi gyarapodás vagy a kutatási tevékenységgel összefüggő előnyök. Sikeres céggé válnak-e ezek a kutatói vállalkozások, beváltják-e a szakirodalom elvárásait, elérik-e saját céljaikat? A kutatók szemszögének megismerése nemcsak az egyetemi munkakörnyezet és motivációs rendszer javítását, hanem az egyetemi pálya sokszínűbbé és népszerűbbé tételét is elősegítheti.

A vállalkozó tevékenység összetett jelenség, egyrészt kognitív, másrészt motivációs elemekből áll: a vállalkozónak nemcsak meglátnia és értelmeznie kell a piaci lehetőségeket, hanem cselekedni is azok kiaknázása érdekében (*Chell 2008*). Az egyetemi spin-off vállalkozók esetén sajátos indítékok is megjelennek, amelyek a kutatással és az akadémiai pályával függenek össze.<sup>1</sup> A vállalkozásindítást a motivációkon kívül a környezeti elemek is befolyásolják, például az egyetemi normák, szabályzatok, technológiatranszfer szervezetek és példaképek, valamint az egyetem elhelyezkedése, a klaszterek jelenléte vagy a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés lehetősége (*Markman és szerzőtársai 2005; Powers-McDougall 2005; Shane 2004*). A vállalkozás megalakulását követően a sikeresség feltételeinek vizsgálata kerül előtérbe. Egyrészt olyan tényezők is hatást gyakorolnak a sikerre, mint a vállalkozás humán és pénzügyi erőforrásai, stratégiája és szellemi tulajdona. Másrészt ekkor is fontos szerep jut a motivációknak, például egyesek nagyobb mértékben, mások kevésbé tartják fontosnak az anyagi gyarapodást, a növekedést.

A cikkben a vállalkozói motiváció és siker kapcsolatára összpontosítunk, mindamellett elfogadjuk, hogy a motivációk önmagukban nem elegendők sem a vállalkozásindításhoz, sem annak sikerességéhez. Célunk, hogy jobban megértsük a vállalkozó-kutatók személyes indítékait, valamint megvizsgáljuk a motivációk sikerrel való kapcsolatát. A tanulmány 80 magyar egyetemi spin-off vállalkozó válaszait elemzi, amelyeket a szerző 2014 tavaszán

<sup>1</sup> Szigethy (2012) több mint 100 magyar vezető kutató megkérdezése alapján megállapítja, hogy „a kutatók jelentős részénél hiányzik vagy gyenge a vállalkozó szellem (...) kevésbé motiváltak arra, hogy kutatáshasznosító cégeket alapítsanak.” Meglátása szerint a kutatók rendszerint altruizmusba hajló belső motivációk miatt kutatnak, azonban a vállalkozásindítás esetén az anyagiak kerülnek előtérbe.

online megkérdezés által gyűjtött össze. Az eredmények bemutatása előtt rövid szakirodalmi áttekintést végzünk a vállalkozói motivációk témakörében.

### Szakirodalmi áttekintés

A vállalkozó tevékenységet alapvetően három tudományterület szemszögéből vizsgálhatjuk (Chell 2008). A közgazdaságtan a vállalkozók gazdaságban betöltött szerepét, erőforrásokkal való gazdálkodását és profitmotivumát emeli ki. A szociológia a kontextusra, a társadalomra és az intézményi környezetre helyezi a hangsúlyt, amelyben a vállalkozók tevékenykednek. A pszichológia az egyén belső világát elemzi; azt vizsgálja, milyen személyiségjellemzőkkel, motivációkkal rendelkeznek a vállalkozók. A cikk a vállalkozói motivációkra összpontosít, noha elfogadja, hogy azokat a környezet, az adott szituáció is befolyásolja. Ha egy kutatónak például a támogatási szerződés miatt kell hasznosítania a találmányát, akkor az egy erős szituáció. A motiváció és az általa kiváltott viselkedés közvetítőként jelenik meg a személyiség és a siker között (Herron–Robinson 1993). A növekedési motiváció és a stratégia például a személyiségjellemzők és az üzleti eredmény között (Baum 1995), a tervkészítés pedig a teljesítményvágy és a siker között közvetít (Rauch–Frese 1997). Hiba lenne azonban azt hinni, hogy egyetlen személyiségjellemző önmagában túl erős hatással lehet a vállalkozásindításra; aki ilyen eredményre jut, az nem végzett alapos kutatást (Rauch–Frese 2000). A következőkben olyan személyes motivációkat tekintünk át, amelyek szerepet játszhatnak az egyetemi kutatók vállalkozásindításában.

