



RIERC Regional
Innovation and Entrepreneurship
Research Center

WORKING PAPER SERIES

2020-11

GEM 2018-2019 Magyarország:

Vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma helyzete 2018-2019-ben

Márkus Gábor – Szerb László

Regional Innovation and Entrepreneurship Research Center

**Regional Innovation and
Entrepreneurship Research Center**
Faculty of Business and Economics
University of Pécs

H-7622, Pécs Rákóczi str. 80.

Phone: +36-72-501-599/23121

E-mail: rierc.center@ktk.pte.hu

Web: <http://hu.rierc.ktk.pte.hu/>



**GEM 2018-2019 Magyarország:
Vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma helyzete 2018-2019-ben**

Márkus Gábor – Szerb László

**GEM 2018-2019 Magyarország:
Vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma helyzete 2018-2019-ben**

Márkus Gábor
egyetemi adjunktus
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
H-7622 Pécs, Rákóczi út 80.
E-mail: markus@ktk.pte.hu

Szerb László
egyetemi tanár, intézetigazgató
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
H-7622 Pécs, Rákóczi út 80.
E-mail: szerb@ktk.pte.hu

Globális Vállalkozói Monitor Magyarország
Jelentések

Sorozatszerkesztők:

Szerb László
Horváth Krisztina
Márkus Gábor
Páger Balázs

A jelentés megírását az 120289 számú kutatás keretén belül az OTKA támogatta.

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló.....	4
Bevezetés	4
1. A GEM kutatás és a 2018-2019. évi felmérés ismertetése	4
2. Magyarország vállalkozói attitűdje a GEM felmérés alapján	8
3. Magyarország vállalkozói aktivitása a GEM felmérés alapján.....	12
3.1. Teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás (TEA)	13
3.2. Vállalkozások megszűnése és a vállalkozási környezet dinamikája	15
4. Magyarország vállalkozói adottságai a GEM felmérés alapján	18
5. Magyarország vállalkozói aspirációja a GEM felmérés alapján.....	21
Összegzés.....	22
Felhasznált irodalom	23

Ábrajegyzék

1. ábra: A GEM kutatás koncepcionális keretrendszere	5
2. ábra: Saját vállalatindítási képességek és külső vállalkozási lehetőségek érzékelése	10
3. ábra: Személyes és a média által közvetített vállalkozói kép	11
4. ábra: A vállalkozásindítási kedvet befolyásoló attitűdváltozók alakulása.....	11
5. ábra A vállalkozás fázisai a GEM szerint	13
6. ábra A TEA vállalkozások elhelyezkedése a GEM vállalkozási folyamatában	13
7. ábra: A 2018-2019-es GEM kutatásban részt vevő országok teljes korai fázisú vállalkozói aktivitása (18-64 éves lakosság %-a)	14
8. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás kapcsolata (2018-2019).....	14
9. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás alakulása a kelet-közép-európai országokban (2018-2019)	15
10. ábra: A megszűnő vállalkozások és kapcsolatuk a TEA vállalkozásokkal a GEM vállalkozási folyamatában.....	16
11. ábra A megszűnő vállalkozások potenciális és tényleges helyettesítési rátája	17
12. ábra: Kényszer- és lehetőségmotivált TEA vállalkozások a 2018-2019-ben részt vevő országok körében.....	19
13. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a lehetőségmotivált TEA vállalkozások kapcsolata (2018-2019).....	20
14. ábra: Gyors növekedéssel kapcsolatos várakozás (TEA vállalkozások %-a).....	22

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Vállalkozói attitűdök Magyarországon és más KKE országokban (felnőtt lakosság %-a)	9
2. táblázat: A vállalkozói környezet dinamikája (a 18-64 éves magyar lakosság %-a)	16

Vezetői összefoglaló

A Globális Vállalkozói Monitor (GEM) 2018-2019-es felmérés alapján készült jelentés legfontosabb eredményeit az alábbiakban foglalhatjuk össze:

▪ Hazánkban élők közül a kelet-közép-európai országokkal összehasonlítva 2018-2019-ben **kevesen rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, képességekkel, tapasztalatokkal, és nagyon kevesen gondolják úgy, hogy vállalkozni jó karrierlehetőség lenne, ráadásul a média sem sugall pozitív képet a vállalkozókról.** Ennél valamivel jobb a helyzet a **kínálkozó üzleti lehetőségek felismerésében,** viszont nagyon **kevesen ismernek személyesen**

Bevezetés

A jelentés célja, hogy átfogó képet nyújtson a GEM kutatásban részt vevő Magyarország 2018-2019-es vállalkozói teljesítményéről, valamint az adott év vállalkozási tevékenységét meghatározó befolyásoló tényezőkről. Az összehasonlíthatóság követelményét szem előtt tartva a jelentés jelentős mértékben támaszkodik a korábbi GEM jelentésekre (Márkus és Szerb 2013, 2014, 2017, Horváth és Szerb 2015, Németh et al. 2016), mindazonáltal igyekszik új területeket is bevonni a vizsgálatai alá.

A jelentés felépítése a következő. A GEM kutatásról és a 2018-2019-es felmérésről a legfontosabb tudnivalók ismertetését követően először a felnőtt lakosság vállalkozói vénáját, a vállalkozók potenciális segítésének, támogatásának

olyan személyt, aki az elmúlt 2 évben indította vállalkozását. Kockázatvállalásunk jobb az átlagnál, azonban más kelet-közép-európai országokhoz képest Magyarországon nagyon **sokan társítanak a vállalkozói létehez magas társadalmi státuszt.**

▪ Gazdasági fejlettségéhez és az előző évekhez képest is 2018-2019-ben Magyarországon **kevesebb születőben levő és új vállalat** van a piacon: mindössze a felnőtt lakosság 6,84%-a rendelkezik ilyen jellegű vállalkozással, ez néhány tized százalékponttal kevesebb, mint az előző években volt.

▪ **A hazai korai fázisú vállalatok bizakodóbbak** a gyors növekedésüket illetően, mint a hatékonyság-vezérelt többi ország.

kérdését járjuk körbe. A második fejezetben hazánk vállalkozói környezetének aktivitását elemezzük, ezen belül külön alfejezetet kap a korai fázisú, születőben levő és új vállalkozások, valamint a piacról kilépő vállalatok vizsgálata. A következő két fejezetben a születőben levő és új vállalatok minőségi jellemzőinek, fejlesztési és növekedési stratégiájának általános bemutatásával a vállalkozások jelenlegi helyzetét és jövőbeli kilátásait igyekszünk bemutatni.

1. A GEM kutatás és a 2018-2019. évi felmérés ismertetése

A GEM kutatás (más néven Global Entrepreneurship Monitor, Globális Vállalkozói Monitor) közel két évtizede tartó nemzetközi vállalkozói kutatás, amelyet 1999-ben két neves

egyetem, a London Business School és a bostoni Babson College közös kezdeményezése hívott életre. Az évente ismétlődő felmérésben az indulás óta a világ több mint 100 országa vett részt, amelynek eredményeképpen a GEM jelenleg is a legnagyobb a vállalkozói fókuszú kutatások sorában. **Néhány beszédes statisztika a kutatás**

2018-2019-re elért eredményeiből:

- évente összesen több mint 200.000 fő kérdőíves megkérdezéséből származó adatállomány;
- a megkérdezéseket lebonyolító összesen több mint 300 tudományos és kutatóintézet;
- a kutatásokat koordináló és azok szakmai háttérmunkáját végző, összességében 500 főt meghaladó helyi szakértői csoportjai (Global Entrepreneurship Monitor 2016).

