

# VÁLLALKOZÁSI KÖRNYEZET ÉS ATTITŰDÖK MAGYARORSZÁGON

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**  
**NEMZETI JELENTÉS**  
MAGYARORSZÁG  
2021-2022



Global  
Entrepreneurship  
Monitor

18  57

**BGE**

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM  
ALKALMAZOTT TUDOMÁNYOK EGYETEME



CSÁKNÉ FILEP JUDIT • GOSZTONYI MÁRTON •  
RADÁCSI LÁSZLÓ • SZENNAY ÁRON • TIMÁR GIGI

# VÁLLALKOZÁSI KÖRNYEZET ÉS ATTITŰDÖK MAGYARORSZÁGON

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR  
NEMZETI JELENTÉS  
MAGYARORSZÁG  
2021-2022



**BGE**

Budapest, 2022

ISBN: 978-615-6342-24-9

DOI: [10.29180/978-615-6342-24-9](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-24-9)

Szerzők: Csákné Filep Judit, Gosztonyi Márton, Radácsi László, Szennay Áron, Timár Gigi

Lektor: Dr. Petheő Attila István

A szerzők külön köszönetüket fejezik ki Borsodi Zsófiának a kutatás projektmenedzseri támogatásáért, valamint az adatfelvételben közreműködő BGE-s kollégáknak.

© Kiadja a Budapesti Gazdasági Egyetem, 2022

Felelős kiadó: Prof. Dr. Heidrich Balázs

Felelős szerkesztő: Csákné Dr. Filep Judit

Sorozatszerkesztő: Timár Gigi

Olvasószerkesztő: Borsodi Zsófia

Nyomdai előkészítés: [typoslave]

Korlátozott felelősségi nyilatkozat:

A Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti jelentés – Magyarország a GEM projekt adatfelvételéből származó információk felhasználásával készül. A jelentésben szereplő adatok értelmezése és elemzése a szerzők felelőssége, akiknek álláspontja nem feltétlenül tükrözi az általuk képviselt intézmény nézeteit.

A GEM magyarországi partnere a Budapesti Gazdasági Egyetem.

A kutatást a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda végzi. Bővebb információ: [budapestlab.hu](http://budapestlab.hu)

A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási

Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021

(TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Támogatók:



# Tartalom

Köszöntő	5
Előszó	6
Vezetői összefoglaló	8
<b>ÁLTALÁNOS VÁLLALKOZÓI LÉGKÖR</b>	<b>13</b>
Az életkor és a nem hatása a vállalkozói léggör megítélésében	
Az iskolai végzettség hatása a vállalkozói léggör megítélésében	
Területi különbségek a vállalkozói léggör észlelésében	
Vágyunk-e vállalkozóvá válni?	
Nemzetközi kitekintés	
<b>A VÁLLALKOZÓK JELLEMZŐI</b>	<b>29</b>
Demográfia	
Technológiai szint szerinti megoszlás	
Kilépés a vállalkozói létből	
Motivációk	
Foglalkoztatás	
Innováció	
Lokalitás és exporttevékenység	
<b>VÁLLALKOZÓI ÖKOSZISZTÉMA</b>	<b>45</b>
Nemzetközi kitekintés	
<b>GEM TERMINOLÓGIA</b>	<b>59</b>
GEM fogalmi keretrendszer és adatfelvételi módszertan	
A GEM felmérésben részt vevő országok és kategorizálásuk	
Technikai részletek	



# Köszöntő



## **Dr. György László**

*Gazdaságstratégiaért és szabályozásért felelős államtitkár,  
Innovációs és Technológiai Minisztérium*

A fizikusok jól tudják, hogy egy léggömbbe zárt összes gázmolekula helyzetét nem lehet pontosan leírni, de ha elég sok adatunk van a mozgásukról, akkor elég pontosan előrejelezhetjük a léggömb viselkedését is. A vállalkozások száma is sok tízezres, folyton változnak, alakulnak és megszűnnek, de a gazdaságpolitikának szüksége van friss és pontos adatokra, hogy ennek a szektornak a mozgását követni és befolyásolni tudja.

Ezért fontos, hogy a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatása részeként öt év szünet után ismét zajlott Magyarországon is adatgyűjtés, a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda irányításával, az Innovációs és Technológiai Minisztérium és a Makronóm Intézet támogatásával. A kutatás során a felnőtt, 18-64 éves lakosság körében 2014 fő bevonásával zajlott reprezentatív kérdőíves felmérés, továbbá 36 kiválasztott szakértő megkérdezésére került sor.

Magyarországon a kutatás még a pandémia közepén is azt mutatta, hogy a vállalkozói élet pezseg: minden második ember ismer valakit, aki az elmúlt két évben indított vállalkozást. A GEM kutatás nemcsak a vállalkozások gazdasági helyzetéről ad információt, hanem a vállalkozók motivációjáról is. Érdeemes kiemelni, hogy a magyarországi vállalkozók nemcsak megélhetésük biztosítékaként tekintenek céjükre, hanem eszközként arra, hogy valamilyen lényeges dolgot vigyenek véghez, jobbat tegyenek egy kicsit a világot.

A gazdaságpolitika egyik alakítójaként ez utóbbi motivációt látom a legerősebb kapcsolatra, ami a vállalkozásokat és a vállalkozásfejlesztés rendszerét összeköti, és ami erős kiindulópontja lehet annak, hogy a hazai kis- és közepes vállalatok a 2020-as évek győztesei legyenek.

# Előszó



## **Prof. Dr. Heidrich Balázs**

*Rektor, Budapesti Gazdasági Egyetem*

A Budapesti Gazdasági Egyetem a jövő gazdasági szakembereinek magas szintű képzésével hozzájárul a gazdaság és a társadalom fejlődéséhez, tudományos tevékenységében pedig kiemelt figyelmet szentel a vállalkozáskutatás területének. Egyetemünkön kiemelten foglalkozunk többek között a családi vállalkozások, a vállalati fenntarthatóság, a vállalkozási ökoszisztéma, vállalkozói készségfejlesztés, valamint oktatás és sok más kapcsolódó terület vizsgálatával és fejlesztésével. A vállalkozások és vállalkozók megismerése iránti tudományos törekvéseink között fontos mérföldkő, hogy a BGE 2020-ban csatlakozott magyarországi partnereként a Global Entrepreneurship Monitor kutatói közösséghez, így sok év szünet után 2021-től ismét vannak magyar adatok is a világ legnagyobb vállalkozás kutatásában. Stratégiánk kiemelt eleme kutatásaink gazdasági és társadalmi hatásának növelése, amire egy ilyen, széles körben hasznosítható kutatási program kiváló lehetőséget kínál.

Örömmel szolgál, hogy a BGE a GEM közösséghez való csatlakozással tovább erősíti pozícióját a magyarországi és nemzetközi vállalkozáskutatásban. Alkalmazott tudományok egyetemeként fontos számunkra az is, hogy a GEM amellet, hogy kiemelkedő forrása a vállalkozások tudományos megismerésének, támogathatja a szakpolitika és a vállalkozások megalapozott döntéseinek meghozását is.

A GEM legfrissebb adatfelvételének egyetemvezetőként különösen érdekes eredménye, hogy a vállalkozási ökoszisztéma fejlődéséhez hozzájáruló legfontosabb tényezőként a vállalkozásoktatás és -képzés erősítését jelölték meg a megkérdezett szakértők kiemelkedő arányban, valamint, hogy a lakossági reprezentatív felmérés eredményei szerint sokan tudásban nem érzik magukat elég felkészültnek egy vállalkozás elindításához. Már a 2010-es évek közepén tudatosult bennünk, hogy komoly szerepünk lehet



a fiatalok vállalkozásra való felkészítésében és a magyar kis- és középvállalatok vezetőinek és tulajdonosainak képzésében, továbbképzésében. E meggyőződés vezetett oda, hogy egyetemünk stratégiájában a kkv-k támogatását tűztük ki célul. A BGE kiemelt figyelmet fordít üzleti képzései között a vállalkozói készségek és tudás fejlesztésére, valamint a vállalkozási hajlandóság növelésére is a fiatalok körében. Az elmúlt évek munkájával pedig sikerült bizonyítanunk, hogy az oktatás és kutatás tényleg tud tenni a vállalkozásokért.

Remélem, hogy a most közreadott jelentés sokak számára jelent majd hasznos információt és inspirációt munkája során, legyen akár tudományos kutató, szakpolitikus, az ökoszisztémát támogató vállalkozásfejlesztési szakértő, vagy végül, de egyáltalán nem utolsó sorban, vállalkozó.

# Vezetői összefoglaló

A vállalalkozási környezet és a vállalalkozással kapcsolatos attitűdök megismerése az egész gazdaság és társadalom számára fontos téma, hiszen a vállalalkozások olyan pénzügyi és nem pénzügyi értéket teremtenek, amire nemzetgazdaságunknak és közösségeinknek nagy szüksége van. A vállalalkozások fejlődése, valamint innovációs potenciálja számos gazdasági, környezeti és társadalmi probléma megoldásához járulhat hozzá. A vállalalkozók és a vállalalkozási környezet aktuális állapotának mélyebb megismerése amellet, hogy hasznos látképet ad, forrásként szolgálhat a döntéshozók számára is. A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalalkozáskutatása 1999 óta biztosít megbízható adatokat a felmérésben részt vevő gazdaságokra jellemző vállalalkozói aktivitásról, a vállalalkozási ökoszisztéma helyzetéről.

A globális felmérésben, amelyben világszerte neves egyetemek vesznek részt, 2020-tól a Budapesti Gazdasági Egyetem képviseli Magyarországot. A 2016 óta az első, hazai, már a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda irányításával zajló adatgyűjtésre 2021-ben került sor. A kutatás során a felnőtt, 18-64 éves lakosság körében 2014 fő bevonásával zajlott reprezentatív kérdőíves felmérés, továbbá 36 kiválasztott szakértő megkérdezésére került sor. Jelen riport a kutatás magyar eredményeit foglalja össze, információt biztosítva a vállalalkozói atmoszféra, aktivitás és ökoszisztéma hazai helyzetéről.

## Vonzó a vállalalkozás, de mégsem vágnak bele

A GEM felmérés legfrissebb eredményei alapján ellentmondásos kép bontakozik ki a magyar vállalalkozói atmoszféráról. **Bár sokan – a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők és fejlettebb gazdasági régiókban élők pedig még többen – követendő, magas státuszt biztosító karrierútként azonosítják a vállalalkozói létet, mégis keve-**

**sen vágnának bele vállalkozásba valójában, elsősorban saját tudásuk és tapasztalataik hiányára hivatkozva.** Pedig a magyarok közel fele (49,7%) szerint Magyarországon könnyű vállalkozást indítani, és a lakosság egyharmada (36,5%) úgy véli, hogy a következő fél évben jó lehetőségek nyílnak a vállalkozásindításra. A vállalkozói élet pezsgését mutatja az is, hogy szinte minden második ember ismer valakit, aki az elmúlt két évben indított vállalkozást, a fiatalok között pedig még többen vannak ilyenek.

A válaszadók egyharmada (36%) érzi úgy, hogy megfelelő képességekkel és tudással rendelkezik egy vállalkozás elindításához – ezzel **a magyarok vállalkozásindításra való felkészültsége saját megélésük alapján európai uniós és régiós összehasonlításban is sereghajtónak számít.** Bár a magyarokat szokták kudarckerülő attitűddel jellemezni, a válaszadóknak csak 38,2 százalékát tartja vissza a kudarctól való félelem a vállalkozásindítástól, ami kedvezőbb, mint a nemzetközileg mért értékek.

A férfiak nagyobb arányban látják úgy, hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani, és jobban bíznak abban is, hogy az ehhez szükséges tudás és képességek birtokában vannak. A fiatalok nemtől függetlenül kevésbé bíznak saját tudásukban és kevésbé vélekednek pozitívan a vállalkozásindítást támogató környezetről is, ennek ellenére szívesebben vágnának bele vállalkozásba. A magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők és a fejlettebb gazdasági régiókban élők magasabb arányban gondolják úgy, hogy képesek lennének elindítani egy vállalkozást, és ugyanők látják maguk előtt a vállalkozói karriert a leginkább elérendő célként.

**A vállalkozási aktivitást vizsgálva Magyarország a nemzetközi középmezőnyben helyezkedik el.** A vállalkozói aktivitás összességében magasabb a férfiak, a 25-44 év közötti korosztály és a magasabb iskolázottsággal rendelkezők esetében. A felnőtt lakosság 10,4 százaléka tervezi vállalkozás indítását a következő három évben, a korai szakaszban lévő (kevesebb, mint 3,5 éve bért fizető) vállalkozási aktivitás pedig 9,8 százalék. Ez alacsonyabb a GEM-ben részt vevő országok átlagánál (13,7%), a bejáratott vállalkozással rendelkezők aránya (8,4%) viszont némileg magasabb a globális átlagnál (6,8%). Európai összehasonlításban a magyar vállalkozói aktivitás inkább magasnak tekinthető. A korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás a vizsgálatban szereplő 18 európai uniós tagország közül az ötödik, míg a 23 európai ország közül a nyolcadik legmagasabb. A bejáratott vállalkozások aránya mind a felmérésben részt vevő európai uniós, mind az európai országok között a hetedik legmagasabb.

## Megélhetés és a világ jobbjá tétele

**A magyarországi vállalkozók tevékenységének legerősebb motivációja a saját megélhetés biztosítása, emellett ugyanakkor fontos indokként jelenik meg – különösen**

**a korai szakaszban lévő vállalkozások esetében – az is, hogy a vállalkozás eszköz ahhoz, hogy valamilyen lényeges dolgot vigyenek véghez.** A vállalkozói létből való kilépés legfontosabb oka is pénzügyi jellegű (34% jelölt meg ilyen okot), második helyen 2021-ben a COVID-19 pandémia áll (18%).

**A magyar vállalkozások alacsony innovációs aktivitását mutatják a GEM adatfeldvétel eredményei.** A korai szakaszban lévő vállalkozók 73 százaléka, míg a bejáratott vállalkozók 85 százaléka kizárólag meglévő, a lakóhelyén is ismert termékeinek, szolgáltatásainak értékesítésével foglalkozik. A korai szakaszban lévő vállalkozások háromnegyede (76,8%), míg a bejáratott vállalkozások négyötöde (79,4%) kizárólag bevett technológiákat, eljárásokat használ. Az innovációra nyitott vállalkozók is legfeljebb a lakóhelyükön vagy az országban újnak számító termékekkel vagy szolgáltatásokkal jelennek meg a piacon. Globális szinten innovatív cégek pedig minimális arányban, és kizárólag a korai szakaszban lévő vállalkozások között vannak jelen.

A magyar vállalkozások a GEM eredményei szerint döntő többségükben a lakóhelyük környékéről rendelkeznek ügyfelekkel, országos ügyfélkörrel a vállalkozások valamivel több, mint fele rendelkezik (korai szakaszban lévő vállalkozásoknál 59,6%, bejáratott vállalkozások estén 62,2%). Külföldi vásárlója kevesebb, mint minden ötödik magyar vállalkozásnak van.

## **A középmezőnyben a hazai vállalkozási ökoszisztéma**

A kutatásba bevont szakértők értékelése alapján Magyarország **a vállalkozói ökoszisztémát jellemző NECI index 4,5-ös értéke alapján európai szinten az alsó-közép szegmensbe sorolódik.** Egyértelmű törésvonal mutatható ki az Európa nyugati és északi területein elhelyezkedő országok, valamint a közép- és kelet-európai országok pontszámai között. **A közép- és kelet-európai régió átlagos pontszáma 4,2, a régión belül Magyarország vállalkozói ökoszisztémája kapta a legmagasabb értékelést.**

A hazai ökoszisztéma a fejlettségi rangsor középmezőnyében kap helyet (európai tekintetben inkább alsó-közép, közép- és kelet-európai tekintetben pedig vezető pozíciót elfoglalva). A szakértők az ökoszisztéma elemeinek hiányosságait, illetve előnyeit a felmérés többi országában megkérdezettekhez hasonlóan értékelik. A hazai szakértők a vállalkozói ökoszisztémával kapcsolatban a vállalkozásoktatást, a piaci nyitottságot, a dinamikát, a kormányzati támogatási politikát, valamint a K+F transzfer területeket ítélik meg kedvezőtlenebbül, míg az infrastrukturális szegmensek és az adókra és bürokráciára vonatkozó kormányzati politika tekintetében pozitív attitűd mérhető. **A hazai szakértők a vállalkozói tevékenység fejlesztését befolyásoló kulcstényezőként a vállalkozásoktatás és -képzés erősítését jelölték meg kiemelkedő arányban.**

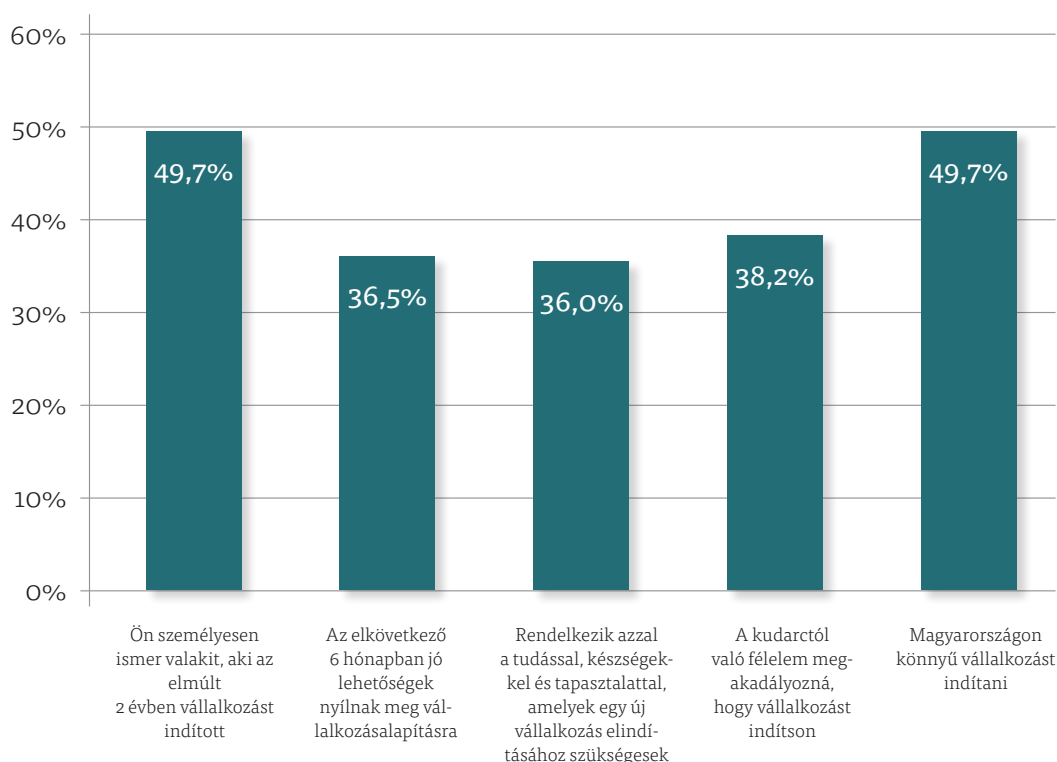




# ÁLTALÁNOS VÁLLALKOZÓI LÉGKÖR

A GEM adatfelvétel lehetővé teszi az országok vállalkozói légkörének értékelését és a felnőtt lakosság észlelésének felmérését (1. ábra). A vállalkozói aktivitást érzékletes módon mutatja, hogy szinte minden második ember (49,7%) ismer valakit személyesen, aki az elmúlt két évben indított vállalkozást, és ugyanilyen arányban vannak azok, akik szerint Magyarországon könnyű vállalkozást indítani. A lakosság egyharmada (36,5%) azt gondolja, hogy a következő fél évben jó lehetőségek nyílnak a vállalkozásindításra Magyarországon, és szintén egyharmad (36%) érzi úgy, hogy ehhez megfelelő tudással és képességekkel rendelkezik. A fentiek mellett pedig az embereknek csak valamivel több, mint egyharmadát (38,2%) tartja vissza a vállalkozásindítástól a kudarctól való félelem.

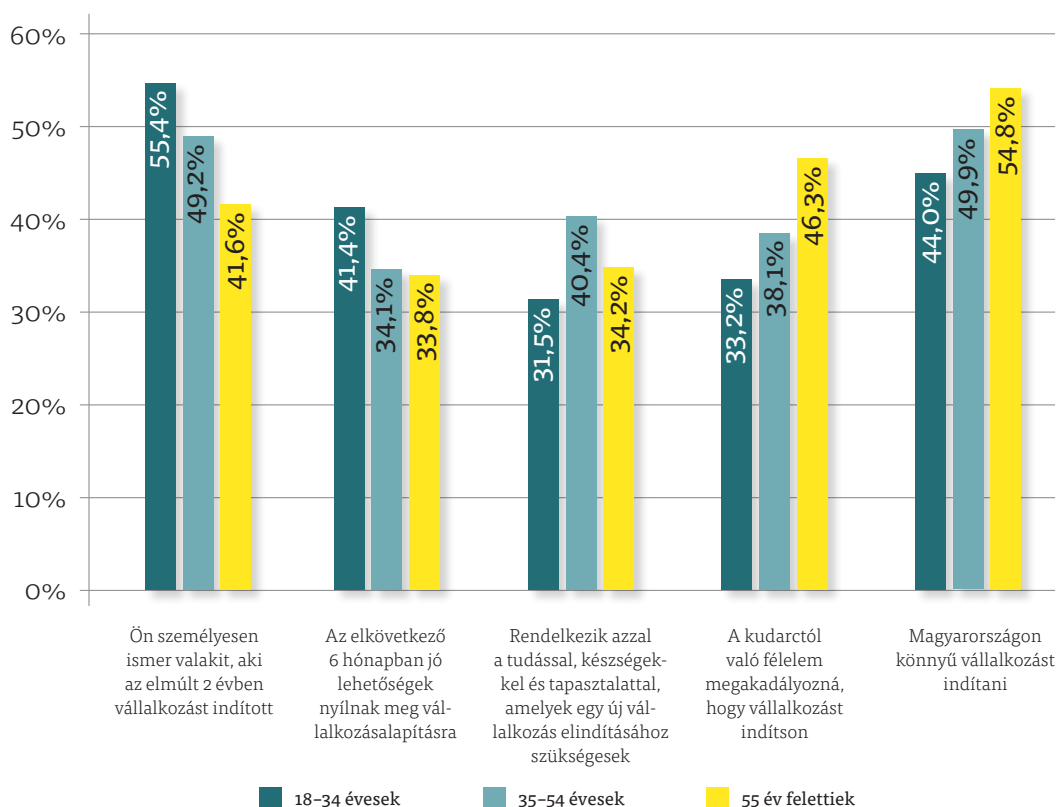
1. ábra: Vállalkozói légkör Magyarországon



## Az életkor és a nem hatása a vállalkozói légkör megítélésében

A vállalkozói atmoszférát mérő öt változó (2. ábra)\* életkor szerinti elemzése azt mutatja, hogy a fiatal felnőttek (18–34 évesek) valamennyivel több az elmúlt két évben vállalkozóvá váló személyt ismernek (55,4%), mint a 35–54 évesek (49,2%) és az 55 év feletti (41,6%). Hasonlóan változik az életkorral az is, hogy mennyire tartják jó ötletnek az emberek a következő hónapokban való vállalkozásindítást. Míg a fiatalok 41,4 százaléka, addig az idősebbeknek csupán 33–34 százaléka vélekedik erről pozitívan.