Minden üzleti vállalkozás alapja a profit, ezért a jólét iránti vágyat az első helyen említjük. Hazai környezetben a jövedelemkiegészítés igénye – az egyetemi oktató-kutatók társadalmi státuszához és iskolázottságához képest alacsonynak tartott bérezése miatt – még erősebb lehet. A jólét iránti vágy az egyetemi spin-off vállalkozók esetén fontos szempont (Franklin és szerzőtársai 2001), de nem minden kutatás igazolja annak elsődlegességét. D'Este (2010) a szakirodalomban lévő ellentmondásra hívja fel a figyelmet: míg a szerzők jelentős része a pénzügyi motivációkat, a kutatók hasznosságmaximalizáló viselkedését emeli ki, addig a másik fő irányzat szerint a vállalkozó-kutatók a tudomány normáihoz igazodnak, s elsősorban a kutatási tevékenységüket igyekeznek kiterjeszteni és intenzívebbé tenni vállalkozásuk által. Olasz felmérések szerint (Fini és szerzőtársai 2009) a vállalkozó-kutatókat nem annyira a jövedelem-kiegészítés, sokkal inkább az egyetemi státusz erősítése motiválja: a presztízs, a kutatási tevékenységhez szükséges források és az infrastruktúra bővítésének lehetősége. Owen-Smith és Powell (2001) tudományterületek szerint tesz különbséget a két fő motiváció között: a szabadalmakra építő élettudományok esetén a pénz erősebb motivációt jelent, mint a természettudományokban, ahol inkább a vállalkozás kutatási tevékenységre való pozitív hatása kerül előtérbe. Morales-Gualdrón és szerzőtársai (2009) a motivációk széles körét vizsgálták spanyol vállalkozó-kutatók körében. Konklúziójuk szerint az egyetemi vállalkozókat – szemben a hagyományos vállalkozókkal – a tudás bővítése és hasznosítása iránti vágy, az újabb tudományos eredmények elérése vezérlő vállalkozásindításkor. A tudományos célok mellett a személyes motivációk, a teljesítmény- és függetlenségvágy szerepe volt a legerősebb a cégalapítást eredményező döntésben.

A nem egyetemi vállalkozások szakirodalmi által is gyakran vizsgált teljesítményvágyat és függetlenség iránti igényt a spin-off cégekkel foglalkozó szerzők is mérvadónak tekintik. Kassicieh és szerzőtársai (1997) valamint Roberts (1991) pozitív kapcsolatot azonosítottak

a spin-off vállalkozások megalakulása és sikere, valamint a teljesítményvágy között, mely utóbbi némi hatalomvágygal is párosult. A teljesítményorientáció vizsgálata azért fontos a magyar egyetemi szférában, mert „a szervezet tagjainak innovációs teljesítménye jóval nagyobb lehet a szervezeten kívül, mint annak keretei között” (Szabó 2010). Ez több tényezőre is visszavezethető: a bürokratikus koordináció miatt magas belső tranzakciós költségekre, az egyetemek alulfinanszírozásából adódó szervezeten kívüli jövedelemszerzést megengedő normára, valamint a gyenge csoportszellemre, amelyek miatt az intézmény voltaképpen önérdék-érvényesítésre és hasznosság-maximalizálásra törekvő egyének laza szövetségévé válik.

A bürokratikus egyetemi szervezet továbbá erős vágyat ébreszthet a kutatókban a szabad és rugalmas döntéshozás iránt, különösen, ha a piaci szférával való hatékony együttműködés egyébként is megkívánja azt. A függetlenségvágy, az autonóm munkavégzés igénye szintén széles körben elfogadott vállalkozói motiváció, például Hornaday és Aboud, Fagenson, Brandstätter, valamint Lumpkin és Dess munkáiban (valamennyit idézi: Chell 2008), melyet a vállalkozó-kutatókkal is összefüggésbe hoztak (Oakey 2003). Többen kimutatták a függetlenségvágy pozitív kapcsolatát a spin-off cégek alapításával és sikerével, így például Smilor és szerzőtársai (1990), Berndts és Harmsen, valamint Egelin és szerzőtársai (valamennyit idézi Helm–Mauroner 2007).

A vállalkozó tevékenységet vizsgáló szerzők gyakran csoportosítják a motivációkat, például taszító (*push*) és vonzó (*pull*) tényezőket különböztetnek meg (Pirnay és szerzőtársai 2003). A spin-off szakirodalomban a jólét, a függetlenség, a piaci hasznosítás, az üzleti lehetőség, a karrier és a státusz a vonzó tényezők között, a munkával és a javadalmazással való elégedetlenség pedig a taszító oldalon jelenik meg (Weatherston 1995, Piccaluga–Chiesa 2000; de Silva 2013). A kevésbé fejlett országokban a vállalkozó tevékenység elején többnyire a taszító erők dominálnak, de idővel a vonzó tényezők veszik át a főszerepet (de Silva 2013).

A szakirodalomból és a vállalkozói gyakorlatból kiindulva alapvető motivációpárokat különböztethetünk meg. Ilyen dichotómia a növekedés- és az életstílus-orientáció. Az életstílus (lifestyle) vállalkozók nem feltétlenül akarnak egy meghatározott, még relatíve könnyen menedzselhető méretet meghaladni, amely esetleg már veszélyeztetné értékeiket, életmódjukat, a munka és a magánélet egyensúlyát (Henricks 2002). A pénzügyi célok és a piaci növekedés az ő esetükben másodlagosak (Kuratko–Hodgett 1998). Egy másik, a Global Entrepreneurship Monitor jelentései (Ernesto–Bosma 2014) által népszerűsített tipizálás megkülönböztet lehetőség-vezérelt (opportunity driven) és kényszervállalkozókat (necessity driven). Az utóbbiak aránya nagyobb a szegényebb országokban, valamint szubjektív jólétük rendre alacsonyabb, mint a piaci lehetőség felismerése miatt vállalkozó társaiké.<sup>2</sup> A kényszervállalkozások kapcsán érdemes megemlíteni, hogy az egyetemi kutatók nem kis része azért alapít céget, hogy csökkentse a piacon való megjelenés költségét (Novotny 2013). A vállalkozásban történő költségelszámolás és a munkáltatói elvonások elkerülése magasabb hozamot jelenthet számukra. Az adóoptimalizálás mint alapvető motiváció persze nem zárja ki az innovatív piaci tevékenységet, mégis fontosnak tartjuk a spin-off vállalkozásokat annak alapján is vizsgálni, hogy inkább a pénzügyi-adójogi előnyök vagy a tudás piaci hasznosítása lebeg a szemük előtt. S végül, korábban említettük,