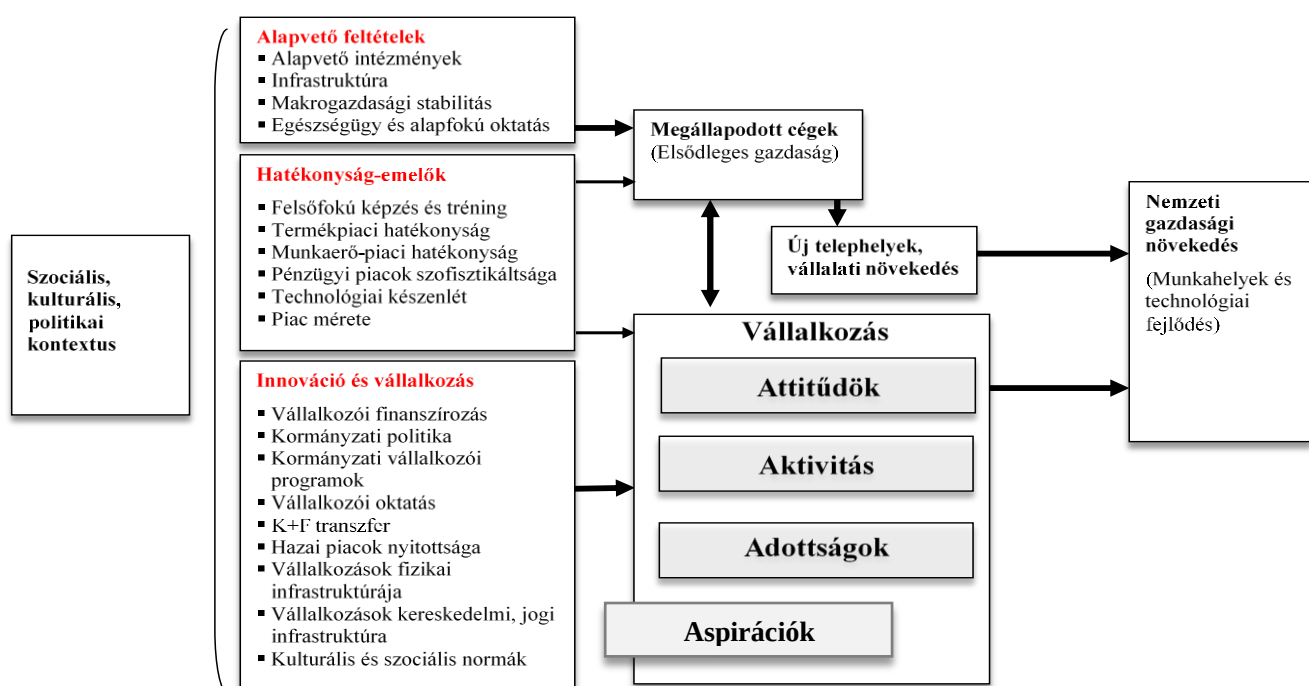
A vállalkozói környezet megértése és vizsgálata érdekében a kutatás **4 elsődleges célt azonosít:**

1. a részt vevő országok között a vállalkozói attitűdök, aktivitások, adottságok és aspirációk szintjeinek és jellemzőinek összehasonlítását;

2. a vállalkozási tevékenység gazdasági növekedésre gyakorolt hatásainak vizsgálatát;
3. a vállalkozási tevékenységet előmozdító és hátráltató tényezők elemzését;
4. és a vállalkozást ösztönző gazdaságpolitikai eszközök azonosítását.

A vállalkozási tevékenység vizsgálata azonban csak **közvetett cél** lehet, amely mellett, hogy fontos szerepet tölt be új munkahelyek és hozzáadott érték létrehozásában, **hozzájárulhat a társadalom és a gazdaság fejlődéséhez is**. Azonban a pozitív hatások mértéke nagymértékben függ a vállalkozások környezetét képező társadalmi-gazdasági tértől, vagyis a vállalkozói ökoszisztémától is. A befolyásoló tényezőket és azok interakcióit az 1. ábrán látható, GEM által alkalmazott keretrendszer szemlélteti.

1. ábra: A GEM kutatás koncepcionális keretrendszere



Ahogy az ábrán is látható, a vállalatok eltérő mértékben, de beágyazódnak abba a társadalmi, kulturális, politikai és gazdasági környezetbe, amelyben működnek. Ez azonban azt jelenti, hogy **az egyes országok gazdasági fejlettsége** elősegítheti, de gátat is szabhat a vállalatok fejlődésének. A GEM az országok gazdasági fejlettségének megállapításához a Világgazdasági Fórum (WEF, World Economic Forum) klasszifikációját veszi alapul, és a három fejlettségi szinthez kapcsolódóan különböző fejlesztési pontokat jelöl ki. A három fejlettségi szint a következő:

- **tényező-vezérelt gazdaságok (pl. Burkina Faso, Vietnam):** a gazdaság fő hajtóerői a természeti erőforrások kiaknázása és az alacsonyan képzett munkaerő alkalmazása, a munkaerő többnyire a mezőgazdaságban és a nyersanyag-kitermelő ipari ágazatokban foglalkoztatott; elsődleges feladat az alapvető intézményi, infrastrukturális, makrogazdasági, valamint egészségügyi és oktatási feltételek megteremtése;
- **hatékonyság-vezérelt gazdaságok (pl. Kína, Egyiptom):** magasabb fejlettségi szint, ahol a gazdasági fókusz az alapvető gazdasági feltételek megteremtését követően már az iparosodáson és a nagy mennyiségben történő termelés előnyeinek kihasználásán van; a hatékonyság fokozása érdekében a felsőoktatásra és specializált képzésre, a termék- és munkaerőpiaci hatékonyság növelésére, a pénzpiac fejlesztésére, technológiai adaptációra és a piac méretének növelésére helyeződik a hangsúly;

▪ **innováció-vezérelt gazdaságok (pl. Szingapúr, Svédország):** a tudásintenzív gazdasági ágazatok, valamint a szolgáltatói szektor dominálnak, főként vállalkozásfejlesztésre és a további innováció támogatására van szükség.

A GEM a felvázolt keretrendszer három különböző adatforrás segítségével igyekszik árnyaltabbá, megbízhatóbbá tenni. Két primer és egy szekunder adatgyűjtést végez, amelyek közül az utóbbiak lefolytatásáért a nemzeti kutatócsoportok felelnek. A legértékesebb a 18-64 éves felnőtt lakosság körében folytatott, országonként legalább 2000 főt magába foglaló kérdőíves felmérés (**APS, Adult Population Survey**), amely számos, a szisztematikus kutatás szempontjából lényeges tulajdonsággal bír, így:

- primer kutatás;
- az országos szintű adatok nem és kor szerint reprezentatívak;
- az adatfelvétel standardizált;
- és a kérdőívben szereplő központi kérdéseket minden évben azonos formában teszik fel.

Szintén primer kutatásnak minősül az egyes országok legalább 36 vállalkozás-szakértőjével készített félig strukturált interjú (**NES, National Expert Survey**), amely a vállalkozási környezet szakmai szemüvegen keresztül történő megítélését teszi lehetővé. A szakértők kiválasztását a nemzeti kutatócsoportok végzik, akik kormányzati szakembereket, politikusokat, kutatókat, oktatókat és vállalkozókat kérnek fel egy több mint 100 kérdést tartalmazó kérdőív kitöltésére.

Végül, a harmadik, **szekunder forrást** az általános nemzeti statisztikai adatok, az ENSZ, az OECD, a Világbank és más nemzetközi adatforrások jelentik. A kutatási eredményekről a részt vevő országok kutatócsoportjai minden évben nemzeti jelentésekben számolnak be.

A 2018-2019. évi GEM kutatásban öt kontinens összesen 63 országa vett részt.

Ahhoz, hogy Magyarország teljesítményét nemcsak önállóan, hanem más országokhoz

hasonlítva is meg tudjuk ítélni, más országokhoz és országcsoportokhoz viszonyítjuk. Kiemelten kezeljük a hasonló történelmi-kulturális háttérrel rendelkező kelet-közép-európai (a továbbiakban: KKE) országok benchmarkként való használatát. Magyarországon kívül 2018-2019-ben 5 KKE ország vett részt a GEM felmérésben.

2. Magyarország vállalkozói attitűdje a GEM felmérés alapján

Először a lakosság azon jellemzőit vesszük sorra, amelyek meghatározzák a vállalkozókhöz és a vállalkozásokhoz fűződő viszonyukat. Ezeket a jellemzőket a GEM „vállalkozói attitűdöknek” nevezi, és kedvező alakulásukhoz rendszerint a vállalkozói aktivitás növekedését társítja. Ez a kedvező hatás két tőről fakad: egyrészt a pozitív vállalkozói attitűddel rendelkező egyének a jövő potenciális vállalkozói lehetnek, másrészt nagyobb valószínűséggel nyújtanak támogatást, segítséget, pénzügyi forrásokat a jelenlegi vállalkozóknak vagy vállalkozói terveket szövögető egyéneknek.

Egy ország általános vállalkozói attitűdjét a GEM jellemzően a 18-64 éves felnőtt lakosság százalékában fejezi ki, amelyet elemzéseink során mi is követni fogunk. Ezt a véletlenszerű mintavételből adódóan adott országban megfelelő súlyozással teszi kor szerint reprezentatívvá. A vállalkozói attitűdök közül az alábbi hét változóra fókuszálunk. A Lehetőség, Szaktudás, Kockázatvállalás és Kapcsolat egyéni jellemzők, amelyek alapvető fontosságúak a sikeres vállalkozásindításhoz. A Státusz, Karrier és a Média a társadalom vállalkozáshoz fűződő viszonyát, illetve a megkérdezett személy azzal kapcsolatos véleményét fejezik ki (1. ábra):

▪ **Üzleti lehetőség észlelése (a továbbiakban: Lehetőség):** a megkérdezett személy az elkövetkező hat hónapban kedvező vállalkozásindítási lehetőségeket lát lakóhelye körzetében, ahol él;

▪ **Vállalkozásindítási képesség (a továbbiakban: Szaktudás):** a megkérdezett személy rendelkezik új vállalkozás indításához

szükséges ismeretekkel, képességekkel és tapasztalatokkal;

▪ **Bukástól való félelem hiánya (a továbbiakban: Kockázatvállalás):** a megkérdezett személyt a bukástól való félelem nem akadályozza abban, hogy vállalkozást indítson;

▪ **Vállalkozó személyes ismerete (a továbbiakban: Kapcsolat):** a megkérdezett személy személyesen ismer valakit, aki az elmúlt két évben indított vállalkozást;

▪ **Vállalkozók társadalmi státusza (a továbbiakban: Státusz):** a megkérdezett szerint a vállalkozók társadalmi elismertsége magas;

▪ **Vállalkozás, mint karrierlehetőség (a továbbiakban: Karrier):** a megkérdezett szerint a vállalkozás jó karrierlehetőség;

▪ **Média vállalkozói képe (a továbbiakban: Média):** a megkérdezett személy gyakran olvas, hall vagy lát a különböző médiában pozitív híreket sikeres vállalkozókról.