2. ábra: Vállalkozói atmoszféra életkor szerinti értékelése



A tudásra, készségekre és tapasztalatokra vonatkozó kérdés esetében a következő megoszlás figyelhető meg: a legfiatalabb korcsoport érzi magát a legtapasztalatlanabbnak (31,5%), a legidősebbek sorolódnak középre (34,2%) és a középkorúak érzik a leginkább felkészültnek magukat (40,4%) a vállalkozásindításhoz. Ugyanakkor a fiatalok félnek a legkevésbé a vállalkozással járó esetleges kudarcból (33,2%), és a félelem folyamatosan nő az idősebb korosztály felé haladva (38,1% és 46,3%). Ehhez képest viszont a legidősebb korosztály tagjai vélekednek úgy legnagyobb arányban (54,8%), hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani, ez a vélekedés az életkor csökkenésével ritkábbá válik (49,9% és 44,0%).

\* A keresztváltozós elemzések esetében a  $\chi^2$  próbák szignifikancia eredményei minden esetben 0,05-nél kisebb értéket vettek fel, így a változók között sztochasztikus korreláció áll fent. Az  $\eta$  (Eta) értékek alapján továbbá nem voltak mérhető éles eltérések a hatásokkal kapcsolatosan.

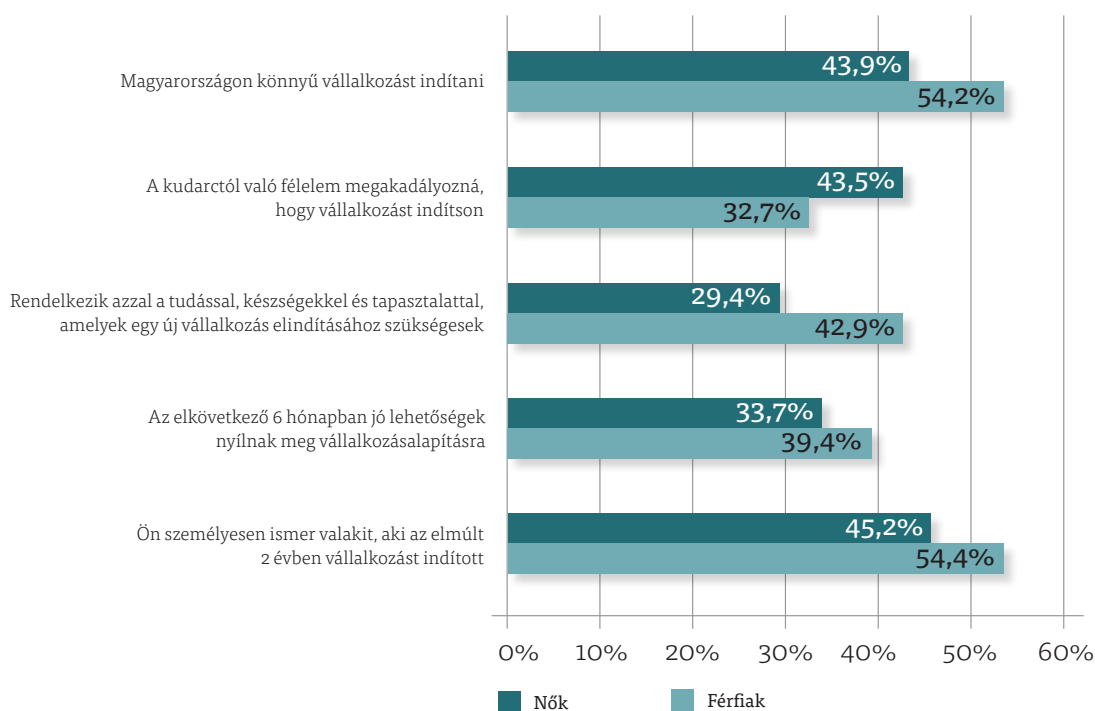


**Összességében elmondható, hogy az életkorral összefüggésben változik, miképp ítélik meg az emberek a magyarországi vállalkozói atmoszférát.** A fiatalabb korosztály több vállalkozót ismer, szívesebben vágná bele egy vállalkozásba, és kevésbé fél a kudarctól. Ugyanakkor nem érzi azt, hogy megfelelő tudással készségekkel és tapasztalattal rendelkezik a vállalkozásindításhoz, illetve sokkal kevésbé gondolja azt, hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani, mint az idősebb korosztály tagjai. Az azonos mintázat csak a tudás és készség változó tekintetében törik meg, ahol a fiatalok és idősek közötti középkorú generáció véli úgy leginkább, hogy birtokában van a vállalkozásindításhoz szükséges tudásnak, készségeknek és tapasztalatnak.

*A fiatalok félnek a legkevésbé a kudarctól, bár kevésbé gondolják, hogy könnyű lenne vállalkozást indítani.*

A férfi válaszadók a nőknél rendre nagyobb arányban értenek egyet (3. ábra) azzal, hogy Magyarországon könnyű vállalkozást indítani, és hogy a következő hónapokban ezt jó ötletnek tartják. Ugyanígy saját megítélésük szerint nagyobb arányban vannak birtokában az ehhez szükséges tudásnak és tapasztalatnak, valamint többen választották, hogy van személyes kapcsolatuk vállalkozóval. A fentiek alapján nem meglepő módon a férfiak kevésbé félnek a vállalkozásindítással járó esetleges kudarctól is.

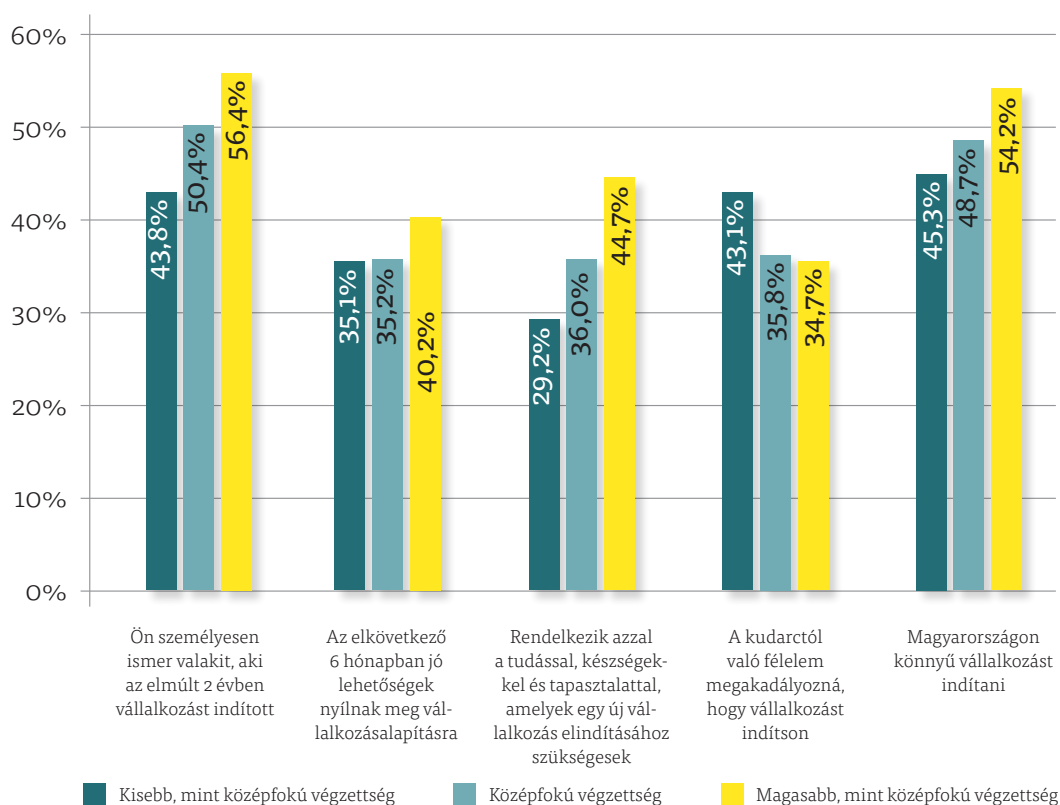
3. ábra: Vállalkozói atmoszféra nemek szerinti értékelése



## Az iskolai végzettség hatása a vállalkozói légkör megítélésében

A vállalkozói atmoszféra megítélése eltér a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők esetében is (4. ábra).

4. ábra: Vállalkozói atmoszféra iskolai végzettség szerinti értékelése



A magasabb iskolai végzettségűek pozitívabban ítélik meg a vállalkozói atmoszférát.

Az iskolai végzettség szintjének emelkedésével folyamatosan nő azok aránya, akik személyesen is ismernek az elmúlt két évben vállalkozást indító személyt (43,8%, 50,4% és 56,4%), akik úgy gondolják, hogy megfelelő tudással és készségekkel rendelkeznek egy vállalkozás elindításához (29,2%, 36%, 44,7%), valamint akik szerint egyszerű a vállalkozásindítás (45,3%, 48,7%, 54,2%). Szintén a magasabb iskolai végzettségűek közül gondolják többen, hogy a következő hat hónapban jó lehetőségek nyílnak (40,2%), szemben az alacsony és középfokú végzettségűek esetében mért adatokkal (35,1% és 35,2%-kal). Ezzel ellentétes összefüggés mutatkozik meg a kudartól való félelem esetében: az alacsony iskolai végzettségtől a magasabb felé haladva csökken azok aránya, akiket a bukástól való félelem tart vissza a vállalkozásindítástól (43,1%, 35,8%, 34,7%).

## Területi különbségek a vállalkozói légkör észlelésében

**A vállalkozói atmoszférát befolyásoló tényezők megyei bontásban történő vizsgálata változatos megoszlást mutat, az eredmények alapján minden vizsgált tényezőre jellemző, tendenciaszerű területi különbségek nem rajzolódnak ki.**

A gazdaságilag fejlettebb megyékben élők inkább tartják jó ötletnek a következő fél évben a vállalkozásindítást. Kiemelkedően sokan vélekednek így az Ausztriához közel eső



## Schild Patrick

a Budapesti Gazdasági Egyetem Team Academy  
vállalkozói képzésének hallgatója

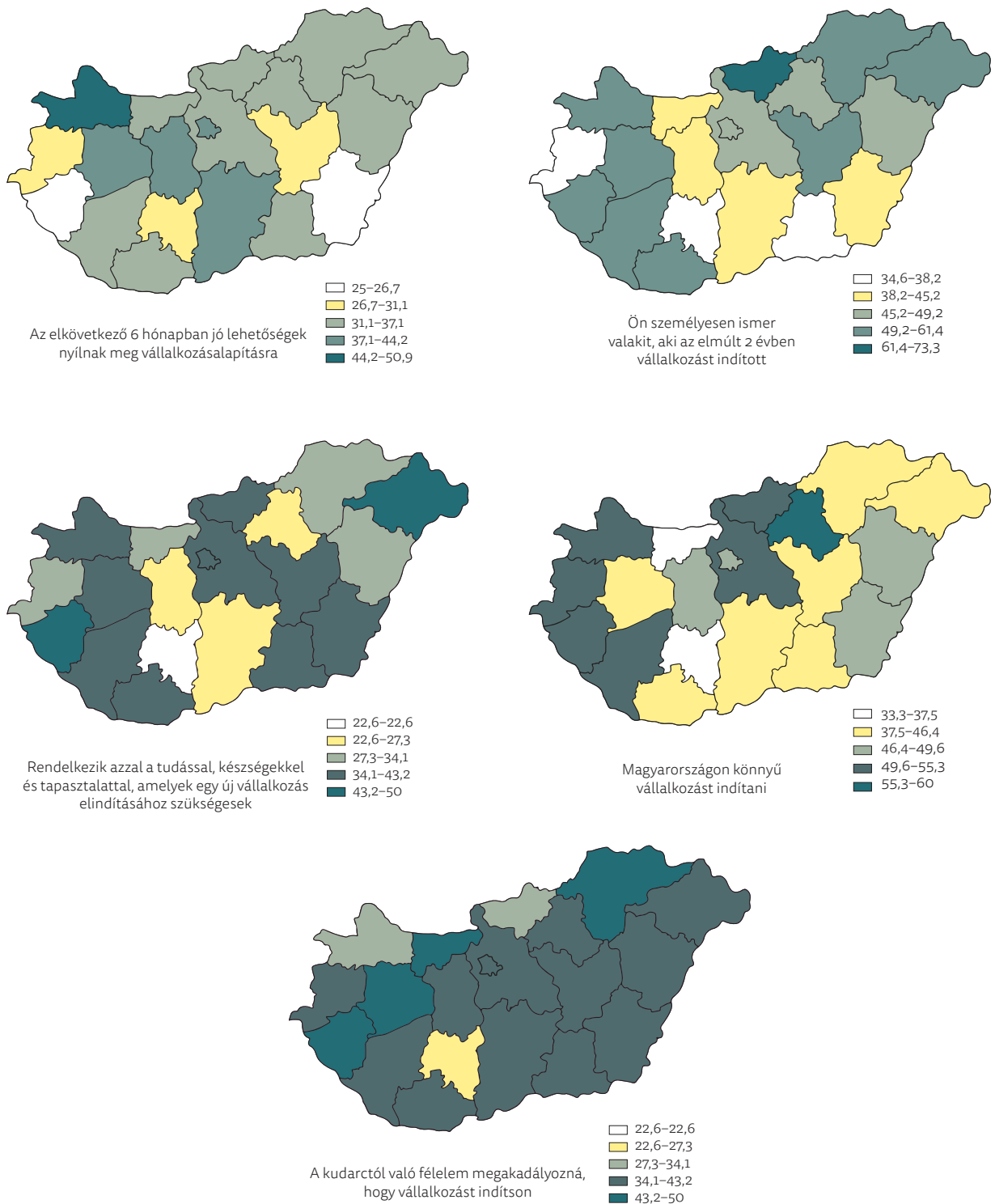
**A Light'n'Shoes,  
limitált sportcipőket  
értékesítő vállalkozás  
egyik alapítója.**

Egészen kis korom óta érdekel a vállalkozás. Ebben biztosan szerepe van annak is, hogy édesapám és nagyapám is vállalkozó volt. A szüleim családi vállalkozást üzemeltetnek, ahová alkalmanként én is besegítettem. Bár a saját érdeklődési köröm más terület felé vitt, így világos volt, hogy nem ezt az üzletet fogom átvenni, abban mindig biztos voltam, hogy vállalkozni szeretnék. Hogy miért? Mert szeretem, ha azzal foglalkozhatok, ami igazán érdekel, önálló döntéseket hozhatok és kreatív megoldásokat kereshetek. Ehhez pedig semmi nem adhat nagyobb szabadságot, mint egy saját vállalkozás.

A kockázat persze minden vállalkozásnak része, de ez engem sosem ijesztett meg. Láttam már nehezebb helyzetben lévő vállalkozásokat, köztük láttam édesapámat is ilyen helyzetben. És láttam azt is, hogyan kezelte és oldotta meg ezeket a helyzeteket. A nehéz helyzetek elkerülhetetlenek, de úgy gondolom, hogy megfelelő tudással és a jó döntésekkel mindent meg lehet oldani. A kudarc pedig számomra hozzá tartozik a fejlődés és előrehaladás folyamatához. Az, hogy ezt hogyan kezeljük, hogy tanulunk belőle és a saját hasznunkra fordítjuk, vagy hagyjuk, hogy összetörjön, csak rajtunk múlik. Így a kudarctól való félelem, vagy a kockázatoság gondolata sosem tántorított el attól, hogy vállalkozó legyek.

Győr-Moson-Sopron megyében és az átlagnál többen Veszprém, Fejér és Bács-Kiskun megyében, valamint a fővárosban. Az elmúlt két évben vállalkozást indító személyekkel való ismeretség esetében nem mutatható ki ilyen regionális polarizáció, mind a keleti, mind a nyugati országrészben magas azon válaszadók aránya, akik személyesen ismernek vállalkozókat (5. ábra).

5. ábra: Vállalkozói atmoszféra területi értékelése



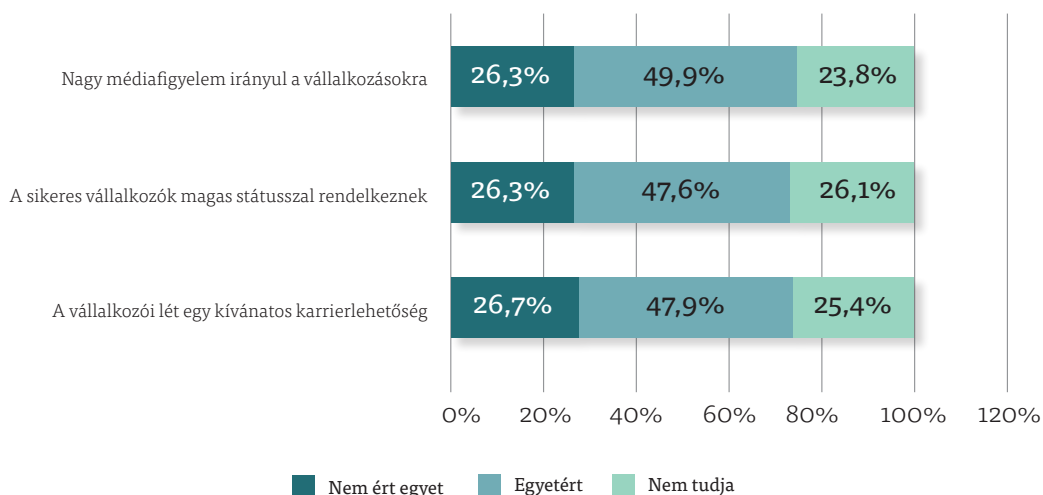
Szabolcs-Szatmár-Bereg és Zala megyében a legmagasabb azok aránya, akik saját megítélésük szerint rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel és tapasztalattal. A területi megoszlás szerinti elemzésből látható, hogy a Heves megyében és főként a nyugati, határmenti megyékben lakók (Győr-Moson-Sopron megye, Vas megye, Zala megye, Somogy megye) valamint a Pest megyében és Nógrád megyében élők látják magas arányban úgy, hogy Magyarországon egyszerű vállalkozást indítani, a déli határ menti megyékben, valamint az észak-keleti megyékben élők között a legalacsonyabb az ezzel egyetértők aránya. Ezzel csak részleteiben mutat azonosságot a kudarctól való félelem erőssége. Ez legerősebben Borsod-Abaúj-Zemplén megye választadói között mérhető, valamint a gazdaságilag fejlettebb megyék közül Komárom-Esztergom, Veszprém és Zala megyék esetében jelenik meg.

## Vágyunk-e vállalkozóvá válni?

Arról, hogy a lakosság mennyire látja vonzóknak a vállalkozói életutat, sokat elmond, hogy mennyire tekinti követendő karrierútnak a vállalkozóvá válást, mennyire tekinti magas társadalmi státuszúnak a vállalkozókat, vagy gondolja azt, hogy a médiában nagy hangsúlyt fektetnek a vállalkozók bemutatására. A GEM adatfelvétel alapján Magyarországon sokak által vágyott létállapot a vállalkozói lét, amelyet az emberek közel fele magas presztízű és követendő létformának tart.

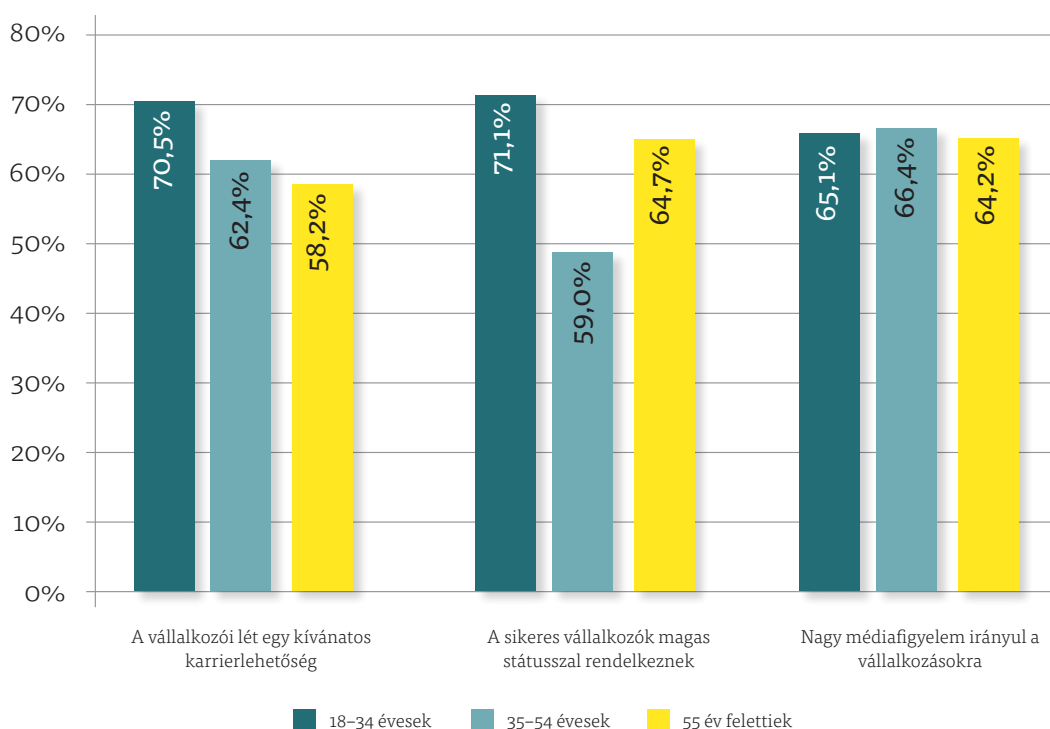
Mindhárom vizsgált állítással: a médiában kiemelt szerepet kapnak a vállalkozók (49,9%), a magyarországi vállalkozókat magas társadalmi státusz övezi (47,6%), a vállalkozói lét vágyott karrier Magyarországon (47,9%), körülbelül a mintába kerültek fele ért egyet (6. ábra). Ennek ellentétét pedig rendre a választadók körülbelül negyede gondolja. A képet kissé ellentmondásossá teszi a „nem tudja” válaszok magas aránya, amely rendre 25% körül mozog.