<sup>2</sup> A vállalkozásindítás motivációinak „lehetőség-kényszerűség” felosztása a „push-pull” dichotómiára épít (Robichaud és szerzőtársai 2010).

nincs konszenzus a szakirodalomban azt illetően, hogy a pénzügyi motivációk vagy a tudomány normái vezérlik-e inkább a vállalkozó-kutatókat. Ezért a kutatással összefüggő előnyök kiaknázását (például a kutatás továbbvitele a fejlesztés irányába, szakmai fejlődés és hasonló) szembeállítjuk az anyagi hasznok keresésével.

A vállalkozói motivációk mellett a vállalkozói siker is vizsgáltuk. A spin-off vállalkozások sikerét kétféleképpen mértük: objektív és szubjektív módon. Először *Hughes (1937)* tett különbséget az objektív és szubjektív karrier között; míg az előbbi bárki által megfigyelhető, mérhető, addig az utóbbit csak az adott egyén képes értékelni. Az objektív siker leggyakoribb mérőszáma a bevétel, a profit, az alkalmazottak száma, valamint az ezekben bekövetkezett növekedés (*Schmelter 2004; Egelin és szerzőtársai 2003*). A munkával kapcsolatos szubjektív sikert leggyakrabban a munkahelyi elégedettséggel mérik (*Heslin 2005*). Noha a munkahelyi karrierrel foglalkozó szakirodalom elismeri a szubjektív sikert és empirikusan is foglalkozik vele, addig a vállalkozó szakirodalom főként az üzleti teljesítményre fókuszál (*Cesinger és szerzőtársai 2012*).

### Módszer

A szakirodalomban bemutatott spin-off alapítási motivációkat (*jólét iránti vágy, teljesítményvágy, függetlenségvágy és a kutatási tevékenységgel kapcsolatos előnyök*) empirikusan is vizsgáltuk a magyar vállalkozó-kutatók körében. Az alapsokaságot a magyar egyetemek mérnöki, orvosi, természettudományi és agrártudományi karain dolgozó oktatók és kutatók jelentették. A felméréshez egy 2009-ben kialakított több mint 1500 fős mintát vettünk alapul (*Novotny 2013*). A 2014 tavaszán végzett kérdőíves megkérdezés célja a vállalkozói motiváció és siker kapcsolatának vizsgálata volt. A cikkben bemutatott eredmények 80 vállalkozó-kutató válaszai alapján születtek. A minta egyharmadát a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (BME) vállalkozó-kutatói alkotják (26 fő). A részminták sorrendjében a BME-t követi a Debreceni Egyetem (14), a Szent István Egyetem (13), a Pécsi Tudományegyetem (10), a Nyugat-magyarországi Egyetem (5), a Szegedi Tudományegyetem (4), az Eötvös Loránd Tudományegyetem (3), a Miskolci Egyetem (3), a Kaposvári Egyetem (1) és a Semmelweis Egyetem (1 fő).

A négy kiemelt vállalkozói motivációt hétfokozatú Likert-skála segítségével mértük. A szakirodalom alapján összeállított 20 elemből álló skála struktúráját faktoranalízis segítségével pontosítottunk, s végül 16 elemet hagytunk a modellben (lásd az eredményeknél). A motivációs dichotómiák (kényszer versus lehetőség; pénzbeli előnyök versus kutatással összefüggő előnyök; kényelem versus növekedés; adóoptimalizálás versus innovatív ötlet megvalósítása) vizsgálata szintén hétfokozatú, de nem Likert, hanem szemantikus differenciálhoz hasonló skála segítségével történt.

A motivációs dimenziók és dichotómiák elemzését követően megvizsgáltuk azok vállalkozói sikerrel való kapcsolatát. A siker objektív indikátoraként mértük a cég bevételét, a bevétel változását, az alkalmazottak számát és a vállalkozás korát. A szubjektív sikert egyrészt a kutatók vállalkozóként érzett sikerességével, másrészt a tudáshasznosítással való elégedettség fokával mértük (1. táblázat).