A KKE országok (1. táblázat) közül Bulgária felnőtt lakosságának mindössze ötöde (19,3%) lát üzleti lehetőséget a környezetében, ezzel az utolsó helyen áll más KKV országok mögött. A vállalkozásindításra közvetlen környezetében a lehetőséget felismerő lakosság Lengyelországban van a legmagasabb százalékban jelen, több mint a felnőtt népesség felét (68,5%) teszi ki. Lengyelország ezzel az értékkel kiemelkedik a többi KKE ország közül, az öt követő Lettország (47,0%) rendelkezik még hasonló nagyságrendű adattal. Magyarország a mezőny középső részében helyezkedik el, Bulgáriát (19,3%) és Horvátországot

(33,1%) megelőzve 40,0%-ot ér el.

Vállalkozásindítási képesség szempontjából kiemelkedik Horvátország (52,3%), és Szlovénia (51,0%), itt a felnőtt lakosság több, mint 50%-a gondolja úgy, hogy rendelkezik azokkal az ismeretekkel, képességekkel és tapasztalatokkal, amelyek sikeres vállalkozás indításához szükségesek. Magyarország a középső harmadban helyezkedik el, a felnőtt lakosság 43,0%-a vélekedik pozitívan (potenciális) vállalkozói helytállásáról. Ez az arány nem sokban marad el a minket megelőző Lengyelországban (46,6%).

A legkevésbé kockázatvállaló népesség Lettorszában van jelen 43,0%-os részaránnyal. Magyarországon ez az arány 52,4%, míg a többi KKE országban 68-69% körüli.

Az elmúlt két évben vállalkozást indító személy személyes ismerete Lettorszában (46,6%) és Lengyelországban (40,1%) volt a legjellemzőbb, és Magyarországon fordult elő a legkevésbé (25,8%). A KKE országok többsége 35% körüli értékkel rendelkeznek.

Lengyelországban (76,3%), Szlovéniában (75,8%) a felnőtt lakosság háromnegyede gondolja úgy, hogy a vállalkozókat a társadalom elismeri ezzel a legmagasabb százalékot éri el a KKE országok

között. Ezt az értéket Magyarország (73,4%) közelíti meg leginkább. A másik oldalról Horvátország esete emelkedik ki, ahol a legkevésbé kapcsolnak magas társadalmi státuszt a vállalkozáshoz (43,0%). Ez jócskán elmarad a Bulgáriában tapasztalható helyzettől is (69,3%).

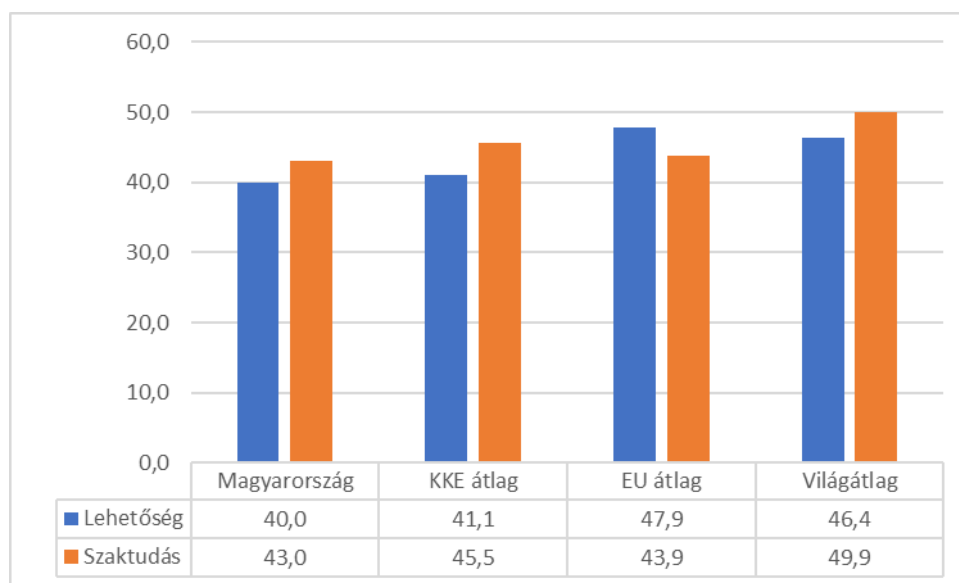
A lakosság még nagyobb aránya tekinti kedvező karrierlehetőségnek a vállalkozóvá válást Lengyelországban (85,9%), ami ugyancsak a legmagasabb érték a többi ország viszonylatában. Bulgária (62,6%) és Horvátország (62,1%) követi közel azonos, 60% feletti értékkel. Magyarországon a térségben a legrosszabb vállalkozói attitűdöt mutatja a vállalkozói karrier tekintetében (54,0%). A magas társadalmi státusz és a relatíve kedvezőtlen karrierlehetőség ellentmondása már évek óta kísérője a vállalkozások magyarországi megítélésének.

Az utolsó vállalkozói attitűdöt, a vállalkozók pozitív média visszhangját illetően Szlovénia emelkedik ki a régióból (77,2%). A skála ellentétes oldalán Magyarország (40,1%) található: itt a társadalom szerint a média nem igazán segíti elő a vállalkozói szellem, a vállalkozókról való pozitív kép kialakítását.

1. táblázat: Vállalkozói attitűdök Magyarországon és más KKE országokban (felnőtt lakosság %-a)

	Egyéni jellemzők				A társadalom vállalkozáshoz fűzött viszonya		
	Lehetőség	Szaktudás	Kockázat-vállalás	Kapcsolatok	Státusz	Karrier	Média
Magyarország	40,0	43,0	52,4	25,8	73,4	54,0	40,1
Bulgária	19,3	36,9	69,0	33,5	69,3	62,6	44,6
Horvátország	33,1	52,3	69,7	34,6	43,0	62,1	53,7
Lengyelország	68,5	46,6	68,9	40,1	76,3	85,9	46,2
Lettország	47,0	35,6	43,0	46,6	-	-	-
Szlovénia	42,2	51,0	68,0	38,5	75,8	58,4	77,2

2. ábra: Saját vállalatindítási képességek és külső vállalkozási lehetőségek érzékelése



Magyarországot tágabb földrajzi környezetbe helyezve a kelet-közép-európai átlaggal, az európai uniós és világátlaggal hasonlítjuk össze. Először az egyén saját vállalkozói tudásába, képességeibe, tapasztalatába (Szaktudás) és a piacba vetett hitét (Lehetőség) vizsgáljuk meg (2. ábra). A magyarok mind szaktudásukat, mind a piaci környezet lehetőségeit borúsabban ítélik meg, mint más országcsoportok. A világátlag a vállalkozói ismereteket, képességeket és tapasztalatokat, valamint a szűkebb környezet piaci lehetőségeit tekintve a legmagasabb. A 2. ábra szaktudás terén Kelet-Közép-Európa, lehetőség terén az Európai Unió esetében mutatja sorban a következő legmagasabb százalékot. Megjegyzendő, hogy a tendencia évek óta változatlan.

A következő vizsgálati szempont az egyén előtt megjelenő személyes (Kapcsolat) és a média által közvetített (Média) vállalkozói példa (3. ábra). Magyarország a vizsgált kontextusban ismét utolsó helyen szerepel: nálunk a legkisebb annak a felnőtt népességnek az aránya, amely személyesen ismer az elmúlt két évben céget alapító vállalkozó

személyt, és a média is a legkevésbé közvetít pozitív képet a vállalkozói létformáról.

A világátlag a média szerepét illetően a legmagasabb értékkel rendelkezik. Vállalkozó személyes ismerete a közép-kelet-európai országokban nagyjából 10 százalékponttal, az Európai Unióban 15 százalékponttal magasabb a felnőtt lakosság körében, mint Magyarországon. A médiában látható, hallható vagy olvasható vállalkozókról szóló híreket a KKE és az EU átlagában közel azonos százalékban ítélik pozitívnak.