6. ábra: Vállalkozói lét értékelése



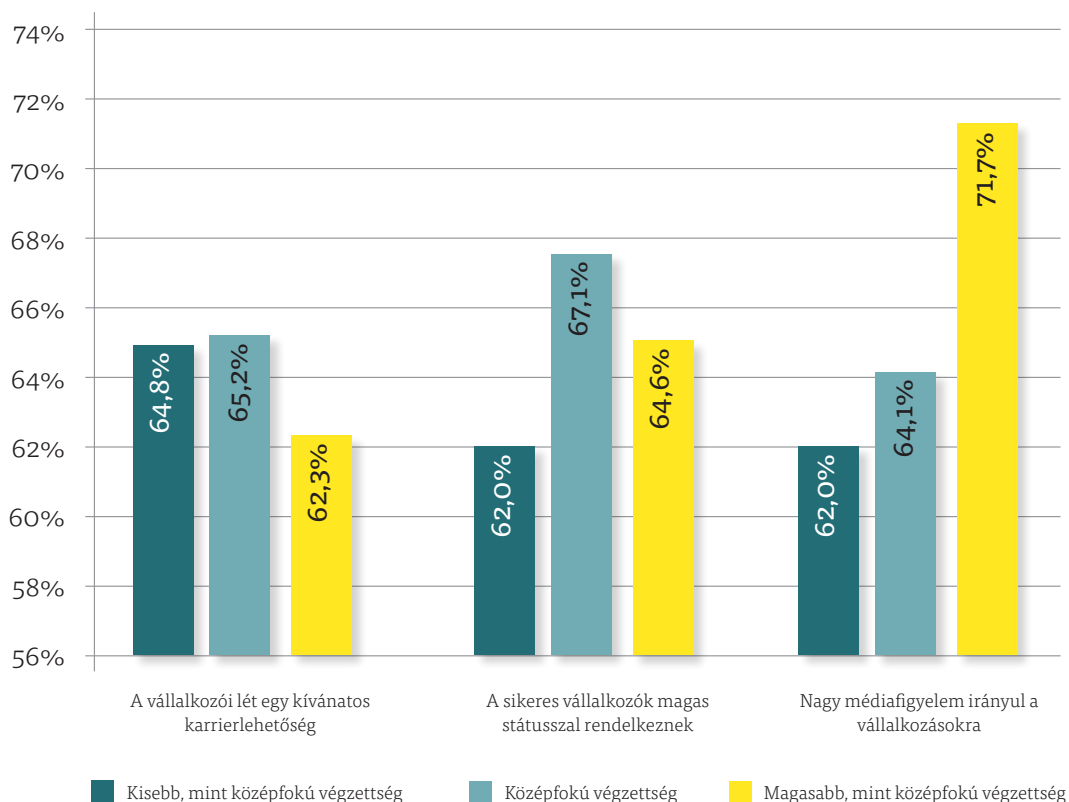
E tekintetben a vizsgálat nem mutatott szignifikáns eltérést a nők és férfiak között, életkori bontás szerint azonban érdekes eltérések mutatkoznak. A vállalkozói lét mint követendő karrierút legerősebben a fiatal korosztály körében jelenik meg (70,5%) (7. ábra). Ugyan csökkenő arányban (62,4% és 58,2%), de ez az idősebb korosztályoknál is markánsan megjelenő vélemény. Hasonlóan magas arányban vannak jelen mindhárom korcsoportban, akik magas státuszt párosítanak a vállalkozói léthez, ugyanakkor ennél a változónál a fiatalabb és a legidősebb korosztályok azok, akik az állítással kiemelkedően egyetértenek (71,1% és 64,7%). Minden korcsoportban körülbelül 65 százalék azok aránya, akik úgy vélik, hogy nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra.

7. ábra: Vállalkozói lét értékelése életkori bontásban



Az iskolai végzettség kevésbé befolyásolja a vállalkozói létről alkotott véleményt (8. ábra). Mindhárom végzettségi kategóriában magas (60% fölötti) azon válaszadók aránya, akik követendő karrierútnak látják a vállalkozóvá válást. Ugyancsak kicsi az eltérés a vállalkozókhöz kötődő magas presztízs megítélésében az iskolai végzettség alapján. Ebben a kérdéskörben azonban a középfokú végzettségűek körében egy kisebb pozitív kiugrás (67,1%) figyelhető meg. Végül a médiajelenlétben a magas iskolai végzettségűek esetében tapasztalható kiugrás (71,7%), körükben kiemelkedik azon válaszadók aránya, akik magas médiajelenlétet párosítanak a vállalkozói léthez.

8. ábra: Vállalkozói lét értékelése iskolai végzettség szerinti bontásban



A vállalkozó lét mint követendő karrierút leginkább a nyugat-dunántúli megyékben, a gazdaságilag fejlettebb régiókban élők körében vonzó. A magas társadalmi státusz és a vállalkozói lét kapcsolata megyei szintű bontásban ennél már összetettebb képet mutat (9. ábra). Itt is kiugróak ugyan a határmenti, dél-magyarországi megyék (Baranya és Bács-Kiskun megye), azonban magas egyetértés mérhető az állítással Komárom-Esztergom megyében, továbbá a Balaton környéki megyéink és a főváros esetében is. Végül a médiajelenlét tekintetében ismételten a nyugat-dunántúli megyékben és a Csongrád-Csanád megyében élő válaszadóknál találunk kiugró egyetértést.





## Bartha Álmos

alapító, QuizNight.hu

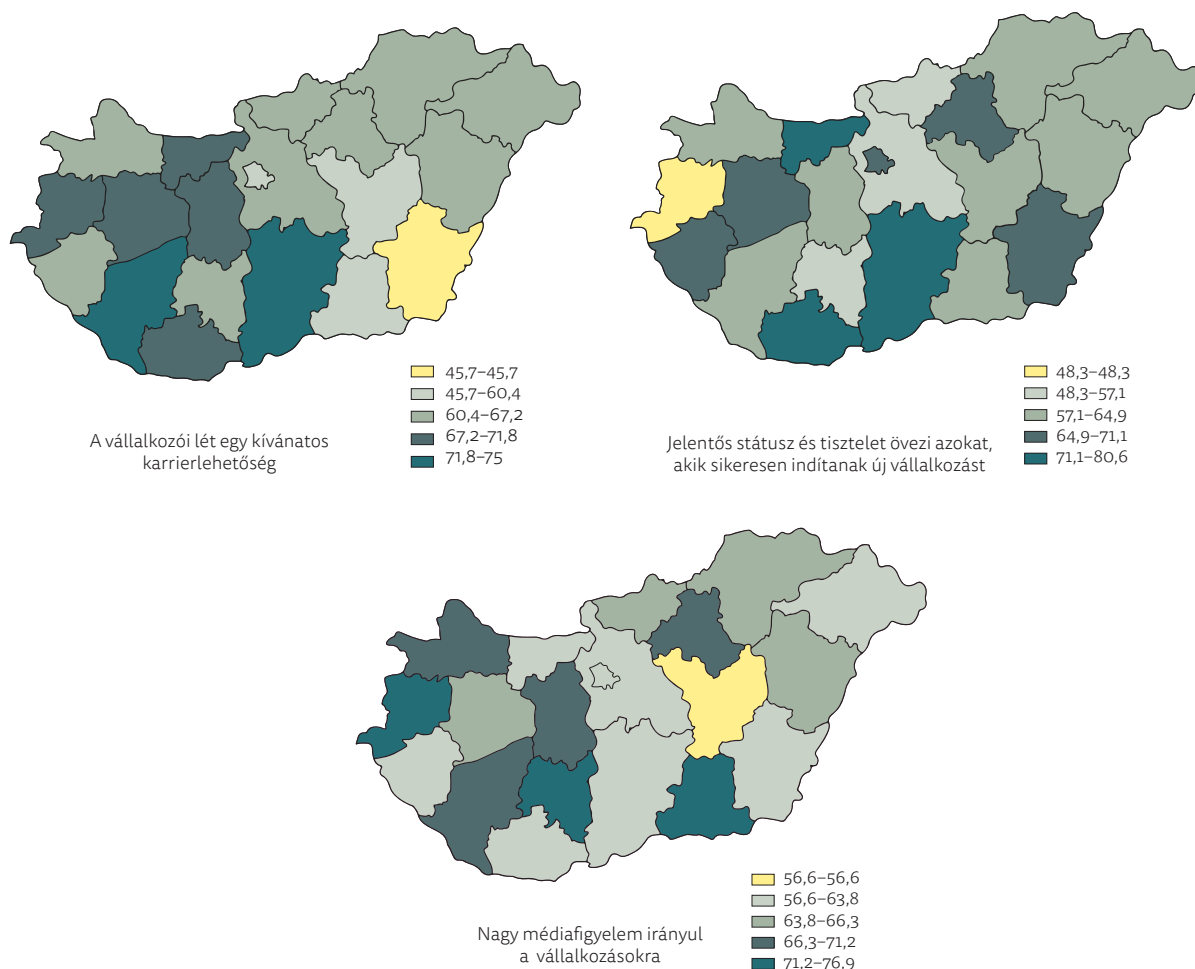
**A Quiznight.hu az angolszász kultúrában közismert kocsmakvízeket valósította meg elsőként Magyarországon. 7 év alatt 5 országban, harmincnál is több városban várják a játszani vágyókat.**

13 éve kezdtem pub quizeket szervezni, az elején üzleti cél nélkül, hobbiból. Nagyjából 7 éve ez a főtevékenységem, és az első kifejezés, ami eszembe jut az az, hogy nehéz, de menő. Azt tapasztalom, hogy mások is pozitívan, elismeréssel tekintenek azokra, akik mernek vállalkozni. Sokáig tartott ez utóbbit elfogadnom, mert olyan családból jövök, ami szerint az önmegvalósítás inkább elítélendő, mint támogatott karrierút. A vállalkozók hazai megítélése azonban sokat fejlődött az elmúlt évtizedben, köszönhetően a rengeteg, nemzetközileg is sikeres új cégnek.

Sokáig párhuzamosan csináltam a QuizNightot más projektjeim, megbízásaim mellett, sosem gondoltam, hogy egyszer ez lesz a főcsapás. Egyszerűen úgy alakult, hogy az egyik nyáron elhalt a többi projekttem és lett annyi bevétel a quizből, hogy meg tudtam belőle élni. Akkor merült fel bennem, hogy ha már adódott egy lehetőség, hogy a hobimból tudok élni, akkor ezt illene kihasználnom és addig csinálnom, amíg élvezem, amíg van rá igény és visz a lendület. Számomra a vállalkozói lét így minden nehézsége ellenére is ajándék, aminek nagyon örülök és igyekszem a lehető legteljesebben megélni, amíg tart.



9. ábra: Vállalkozói lét értékelése területi bontásban



## Nemzetközi kitekintés

Magyarország a vállalkozókkal való személyes kapcsolat gyakorisága tekintetében a GEM felmérésben 2021-ben részt vevő európai uniós tagországok, valamint a felmérésben részt vevő visegrádi országok\* adataival összevetve a középmezőnyben helyezkedik el (10. ábra). Hazánkban szinte minden második ember úgy nyilatkozott, hogy ismer valakit, aki az elmúlt két évben vált vállalkozóvá (49,7%).

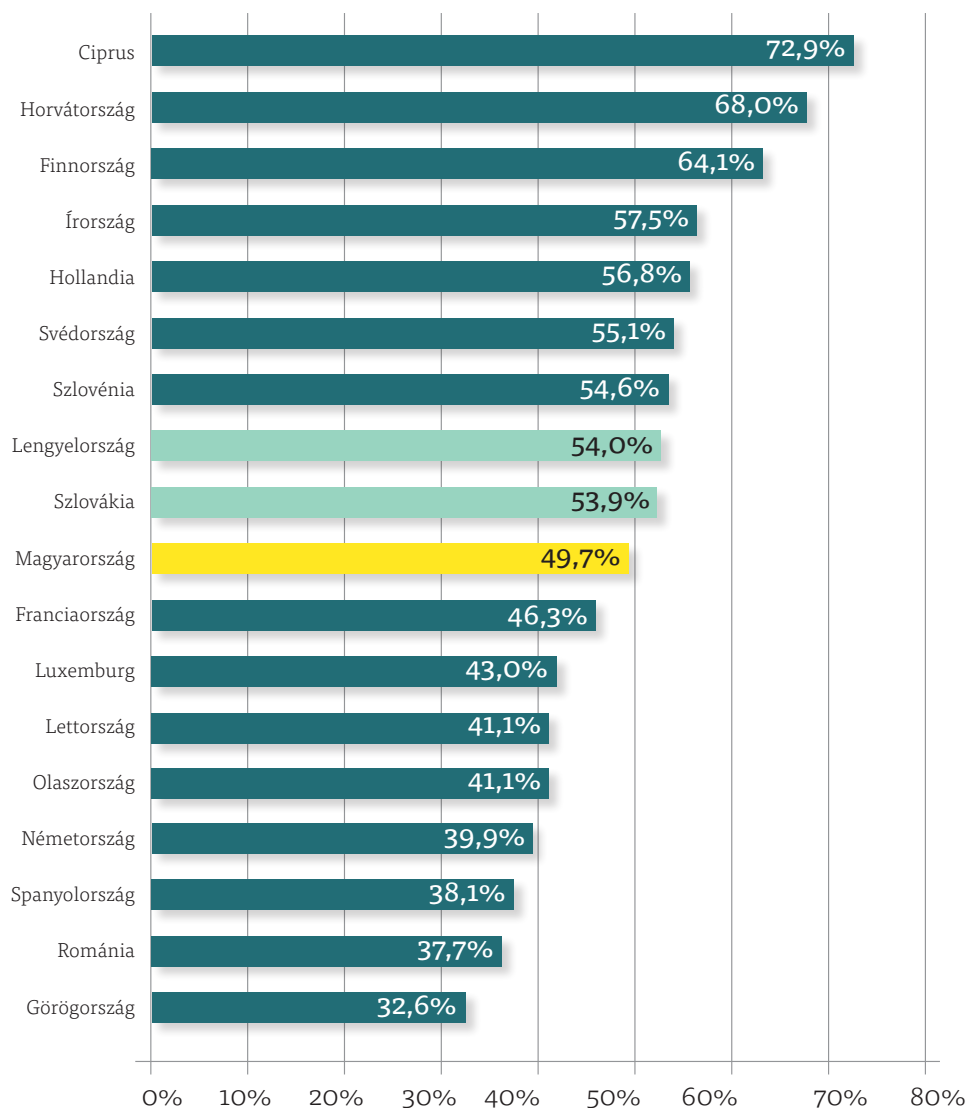
Az adatok alapján egyébként nem fedezhetünk fel az EU-s országokra általában jellemző mintázatot. Sem a nemzetközi összehasonlításban az élen szereplő országok (Ciprus, Horvátország, Finnország), ahol a válaszadók majd kétharmada rendelkezik személyes, vállalkozókkal kialakított kapcsolattal, sem a lista végén szereplő országok, ahol a válaszadók csupán harmada ismer személyesen vállalkozót (Görögország, Románia, Spanyolország) nem képeznek egységes csoportot sem regionálisan, sem gazdasági értelemben.

\* 2021-ben Csehország nem vett részt a GEM adatfelmérésben, így a magyar adatokat csupán „V3”-as szinten tudtuk összevetni: Lengyelország, Szlovákia és Magyarország összehasonlítására nyílt lehetőségünk.

*A vállalkozói környezet megítélése alapján Magyarország az európai középmezőnyben helyezkedik el.*

10. ábra: Személyes ismeretségek vállalkozókkal, nemzetközi kitekintésben

Ön személy szerint ismer valakit, aki az elmúlt 2 évben vállalkozást indított

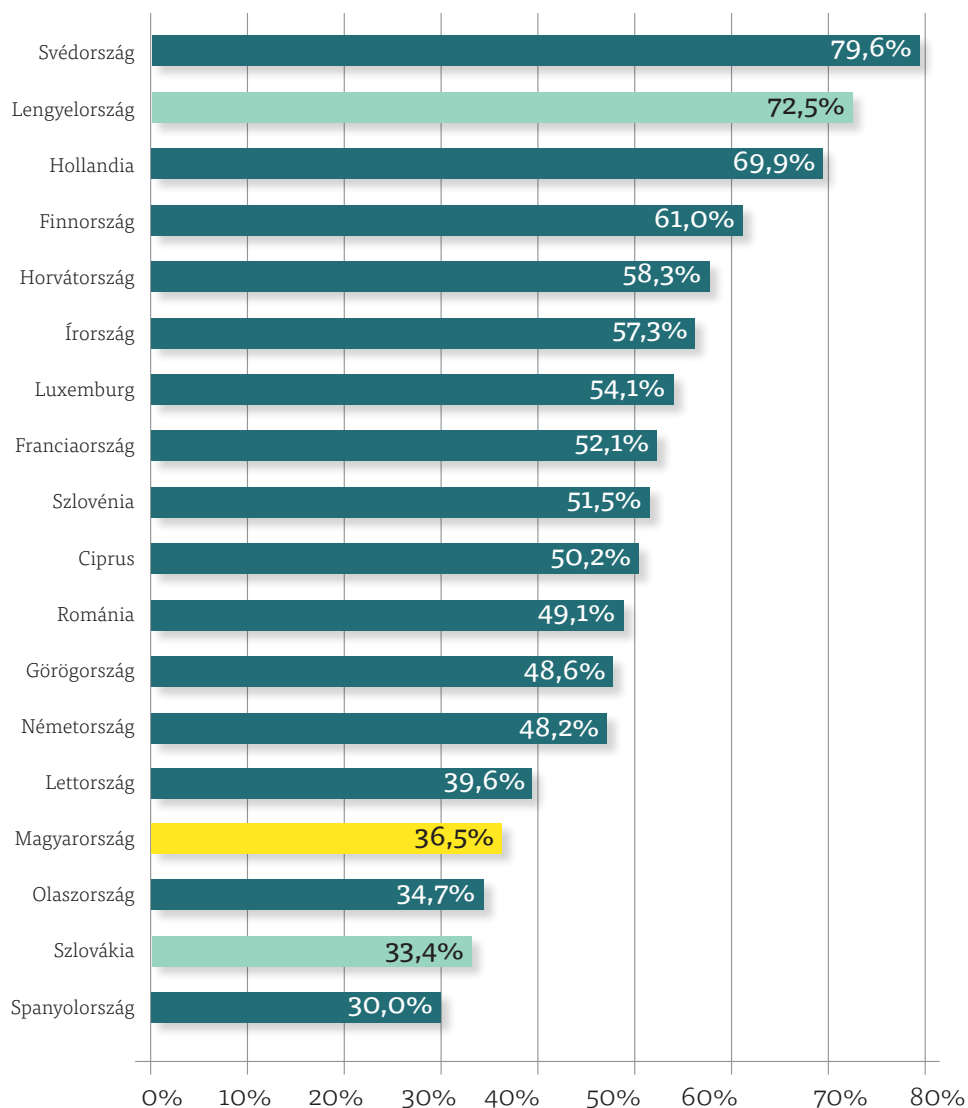


A felmérésben részt vevő visegrádi országokat ugyanakkor akár egy klaszternek is tekinthetjük: mindhárom országban hasonló arányban ismernek a válaszadók az elmúlt két évben vállalkozóvá vált személyt (Lengyelország: 53,9%, Szlovákia: 53,9%, Magyarország: 49,7%).

A fenti kérdéssel ellentétben nem alkot egységes tömböt a felmérésben részt vevő három visegrádi ország abban a kérdésben, hogy mennyire tartja jó ötletnek a lakosság a következő fél évben egy vállalkozás elindítását. Magyarországon az EU-s és a visegrádi országok adataival összevetve kevesen, mindössze a lakosság harmada (36,5%) gondolja úgy, hogy a következő fél évben jó ötlet lenne vállalkozást indítani. Ezzel Magyarország Szlovákiához hasonlóan (33,39%) a lista alsó harmadában helyezkedik el, míg Lengyelország (72,54%) nemzetközi szinten kiemelkedően magas értéket ért el (11. ábra).

11. ábra: A vállalkozásindítás mint lehetőség észlelése nemzetközi kitekintésben

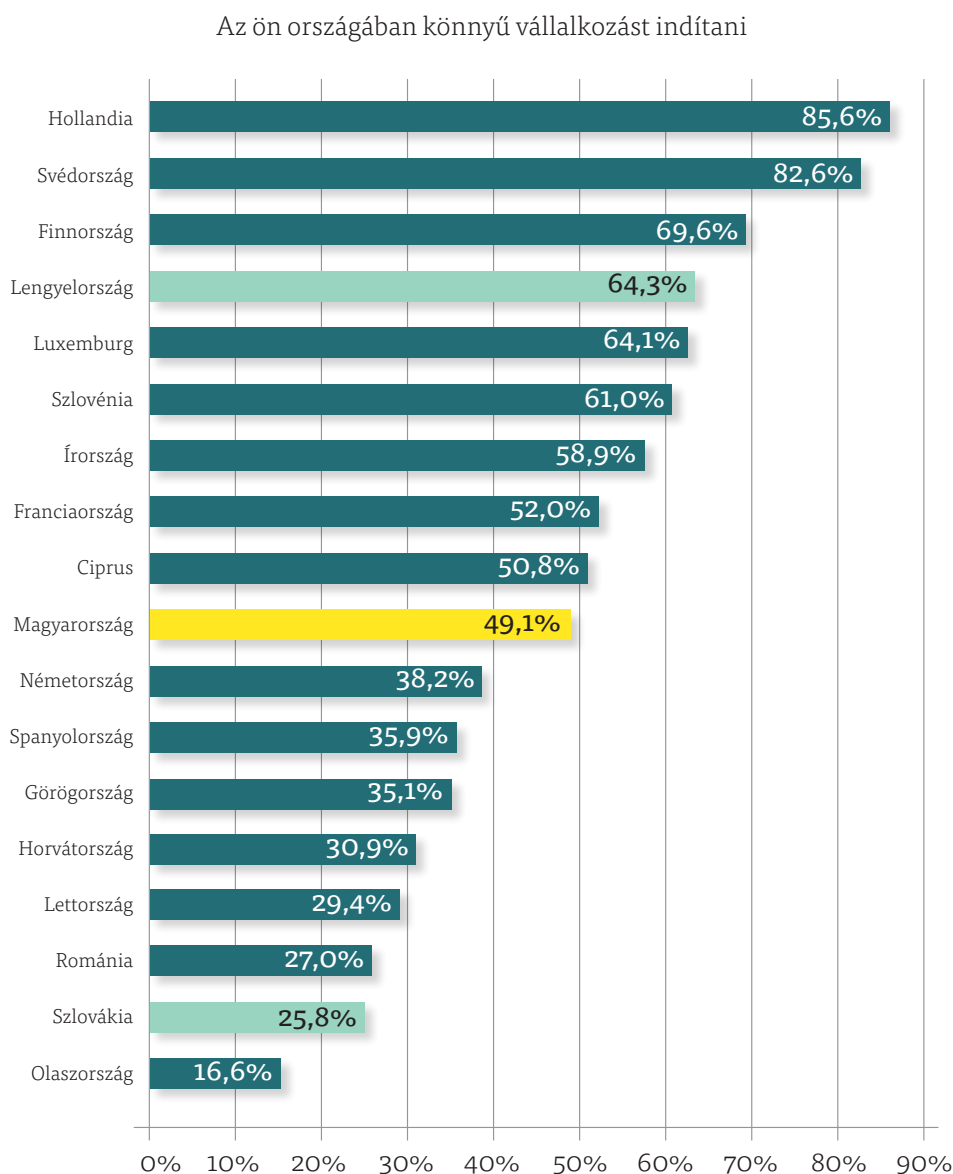
Az elkövetkezendő 6 hónapban jó lehetőségek nyílnak meg vállalkozásalapításra



**A válaszadók közel fele (49,1%) véli úgy, hogy Magyarország megfelelő környezetet és jó lehetőséget biztosít a vállalkozásindításhoz, ami európai uniós összehasonlításban (12. ábra) hazánkat a középmezőnyben helyezi el.**

A lista elején Hollandiát (85,6%), Svédországot (82,6%) és Finnországot (69,6%) találjuk. A felmérésben részt vevő visegrádi országok közül Lengyelország e kérdés esetében is a lista elején helyezkedik el (64,3%).