## A vállalkozói siker objektív és szubjektív indikátorai

Siker típusa	Indikátorok
OBJEKTÍV SIKER	Bevétel
	Bevétel változása
	Alkalmazottak száma
	Vállalkozás kora
SZUBJEKTÍV SIKER	Az Ön által megadott „siker definíció” alapján, mennyire érzi magát sikeres vállalkozó-kutatónak? (1 = egyáltalán nem; 7 = teljes mértékben)
	Mennyire elégedett a vállalkozásban értékesített szaktudása / találmánya / kutatási eredménye piaci hasznosulásának mértékével? (1 = egyáltalán nem; 7 = teljes mértékben)

## Eredmények

A motivációs skálaelemek struktúráját a feltáró faktorelemzés (Principal Axis Factoring) némileg átírta.<sup>3</sup> A négy tárgyalt motivációs dimenzió megmaradt, azonban a 20-ból négy elemet végül kihagytunk a modelltől azok alacsony kommunalitása és faktorsúlya miatt. A 2. táblázatban bemutatott 16-változós modell faktorainak sajátértéke (eigenvalue) rendre egynél nagyobb. Noha a negyedik faktor (*kényszer*) csak két elemből áll, fontos információt hordoz a kutatói vállalkozások jellemzőiről. A válaszadók skálaelemekhez viszonyított aránya (5:1), a kommunalitások (0,4-0,82) és a faktorsúlyok (0,5-0,85) alapján az elemzés eredményeit elfogadtuk. A négy faktor által magyarázott teljes variancia 58%. A 16 elemből álló skála standardizált Cronbach-féle alfája 0,89, ami magas fokú megbízhatóságra, belső konzisztenciára utal.

Fontos különbség a tervhez képest, hogy a jólét iránti vágy elemei két különböző faktoron jelentek meg. A jövedelemmel való elégedetlenséget kifejező kényszerítő (push) tényezők alkotják a 4. faktort, azonban a jóléttel összefüggő hívogató (pull) elemek a *teljesítmény* faktoriall korrelálnak. Ez könnyen értelmezhető, hiszen nem nehéz elképzelni, hogy a teljesítménymotivált vállalkozó-kutatókat a piaci lehetőség, a presztízs, az alkotás (vállalkozásépítés) öröme és a kihívás mellett a meggazdagodás lehetősége is inspirálja.

A motivációs dimenziók átlagaiból kiderül, hogy a *kényszer*, azaz a fizetéssel való elégedetlenség játssza a legfontosabb szerepet a kutatói vállalkozásindításban (1. ábra). A jövedelmi *kényszert* a *kutatással* kapcsolatos előnyök, a *függetlenségvágy* és a *teljesítményvágy* követi a fontossági sorrendben. A motivációs dimenziók észlelt fontossága közötti eltérések mind szignifikánsak ( $p < 0,05$ ).

<sup>3</sup> Az MSA mutatók szerint a minta megfelelő a faktorelemzéshez.  $KMO=0,803$ . Bartlett-teszt:  $\lambda_2(120, n=80) = 636,27$ ;  $p=0,000$ .

2. táblázat

## A motivációs skálaelemek faktorelemzésének eredménye\* (n= 80)

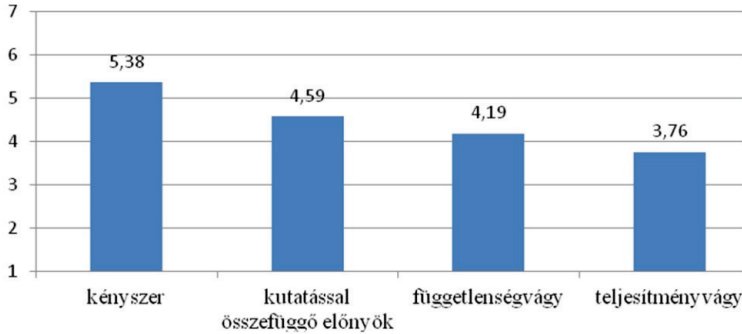
Faktor	Változó (skálaelem)	Faktorsúly	Változó átlaga
Teljesítmény	Új piaci lehetőségeket szerettem volna keresni és kiaknázni.	0,795	4,06
	<i>Tudásomat pénzügyileg is kamatoztatni akartam. (Jólét-Pull)</i>	0,661	5,04
	<i>A meggazdagodás lebegett a szemem előtt. (Jólét-Pull)</i>	0,616	2,54
	Nagyobb szakmai presztízsrre, hírnévre vágytam.	0,616	3,29
	Úgy véltem, örömmel töltene el a vállalkozásépítés.	0,574	3,76
	Nagyobb kihívásra vágytam a munkámban.	0,498	3,90
Függetlenség	Képességeimet önálló munkavégzés által tudtam a legjobban kiaknázni.	0,821	4,19
	Vonzott az önálló munkavégzés, döntéshozás lehetősége.	0,757	4,51
	Saját magam ura lehettem általa.	0,628	4,13
	Szerettem volna, hogy a szakmai problémák megoldása csak rajtam múljon.	0,623	3,94
Kutatás	Kutatásaim gyakorlati irányban való továbbfejlesztése vonzott.	0,818	4,84
	Úgy véltem, a vállalkozás jól kiegészíti a kutatói tevékenységem.	0,709	5,09
	Úgy gondoltam, ötleteim élvezettel valósítanám meg a gyakorlatban.	0,587	4,84
	Kutatásaimhoz akartam több forrást és jobb műszereket biztosítani.	0,549	3,60
Kényszer	Szükségem volt kiegészítő jövedelemre az elfogadható életszínvonal biztosításához. (Jólét-Push)	0,853	5,33
	Az egyetemi fizetésből nem lehetett elvárásaim szerint élni. (Jólét-Push)	0,760	5,44

\*Pattern mátrix, Promax rotáció Kaiser-féle normalizációval. Kérdés: „Amikor a vállalkozást elindította, mennyire motiválták az alábbi tényezők? (1 = egyáltalán nem; 7 = teljes mértékben)“.