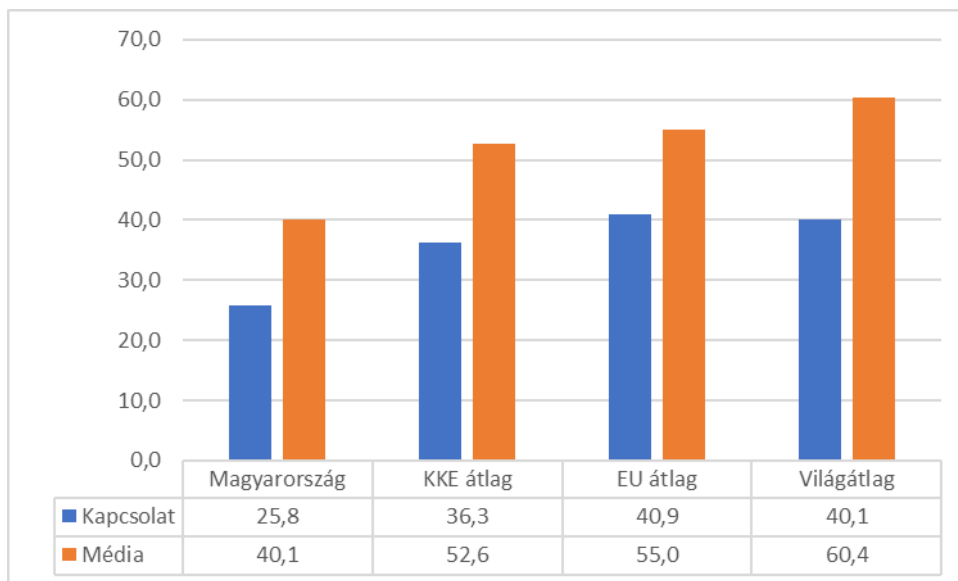
Végül, vessünk egy pillantást a megmaradt három vállalkozói attitűd változóra (Karrier, Státusz, Kockázatvállalás), amelyeket a felnőtt lakosság vállalkozásindítási kedvére hatásuk alapján csoportosítottunk. A 4. ábra alapján Magyarországon a legalacsonyabb azok aránya, akik jó karrierlehetőségnek tartják a vállalkozóvá válást. Hozzávetőleg 20%-kal többen vélik úgy, hogy ennek ellenére a társadalmi elismertsége magas, amely a világátlagnál is magasabb. A vállalkozói kockázatot toleráló személyek aránya is Magyarország a legalacsonyabb. Érdekeség,

hogy általában alacsonyabb a vállalkozást társadalmi elismertséggel társítók aránya ahhoz képest, hogy a lakosság mennyire lenne hajlandó kockázatot vállalni.

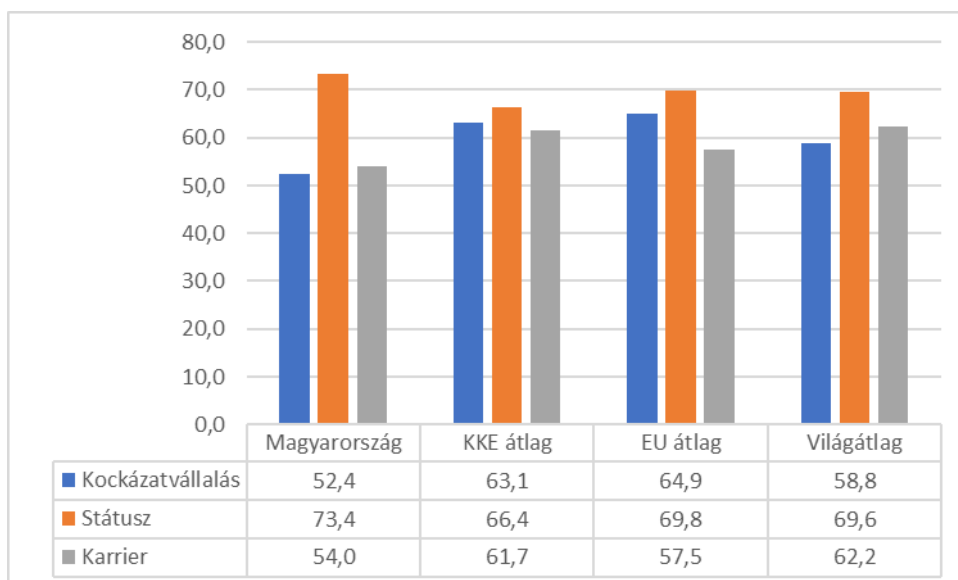
Ez alól kizárólag hazánk jelent kivételt. Magyarországon szívesebben választanál a vállalkozói karriert, mint amilyen arányban kockázatvállalásra (is) hajlandóak lennének. A

világátlag ugyancsak kimagasló értékei mellett a Karrier változó tekintetében hasonló nagyságú a KKE átlag, a Kockázatvállalás változó esetében pedig az EU átlag megfelelő értéke is. Státusz tekintve Magyarország kiemelkedik a sorból, míg a KKE és az EU országok is közel azonos képet mutatnak.

3. ábra: Személyes és a média által közvetített vállalkozói kép



4. ábra: A vállalkozásindítási kedvet befolyásoló attitűdváltozók alakulása



3. Magyarország vállalkozói aktivitása a GEM felmérés alapján

A vállalkozás fogalma különböző dimenziókban és komplexitásban értelmezhető, emiatt pontosan meg kell határoznunk, mit is értünk alatta. A GEM vállalkozás fogalma elsősorban az egyének szerepét emeli ki, hiszen közvetlenül ők azok, akik vállalatot alapíthatnak, vagy irányt adhatnak a már piacon lévő cégek működésének. Másrészt a GEM felfogás fontos megkülönböztető jegye, hogy a vállalkozást nem kizárólag egy már bejegyzett szervezet tevékenységének, hanem egy folyamatnak tekinti, amelynek különböző fázisait különíti el (5. ábra).

Ahogy az ábrán is látható, a GEM a vállalkozóvá válás egyénben megbúvó csíráitól a vállalkozási tevékenység befejezéséig követi figyelemmel a vállalkozási folyamatot:

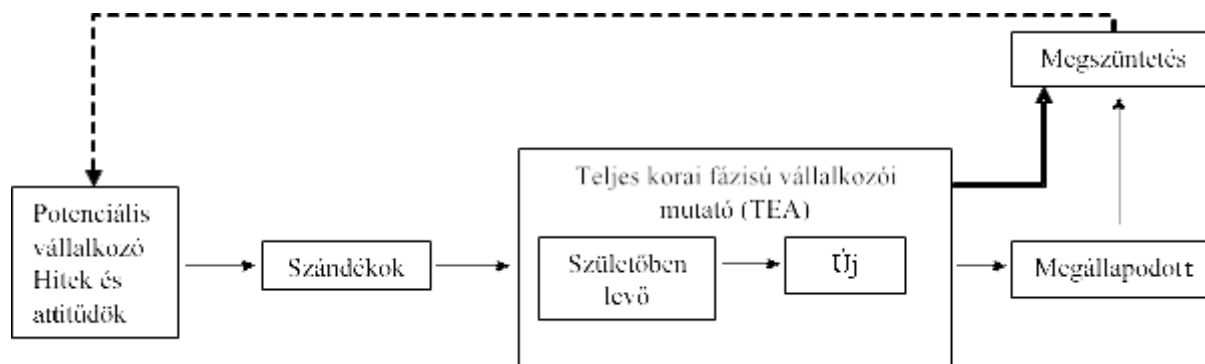
- **Potenciális vállalkozóként** definiálja már a vállalkozás indítására képes személyeket is, akiket megfelelő tudásuk, készségeik, hiteik és attitűdjeik alapján azonosít (lásd: 2. fejezet).
- **A vállalkozói szándék megjelenése** szintén közelebb visz a tényleges megvalósításig, emiatt fontos állomásnak tekinti azt.
- **A születőben lévő vállalatok** tulajdonosai annyiban térnek el a mindössze vállalkozói szándékkal bíró egyénektől, hogy már konkrét lépéseket tettek vállalkozásuk megkezdése céljából.
- **Az új vállalkozások** a megelőző csoporttól abban különböznek, hogy már legalább 3 hónapos folyamatos működést tudnak felmutatni. Az új vállalat fázisa a GEM szerint a cég 3,5 éves koráig tart. A vállalatok fennmaradása ebben az első 3-4 évben rendszerint még bizonytalan, többségük

ennél az időszaknál nem működik tovább. Ennek megfelelően került kiválasztásra a 3 év, amelyhez a kérdőívezés általában júniusi időpontját (6. hónap) figyelembe véve került hozzáadásra fél év (Reynolds et al. 2005).¹

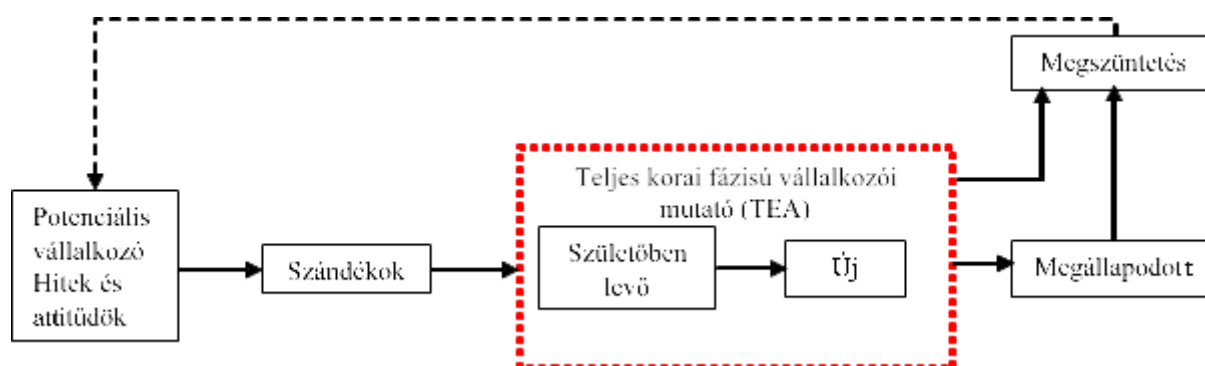
- **A megállapodott szakasz** a vállalatok 3,5 év elérése után következik.
- A folyamat a **vállalkozás megszüntetésével** zárul, amely egyben lehetőség új vállalkozási tevékenység megkezdésére is.