12. ábra: A vállalkozásindítás egyszerűségének értékelése



Magyarországon a válaszadók csupán harmada (36%) érzi úgy, hogy megfelelő tudással, képességekkel és tapasztalatokkal rendelkezik a vállalkozásindításhoz, ami uniós és régiós összehasonlításban is sereghajtónak számít. Ugyanakkor nemzetközi összehasonlításban alacsony azok aránya, akik a kudarcból való félelem miatt nem indítanak vállalkozást (38,2%). Így az adatok alapján nem állítható, hogy a magyarok a kudarcckerülés miatt ne kezdenének vállalkozásba.

A vállalkozásindításhoz szükséges tudás, készségek és tapasztalatok esetében európai uniós szinten nem fedezhetők fel regionális vagy gazdasági fejlettség szerinti csoportok, a lista élén Horvátország (71,1%), Ciprus (64%), és Lengyelország (60,1%) áll. Ugyancsak polarizált a felmérésben részt vevő visegrádi országok eredménye. Míg Lengyelország a legjobban szereplő gazdaságok között található, addig Szlovákia (41,8%) és Magyarország a lista utolsó harmadában helyezkednek el.

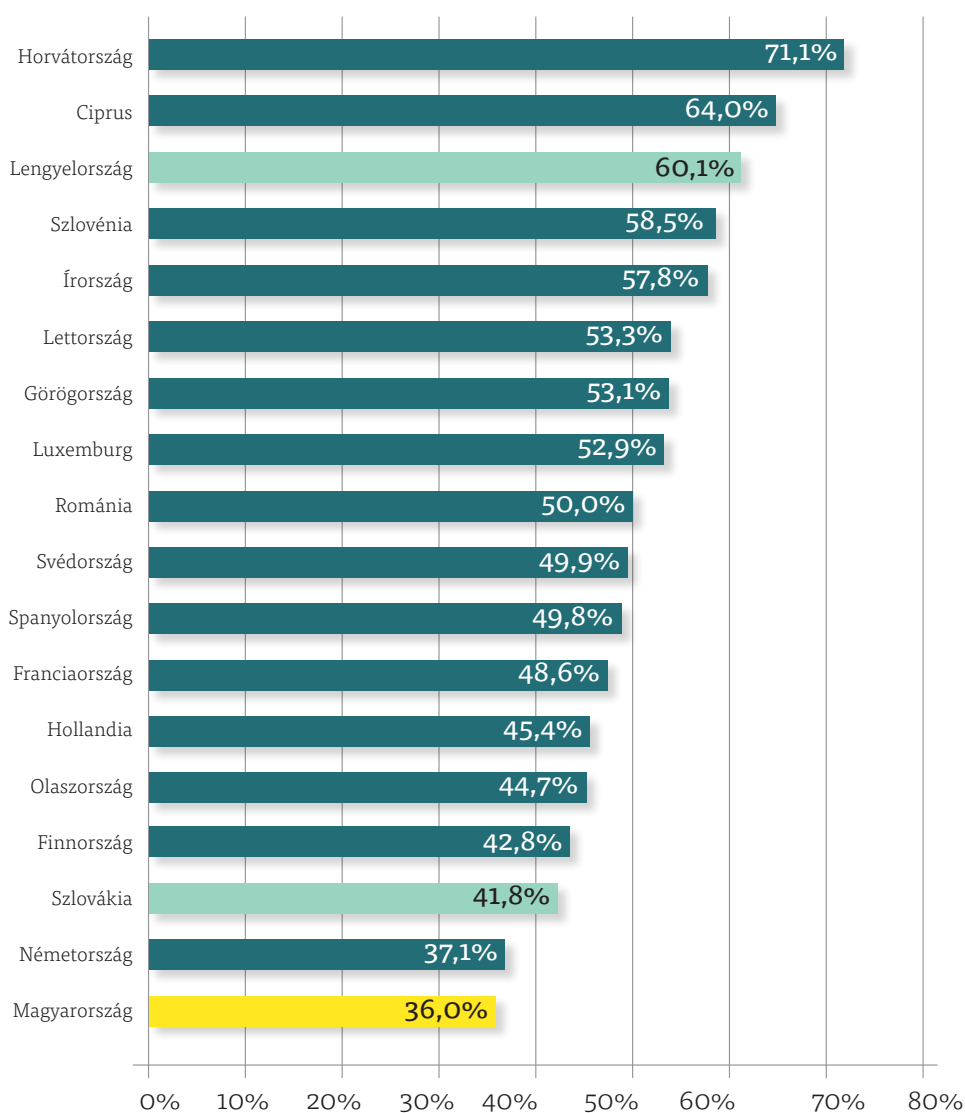
*Nem a kudarcból való félelem, hanem a vállalkozói tudás hiánya a vállalkozásindítás fő gátja.*



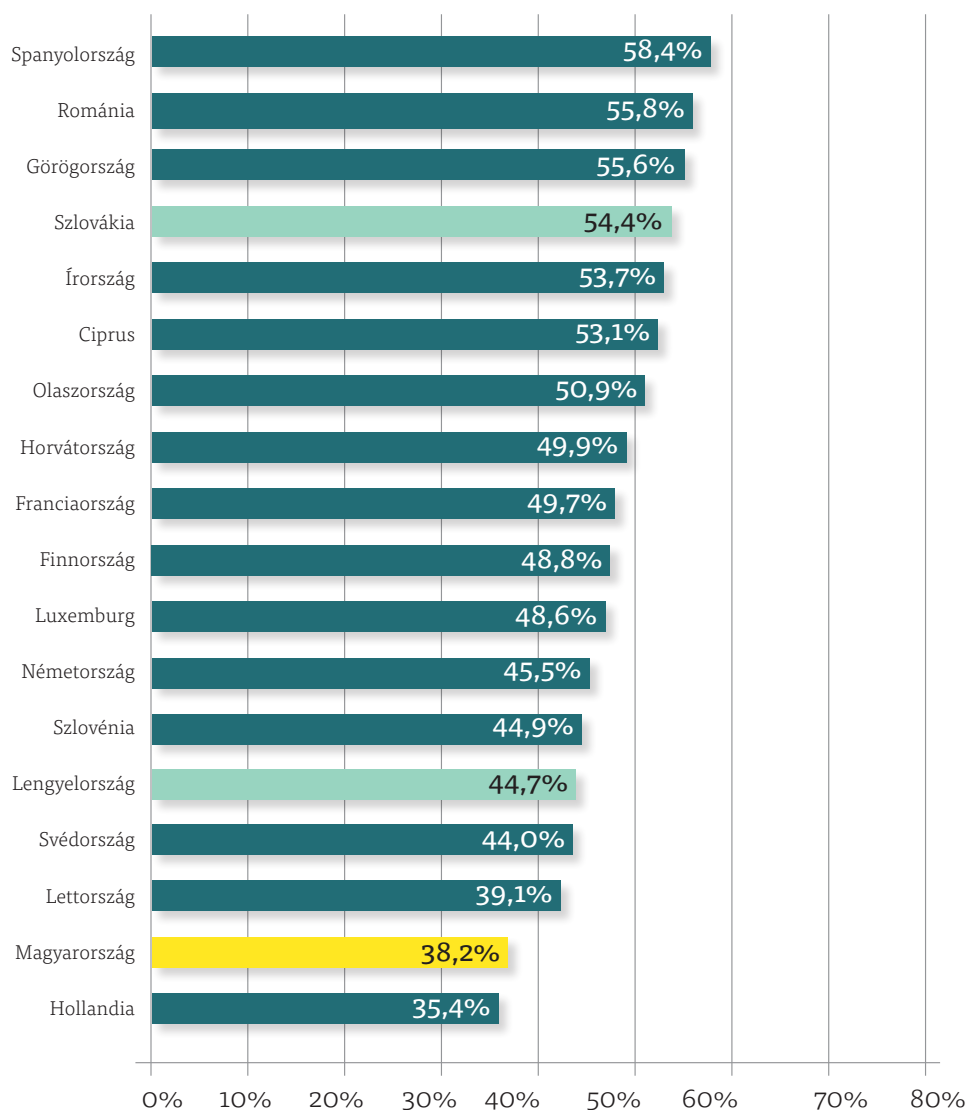
A visegrádi országok közül Szlovákia esetében kiemelkedően magas (54,4%) azok aránya, akik a kudarctól való félelem miatt nem kezdenének vállalkozásba, Lengyelország a nemzetközi összehasonlításban a középmezőny végén (44,7%) helyezkedik el e tekintetben (13. ábra).

13. ábra: Tudás, készségek, tapasztalat és kudarctól való félelem nemzetközi kitekintésben

Rendelkezik azzal a tudással, készségekkel és tapasztalattal, amelyek egy új vállalkozás elindításához szükségesek



## A kudarcból való félelem megakadályozná, hogy vállalkozást indítson



A vállalkozói atmoszféra vizsgálata alapján tehát Magyarország európai uniós összehasonításban a középmezőnyben helyezkedik el a vállalkozóval való személyes kapcsolat és a vállalkozásindítás nehézségének észlelése tekintetében. Nemzetközi összehasonlításban a magyar válaszadók kevésbé értékelik úgy, hogy rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, képességekkel, tapasztalatokkal. A magyarokat a kudarcból való félelem kisebb arányban tartja vissza a vállalkozásindítástól, mint az EU tagállamok többségének lakosait, ugyanakkor kevésbé látják úgy, hogy a következő fél évben jó lehetőségek nyílnak meg a vállalkozásalapításra.

# A VÁLLALKOZÓK JELLEMZŐI

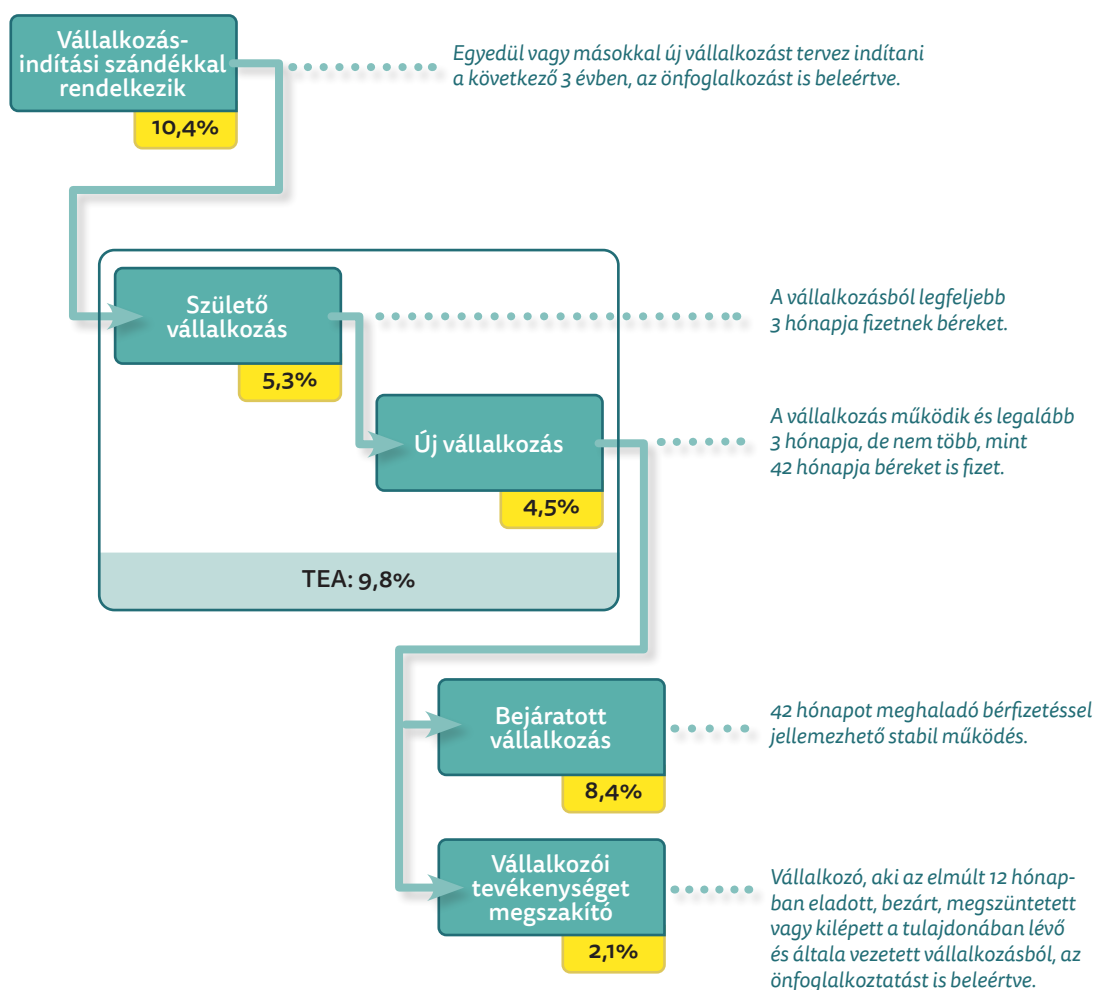
A GEM mélységében vizsgálja a felmérésben részt vevő országokra jellemző vállalkozói aktivitást, a vállalkozók demográfiai jellemzőit, tevékenységüket, motivációikat, foglalkoztatásban betöltött szerepüket, az innovációhoz való viszonyukat, valamint külpiaci aktivitásukat.

Magyarországon a felnőtt lakosság 10,4 százaléka tervezi vállalkozás indítását a következő három évben (az önfoglalkoztatást is beleértve), míg a korai szakaszban lévő (ld. keretes szöveg) vállalkozói aktivitás 9,7 százalék. Ezen belül a születő és új vállalkozások aránya közel azonos (rendre 5,3 és 4,5%). A bejártott vállalkozással rendelkezők aránya 8,4 százalék (14. ábra)

**A GEM MÓDSZERTAN** a vállalkozási folyamat három fázisát különíti el. Születő (nascent) vállalkozásoknak tekinti azokat a kezdeményezéseket, vagy már létező vállalkozásokat, amelyek esetében aktívan zajlik egy vállalkozás elindítása, de béreket még csak legfeljebb 3 hónapja fizetnek. Az új (new) vállalkozók működése meg-alapozottabb, legalább 3 hónapja, de kevesebb, mint 42 hónapja (3,5 éve) fizetnek béreket. A GEM terminológiában a bejártott (established) vállalkozás kritériuma a 42 hónapot (3,5 évet) meghaladó bérfizetéssel jellemezhető hosszabb működés.

A GEM a születő és új vállalkozások által leírt üzleti tevékenységet korai szakaszban lévő vállalkozói tevékenységként definiálja, amelynek mérésére a TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity / Teljes korai szakaszban lévő vállalkozói tevékenység) képzett mutató szolgál.

14. ábra: A vállalkozói aktivitás mutatói Magyarországon

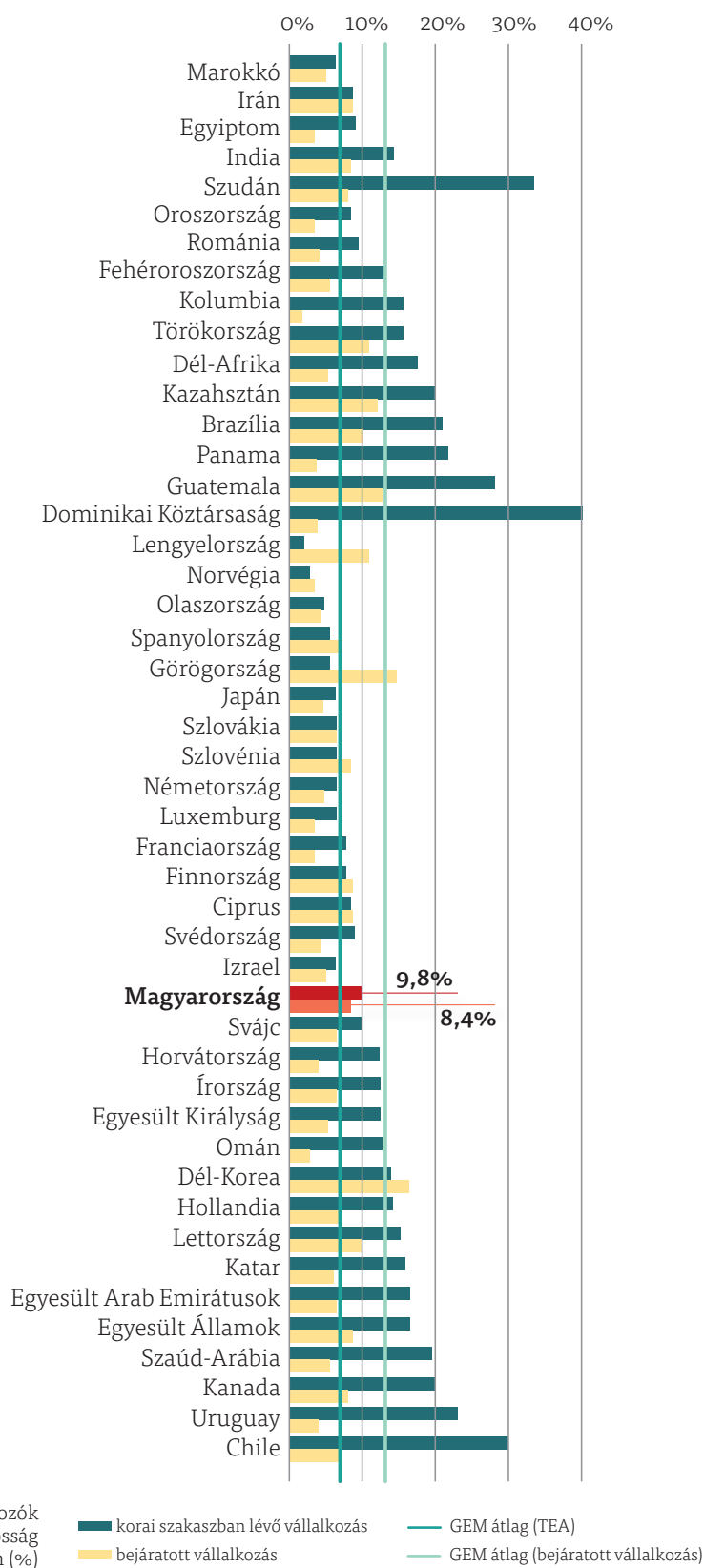


A vállalkozói aktivitás Magyarországon a GEM kutatásban 2021-ben részt vevő 47 országgal összevetve a középmezőnyben helyezkedik el – a korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás (9,8%) alacsonyabb a GEM-ben részt vevő országok átlagánál (13,7%), a bejáratott vállalkozással rendelkezők aránya (8,4%) viszont némileg magasabb a nemzetközi átlagnál (6,8%).

Nemzetközi összehasonlításban a korai szakaszban lévő vállalkozások aránya meglehetősen változékonyságot mutat (15. ábra), a magas jövedelmű országok jellemzően alacsonyabb, átlagosan 11,3 százalékos TEA értékkel rendelkeznek, míg a bejáratott vállalkozások aránya mindhárom jövedelmi csoportban közel azonos, átlagosan 6,7-6,8 százalék.



15. ábra: A korai szakaszban lévő és a bejártatott vállalkozások aránya nemzetközi összehasonlításban

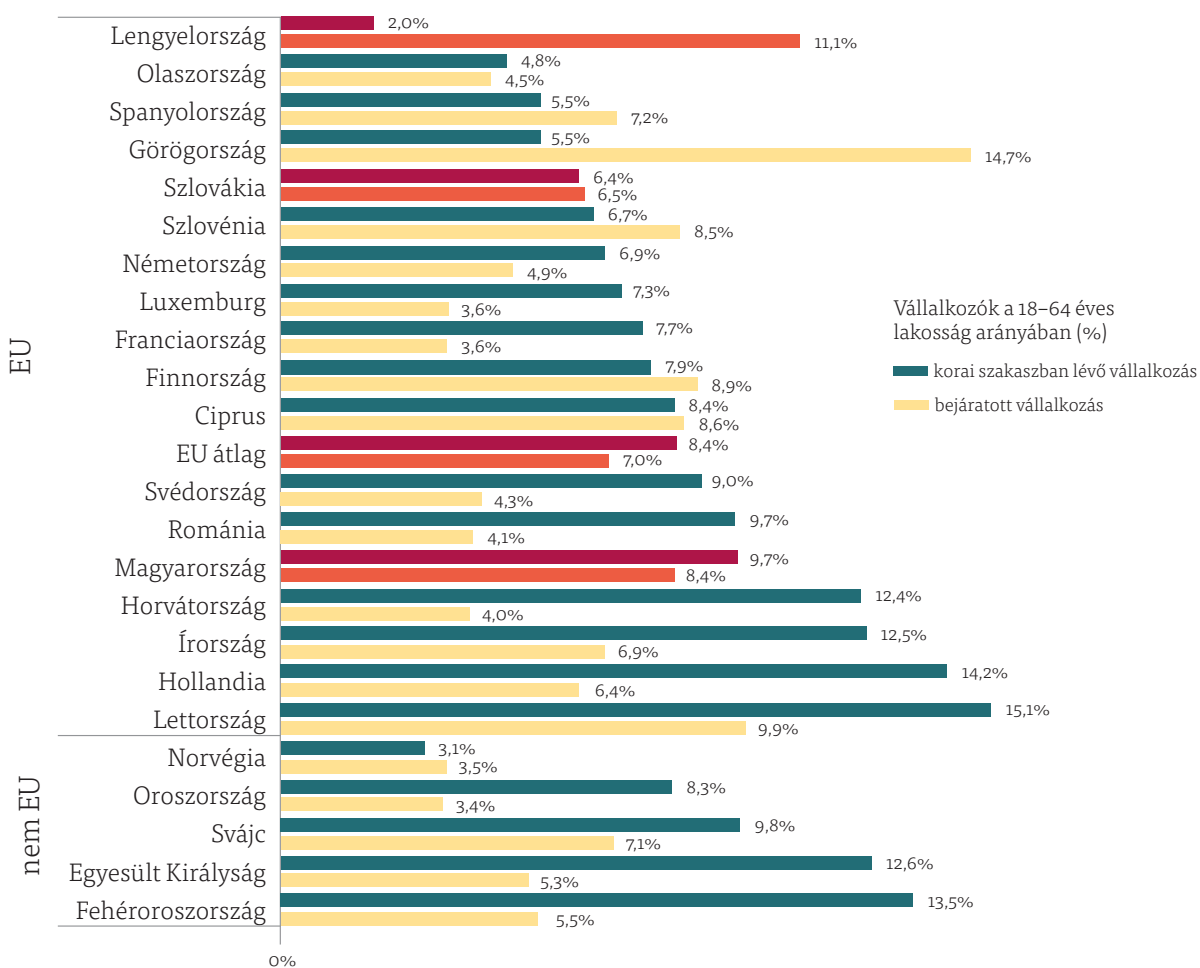


Az országok a korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás (TEA) szerint növekvő sorrendben, valamint a gazdasági fejlettségi szerint kerültek csoportosításra.