A motivációs ellentétpárok értékelése rámutatott, hogy a válaszadók többsége nem annyira az *adóoptimalizálás*, hanem sokkal inkább *ötlete megvalósítása* érdekében alapított vállalkozást (3. táblázat). A leggyakoribb válasz erre a kérdésre a 6-os volt, a második leggyakoribb pedig a 7-es, amely igen határozott véleményt jelent. A többi motivációs pár esetén az eredmények átlaga közel esik a skála középtéréhez, tehát azoknál nem lehet minden kétséget kizáró konklúziót vonni. A legkiegyensúlyozottabb motivációs dichotómiák a *kényszer* kontra *piaci lehetőség felismerése* (a válaszadók több mint negyede jelölt közép-re), valamint az *anyagi gyarapodás* kontra *kutatási tevékenység előmozdítása* (a válaszadók 37,5%-a nem tudott ennél a kérdésnél dönten). A 4. skálán viszont kétszer annyi kutató jelölt inkább a *kényelmes élet* biztosítása felé, mint a *folyamatos növekedés* irányába.

1. ábra

**A vállalkozásalapítás motivációinak fontossága a magyar egyetemi spin-off cégek körében (1 = egyáltalán nem fontos; 7 = abszolút fontos; n= 80)**



3. táblázat

**Motivációs dichotómiák (n= 80)**

	1...	átlag	módusz	...7
1.	Adóoptimalizálás	4,79	6	Innovatív ötlet megvalósítása
2.	Kényszer	3,88	4	Piaci lehetőség
3.	Anyagi gyarapodás	3,58	4	Kutatási tevékenység előmozdítása
4.	Kényelmes életszínvonal	3,56	3	Folyamatos növekedés

Ezt követően teszteltük a vállalkozói motivációk kapcsolatát a vállalkozói sikerrel. Az objektív siker indikátorainak leíró statisztikáját az 4. táblázat tartalmazza. Ennek alapján elmondható, hogy az átlagos magyar kutatói vállalkozás viszonylag kis (1–5 millió forintos) bevétellel rendelkező cég, amelynek nincsenek alkalmazottai és az ezredforduló környékén kezdte meg működését. Megalakulása óta forgalmában csekély növekedés történt.

4. táblázat

**A vállalkozói siker indikátorainak leíró statisztikája (n= 80)**

	Bevétel (millió forint)	Bevétel változása	Alkalmazottak száma (fő)	Vállalkozás kora (év)
Átlag	–	–	7,5*	12,7
Leggyakoribb	1–5	Csekély növekedés	0	14
Minimum	< 1	Jelentős visszaesés	0	0
Maximum	50 <	Jelentős növekedés	250	32

\* A kiugró értékek nélkül az átlagos alkalmazotti létszám 2,5 fő.

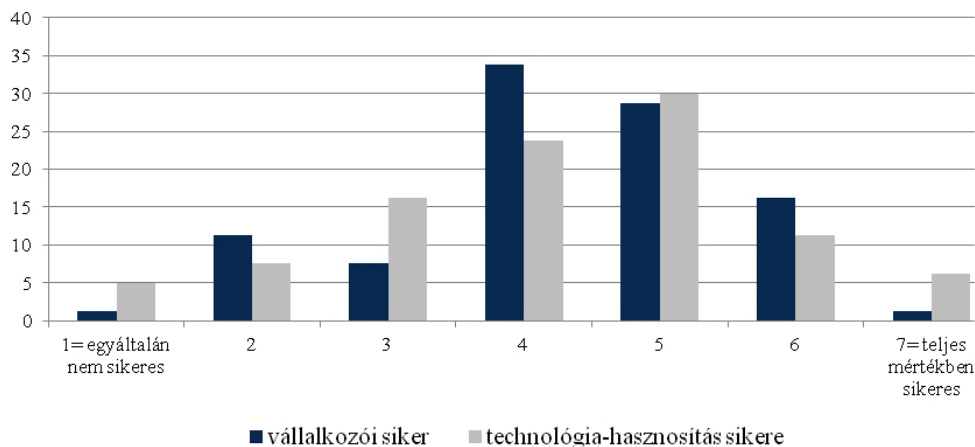
A szubjektív siker mérésekor megkértük a kutatókat, hogy saját sikerkritériumuk alapján értékeljék önmagukat (2. ábra). Az eredmények szerint a vállalkozó-kutatók többsége inkább sikeresnek tartja magát (46,4%), s csak egyötödük gondolja magát inkább sikertelennek (egyharmaduk nem tudott dönteni). A szubjektív siker másik indikátoraként



a saját tudás piaci hasznosulásával való elégedettséget mértük. A kutatók átlagosan inkább elégedettek szaktudásuk, találmányuk hasznosításának mértékével (47,6%), de relatíve nagy az elégedetlenek aránya is (29%). Körülbelül egynegyedük nem tudott dönteni a kérdést illetően és középre jelölt. Összegzőként elmondható, hogy a vállalkozó-kutatók kevesebb mint fele tartja magát egyértelműen sikeresnek.