¹ Egészen pontosan a GEM meghatározása nem a cég formális bejegyzéséhez köti a megalakulást, hanem ahhoz, hogy mikor volt az első olyan év, amikor legalább három hónapon keresztül legalább egy személy folyamatos pénzbeli vagy nem-pénzbeli juttatást, jövedelmet kapott.

5. ábra A vállalkozás fázisai a GEM szerint



6. ábra A TEA vállalkozások elhelyezkedése a GEM vállalkozási folyamatában

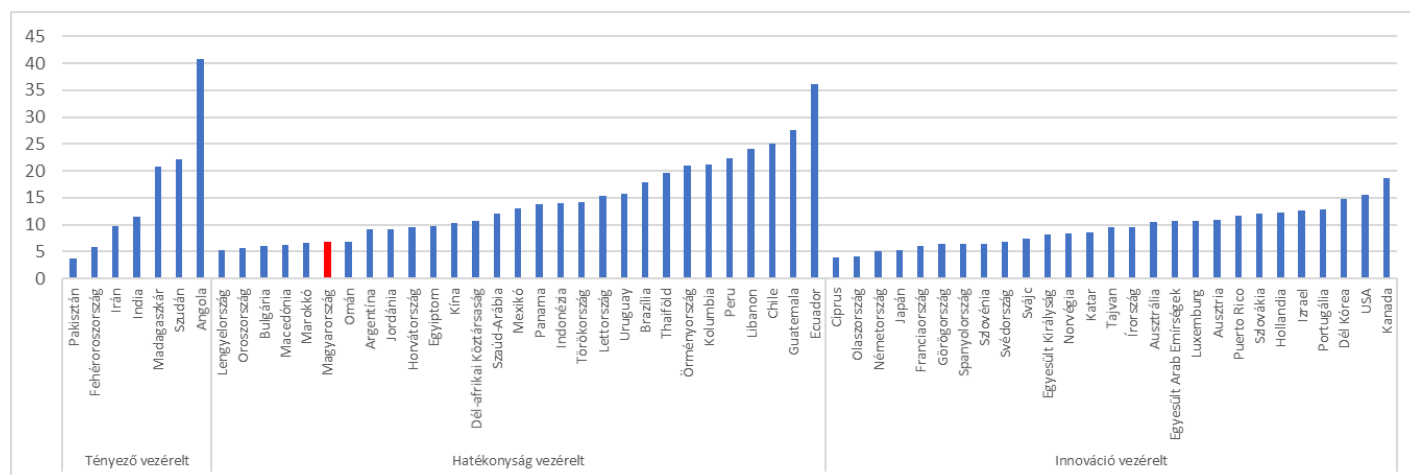


3.1. Teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás (TEA)

A GEM kutatás fókuszja – egyben jelen alfejezet témája is – elsősorban a születőben lévő és új cégekre irányul, amelyek együttesen alkotják a korai fázisú (TEA) vállalkozásokat (7. ábra). A

TEA mutató a 18-64 éves felnőtt lakosság azon arányát mutatja, akik egy születőben levő vagy új vállalkozás tulajdonosai és egyidejűleg menedzserei is. 2018-2019-ben a TEA mutató a különböző gazdasági fejlettségű országokban a következőképpen alakult (8. ábra).

7. ábra: A 2018-2019-es GEM kutatásban részt vevő országok teljes korai fázisú vállalkozói aktivitása (18-64 éves lakosság %-a)

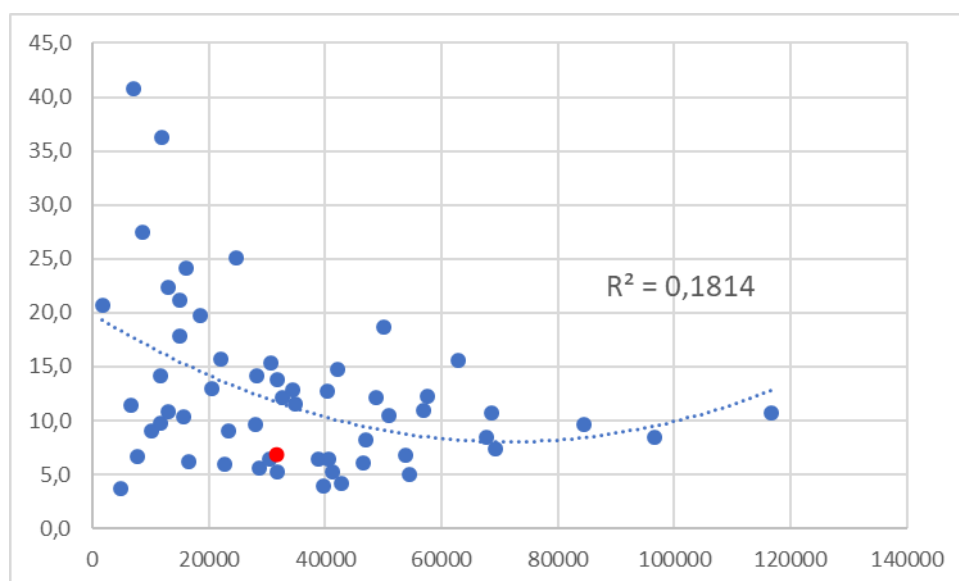


A 2018-2019-ben vizsgált országok korai fázisú vállalkozói aktivitása a tényező-vezérelt országok esetében Pakisztán és Fehéroroszország kivételével relatíve magasnak mondható, 10% feletti a korai fázisú vállalkozással rendelkezők aránya. Különösen magas a TEA mutatója Angolában, és hasonló nagyságrendek érhetőek tetten a hatékonyság-vezérelt latin-amerikai országokban is. A három országcsoport egészét tekintve elmondható, hogy a gazdasági fejlettség növekedésével a TEA mutató átlaga csökken: a

tényező-vezérelt országokban 16,33%, a hatékonyság-vezérelt országokban 14,33%, az innováció-vezérelt országokban 9,46%.

Mindemellett a gazdasági fejlettség növekedésével a csoportok is homogénebbek (a tényező-vezérelt csoport szórása 12,85%, a hatékonyság-vezérelt csoport szórása 7,7%, az innováció-vezérelt csoport szórása 3,66%). Jól érzékelteti ezt a tendenciát a 8. ábra, amely az 1 főre jutó GDP (dollarban, vásárlóerő-paritáson kifejezve) függvényében mutatja a TEA mutató alakulását.

8. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás kapcsolata (2018-2019)

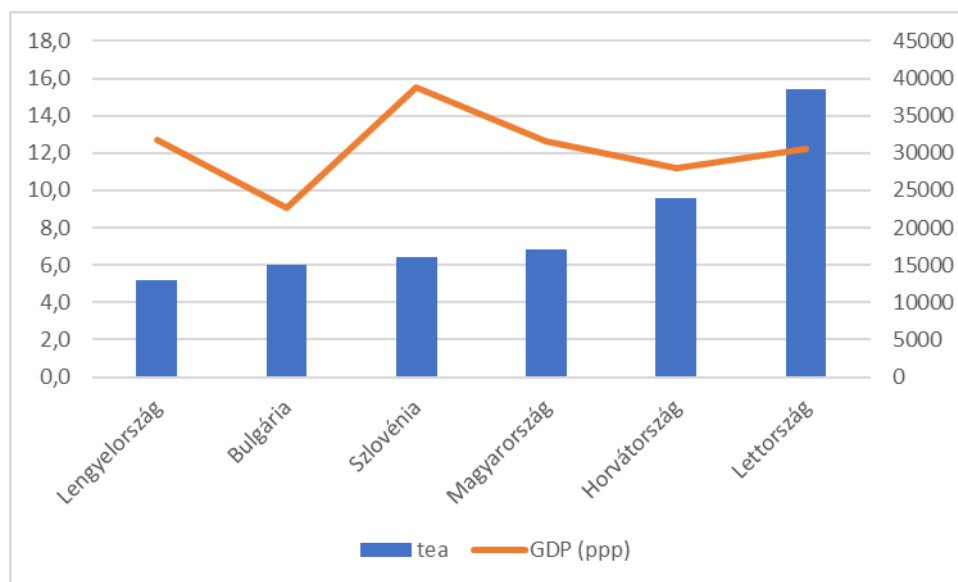


A piros ponttal jelzett Magyarország a 2018-2019-es évben relatíve alacsony, 6,84%-os TEA mutatóval rendelkezik. Jóllehet, ez az érték a jellemzően alacsony vállalkozói aktivitású innováció-vezérelt országokhoz teszi hasonlóvá, gazdasági fejlettségéhez képest ez alacsonyabb a vártnál. Az ábrán is látható „U” alakú regressziós összefüggés szerint ugyanis a vállalkozások magasabb minőségi szintre lépéséből adódóan a tényező-vezérelt állapotból a hatékonyság-vezérelt állapotba jutással először csökken, majd az innováció-vezérelt fejlettségi állapot felé haladva újra növekszik a vállalkozói aktivitás. Mindemellett a Magyarországon 2012 óta 9% felett stabilizálódó TEA mutató értékéhez viszonyítva a 2018-2019-es év újra visszaesést mutat.