Európai összehasonlításban a magyar vállalkozói aktivitás inkább magasnak tekinthető. A korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás a vizsgálatban szereplő 18 európai uniós tagország közül az ötödik, míg a 23 európai ország közül a nyolcadik legmagasabb. A bejáratott vállalkozások aránya mind a felmérésben részt vevő európai uniós, mind az európai országok között a hetedik legmagasabb.

Az országok között jelentős eltérések figyelhetők meg a korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás tekintetében (16. ábra). Ezeket számos tényező, így a gazdasági fejlettség, a gazdasági modell, a kulturális szempontok, a vállalkozási atmoszféra, a vállalkozási ökoszisztéma, valamint akár véletlen faktorok együttes hatása magyarázhatja. Hollandiában (14,2%), Írországból (12,5%), Lettországból (15,1%) és az Egyesült Királyságból (12,6%) kifejezetten magas a TEA értéke. Lettországon kívül a közép- és kelet európai új EU-tagállamokban azonban nem mutatható ki egyértelmű tendencia – míg Lengyelországban (2%) extrém alacsonynak, Horvátországban (12,4%) az index értéke inkább magasnak tekinthető.

16. ábra: A korai szakaszban lévő és a bejáratott vállalkozások aránya nemzetközi összehasonlításban – Európa



Az országok a korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás (TEA) szerint növekvő sorrendben, valamint az európai uniós tagság szerint kerültek csoportosításra.



## Nizkács Anna

tulajdonos, ügyvezető, Gerbeaud Gasztronómia Kft.

**A Gerbeaud az egyik legismertebb magyar márka, a kávéház 1858 óta várja a vendégeket.**

**A Gerbeaud cégcsoportnak mára tagja az ikonikus cukrászda mellett egy két Michelin-csillagos étterem, az ONYX, és a budai Émile is.**

Nekünk az a hagyományunk, hogy újítnunk, hiszen az alapító, Kugler Henrik és az őt követő, névadó Gerbeaud Emil is a folyamatos újítról voltak híresek. A tradíció jó dolog, de azt is fejleszteni kell. A legutóbbi idők innovációjában fontos multiplikátor volt számunkra a COVID-19 járvány is. 2007-ben, mikor megnyitottuk az ONYX éttermet, a fine dining még teljesen új volt Magyarországon, így hatalmas dolog volt akkor is, ha mai szemmel már inkább mulatságosnak látjuk az akkori eredményeket. Az évek alatt fejlődöttünk, Michelin-csillagokat szereztünk, egy sikeres helyhez pedig nem könnyű hozzányúlni. A járvány miatti zárva tartás viszont lehetőséget jelentett ebből a szempontból, belekezdtünk egy nagyobb fejlesztésbe.

Létrehoztuk a Műhelyt, amely innovációs tér és étterem egyszerre, ahol a megújuló, a tervek szerint 2023-ban megnyitó étterem kísérleti stádiumban lévő fogásait fejlesztjük, egy sokféle kreatív szakembert összefogó csapattal. A kísérletezésbe, fejlesztésbe vendégeink nemcsak bepillantást nyerhetnek, de részeseivé is válnak az alkotói folyamatnak. Visszajelzéseik segítségével tökéletesítjük étteleinket. A Műhely a megújult ONYX megnyitása után is megmarad a kutatás-fejlesztés és innováció terepének. Amikor egy ételt késznek nyilvánít az Onyx Alkotói Közössége, felkerül az ONYX étterem étlapjára, a prototípus pedig lekerül a Műhely menüjéről és egy új kísérleti étel lép a helyébe.

## Demográfia

A TEA nemek és korosztály szerinti megoszlásának vizsgálata rávilágíthat a lakosság legaktívabb vállalkozási tevékenységű rétegeire (17. ábra). **A 2021-es adatfelvétel alapján a férfiak vállalkozói aktivitása bármely korosztályban és vállalkozási típus esetén magasabb a nőkéénél**, azonban csak három esetben tárható fel statisztikai szempontból is lényeges különbség:

- a korai szakaszban lévő vállalkozásoknál a 18 és 24 év közötti korosztályban,
- a bejáratott vállalkozások esetén a 35-44 év közötti, valamint
- az 55-64 év közötti korosztályban.

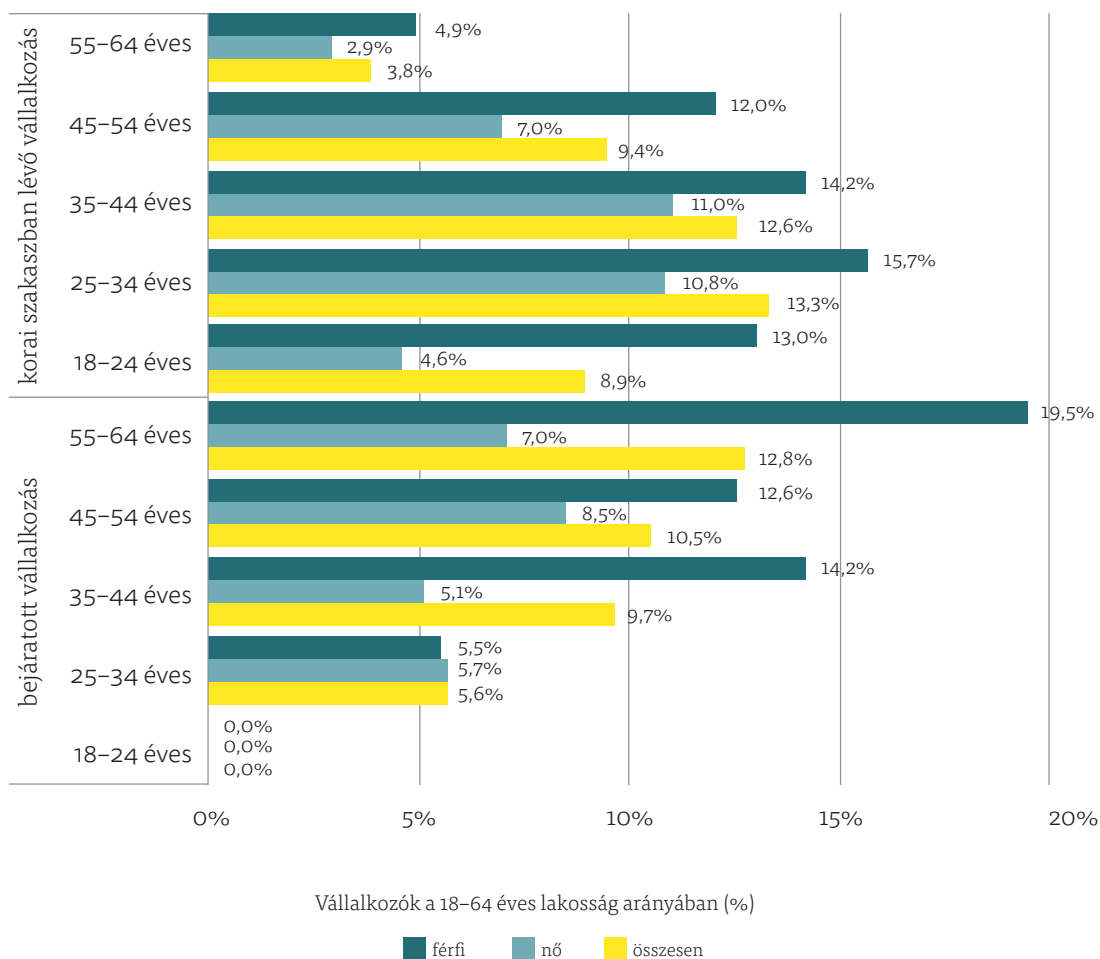
Mindhárom esetben az adott korosztályon belül a férfiak vállalkozási aktivitása legalább kétszeresen haladja meg a nőkét.

A korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitási ráta az egyes korcsoportok tekintetében fordított C-alakú ívet ír le, vagyis a TEA index értéke – nemtől függetlenül – a 25-44 éves korosztályban a legmagasabb, míg a fiatalabb és idősebb korcsoportokban ennél alacsonyabb.

A bejáratott vállalkozások esetében – a várakozásoknak megfelelően – lineáris trend figyelhető meg, ahol az idősebb korosztályok átlagosan egyre nagyobb arányban rendelkeznek már stabil vállalkozással. 18-24 év közötti bejáratott vállalkozást vezető és tulajdonló válaszadó a mintában nem volt, ezáltal a korosztály vállalkozási rátája mindkét nemnél és valamennyi korosztálynál lényegesen alacsonyabb. A férfiaknál emellett kimutatható, hogy a 25-34 éves korosztály vállalkozási aktivitása szignifikánsan alacsonyabb, mint a 35-44, valamint az 55-64 év közöttié. A 45-54 év közötti korosztály esetében – statisztikailag is igazolható – eltérés ugyanakkor nem figyelhető meg.

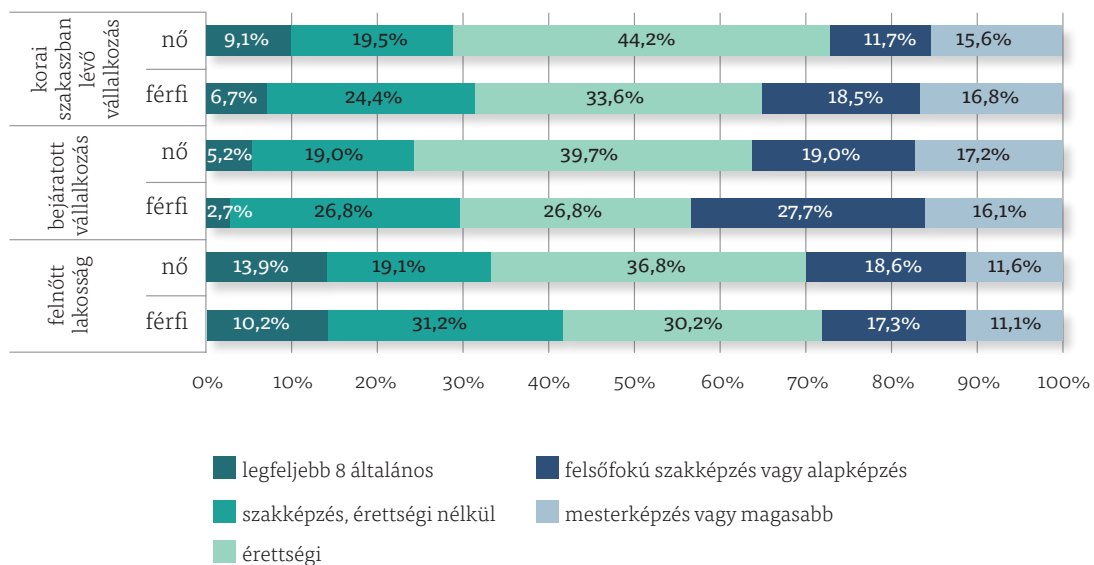


17. ábra: A vállalkozói aktivitás nemek és korcsoportok szerint a 18–64 éves lakosság körében



**A GEM 2021-es adatfelvétele alapján a vállalkozók összességében, a lakosság egészéhez viszonyítva némileg iskolázottabbak (18. ábra).** Ez különösen igaz a bejártott vállalkozással rendelkezőkre, ahol a férfiak 43,8 százaléka, míg a nők több, mint harmada (36,2%) rendelkezik valamilyen felsőfokú végzettséggel, miközben a teljes lakosság esetén ezen értékek csupán rendre 28,4, valamint 30,2 százalék. A korai szakaszban lévő vállalkozók esetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya alacsonyabb (a férfiaknál 35,3%, míg a nőknél 27,3%), sőt a nőknél ez a teljes népességhez viszonyítva is csekélyebb. Mélységében vizsgálva ugyanakkor csak a férfiak esetében kimutatható, hogy a vállalkozók magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, a nők esetében ilyen összefüggés nem található.

18. ábra: A korai szakaszban lévő-, illetve a bejáratott vállalkozások, valamint a mintában szereplő felnőtt lakosság iskolai végzettség szerinti megoszlása



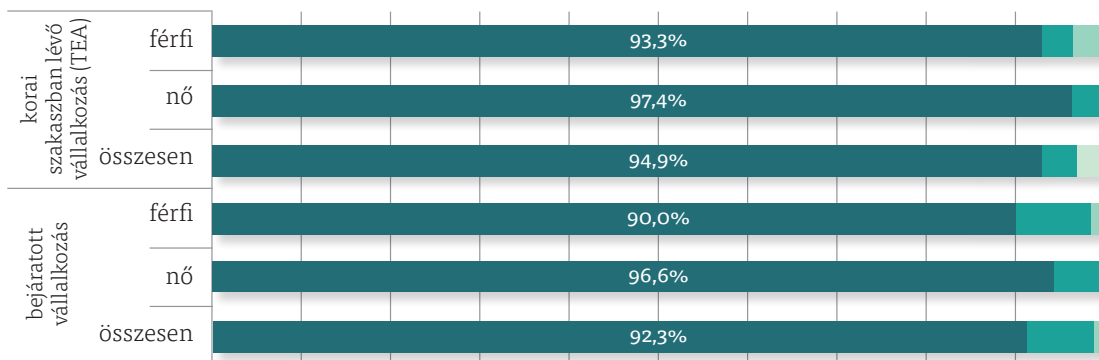
## Technológiai szint szerinti megoszlás

A tevékenység technológiai szintje jó indikátora lehet a vállalkozások által végzett tevékenység hozzáadott értékének. A GEM kutatás ezt a tevékenység ágazati besorolása alapján három kategóriába sorolja be, amelyek (1) az alacsony vagy nem technológiaigényes (no/low tech), (2) a közepes technológiájú (medium-tech) és (3) a csúcstechnológiát használó (high-tech).

**A magyar vállalkozók többsége alacsony, vagy nem technológiaigényes tevékenységet végez, ebben nincs lényeges különbség sem a vállalkozás kora, sem a vállalkozó neme alapján (19. ábra). Ugyanakkor a technológiát magasabb szinten használó vállalkozók között többen vannak a férfiak, a csúcstechnológiát használók között pedig csak férfiakat találunk.**

A magyar vállalkozók többsége nem innovál, és csak környékbeli vevőket szolgál ki.

19. ábra: A korai szakaszban lévő, illetve bejáratott vállalkozások nemek, valamint a tevékenység technológiai szintje szerinti megoszlása



	bejáratott vállalkozás			korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)		
	összesen	nő	férfi	összesen	nő	férfi
No/low-tech	92,3%	96,6%	90,0%	94,9%	97,4%	93,3%
Medium tech	7,1%	3,4%	9,1%	3,1%	2,6%	3,3%
High-tech	0,6%	0,0%	0,9%	2,0%	0,0%	3,3%

■ No/low-tech ■ Medium tech ■ High-tech

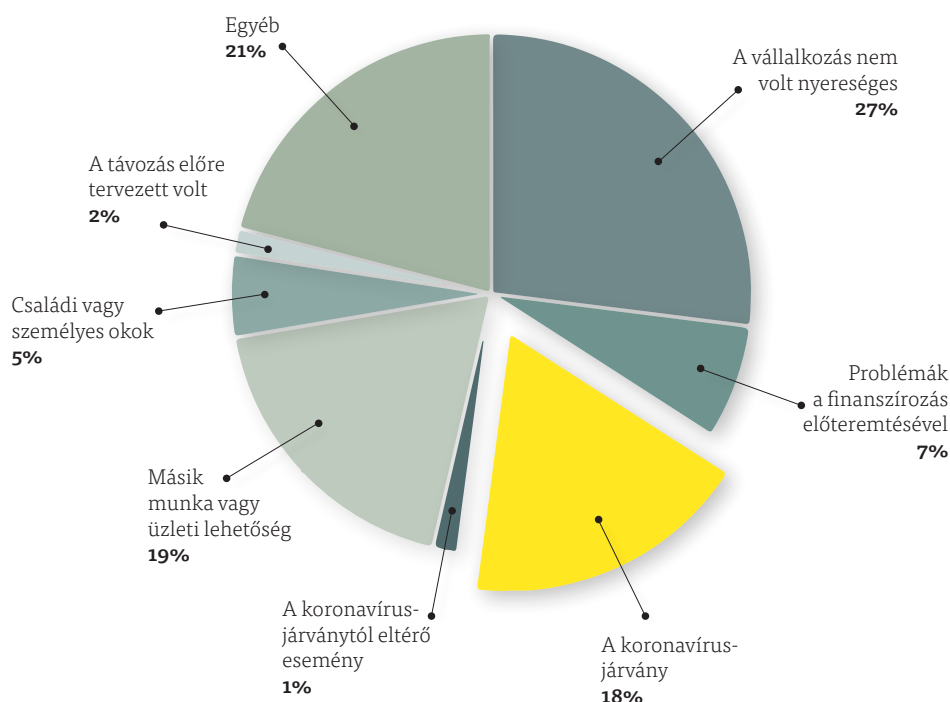
## Kilépés a vállalkozói létből

2021-ben a vállalkozói létből kilépők aránya a teljes lakossághoz viszonyítva 2,1 százalék volt. A befejezés okai négy csoportra oszthatók (20. ábra):

- **pénzügyi okok (34%)** – a vállalkozás nem volt nyereséges, vagy problémák adódtak a finanszírozás előteremtésével;
- **COVID-19 pandémia** vagy más, **ettől eltérő esemény (19%)**;
- **másik munka, vagy üzleti lehetőség (19%)**;
- **egyéb okok (28%)** – családi vagy személyes okok, előre tervezett kiszállás, egyéb (külön részletezett) indokok.

Összességében az üzleti tevékenységét megszakító minden harmadik (34%) vállalkozó valamilyen pénzügyi okot jelölt meg a kilépés indokaként. A COVID-19 pandémia a vállalkozási tevékenység megszakítások 18 százalékát magyarázza.

20. ábra: Vállalkozás befejezésének okai



## Motivációk

A 2021-es adatfelvétel alapján a korai szakaszban lévő vállalkozók közel kétharmada (61,7%) említette vállalkozásalapítási motivációként, hogy valami lényegeset vigyen véghez (1. táblázat). A bejáratott vállalkozások esetén ez az érték lényegesen (16,2 %-kal) alacsonyabb.

A vagyonépítésre, kiemelkedő jövedelem elérésére vonatkozó motivációt a korai szakaszban lévő vállalkozók harmada (32,5%) említette, magasabb arányban a női vállalkozók. Ez a motiváció a bejáratott vállalkozások esetében alacsonyabb, nemektől függetlenül csak minden hatodik vállalkozó említette (18,3%). A családi hagyományok folytatása csak minden ötödik korai szakaszban lévő és minden negyedik bejáratott vállalkozásnál jelenik meg.

A vállalkozói aktivitás legerősebb motivációja a megélhetés: a kezdeti szakaszban lévő vállalkozásoknál nemektől függetlenül a vállalkozók kétharmada (66,8%), míg a bejáratott vállalkozók háromnegyede (76,5%), közöttük a nők közel 80 százaléka jelölte meg ezt a szempontot.



1. táblázat: Vállalkozás indításának motivációja

	korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)			bejártott vállalkozás		
	férfi	nő	összesen	férfi	nő	összesen
Hogy valami lényegeset vigyen véghez.	62,7%	60,3%	61,7%	48,0%	40,6%	45,5%
Hogy hatalmas vagyont vagy nagyon magas jövedelmet szerezzen.	29,6%	37,0%	32,5%	18,9%	17,2%	18,3%
Hogy folytassa a családi hagyományt.	27,7%	10,4%	21,0%	21,8%	30,1%	24,7%
Hogy megéljen, mivel kevés a munkalehetőség.	66,6%	67,1%	66,8%	74,7%	79,9%	76,5%

A GEM adatok alapján a magyarországi vállalkozók tevékenységének erős motivációja a saját megélhetés biztosítása, mind a korai szakaszban lévő, mind a bejártott vállalkozások esetében. A vállalkozás működtetésének szintén fontos indoka mindkét vállalkozói kör esetében, hogy valamilyen lényeges dolgot vigyenek véghez.

## Foglalkoztatás

A GEM adatfelvétele a vállalkozók foglalkoztatásban való szerepének vizsgálatára is lehetőséget biztosít (2. táblázat). A korai szakaszban lévő vállalkozások közel fele jelenleg nem foglalkoztat másokat (49%), vagy legfeljebb 5 munkahellyel rendelkező mikro-vállalkozás (44%). A többség a jövőben sem tervezi újabb munkahelyek létrehozását: míg a jelenleg alkalmazottakkal nem rendelkezők kb. harmada tervezi 1-5 fő felvételét, addig a jelenleg legfeljebb öt főt alkalmazók alig 16 százaléka tervezi, hogy a jövőben legalább hat főre bővítse a vállalkozás munkahelyeinek számát, minden huszadik pedig egyenesen leépítést vár. **Össességében kedvezőtlen képet mutat, hogy a korai szakaszban lévő vállalkozók jelentős része csupán a mostani munkahelyek fenntartásával számol,** jelentős bővülésre csak a vállalkozók kisebb része számít: az alkalmazottakkal most nem rendelkezők bő harmada (37,2%), az 1-5 főt foglalkoztatók kevesebb, mint hatoda (15,8%), a 6-19 főt foglalkoztatóknak pedig pontosan az ötöde (20%) tervezi, hogy jelentősen bővíti az alkalmazottai létszámát.

A bejártott vállalkozások esetében hasonló helyzet tárható fel: ötből két (41%) bejártott vállalkozásnak nincs, minden másodiknak (48%) legfeljebb öt munkavállalója van, míg 6-19 munkahellyel tízből csupán egy (9%) rendelkezik. Munkahelyteremtést – a korai szakaszban lévő vállalkozásokhoz hasonlóan – a bejártott vállalkozások csupán kisebb része tervez: a munkahellyel jelenleg nem rendelkezők bő harmada (36,1%), a legfeljebb 5 főt alkalmazók közel hatoda (15,5%), a legalább 6 főt foglalkoztatók 30,8 százaléka készül bővíteni.