2. ábra

### A szubjektív siker indikátorai: a válaszadók önértékelése a vállalkozó-kutatóként elért siker tekintetében (n= 80)



A motiváció és a siker elemzését követően a két tényező kapcsolatát teszteltük. A korrelációvizsgálat rámutatott, hogy a *kényszer* kivételével minden vizsgált motivációs dimenzió szignifikáns kapcsolatban van a szubjektív siker indikátoraival (5. táblázat). A motivációk objektív sikerrel való kapcsolata gyengébb, s csak a bevétel esetén kimutatható. Az anyagi *kényszer* tehát annak ellenére, hogy a legerősebb vállalkozásindítási motiváció, nem függ össze sem a szubjektív, sem az objektív sikerrel.

5. táblázat

### A vállalkozói motivációk és a vállalkozói siker közötti kapcsolat (n= 80)

Motiváció	Spearman-féle rangkorreláció				Pearson-féle korreláció	
	SZUBJEKTÍV SIKER		OBJEKTÍV SIKER			
	Vállalkozói siker	Technológia-transzfer siker	Bevétel	Bevétel változása	Alkalmazottak száma	Vállalkozás kora
Kényszer	0,029	0,078	-0,093	-0,073	-0,050	0,183
Kutatás	0,398**	0,421**	0,363**	0,312**	0,152	-0,030
Függetlenség	0,422**	0,222'	0,249'	0,175	0,055	0,095
Teljesítmény	0,462**	0,353**	0,222'	0,216	0,138	0,049

\*A korreláció 95%-os szinten szignifikáns (kétoldalú).

\*\*A korreláció 99%-os szinten szignifikáns (kétoldalú).

Hasonlóképpen vizsgáltuk a vállalkozói siker kapcsolatát a motivációs párokkal (6. táblázat). A korrelációvizsgálat szerint a dichotómiákat mérő skálák mind szignifikáns ( $p < 0,01$ ) és pozitív összefüggést mutatnak a szubjektív vállalkozói sikerrel és valamivel gyengébb, de még szignifikáns ( $p < 0,05$ ) kapcsolatot a technológiatranszferben elért szubjektív sikerrel. Néhány objektív sikermutatóval, a bevétellel ( $p < 0,01$ ) és az alkalmazottak számával ( $p < 0,05$ ) is szignifikáns a kapcsolatuk, a bevétel változásával azonban csak az *adóoptimalizálás* – *innováció* skála mutat összefüggést ( $p < 0,01$ ).

6. táblázat

**A motivációs dichotómiák és a vállalkozói siker kapcsolata  
(Spearman-féle rangkorreláció;  $n = 80$ )**

Motivációs dichotómia	SZUBJEKTÍV SIKER		OBJEKTÍV SIKER			
	Vállalkozói siker	Technológia-transzfer siker	Bevétel	Bevétel változása	Alkalmazottak száma	Vállalkozás kora
Kényszer – Lehetőség	0,395**	0,220*	0,408**	0,185	0,370**	0,081
Anyagiak – Kutatás	0,397**	0,255*	0,301**	0,074	0,248*	-0,008
Kényelem – Növekedés	0,415**	0,272*	0,322**	0,206	0,363**	-0,177
Adóoptimalizálás – Innováció	0,414**	0,256*	0,423**	0,369**	0,524**	-0,129

\*A korreláció 95%-os szinten szignifikáns (kétoldalú).

\*\*A korreláció 99%-os szinten szignifikáns (kétoldalú).

### Összegzés

A cikkben 80 magyar egyetemi vállalkozó-kutató motivációit és sikerét elemeztük. A vizsgált személyes motivációk a következők voltak: jólét iránti vágy, teljesítményvágy, függetlenségvágy és a vállalkozásindítás kutatás-fejlesztéssel összefüggő hasznai. Feltételeztük, hogy a szakma-specifikus motivációk kiemelt szerepet játszanak a kutatók vállalkozásindításában.

A motivációs dimenziók tartalmát faktorelemzés segítségével pontosítottuk. Az eredmények szerint a *jövedelem-kiegészítés kényszere a legerősebb vállalkozásindításra sarkalló erő az egyetemi oktató-kutatók körében, ezt követi a vállalkozás kutatási tevékenységgel összefüggő haszna, a függetlenségvágy és a teljesítménymotiváció. A teljesítményvágy a faktorelemzés során kiegészült a jólét húzó (pull) elemeivel (meggazdagodás, tudás pénzügyi kamatoztatása). A jólét változói tehát igazolták a szakirodalomban megjelenő „push-pull” dichotómiát, hiszen a pénzbeli motiváció elégedetlenséget kifejező elemei és a meggazdagodás lehetőségével összefüggő elemei két külön faktorokon jelentek meg. A motivációs párok vagy dichotómiák értékelése láthatóan nehéz helyzetbe hozta a kutatókat, akik nem tudtak könnyen dönteni a felírt ellentétpárok között. Ezek közül kivétel az *adóoptimalizálás* kontra *innovatív ötlet megvalósítása*, amelynél egyértelműen az utóbbi mellett döntött a többség.*

A vállalkozói sikert objektív és szubjektív módon egyaránt mértük. Az objektív siker a vállalkozás üzleti teljesítményére utal, a szubjektív siker pedig a vállalkozást indító kutató sikerérzetét méri. *Az objektív sikerindikátorok alapján a tipikus magyar kutatói vállalkozás viszonylag alacsony (1–5 millió forintos) éves bevétellel rendelkezik, nincsenek alkalmazottai és megalakulása óta csekély növekedés történt a forgalmában.* Ezek a jellemzők látszólag ellentmondanak annak a felfogásnak, amely a spin-off cégeket jelentős bevétellel és nagy növekedési potenciállal rendelkező vállalkozásoknak láttatja. Megjegyzendő, hogy olyan spin-off cégeket vizsgáltunk, amelyek alapítója nem hagyta el az egyetemi katedrát, így voltaképpen másodállásban vállalkozik. Ami a szubjektív sikert illeti, a vállalkozó-kutatók önértékelése meglehetősen változatos, mindemellett a válaszadók kevesebb mint fele tartja magát egyértelműen sikeresnek.