Hazánk TEA mutatójának értékeléséhez érdemes egy rövid kitekintést tennünk a kelet-közép-európai térségben elhelyezkedő országok TEA értékének nagyságára is. Összességében elmondható, hogy Lettország kivételével a KKE országok mindegyikében 10% alatti a teljes korai fázisú vállalkozók aránya (9. ábra). Az innováció-vezérelt országok közül Szlovénia a fejlettségéhez képest alacsonyabb értéket érte el (6,4%), Szlovákia nagyjából fejlettségének megfelelőt (12,1%).

A hatékonyság-vezérelt országok mind fejlettségükhöz képest alacsonyabb korai fázisú vállalkozói aktivitást mutattak, Magyarország alacsony teljesítménye tehát a régió hatékonyság-vezérelt gazdaságaihoz képest nem egyedülálló.

9. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a teljes korai fázisú vállalkozói aktivitás alakulása a kelet-közép-európai országokban (2018-2019)



3.2. Vállalkozások megszűnése és a vállalkozási környezet dinamikája

A 3.2. alfejezet a TEA vállalkozások helyett a megszűnő vállalkozásokra helyezi a hangsúlyt, a TEA-t tehát ebben az esetben nem önmagában,

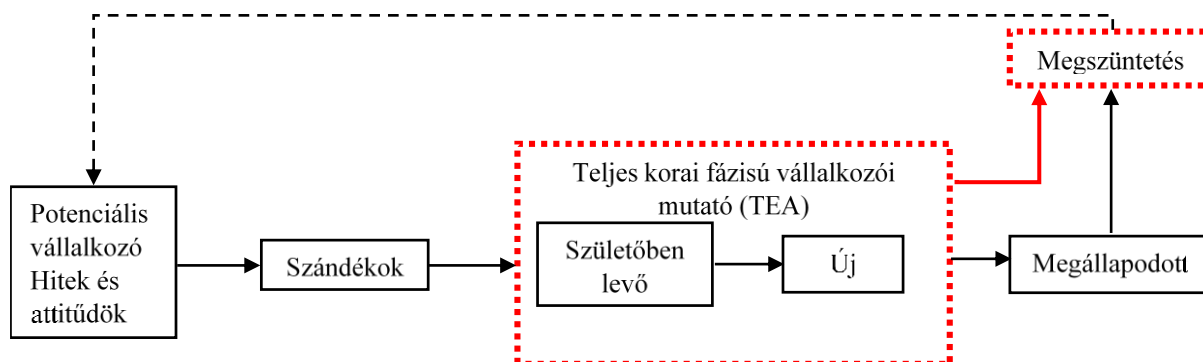
hanem a működésüket befejező vállalatokhoz képest elemezzük (10. ábra). A 2. táblázat alapján a vizsgált országok, országcsoportok közül a megelőző évben vállalkozásukat megszüntető személyek aránya 2017-ben Litvániában volt a legmagasabb (2,95%), és Boszniában öltötte a

legkisebb mértéket (0,59%). Magyarországon ehhez képest a megelőző évben vállalkozásukat megszüntető személyek a lakosság 1,54%-át tette ki, amely a kelet-közép-európai és európai uniós országok körében teljesen átlagosnak, sőt, a világtátlaghoz képest meglehetősen jónak mondható. Az Európai Unió 2014-es Üzleti demográfiai adatai is azt mutatják, hogy a magyar cégek megszűnési tendenciái ugyan hasonlóak a GEM felmérés adataihoz, azonban a megszűnési ráta Magyarországon az EU átlagát lényegesen meghaladja. Az EU adatai szerint nem kirívóak azonban a magyar adatok a többi KKE országgal összehasonlítva.

A GEM felmérés szerinti születőben levő vállalkozások aránya a leginkább kiugró értéket a

balti államokban produkálja 10% körüli, illetve a feletti értékkel, amely kiemelkedően magas a többi vizsgált területhez viszonyítva. Emögött több ok is meghúzódhat, például Észtország esetében valószínűsíthető egy pozitív vállalkozói példa, szerepmóddal motiváló hatása. Mindemellett a születőben levő vállalkozások aránya szemmel láthatólag mindegyik országban, illetve országcsoportban magas értéket vesz fel, amely részben a kezdő vállalkozók némely esetben túlzott optimizmusának és kezdeti tapasztalatlanságának tulajdonítható. A születőben lévő vállalkozásaink aránya (3,80%) a harmadik legalacsonyabb a KKE átlaghoz képest így az EU átlagtól és világtátlagtól is jócskán elmarad.

10. ábra: A megszűnő vállalkozások és kapcsolatuk a TEA vállalkozásokkal a GEM vállalkozási folyamatában



2. táblázat: A vállalkozói környezet dinamikája (a 18-64 éves magyar lakosság %-a)

	Megszűnő	Születőben lévő	Új	Helyettesítési ráta - potenciális	Helyettesítési ráta - tényleges
Magyarország	1,6%	4,7%	2,2%	2,90	1,34
Bulgária	1,8%	2,4%	3,7%	1,33	2,06
Horvátország	3,4%	5,8%	3,9%	1,71	1,15
Lengyelország	2,4%	4,1%	1,1%	1,71	0,46
Lettország	---	10,5%	5,3%	---	---
Szlovénia	2,4%	2,8%	3,6%	1,17	1,50
KKE	2,3%	5,1%	3,3%	2,20	1,43
EU	2,6%	4,4%	3,1%	1,68	1,17
Világtátlag	5,0%	7,0%	5,7%	1,40	1,14

A GEM szerint ténylegesen működőnek tekintett új vállalkozások esetében jellemzően már sokkal alacsonyabb értékeket kapunk a KKE országok esetében. Hazánk (2,2%) csak Lengyelországot (1,1%) előzi meg, és az EU országok átlagos értékétől jelentősen elmaradó vállalkozói aktivitással bír (2. táblázat).

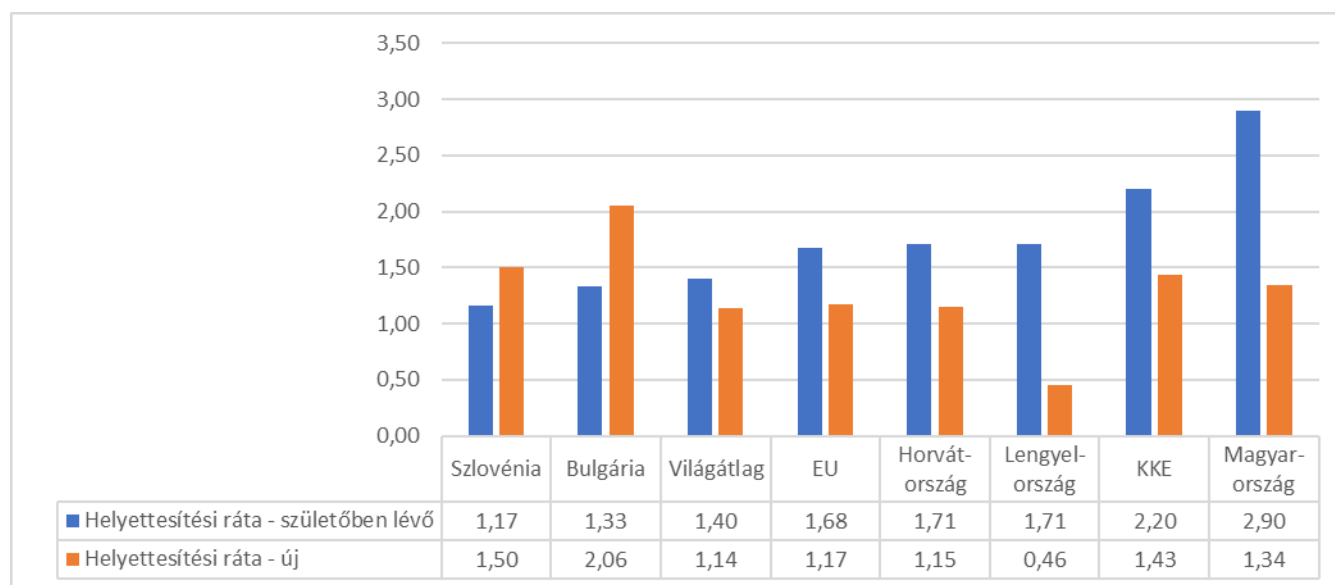
Az előző eredmények vállalkozói környezetre való hosszú távú hatását a 14. ábra segítségével ítéldhetjük meg. Ehhez először a születőben levő, majd az új vállalkozások arányát viszonyítjuk a megszűnő vállalkozásokéhoz. Az első esetben egyfajta potenciális helyettesítési rátáról beszélhetünk, míg a második esetben a már

működő cégek a piacról kieső vállalatok tényleges helyettesítésének tekinthetők.