## Szűcs Endre

alapító, *bedrock.farm*

***A [bedrock.farm](#) startupként tápláló, biztonságos és elérhető ehető növényeket természet szezonális nélkül, igényre szabva, lokálisan.***

Középiskolásként egy hónapot töltöttem a híres amerikai MIT vállalkozói programjában. A legfontosabb, amit hazahoztam, az a gondolat, hogy a hatás és a felelősség egyenes arányban áll egymással. Ha én a jövőnk egy szeletéért vállalom a felelősséget, akkor ezzel együtt felhatalmazom magam arra, hogy tegyek is valamit. És egy vállalkozás szerintem a legjobb formája, hogy lépéseket tegyek azért, hogy a világ olyan irányba menjen, amire vágyom.

Mezőgazdasággal akartam foglalkozni, valahogy hamar szívközeli lett ez a terület számomra. Aki pedig ezzel foglalkozik, szembesül olyan globális kihívásokkal, mint a víz- vagy a területhiány, vagy épp az öregező gazdatársadalom. Szóval erősen mozgat, hogy tegyek azért, hogy egy következő generációnak is legyen egészséges, tápláló és finom étele. A globális problémák megoldásához viszont arra van szükség, hogy sokan kezdjenek el másként tenni valamit. A *bedrock.farm*, misszióját tekintve, éppen ezért dolgozik. Azért, hogy megmutassuk, bárki el tud kezdeni, nagyjából bárhol, fenntartható és profitábilis módon élelmisszerűt természeteni. A hit a legszűkebb keresztmetszet, ezért azt mondtuk, hogy mutassuk meg, hogy két egyetemista egy pincéből Michelin-csillagos helyeknek tud salátát termelni. A vállalkozás nekem eszköz egy olyan jövő megteremtéséhez, ahol szeretnék élni.

2. táblázat: A korai szakaszban lévő és a bejártott vállalkozásoknak a jelenleg és a jövőben tervezett foglalkoztatottak száma szerinti megoszlása

	munkahelyek száma jelenleg	tervezett munkahelyek száma			
		0 munkahely	1-5 munkahely	6-19 munkahely	20+ munkahely
korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)	0 munkahely	62,8%	34,9%	0,0%	2,3%
	1-5 munkahely	5,3%	78,9%	10,5%	5,3%
	6-19 munkahely	0,0%	0,0%	80,0%	20,0%
	20+ munkahely	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	<b>összesen</b>	<b>33,3%</b>	<b>51,7%</b>	<b>9,2%</b>	<b>5,8%</b>
bejártott vállalkozás	0 munkahely	63,9%	36,1%	0,0%	0,0%
	1-5 munkahely	8,5%	76,1%	15,4%	0,0%
	6-19 munkahely	0,0%	0,0%	69,2%	30,8%
	20+ munkahely	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	<b>összesen</b>	<b>30,6%</b>	<b>51,7%</b>	<b>13,6%</b>	<b>4,1%</b>

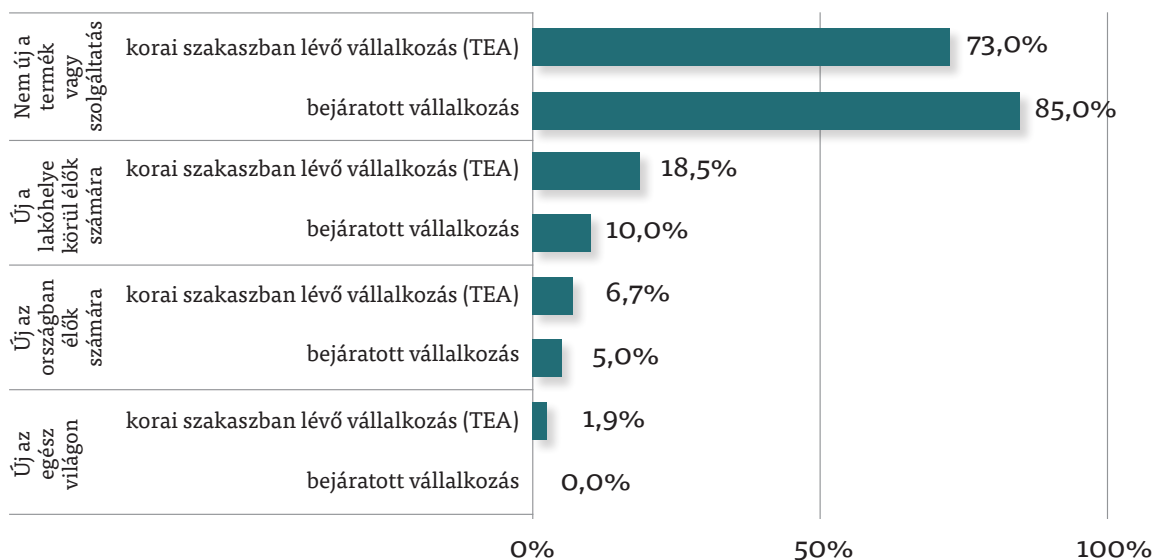
A táblázatban szereplő adatok soronként 100%-ra összegezhethők.

## Innováció

A GEM kutatás által alkalmazott módszertan két irányból vizsgálja az innovációt. Felméri, hogy a vállalkozások mennyiben kínálnak új termékeket, szolgáltatásokat, illetve az előállításukhoz használnak-e újdonságnak számító technológiákat vagy eljárásokat. Vizsgálja az újdonságok földrajzi kiterjedését is, azaz hogy kik számára újak a termékek, szolgáltatások (nem újak, újak a lakóhelyen élők számára, újak az országban élők számára, vagy világszinten újdonságnak számítanak).

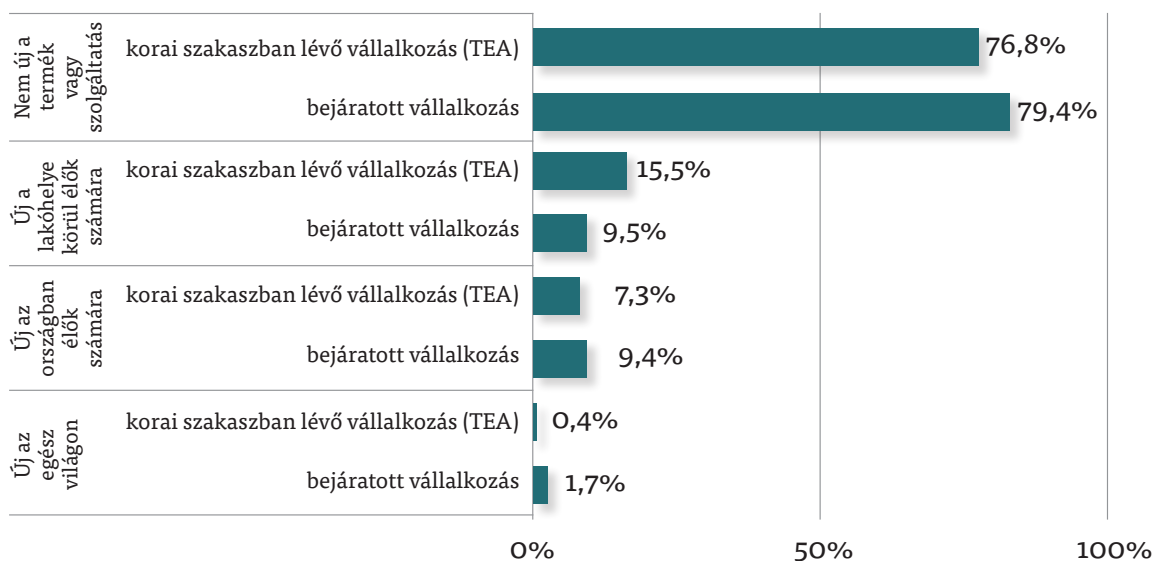
**A magyar vállalkozók döntő többsége egyáltalán nem fejleszt: a korai szakaszban lévő vállalkozók háromnegyede (73%), míg a bejártott vállalkozók jelentős többsége (85%) kizárólag meglévő termékeinek vagy szolgáltatásainak értékesítésével foglalkozik (21. ábra). Az innovációra nyitott vállalkozók is legfeljebb a lakóhelyükön vagy az országban újnak számító termékekkel vagy szolgáltatásokkal jelennek meg a piacon. Globális szinten innovatív vállalkozások minimális arányban vannak jelen, és kizárólag a korai szakaszban lévők közül kerülnek ki.**

21. ábra: Újnak tekinthető termékkel vagy szolgáltatással rendelkező vállalkozások aránya



A termékek vagy szolgáltatások előállításához kapcsolódó új technológiák, eljárások vizsgálata rávilágít, hogy az innovatív megoldást nem alkalmazó vállalkozások aránya e téren is fájóan magas: a korai szakaszban lévő vállalkozások háromnegyede (76,8%), míg a bejártott vállalkozások négyötöde (79,4%) kizárólag hagyományos technológiákat, eljárásokat használ (22. ábra). Jellemző, hogy az alkalmazott innovatív technológiák és eljárások csak a lakóhelyen és az országban számítanak újdonságnak, világszinten innovatívnak tekinthető megoldásokat csak a vállalkozók töredéke, a korai szakaszban lévők 0,4 százaléka, míg a bejártott vállalkozások 1,7 százaléka használ.

22. ábra: Termékéhez vagy szolgáltatásához új technológiát vagy eljárást használó vállalkozások aránya

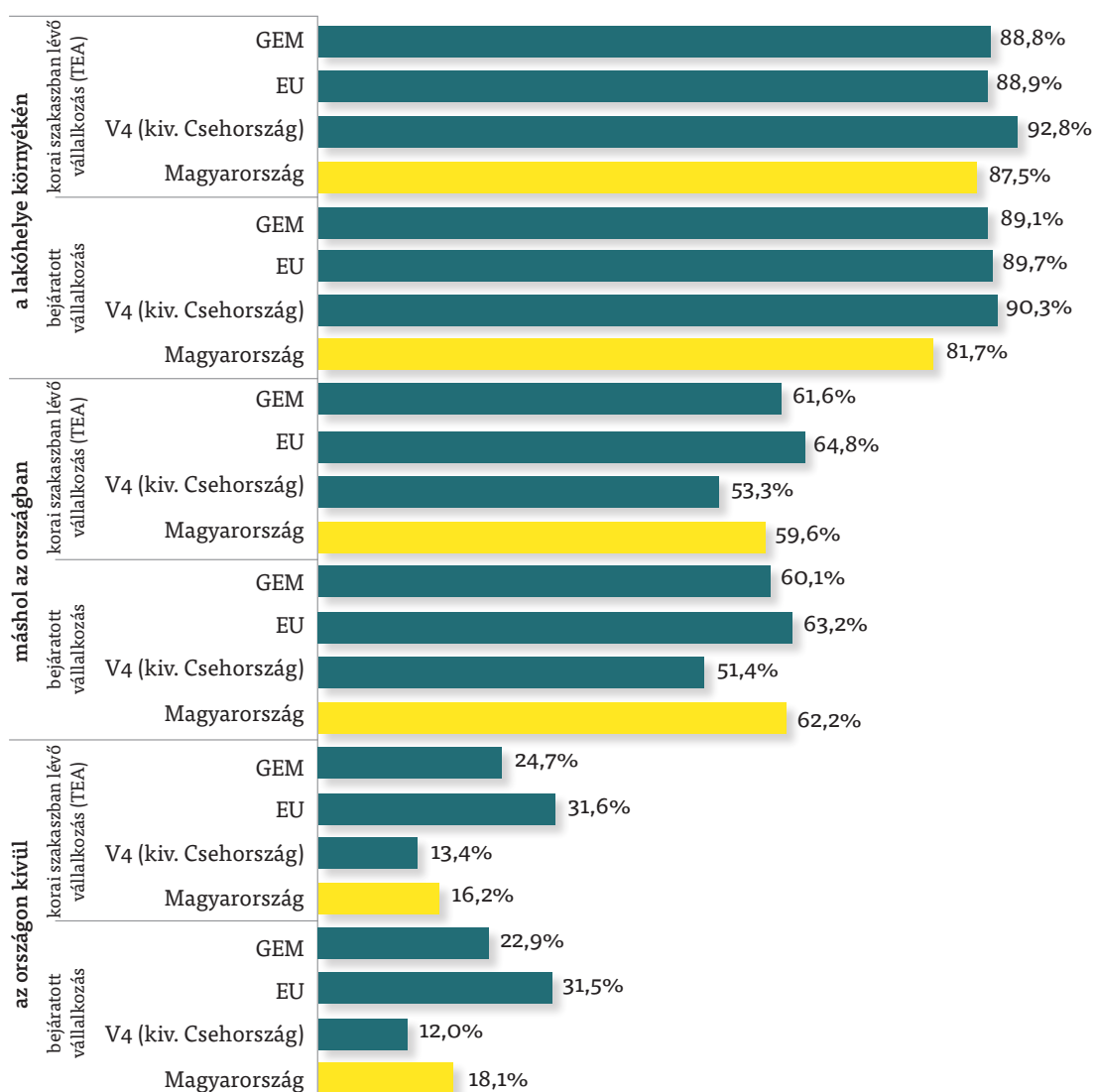


## Lokalizáció és exporttevékenység

A magyar vállalkozókra jellemző, hogy döntő többségük a lakóhelyük környékéről rendelkezik ügyfelekkel (23. ábra). Országos ügyfélkörrel a korai szakaszban lévő vállalkozások 59,6 százaléka, míg a bejártatott vállalkozások 62,2 százaléka rendelkezik. Külföldi vásárlója kevesebb, mint minden ötödik magyar vállalkozásnak van.

A korai szakaszban lévő vállalkozások 16,2 százalékának, míg a bejártatott vállalkozások 18,1 százalékának vannak külföldi ügyfelei. Ezek az értékek nem térnek el lényegesen a GEM kutatásban részt vevő visegrádi országok átlagától.

23. ábra: A korai szakaszban lévő és a bejártatott vállalkozások aránya az ügyfelek lokalitása alapján



Az export árbevétellel rendelkező vállalkozások aránya (3. táblázat) alacsony: a korai szakaszban lévő vállalkozások 14,7 százaléka, míg a bejártott vállalkozások 17,8 százaléka értékesít külföldre. Az exportáló vállalkozások között igen alacsony, alig 4 százalék a jelentős, az árbevétel 75 százalékát meghaladó mértékű export bevétellel rendelkezők aránya.

**Az általánosságban gyenge exportteljesítményt mutató magyar vállalkozások között a külföldi piacokon a korai szakaszban lévő medium-tech és a bejártott high-tech cégek mutatnak aktivitást.**

3. táblázat: Vállalkozások export árbevételének aránya

Vállalkozás típusa	Technológiai szint	Export árbevétel aránya (%)				
		0%	1%-11%	11%-25%	26%-75%	76%-100%
korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)	No/low tech	86,1%	3,3%	2,8%	3,9%	3,9%
	Medium-tech	57,1%	14,3%	14,3%	0,0%	14,3%
	High-tech	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	<b>Összesen</b>	<b>85,3%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,2%</b>
bejártott vállalkozás	No/low tech	83,2%	5,2%	2,6%	4,5%	4,5%
	Medium-tech	75,0%	16,7%	8,3%	0,0%	0,0%
	High-tech	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	<b>Összesen</b>	<b>82,2%</b>	<b>6,5%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,1%</b>

A táblázatban szereplő adatok soronként 100%-ra összegezhetők.

# VÁLLALKOZÓI ÖKOSZISZTÉMA

Az országokat jellemző vállalkozási ökoszisztéma vizsgálatát a GEM Nemzeti szakértői felmérése (NES – National Expert Survey) teszi lehetővé.\* Az országok közötti vállalkozási ökoszisztéma összehasonlíthatóságát a Nemzeti Vállalkozási Kontextus Index (NECI – National Entrepreneurship Context Index) kumulált mérőszám biztosítja. A NECI alapjául szolgáló vállalkozási keretfeltételek (EFCs – Entrepreneurial Framework Conditions) listája és magyarázata a 60. oldalon található.

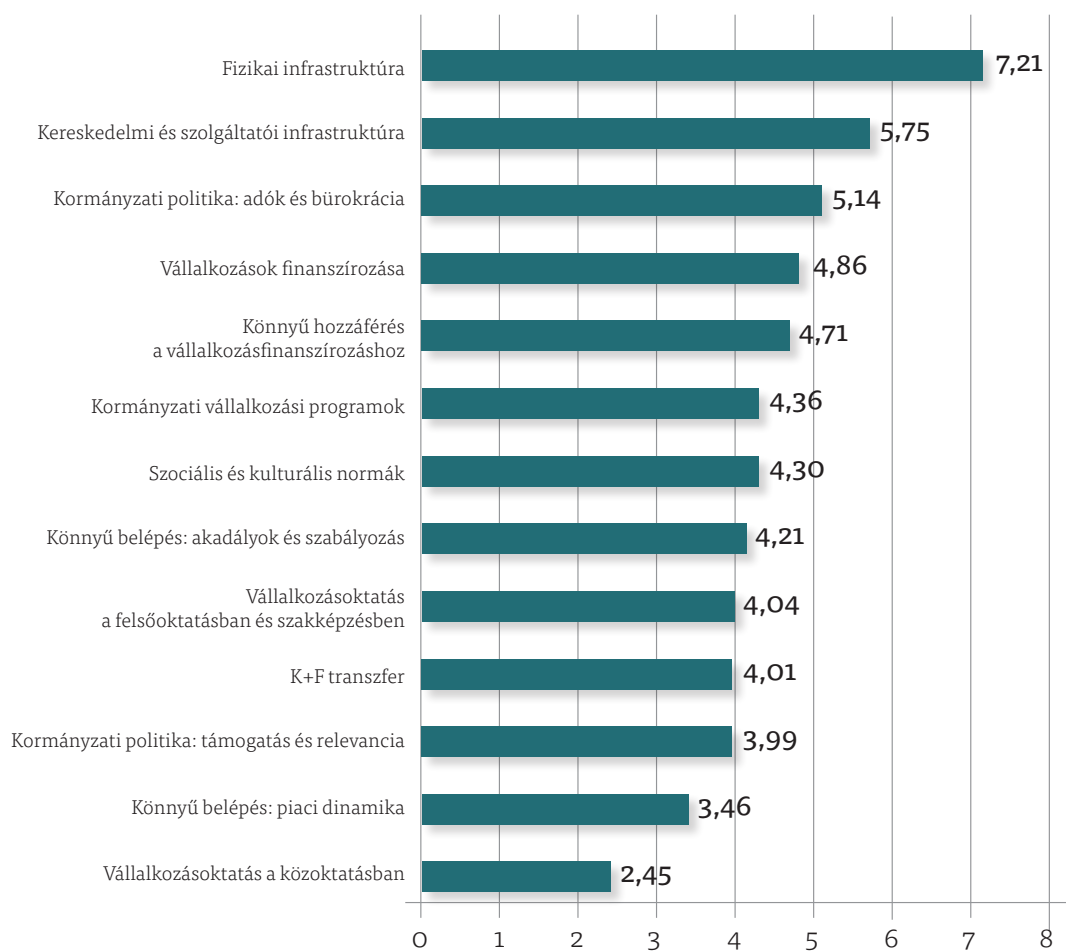
A hazai NECI szegmensek elemzését a 24. ábra foglalja össze.

\* A NES adatfelvétel nem teljes országlistával dolgozik, az adathiányokból kifolyólag az index így mind a globális, mind az európai, mind a kelet- és közép-európai (CEE) összehasonlításokban csupán tendenciákat jelöl.





24. ábra: A vállalkozói ökoszisztéma elemeinek értékelése







## Húvös Ágnes

senior partner, stratégiai tanácsadó,  
Karson Consulting

**A Karson mikro- és  
kisvállalati stratégiai  
tanácsadással, komplex  
növekedési projektek  
megvalósításával  
foglalkozik.**

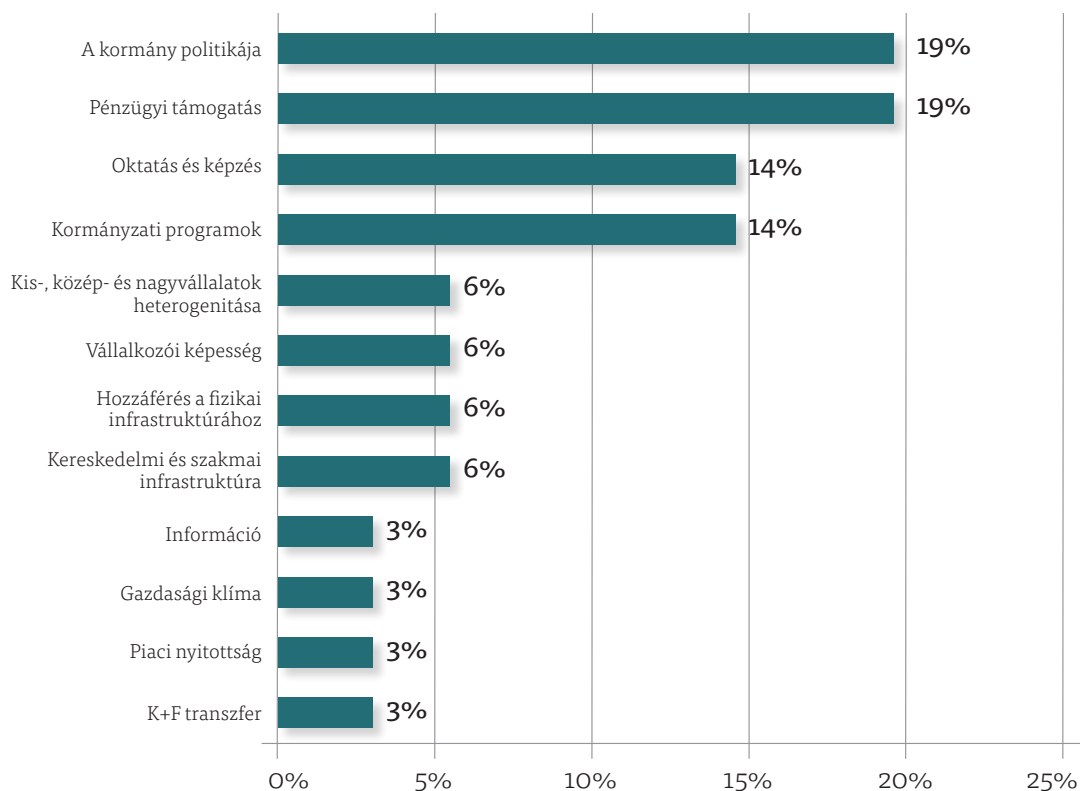
A jó ökoszisztéma egyenlő a lehetőségekhez való hozzáféréssel. Ez nemzetközi viszonylatban növeli azoknak a vállalkozásoknak a versenyképességét, amelyek hazájukban valóban élnek a lehetőségekkel. Az előnyös ökoszisztémában működő vállalkozások kedvező konstrukcióban jutnak forrásokhoz és tudáshoz, külső piacra lépésük kisebb kockázatú, mint más országbeli versenytársaiké, költségeik alacsonyabbak. A kulcs, hogy a vállalkozások milyen mértékben tudnak ezekről a lehetőségekről, illetve mekkora bizalommal támaszkodnak a számukra nyitott előnyöket biztosító rendszerre. Fontos tehát, hogy az ökoszisztéma szereplői ne csak a lehetőségek megteremtését tekintsék feladatnak, de azt is, hogy ez a bizalom kiépüljön. Fontos ezen kívül az is, hogy éppen a leginkább törekeny helyzetben lévő vállalkozások (pl. induló vállalkozások) időben hozzáférjenek az információkhoz, így a lehető legnagyobb mértékben használni tudják ezeket az előnyöket.