A motivációk és a sikerindikátorok kapcsolatának vizsgálatából kiderült, hogy bár a kényszer a legfontosabb motiváció a vállalkozás indulásakor, a sikerrel nincs összefüggésben. *A kényszer kivételével ellenben minden vizsgált motiváció szignifikáns kapcsolatban van a szubjektív siker indikátoraival.* A motivációk objektív sikerrel való kapcsolata gyengébb, s csak a bevétel esetén kimutatható. A vállalkozás indítását követően tehát más motivációk vették át a szerepet: a kutatással összefüggő előnyök, valamint a nem egyetemi vállalkozó tevékenység kapcsán is gyakran felhozott teljesítmény- és függetlenségvágy. A motivációs dichotómiák és a siker korrelációjának elemzése rámutatott továbbá, hogy *a piaci lehetőség, a kutatási tevékenység kiterjesztése, a növekedés és az innovatív ötlet megvalósítása által motivált vállalkozók sikeresebbnek érzik magukat, nagyobb bevételre tesznek szert és több alkalmazottal rendelkeznek, mint a kényszer, az anyagi gyarapodás, a kényelmes életmód és az adóoptimalizálás által motivált társaik.*

Összefoglalva a fentieket, a jövedelem fontos szerepet játszik a kutatói vállalkozások indulásakor, de egyáltalán nem a meggazdagodás vágya (pull), hanem az alacsonynak tartott fizetés kiegészítésének az igénye (push). A kutatási tevékenységgel összefüggő motivációk is kiemelt, pozitív szerepet kapnak, egyrészt alapításkor, másrészt a technológia-hasznosításban elért sikerérzet kapcsán, harmadrészt pedig a bevétel és a bevétel növekedési ütemét illetően is. A teljesítményvágy és a függetlenségvágy nem a vállalkozás indításakor kerülnek előtérbe, hanem később, kapcsolatuk a szubjektív vállalkozói sikerrel szorosabb, mint a többi vizsgált motivációnak: a nagyobb teljesítmény- és függetlenségvágygal rendelkező kutatók sikeresebb vállalkozónak érzik magukat. Az egyetemi kutatók vállalkozó tevékenysége kapcsán tehát a hagyományos vállalkozói motivációk mellett erős szerep jut a szakma-specifikus tényezőknek: a kutatás gyakorlati irányban történő fejlesztésének vágya nagyobb szerepet kap vállalkozásindításkor és szorosabb összefüggést mutat a vállalkozás bevételével és növekedésével, mint a teljesítménymotiváció és a függetlenség iránti igény.

## Hivatkozások

- Baum, J. R. (1995): *The relation of traits competencies, motivation, strategy, and structure to venture growth, Frontiers of Entrepreneurship Research.* Babson College, Wellesley.
- Cesinger, B. – König, S. – Langhauser, M. (2012): *Subjective success in an entrepreneurial career - the case of work-life-balance: Results from a large scale survey in Germany.* Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), June 6–9, Fort Worth.
- Chell, E. (2008): *The Entrepreneurial Personality. A Social Construction.* Second edition. Routledge, New York.