Mint látható, a vizsgálat alá vont területek majdnem mindegyikében a tényleges helyettesítési ráta 1 fölötti értéket vesz fel (csak Lengyelország esetében 0,46 tényleges helyettesítési ráta), ami azt jelenti, hogy a piacról kikerülő vállalatok helyébe legalább egy új vállalat lép.

A GEM felmérés szerint Magyarországon a születőben levő vállalkozást indítók 2,9-szerese a vállalkozásukat megszüntető vállalkozóknak, ami a mind a világlátnál, mind az EU átlagnál magasabb.

11. ábra A megszűnő vállalkozások potenciális és tényleges helyettesítési rátája



4. Magyarország vállalkozói adottságai a GEM felmérés alapján

A 4. fejezetben a GEM által középpontba helyezett korai fázisú vállalkozások, azaz a születőben levő és az új vállalkozások, illetve tulajdonos-menedzsereik minőségi jellemzőit vesszük sorra. A „vállalkozói adottságoknak” nevezett tényezők a TEA vállalkozások teljesítményének árnyalására hivatottak azáltal, hogy kiegészítik a kizárólag mennyiségi indikátorként szolgáló, a vállalkozásindítás gyakoriságát kifejező TEA mutatót. Erre a mennyiségi jellemzők önmagukban „csalóka” jellege miatt van szükség: adott országban a vállalatok nagy száma ellenére azok nem feltétlenül a legfejlettebbek, míg kevés vállalat jelenléte esetén is azok fejlettsége messze magasabb lehet más országokban tapasztaltaknál. A GEM a vállalkozói adottságokhoz négy típusú jellemzőt sorol:

1. a vállalkozásindítás motivációját,
2. a vállalkozó végzettségét,
3. a verseny szintjét és
4. a cég szektorális hovatartozását.

A vállalkozásindítás motivációja alapvetően az adódó lehetőség vagy a kényszer lehet, amelyet a GEM tovább részletez azok típusa szerint (lehetőség például a magasabb jövedelem vagy függetlenség iránti vágy, kényszer például a megélhetés biztosítása). Elemzéseink során a TEA vállalkozások ezen két fő alapítási motivációjának bemutatására szorítkozunk. A fejezetben elemzéseink során az alábbi négy vállalkozói adottságot vizsgáljuk:

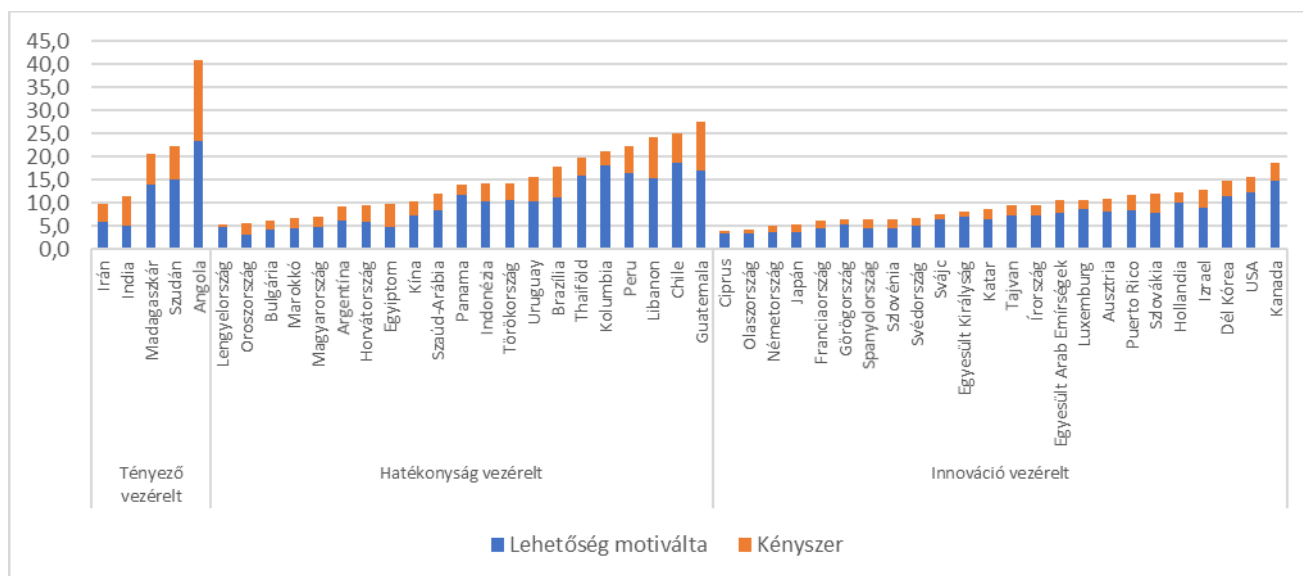
- **Kényszervállalkozások részaránya (a továbbiakban: Kényszer):** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyeket az alapítók kényszerből hoztak létre;
- **Lehetőségmotivált vállalkozások részaránya (a továbbiakban: Lehetőség):** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyeket egy üzleti lehetőség megragadásaért alapítottak;
- **Verseny szintje:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek nem rendelkeznek versenytárssal, csak néhány ugyanazt a terméket vagy szolgáltatást kínáló versenytársuk van, vagy sok versenytársuk van;
- **Technológiai szektor:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek közepes vagy magas technológiai igényű ágazatokban működnek.

Először a kényszer- és lehetőségmotivált vállalkozások részarányára térünk ki a TEA vállalkozásokon belül (12. ábra), amelynek kereteként az országok gazdasági fejlettségét vesszük alapul. A 2018-2019-ben vizsgált országok közül a lehetőségmotivált TEA vállalkozások aránya szinte mindegyik esetben meghaladja a kényszer miatt létrehozott TEA vállalkozások arányát. A lehetőségmotivált TEA vállalkozások legnagyobb százalékban Lengyelországban jönnek létre (90,9%). Lehetőségmotiváció tekintetében a három országcsoport átlaga a gazdasági fejlettség emelkedésével – a TEA mutató alakulásával ellentétesen – növekszik: a tényező-vezérelt országokban 59,2%, a hatékonyság-vezérelt

országokban 69,8%, az innováció-vezérelt országokban 75,8%. A magasabb gazdasági fejlettség 2018-2019-ben a csoporton belüli homogenitás növekedését is eredményezi. A tényező vezérelt országokban a szórás 7,5%, a hatékonyság vezérelt országokban 5,2%, míg az innováció vezérelt országokban 3,0% . A 13. ábra az 1 főre jutó GDP (dollarban, vásárlóerő-paritáson kifejezve) és a lehetőségmotivált TEA vállalkozások kapcsolatát ábrázolja.

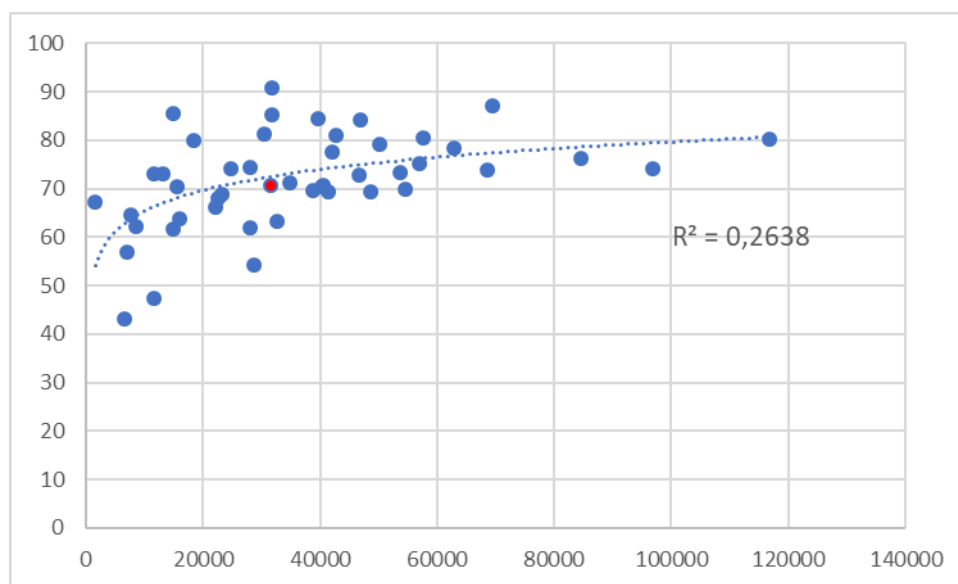
Magyarországon a lehetőségmotivált vállalkozások aránya a TEA vállalkozásokon belül 70,2%, amely

12. ábra: Kényszer- és lehetőségmotivált TEA vállalkozások a 2018-2019-ben részt vevő országok körében



hozzávetőleg a fejlettségünknek megfelelő. A KKE országok közül Szlovénia is fejlettségének megfelelő értéket ért el (69,6%). Azonban a részt vevő országok közül negatív értelemben kiugró India lehetőségmotivált vállalkozásainak aránya (43,2%), amely jelentősen elmarad a fejlettsége alapján várttól. Szintén a fejlettségi szintjéhez képest rosszabbul teljesített Horvátország (61,9%) és Szlovákia (63,4%), kiemelkedő viszont Lengyelország (90,9%).