Ha mindez harmonikusan épül, azaz (1) az előnyt biztosító lehetőség stabilan létezik, (2) az információ hozzáférhető és (3) a vállalkozás is bízik a rendszerben, akkor nemcsak a versenyképesség lesz nagyobb nemzetközi környezetben, hanem maga az ökoszisztéma is spontán erősödik majd. A mindennapokban ez azt jelenti, hogy a vállalkozások koncentrálnak stratégiai céljaik megvalósítására, mert kedvező környezet veszi őket körül, a növekedés tervezhető, és kevesebb ad hoc lépésre van szükség a teljesítmény fenntartásához.

A megkérdezett szakértők az ökoszisztémán belül a fizikai infrastruktúrát (7,21), a kereskedelmi és szolgáltatói (5,75) infrastruktúrát, a kormányzati politika adókra és bürokráciára vonatkozó elemeit (5,14) értékelték az átlagosnál magasabbra. Az átlagnál kedvezőtlenebbül ítélték meg a pénzügyi szegmens helyzetét (4,86 és 4,71), a kormányzati vállalkozási programokat (4,36), a szociális és kulturális kontextust (4,30), a piaci belépést az akadályok és szabályozás szempontjából (4,21), a vállalkozásoktatást a felsőoktatásban és a szakképzésben (4,04), valamint a K+F transzfer (4,01). Fejlesztésre szoruló területek a kormányzati támogatási programok (3,99) és a piaci dinamika (3,46). A leggyengébb tényezőnek a közoktatásban történő vállalkozásoktatás bizonyult (2,45).

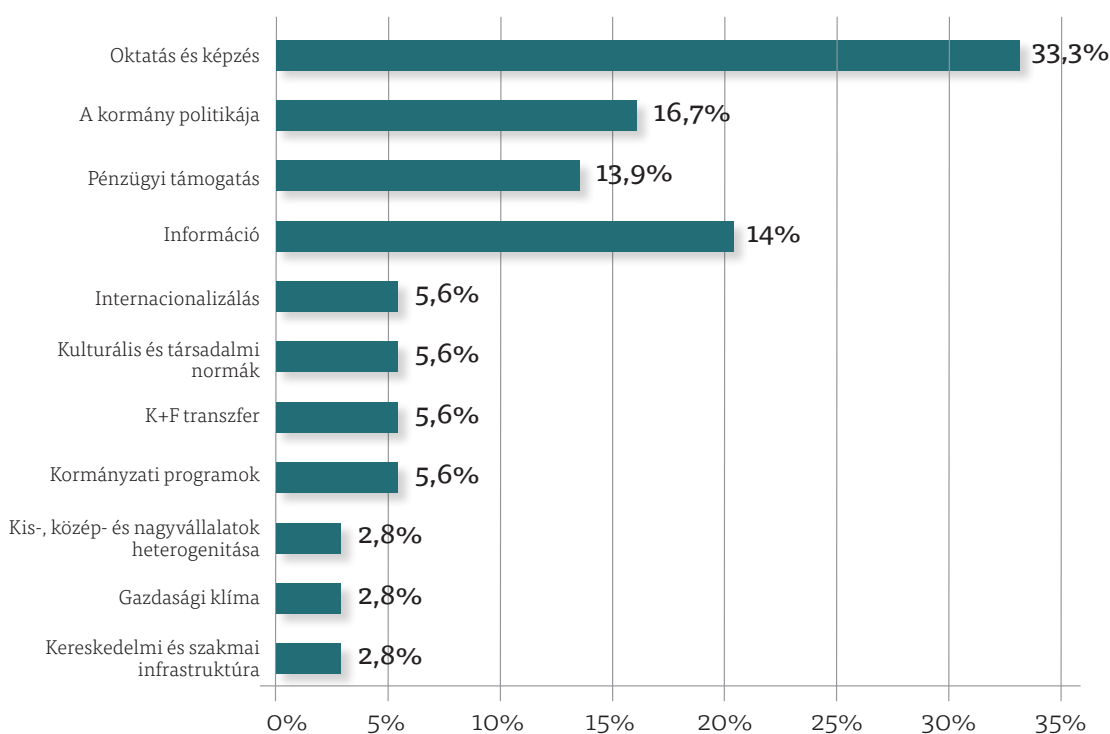
A GEM szakértői felmérése nyitott kérdések formájában gyűjti a változtatandó területekre vonatkozó véleményeket. A 25. ábra a kategóriákba kódolt válaszok százalékos megoszlását mutatja abban a tekintetben, hogy a szakértők véleménye szerint mely tényezők segítik elő leginkább a vállalkozói tevékenységet Magyarországon. A két legfontosabb területnek a kormányzati politikát (19%) és a pénzügyi hozzáférés biztosítását (19%) tartották. Szintén erős szempontként jelenik meg a képzés, oktatás (14%), valamint a kormányzati programok kidolgozása (14%) is.

25. ábra: Vállalkozási tevékenységet elősegítő témák és területek Magyarországon



Azon tényezők közül, amelyek fejlesztése a szakértők véleménye szerint pozitívan befolyásolná a hazai vállalkozói ökoszisztémát, kiemelkedik az oktatás és képzés területe (33,3%) (26. ábra). A többször említett területek között a kormány politikája és a pénzügyi támogatás szerepel még, de ezek említési aránya jóval alatta marad a listát vezető oktatás és képzés tényezőnek.

26. ábra: A vállalkozási tevékenység fejlesztésének területei Magyarországon



## Nemzetközi kitekintés

Magyarország a 4,5-ös\* NECI pontszámával a GEM adatfelvételben részt vevő országok között szinte pontosan középen, a 27. helyen áll (27. ábra).

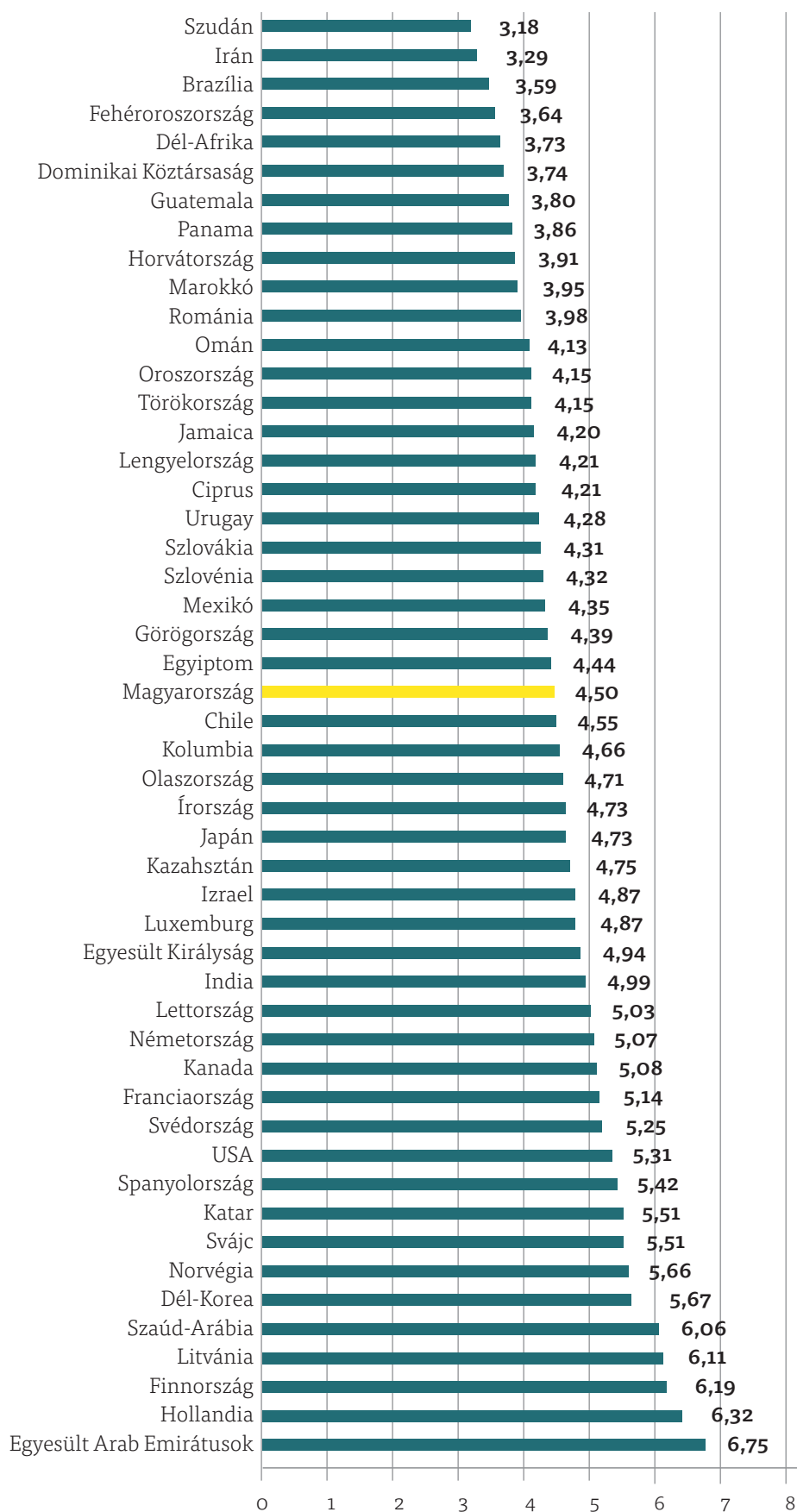
A rangsor széles spektrumon szóródik, a vezető helyeken a világ fejlett gazdaságai foglalnak helyet (Egyesült Arab Emirátusok, Hollandia, Finnország, USA, Németország, Kanada), míg a rangsor másik végében az alacsonyabb gazdasági fejlettségű országokat találjuk (Szudán, Irán, Guatemala).

Magyarország világszinten a középmezőnyben, régióban vezető helyen áll.

**A rangsor alapján szoros összefüggés rajzolódik ki az ország gazdasági teljesítőképessége, valamint a vállalkozói ökoszisztéma fejlettsége között. Ennek megfelel az is, hogy Magyarország a rangsor közepén helyezkedik el.**

\* Szórás: +-1,1.

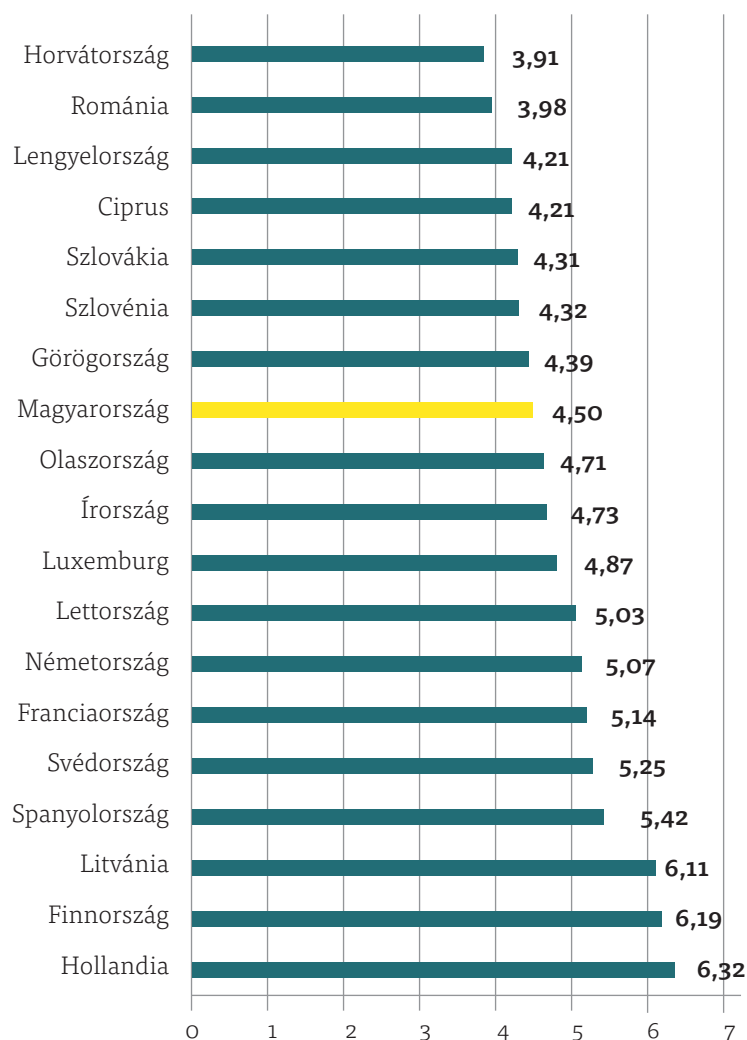
27. ábra: A NES adatfelvételben részt vevő országok NECI rangsora



Fontos azonban kiemelni, hogy korántsem determinisztikus az összefüggés a gazdasági teljesítmény és a vállalkozói ökoszisztéma fejlettségének értékelése között. A szakértők által magasra értékelt vállalkozói ökoszisztémák esetében több esetben találkozunk olyan országokkal (Hollandia, Finnország, Norvégia), ahol a szakértői értékelés kedvezőbb, mint más, jobban teljesítő gazdasággal rendelkező országokban (Pl. USA, Németország). Arra is van példa, hogy egy-egy ország gazdasága erősebb a NECI-rangsorban elfoglalt helyénél (Horvátország, Románia).\*

A NECI európai átlaga 4,9\*\* pont, így Magyarország ebben az összehasonlításban a világszintűnél rosszabb helyre, az alsó-közép csoportba sorolódik (28. ábra). Egyértelmű törésvonal mutatható ki az Európa nyugati és északi területein elhelyezkedő és közép-európai országok pontszámai között.

28. ábra: NECI európai összehasonlításban



\* Az országok gazdasági teljesítményét a 2020. évi nominális GDP-jük alapján határoztuk meg.

\*\* Szórás: +- 0,73



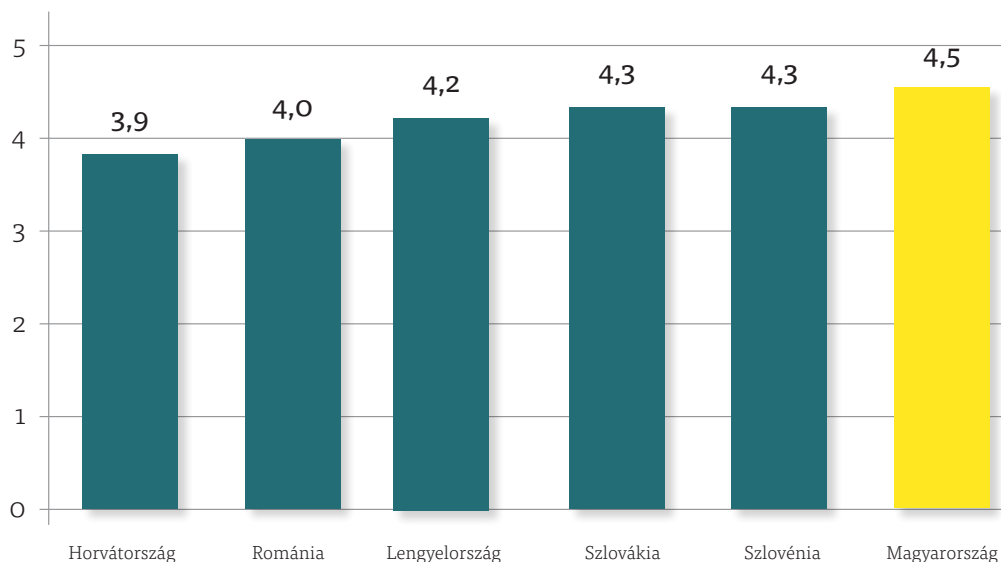
## **Dr. Radácsi László**

*a Budapesti Gazdasági Egyetem vállalkozásfejlesztésért felelős stratégiai rektorhelyettese,  
a Team Academy vállalkozói képzés vezetője*

A vállalkozáskutatás, a vállalkozásoktatás, a vállalkozói készségfejlesztés és az inspiráció a vállalkozói lét választására a Budapesti Gazdasági Egyetemen évek óta a fejlesztési stratégia egyik pillére. Az Európai Unió Vállalkozási Kompetencia Keretrendszerét is figyelembe véve olyan területeken igyekszünk hallgatóink tudását és készségeit gyarapítani, mint az üzleti tervezés, a csapatmunka, az okos kockázatvállalás, a tapasztalati tanulás, vagy épp a fenntarthatóság szempontjainak beépítése az innovációkba. Az elmúlt években az erre a területre irányuló fejlesztések sokszor azért nem tudnak látványos kitörési pontokhoz, vállalkozói sikertörténetekhez vezetni, mert nagyon sok a pótolnivaló. Olyan általános tudásanyagok és készségek tekintetében érzékelünk elmaradást, amelyek akár a közoktatásban, akár minden egyetemi szakon és a szakképzésben is megtalálhatnák logikus helyüket, és minden bizonyosan támogatnák a képzésekben résztvevők élet- és siker esélyeit. Ebben a kérdésben természetesen az ökoszisztéma minden szereplőjének van tennivalója: a kormányzati oktatáspolitikának éppúgy, mint a médiának, a képző intézményeknek és maguknak a gyakorló vállalkozóknak is. Egy GEM-hez hasonló felmérésben is érzékelhető változás csakis egy tudatosan felépített, hosszú távú vízióból levezetett, minden érintett szereplő együttműködésében megvalósuló akcióorozat eredménye lehet.

**Ebben a szubregionális bontásban a megkérdezett szakértők véleménye alapján Magyarország vállalkozói ökoszisztémája a régió vezető ökoszisztémájaként tűnik fel.**

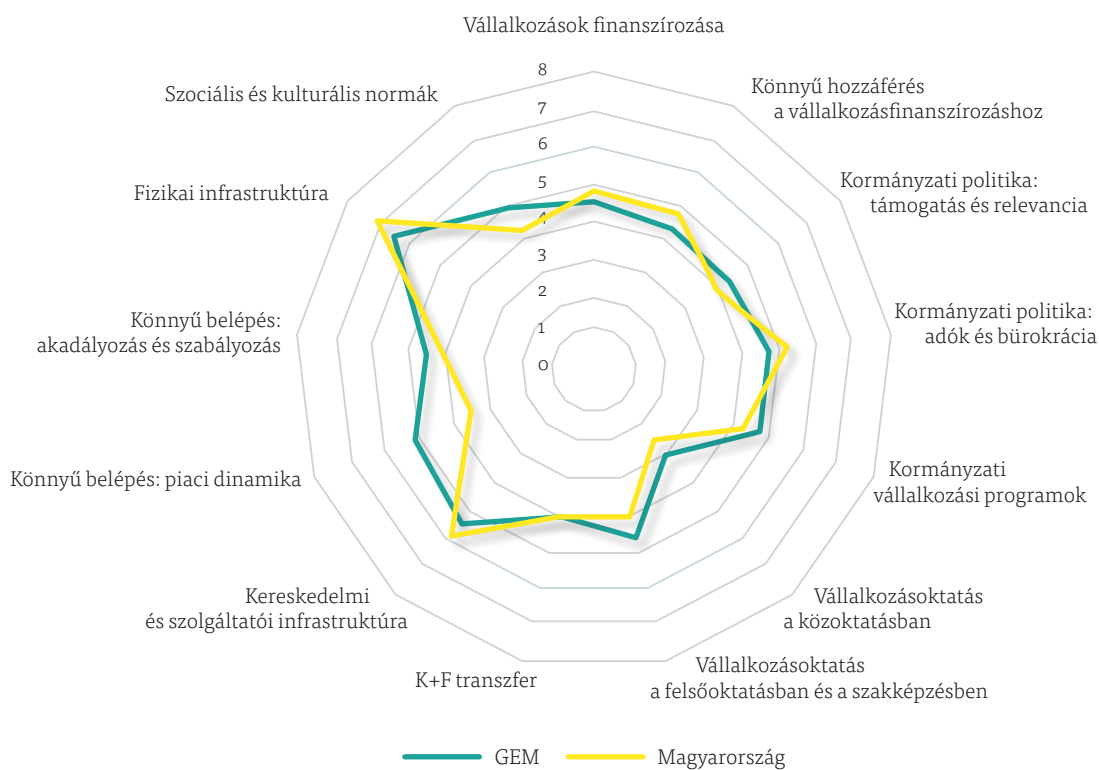
29. ábra: NECI közép- és kelet-európai összehasonlításban



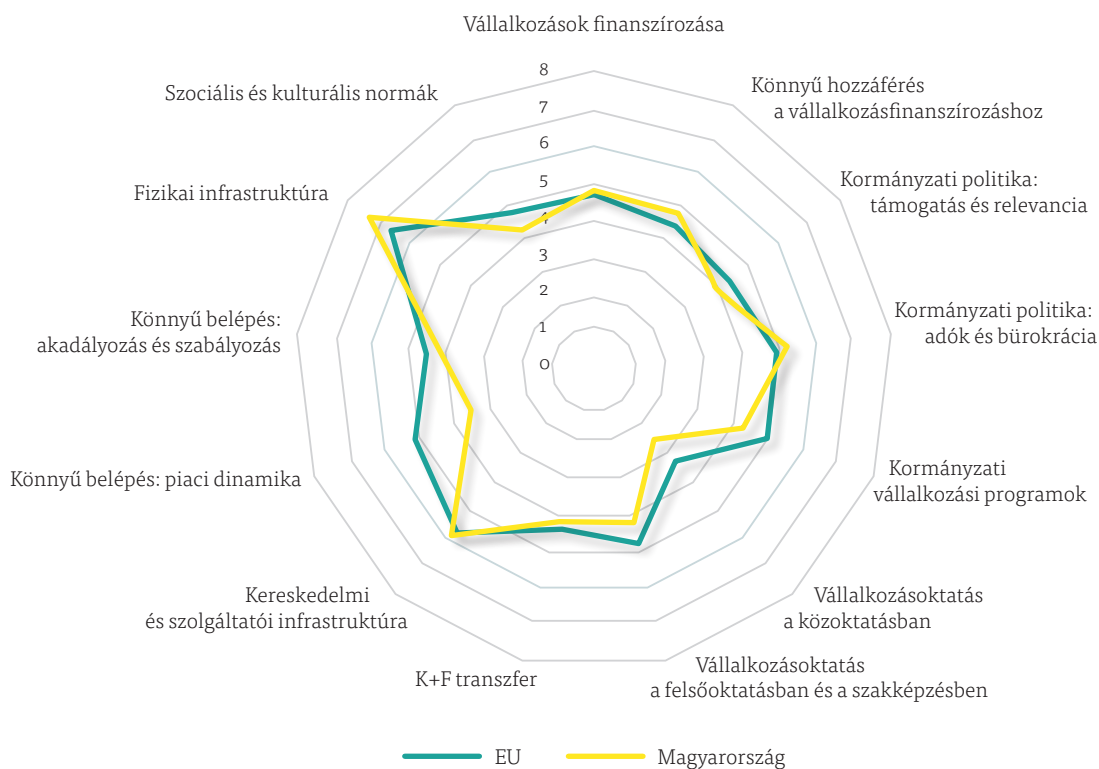
A NECI mérőszámot felbontva látható, hogy a megkérdezett vállalkozásfejlesztési szakértők az egyes összetevők esetében miként ítélik meg a magyar vállalkozói ökoszisztémát, és hogy az értékelés miként viszonyul a globális, európai és kelet- és közép-európai adatokhoz.