- Clarysse, B. – Wright, M. – Lockett, A. – Van de Velde, E. – Vohara, A. (2005): *Spinning out new ventures: a typology of incubation strategies from European research institutions*. Journal of Business Venturing, Vol. 20, No. 2:183–216.
- D'Este, P. – Perkmann, M. (2011): *Why do academics engage with industry? The entrepreneurial university and individual motivations*. Journal of Technology Transfer, Vol. 36, No. 3:316–339.
- De Silva, L. R. (2013): *The Dynamisms of Entrepreneurial Motivation: A Case of Spin-off formation by Academics operating in a Resource Constrained Environment*. Triple Helix International Conference 2013.
- Egel, J. – Gottschalk, S. – Rammer, C. – Spielkamp, A. (2003): *Spinoff-Grundungen aus der öffentlichen Forschung in Deutschland*. Working Paper, <http://ub-madoc.bib.uni-mannheim.de/966/>.
- Ernesto, A. J. – Bosma, N. (2014): *Global Entrepreneurship Monitor, Global Report 2013*. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>.
- Fini, R. – Grimaldi, R. – Sobrero, M. (2009): *Factors fostering academics to start up new ventures: an assessment of Italian founders' incentives*. Journal of Technology Transfer, Vol. 34, No. 4:380–402.
- Franklin, S. – Wright, M. – Lockett, A. (2001): *Academic and surrogate entrepreneurs in university spin-out companies*. Journal of Technology Transfer, Vol. 26, No. 1–2:127–141.
- Helm, R. – Mauroner, O. (2007): *Success of research-based spin-offs. State-of-the-art and guidelines for further research*. Review of Managerial Science, Vol. 1, No. 3:237–270.
- Henricks, M. (2002): *Not just a living: The complete guide to creating a business that gives you a life*. Perseus, Cambridge.
- Herron, L. – Robinson, R. B. (1993): *A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance*. Journal of Business Venturing, Vol. 8, No. 3:281–294.
- Heslin, P. A. (2005): *Conceptualizing and evaluating career success*. Journal of Organizational Behavior, Vol. 26, No. 2:113–136.
- Hughes, E. C. (1937): *Institutional office and the person*. American Journal of Sociology, Vol. 43, No. 3:404–413.
- Kassicieh, S. K. – Radosevich, H. R. – Banbury, C. M. (1997): *Using attitudinal, situational, and personal characteristics variables to predict future entrepreneurs from national laboratory inventors*. IEE Transactions in Engineering Management, Vol. 44, No. 3:248–257.
- Kuratko, D. F. – Hodgetts, R. M. (1998): *Entrepreneurship, a contemporary approach*. Dryden Press, Fort Worth.
- Markman, G. – Phan, P. – Balkin, D. – Gianiodis, P. T. (2005): *Entrepreneurship and university-based technology transfer*. Journal of Business Venturing, Vol. 20, No. 2:241–263.
- Morales-Gualdrón, S. T. – Gutiérrez-Gracia, A. – Roig Dobón, S. (2009): *The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct*. International Entrepreneurship and Management Journal, Vol. 5, No. 3:301–317.
- Novotny Ádám (2013): *Az egyetemi-ipari technológiatranszfer sajátosságai Magyarországon*. Közgazdasági Szemle, Vol. 60, No. 10:1119–1139.
- Oakey, R. P. (2003): *Technical entrepreneurship in high technology small firms: some observations on the implications for management*. Technovation, Vol. 23, No. 8:679–688.
- Owen-Smith, J. – Powell, W. (2001): *To Patent or Not: Faculty Decisions and Institutional Success at Technology Transfer*. The Journal of Technology Transfer, Vol. 26, No. 1–2:99–114.
- Pérez, M. – Martínez, A. (2003): *The Development of University Spin-offs: Early Dynamics of Technology Transfer and Networking*. Technovation, Vol. 23, No. 10:823–831.
- Piccaluga, A. – Chiesa, V. (2000): *Exploitation and Diffusion of Public Research: the Case of Academic Spin-off Companies in Italy*. R&D Management, Vol. 30, No. 4:329–339.
- Pirnay, F. – Surlémond, B. – Nlemvo, F. (2003): *Toward a typology of university spin-offs*. Small Business Economics, Vol. 21, No. 4:355–369.
- Powers, J. B. – McDougall, P. P. (2005): *University start-up formation and technology licensing with firms that go public: a resource-based view of academic entrepreneurship*. Journal of Business Venturing, Vol. 20, No. 3:291–311.
- Rauch, A. – Frese, M. (1997): *Does planning matter? Relations between planning and success in small enterprises in Ireland and in Germany*. Paper presented at the 42nd World Conference of the ICBS International Council for Small Business, San Francisco.

- Rauch, A. – Frese, M. (2000): *Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings*. In: Cooper, C. L.– Robertson, I. T. (Eds.): *International Review of Industrial and Organizational Psychology*:101–142.
- Roberts, E. B. (1991): *Entrepreneurs in high technology. Lessons from MIT and beyond*. Oxford University Press, New York.
- Robichaud, Y. – LeBrasseur, R. – Nagarajan, K. V. (2010): *Necessity and Opportunity-Driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender*. *Journal of Applied Business & Economics*, Vol. 11, No. 1:59.
- Schmelter, A. (2004): *Entwicklungsverlaufe forschungsnaher Unternehmensgrundungen und deren Determinanten*. *Die Betriebswirtschaft*, Vol. 64, No. 4:471–486.
- Shane, S. A. (2004): *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs And Wealth Creation*. New Horizons in Entrepreneurship Series, Edward Elgar Publishing, Northampton.
- Smilor, R. W. – Gibson, D. V. – Dietrich, G. B. (1990): *University spin-out companies: technology start-ups from UT-Austin*. *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, No. 1:63–76.
- Szabó Tibor (2010): *A felsőoktatási intézmények és oktatóik innovációs teljesítményét befolyásoló szervezetszociológiai, szociológia, közgazdasági és munkagazdasági tényezők és sajátosságok*. In: Kotsis Ágnes – Polónyi István (Szerk.): *Felsőoktatási intézmények és az innováció*. Debreceni Egyetem, Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar, Competitio Könyvek 11.
- Szigethy László (2012): *Hazai kutatói attitűdök és gazdasági eredmények összefüggésének empirikus vizsgálata*. *Competitio*, Vol. 11, No. 1:20–38.
- Weatherston, J. (1995): *Academic Entrepreneurs: Is a spin-off Company too risky?* International Council for Small Business (ICSB), <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1995/pdf/20.pdf>.
- Wright, M. – Birley, S. – Mosey, S. (2004): *Entrepreneurship and university technology transfer*. *Journal of Technology Transfer*, Vol. 29, No. 3–4:235–246.