13. ábra: Az 1 főre jutó GDP és a lehetőségmotivált TEA vállalkozások kapcsolata (2018-2019)



Felhívjuk a figyelmet arra, hogy a vállalkozások számának alakulása és a hosszú távú, illetve a rövid távú gazdasági fejlődés közötti kapcsolat ellentmondásos, annak tisztázása még további kutatásokat igényel. Egy dolgot azonban biztosan állíthatunk: a cégalapítások fetisizálása, azaz a

kezdő vállalatok számának minden áron való növelése biztosan nem helyes gazdaságpolitikai cél. Különösen kerülendőek azok a lépések, amelyek a kényszervállalkozók számát növelik (munkanélküliből vállalkozó).

5. Magyarország vállalkozói aspirációja a GEM felmérés alapján

A minőségi vetületet jelentő vállalkozói adottságok mellett a TEA vállalkozások jövőbeli helyzetének alakulását a vállalkozók fejlesztési és növekedési tervei is befolyásolják, amelyeket a GEM összefoglaló néven „vállalkozói aspirációknak” nevez. A vállalkozás magasabb minőségi szintre lépését (fejlődés) és mennyiségi jellemzőkkel kifejezhető változását (növekedés) tehát ebben az esetben egyaránt vizsgáljuk. Az elemzett vállalkozói aspirációs tényezők mindegyikéről elmondható, hogy növekedésük kedvezőbb jövőt vetít előre a vállalat számára.

Az alábbiakban definiált, a GEM által mért négy vállalkozói aspirációs tényezőt használjuk fel:

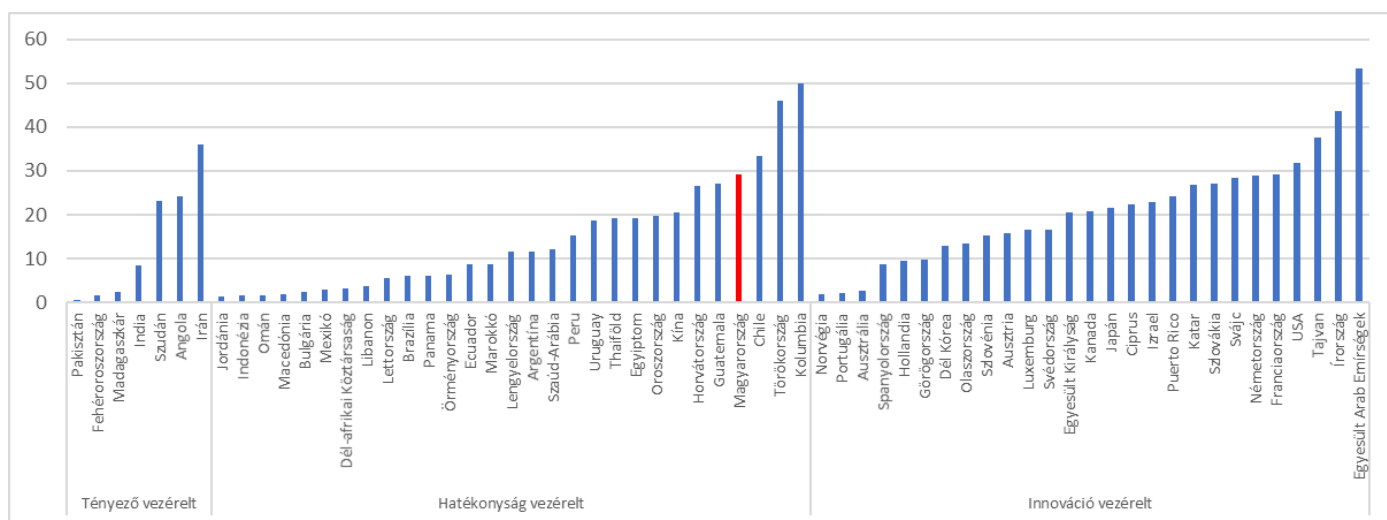
- **Termékinnováció foka:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek potenciális vásárlóinak vagy vásárlóinak mindegyike vagy legalább egy része a cég termékét vagy szolgáltatását újnak és szokatlannak tartja;
- **Technológiai innováció foka:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek technológiája vadonatúj, azaz kevesebb, mint egy éve áll rendelkezésre, vagy új, tehát 1-5 éve áll rendelkezésre;

▪ **Export mértéke:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek potenciális vagy jelenlegi vásárlói közül több mint 1%-uk él külföldön;

▪ **Gazella:** azoknak a TEA vállalkozásoknak az aránya, amelyek 5 éven belül az alkalmazotti létszámban legalább plusz 10 fő és 50%-os növekedést várnak.

A Gazella mutató nem a TEA vállalatok múltbeli teljesítményét, hanem azok jövőbeli növekedési várakozásait mutatja be az alkalmazottak számának változása alapján. A hazai vállalatok optimistábban látják a jövőjüket, mint a hatékonyság-vezérelt ország legtöbbje (14. ábra). A magyar TEA vállalkozások 29,31%-a gondolja úgy, hogy 5 éven belül az alkalmazotti létszámban legalább plusz 10 fő és 50%-os növekedést fog elérni. Ez a KKE országok közül meghaladja a hatékonyság-vezérelt Lengyelország (11,5%) és Horvátország (26,5%), és az eggyel magasabb fejlettségi kategóriába tartozó Szlovénia (15,3%) és Szlovákia (27,1%) várakozásait. A térségbeli közepesen fejlett országok közül a legkevésbé bizakodónak Bulgária (2,5%) és Lettország (5,6%) bizonyul.

14. ábra: Gyors növekedéssel kapcsolatos várakozás (TEA vállalkozások %-a)



Összegzés

A jelentés a hazai vállalkozások és vállalkozói ökoszisztéma 2018-2019. évi állapotának részletes elemzését tűzte ki céljául, amelyhez a GEM felnőtt lakossági adatokon alapult. A hazai eredmények megítélése érdekében földrajzi környezetben (világviszonylatban, európai és közép-kelet-európai szinten), valamint éves összehasonlításban is igyekeztünk elhelyezni Magyarország jelenlegi vállalkozói teljesítményét. Az ismertetett eredmények alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy Magyarország vállalkozói

rendszere gazdasági fejlettségéhez, valamint több tekintetben az EU-hoz és a KKE országokhoz képest is további fejlesztést igényel, azzal együtt, hogy a korábbi évek adataihoz képest több helyen javulást figyelhetünk meg.

A GEM felmérés lakossági felmérése alapján a KKE országokhoz képest Magyarországon többen társítanak magas státuszt a vállalkozói léthez, mégsem tartják túl jó karrierlehetőségnek. Ezzel szoros kapcsolatban állhatnak a lakosság gyenge vállalkozói képességei, a pozitív szerepmodellek és más vállalkozók ismeretének hiánya is.

Felhasznált irodalom

- Global Entrepreneurship Monitor (2016): What is GEM? Letöltve: Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/> Letöltés ideje: 2016. július 7.
- Horváth Krisztina, Szerb László (2015) GEM 2015 Magyarország. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország Jelentések, Global Entrepreneurship Monitor.
- Márkus Gábor, Szerb László (2013): GEM 2013 Magyarország. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország Jelentések, Global Entrepreneurship Monitor.
- Márkus Gábor, Szerb László (2014): GEM 2014 Magyarország. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország Jelentések, Global Entrepreneurship Monitor.
- Németh Gergely Tibor, Horváth Krisztina, Szerb László (2016) GEM 2016 Magyarország. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország Jelentések, Global Entrepreneurship Monitor.
- Márkus Gábor, Szerb László (2017): GEM 2017 Magyarország. Globális Vállalkozói Monitor Magyarország Jelentések, Global Entrepreneurship Monitor.
- Szerb László, Ruta Aidis, Zoltán J. Ács (2012): Magyarország vállalkozói teljesítményének összehasonlító elemzése a Globális Vállalkozói Monitor és a Globális Vállalkozói és Fejlődési Index módszertanai alapján.