A kutatásba bevont vállalkozásfejlesztési szakértők a vizsgált vállalkozási keretfeltételeket a globális szinttől némiképp eltérően értékelték (30. ábra). A pénzügyi feltételeket a szakértők Magyarországra vonatkoztatva valamivel kedvezőbbnek találták, a kormányzati tevékenységek esetében a kormányzati támogatást kevésbé kedvezőnek, az adókat és a bürokráciát viszont a globális átlagnál kedvezőbbnek ítélték. Nagy leszakadás a globális átlagokhoz képest a közoktatásban elérhető vállalkozásoktatás, továbbá a piaci dinamikák esetében mérhető. A fizikai infrastruktúra megítélése ezzel szemben meghaladja a globálisan mért értéket. Összességében a magyarországi vállalkozói ökoszisztéma megítélése követi a nemzetközi trendeket, globális és európai összehasonlításban egyaránt (31. ábra).

30. ábra: A magyar NECI mérőszám elemeinek összehasonlítása világvizonylatban



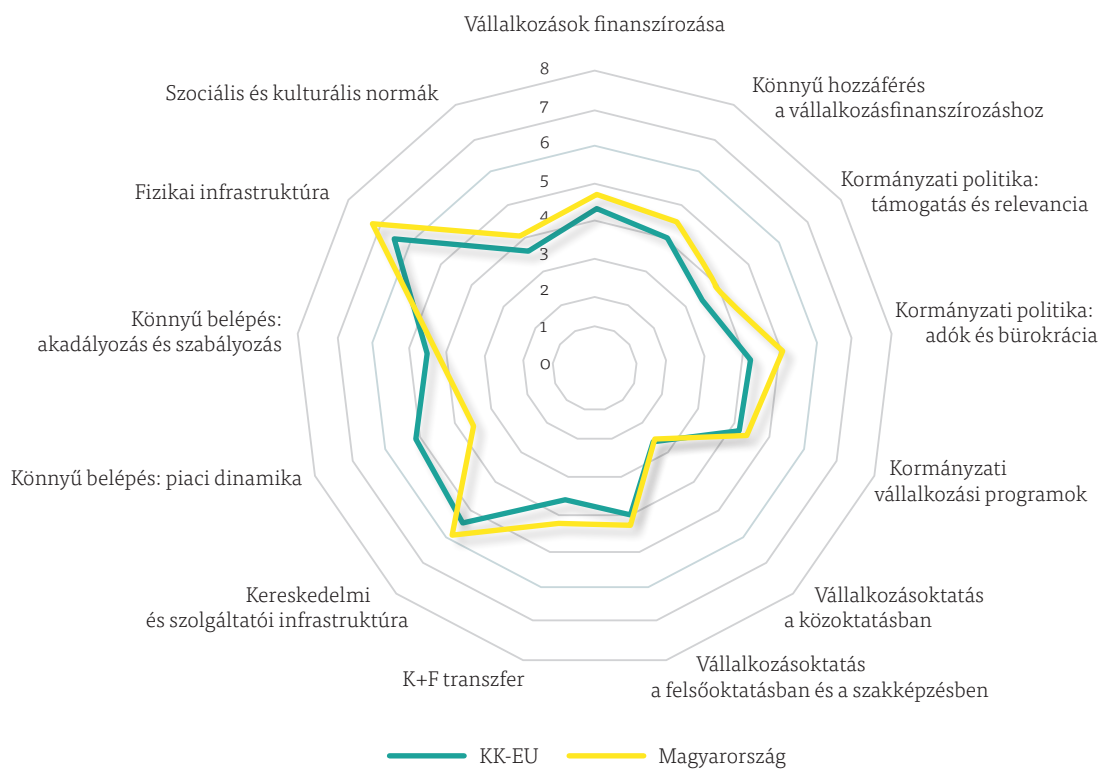
31. ábra: A magyar NECI-mérőszám elemeinek európai uniós összehasonlítása





Kelet- és közép-európai kontextusban (32. ábra) a piaci nyitottságot leszámítva (amely továbbra is a régiós átlag alatt marad), számos szegmensben kedvezőbben ítélték meg az ökoszisztémát a hazai szakértők.

32. ábra: A magyar NECI-mérőszám elemeinek kelet- és közép-európai összehasonlítása



Mind a pénzügyi hozzáférés, mind a kormányzati politikák, mind a K+F transzfer, valamint a fizikai infrastruktúra esetében az ökoszisztéma megítélése sokkal kedvezőbb hazánkban, mint más kelet- és közép-európai államokban. Ugyanakkor érdemes szem előtt tartani azt is, hogy a kelet- és közép-európai régiós átlagok világviszonylatban kiemelkedően alacsonynak számítanak.







# GEM

# TERMINOLÓGIA

**APS (Adult Population Survey / Felnőtt Lakossági Felmérés):** A GEM évenkénti, a hazai 18-64 éves kor közötti felnőtt lakosság körében lefolytatott, legalább kétezer fős reprezentatív adatfelvétele.

**GEM (Global Entrepreneurship Monitor):** a világ legnagyobb, 1999 óta évente zajló, vállalkozási dinamikákat vizsgáló kutatása, a vállalkozási tevékenységet és ökoszisztémát leíró adatok gazdag és megbízható forrása.

**NES (National Expert Survey / Nemzeti Szakértői Felmérés):** A GEM évenkénti, legalább 36 szakértő bevonásával lefolytatott adatfelvétele, amelyben a szakértők kilenc vállalkozói keretfeltétel (Entrepreneurial Framework Conditions) mentén értékeli a vállalkozói ökoszisztémát.

**Kudarctól való félelem aránya (Fear of Failure Rate):** A 18-64 év közötti felnőtt lakosság százalékos aránya, akik ugyan látnak jó üzleti lehetőségeket, de a bukástól való félelem miatt nem indítanak vállalkozást.

**Születő vállalkozások aránya (Nascent Entrepreneurship Rate):** A 18-64 év közötti felnőtt lakosság százalékos aránya, akik születőben lévő vállalkozók (nascent entrepreneurs), azaz aktívan részt vesznek egy vállalkozás elindításában, amelynek tulajdonosai vagy résztulajdonosai lesznek, és amely három hónapnál több ideje még nem fizetett béreket, vagy teljesített egyéb típusú kifizetéseket a tulajdonosai számára.

**Új vállalkozók aránya (New Business Ownership Rate):** A 18-64 év közötti felnőtt lakosság százalékos aránya, akik tulajdonos-vezetők egy új vállalkozásnak, amely több mint 3 hónapja, de kevesebb, mint 42 hónapja (3,5 éve) fizet béreket, egyéb típusú kifizetéseket a tulajdonosai számára.

**TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity / Teljes korai szakaszban lévő vállalkozói tevékenység):** A 18-64 év közötti felnőtt lakosság százalékos aránya, aki születő vagy új vállalkozók, új vállalkozást indítanak, vagy működtetnek.

**EBO (Established Business Ownership Rate / Bejáratott vállalkozások tulajdonosainak aránya):** A 18-64 év közötti felnőtt lakosság százalékos aránya, akik jelenleg tulajdonos-vezetői egy bejáratott vállalkozásnak, amely több, mint 42 hónapja (3,5 éve) fizet béreket, egyéb típusú kifizetéseket a tulajdonosai számára.

**EFCs (Entrepreneurial Framework Conditions / Vállalkozási Keretfeltételek):** A GEM által azonosított feltételek, amelyek egy gazdaságban fokozzák (vagy gátolják) az új vállalkozások alapítását. Ezek a feltételek jelentik az NES (National Expert Survey / Nemzeti Szakértői Felmérés) keretrendszerét:

- A1. Vállalkozások finanszírozása
- A2. Könnyű hozzáférés a vállalkozásfinanszírozáshoz
- B1. Kormányzati politika: támogatás és relevancia
- B2. Kormányzati politika: adók és bürokrácia
- C. Kormányzati vállalkozási programok
- D1. Vállalkozásoktatás a közoktatásban
- D2. Vállalkozásoktatás a felsőoktatásban és szakképzésben
- E. K+F transzfer
- F. Kereskedelmi és szolgáltatói infrastruktúra
- G1. Könnyű belépés: szabad, nyitott, növekedő piacok
- G2. Könnyű belépés: akadályok és szabályozás
- H. Fizikai infrastruktúra
- I. Szociális és kulturális normák

**NECI (National Entrepreneurship Context Index / Nemzeti Vállalkozási Kontextus Index):** A gazdaságok vállalkozási környezetének összesített, átlagos állapotát tükröző mutatószáma, számításának alapját az NES adatok képezik. Egy számba tömöríti a 13 nemzeti vállalkozási keretfeltételt, amelyeket a GEM kutatói mint a vállalkozások számára kedvező környezetet legmegbízhatóbb módon meghatározó tényezőket azonosítottak. A vállalkozási keretfeltételeket reprezentáló 13 változó egyszerű számtani átlagaként számítható. A vállalkozási keretfeltételek mérése a kutatásba bevont szakértők által 11 pontos Likert-skálán értékelt tételek alapján zajlik, a válaszok összesítése főkomponens-elemzéssel történik.

## GEM fogalmi keretrendszer és adatfelvételi módszertan

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a világ legátfogóbb vállalkozói aktivitást mérő kutatása, amelyben 1999 óta számos ország évről-évre stabil módszertani megalapozottsággal hajt végre adatfelvételt. 2021-ben összesen 50 ország (reprezentatív lakossági felmérés 47 országban, szakértői interjúk 50 országban) vett részt a kutatásban. A GEM-ben részt vevő országok kezdetektől fogva a következő kérdések megválaszolásával segítenek megérteni a vállalkozói szellem és a nemzeti gazdasági fejlődés közötti kapcsolatot:

- Eltérő-e a vállalkozói aktivitás szintje az egyes országok között, ha igen milyen mértékben?
- Befolyásolja-e a vállalkozói aktivitás mértéke az országok gazdasági növekedésének ütemét és jólétét?
- Mitől válik egy ország vállalkozó országgá és milyen tényezők befolyásolják a vállalkozói tevékenységet?

A vállalkozói szellem és a nemzeti gazdasági fejlődés közötti kapcsolat megragadása érdekében a GEM fogalmi keretrendszer (conceptual framework) dolgozott ki a következő célok mentén (33. ábra):

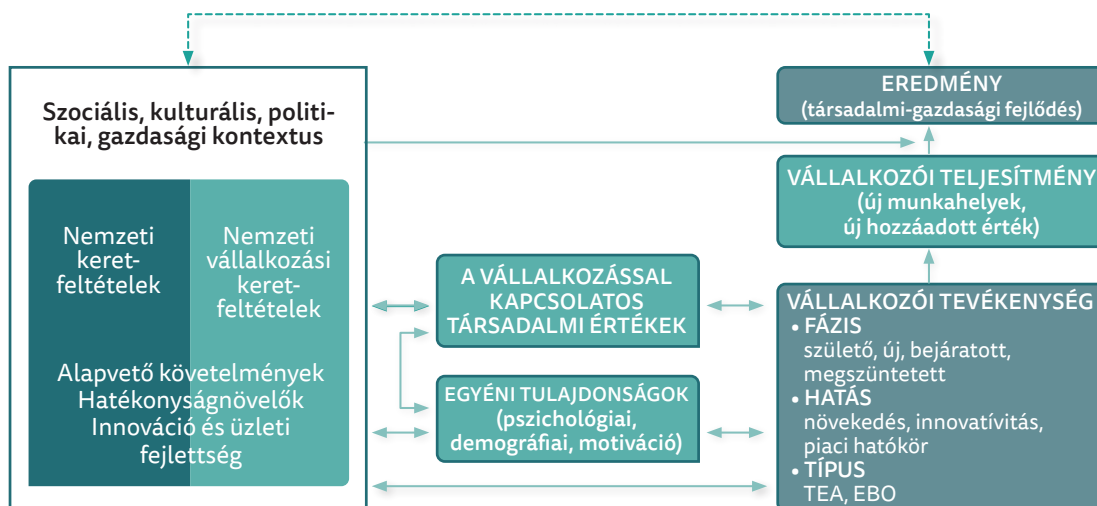
A modell

- tegye lehetővé a vállalkozói tevékenység szintjének összehasonlítását a különböző országok, földrajzi régiók és gazdasági fejlettségi szintek között;
- tegye lehetővé annak meghatározását, hogy a vállalkozói tevékenység milyen mértékben befolyásolja a gazdasági növekedést az egyes gazdaságokon belül;
- járuljon hozzá a vállalkozói tevékenységet ösztönző és/vagy hátráltató tényezők azonosításához (különös tekintettel a nemzeti vállalkozási keretfeltételek, a társadalmi értékek, a személyes tulajdonságok és a vállalkozói tevékenység közötti kapcsolatokra);
- biztosítsa a vállalkozói attitűdök, tevékenység és törekvések nyomon követését az országokon belül, alapozza meg az évenkénti nemzeti értékelés készítését a vállalkozói szektorról;
- támogassa az egyes országok vállalkozói kapacitásának növelését célzó hatékony és célzott szakpolitikák kialakítását.

A GEM fogalmi keretrendszerének alapfelvetése, hogy a nemzetgazdasági növekedés az egyének azon képességének eredménye, hogy felismerik és megragadják a kínáló üzleti lehetőségeket. Az egyének vállalkozói tevékenység indításával kapcsolatos döntéseire a személyes képességeiken és tudásukon kívül a környezeti tényezők is hatással vannak. A vállalkozói tevékenység indításának meghatározói az egyén lehetőségészlelése és képessége (motiváció és készségek), hogy éljen ezen lehetőséggel, továbbá az egyént körülvevő környezet. A GEM fogalmi keretén belül a vállalkozási keretfeltételek írják le a környezetet, amely befolyásolja a vállalkozói tevékenységet, amely aztán

a társadalmi értékek és gazdasági fejlődés révén visszahat a környezetre. (Forrás: <https://gemuae.uaeu.ac.ae/en/framework.shtml>)

33. ábra: GEM fogalmi keretrendszer



(Forrás: GEM Global Report 2021/22)

A GEM a vállalkozói tevékenység világos és konzisztens definícióját fogalmazza meg, és a vállalkozási tevékenység mérésének és értékelésének a fogalmi keretrendszerben lefektetett, kiforrott módszertanával rendelkezik. A kutatásban részt vevő országok mindegyikében a nemzeti csapat (National Team) feladata az adatfelvételek lebonyolítása és az adatok elemzése. Az adatfelvétel két egymást kiegészítő lekérdezésből áll. Az Adult Population Survey (APS) a vállalkozást indítók jellemzőit, motivációit, ambícióit és a vállalkozással kapcsolatos társadalmi attitűdöket vizsgálja. A National Expert Survey (NES) legalább 36, a GEM adatminőségért felelős csapata (Data Team) által jóváhagyott szakértő értékelését gyűjti össze a vállalkozási keretfeltételekre vonatkozóan.



## A GEM felmérésben részt vevő országok és kategorizálásuk

A GEM adatgyűjtésben részt vevő országok kategóriákba sorolása a Világbank adatai alapján történt, a GEM által meghatározott jövedelmi határok alapján (4. táblázat):

- alacsony jövedelmű országok, ahol az egy főre jutó GDP alacsonyabb, mint 20 000 USD,
- közepes jövedelmű országok, ahol az egy főre jutó GDP 20 000 USD és 40 000 USD közötti,
- magas jövedelmű országok, ahol az egy főre jutó GDP magasabb, mint 40 000 USD.

4. táblázat: A GEM adatfelvételben részt vevő országok kategorizálása

Alacsony jövedelmű országok < 20 000 USD	Közepes jövedelmű országok > 20 000 USD < 40 000 USD	Magas jövedelmű országok > 40 000 USD
Brazília	Chile	Egyesült Államok
Dél-afrikai Köztársaság	Ciprus	Egyesült Arab Emírátsok
Dominikai Köztársaság	Fehéroroszország	Egyesült Királyság
Egyiptom	Görögország	Finnország
Guatemala	Horvátország	Franciaország
India	Kazahsztán	Hollandia
Irán	Lengyelország	Írország
Jamaica	Lettország	Izrael
Kolumbia	Litvánia	Japán
Marokkó	<b>Magyarország</b>	Kanada
Mexikó	Omán	Katar
Szudán	Oroszország	Koreai Köztársaság
	Panama	Luxemburg
	Románia	Németország
	Spanyolország	Norvégia
	Szlovákia	Olaszország
	Szlovénia	Svájc
	Törökország	Svédország
	Uruguay	Szaúd-Arábia

(Forrás: GEM Global Report 2021/22)

## Technikai részletek

A magyar GEM Nemzeti jelentés alapjául a magyar felnőtt lakosság körében lefolytatott reprezentatív adatfelvétel (APS) és a magyar szakértőkkel készített interjúk (NES) szolgáltak.

Az adatfelvételek technikai részleteit a következő táblázat tartalmazza.

5. táblázat: Az adatfelvételek technikai részletei

Minta jellemző	Magyarázat
<b>APS</b>	
Alapsokaság	18-64 év közötti magyar felnőtt lakosság
Alapsokaság mérete	6.465.545 fő
Mintaelemszám	2.014 fő
Mintaválasztási terv	Többszörösen, azonos arányban rétegzett minta
Minta típusa	Valószínűségi
Adatfelvétel ideje	2021. 05.04. – 2021.06.11.
Adatfelvételi módszertan	Telefonos lekérdezés
Mintaválasztás módszertana	Lista lapján történő véletlen tárcsázás
Adatfelvételt végezte	TÁRKI Zrt.
Adatrögzítést, SPSS adatbázis létrehozást végezte	TÁRKI Zrt.
Nyomon követés, minőségbiztosítás és végső ellenőrzés	GEM Hungary National Team
<b>NES</b>	
Alapsokaság	Vállalkozásfejlesztési szakértők, vállalkozók
Minta	36 szakértő
Minta típusa	kényelmi minta
Adatfelvétel ideje	2021.04.20. – 2021.06.09.
Adatfelvételi módszertan	Telefonos interjú
Adatfelvételt végezte	Budapesti Gazdasági Egyetem
Adatrögzítést, SPSS adatbázis létrehozást végezte	GEM Hungary National Team



1. The first step in the process of identifying a problem is to recognize that a problem exists. This often involves gathering information and observing the situation. Once a problem is identified, the next step is to define the problem clearly. This involves determining the scope of the problem and the specific goals that need to be achieved. After defining the problem, the next step is to generate potential solutions. This can be done through brainstorming, research, or consulting with others. Once potential solutions are generated, the next step is to evaluate them. This involves comparing the solutions against the goals and determining which solution is the most feasible and effective. Finally, the chosen solution is implemented, and the results are monitored to ensure that the problem is resolved.

2. The process of identifying a problem is often a complex one, involving many different factors. It is important to take the time to carefully define the problem and to generate a wide range of potential solutions. This will help to ensure that the chosen solution is the most effective one. Additionally, it is important to monitor the results of the chosen solution to ensure that the problem is resolved and that the goals are achieved.

3. In order to identify a problem, it is important to have a clear understanding of the situation. This involves gathering information and observing the situation. Once a problem is identified, the next step is to define the problem clearly. This involves determining the scope of the problem and the specific goals that need to be achieved. After defining the problem, the next step is to generate potential solutions. This can be done through brainstorming, research, or consulting with others. Once potential solutions are generated, the next step is to evaluate them. This involves comparing the solutions against the goals and determining which solution is the most feasible and effective. Finally, the chosen solution is implemented, and the results are monitored to ensure that the problem is resolved.

4. The process of identifying a problem is often a complex one, involving many different factors. It is important to take the time to carefully define the problem and to generate a wide range of potential solutions. This will help to ensure that the chosen solution is the most effective one. Additionally, it is important to monitor the results of the chosen solution to ensure that the problem is resolved and that the goals are achieved.

5. In order to identify a problem, it is important to have a clear understanding of the situation. This involves gathering information and observing the situation. Once a problem is identified, the next step is to define the problem clearly. This involves determining the scope of the problem and the specific goals that need to be achieved. After defining the problem, the next step is to generate potential solutions. This can be done through brainstorming, research, or consulting with others. Once potential solutions are generated, the next step is to evaluate them. This involves comparing the solutions against the goals and determining which solution is the most feasible and effective. Finally, the chosen solution is implemented, and the results are monitored to ensure that the problem is resolved.

6. The process of identifying a problem is often a complex one, involving many different factors. It is important to take the time to carefully define the problem and to generate a wide range of potential solutions. This will help to ensure that the chosen solution is the most effective one. Additionally, it is important to monitor the results of the chosen solution to ensure that the problem is resolved and that the goals are achieved.

7. In order to identify a problem, it is important to have a clear understanding of the situation. This involves gathering information and observing the situation. Once a problem is identified, the next step is to define the problem clearly. This involves determining the scope of the problem and the specific goals that need to be achieved. After defining the problem, the next step is to generate potential solutions. This can be done through brainstorming, research, or consulting with others. Once potential solutions are generated, the next step is to evaluate them. This involves comparing the solutions against the goals and determining which solution is the most feasible and effective. Finally, the chosen solution is implemented, and the results are monitored to ensure that the problem is resolved.

8. The process of identifying a problem is often a complex one, involving many different factors. It is important to take the time to carefully define the problem and to generate a wide range of potential solutions. This will help to ensure that the chosen solution is the most effective one. Additionally, it is important to monitor the results of the chosen solution to ensure that the problem is resolved and that the goals are achieved.

9. In order to identify a problem, it is important to have a clear understanding of the situation. This involves gathering information and observing the situation. Once a problem is identified, the next step is to define the problem clearly. This involves determining the scope of the problem and the specific goals that need to be achieved. After defining the problem, the next step is to generate potential solutions. This can be done through brainstorming, research, or consulting with others. Once potential solutions are generated, the next step is to evaluate them. This involves comparing the solutions against the goals and determining which solution is the most feasible and effective. Finally, the chosen solution is implemented, and the results are monitored to ensure that the problem is resolved.

10. The process of identifying a problem is often a complex one, involving many different factors. It is important to take the time to carefully define the problem and to generate a wide range of potential solutions. This will help to ensure that the chosen solution is the most effective one. Additionally, it is important to monitor the results of the chosen solution to ensure that the problem is resolved and that the goals are achieved.