

NÉMETHNÉ PÁL Katalin

HOL SZÖKELLNEK A MAGYAR GAZELLÁK?

A DINAMIKUSAN NÖVEKVŐ KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK
NÉHÁNY JELLEMZŐJE

A kis- és középvállalatokról szóló gazdasági hírek leginkább e célcsoport hátrányos helyzetéről, különféle nehézségeiről szólnak. A magyar sajtóban és gazdaságpolitikában viszonylag kevés figyelmet kapnak a gazelláknak is nevezett dinamikusan növekvő kkv-k, így keveset tudunk arról is, miben különböznek ezek – gazdaság dinamizálása szempontjából döntő jelentőségű – vállalatok a stagnálóktól. A GKI Gazdaságkutató Zrt. kutatása e vállalatcsoport jellemzőinek megismerését tűzte ki célul. A vállalati felmérés azt találta, hogy a keresett különbségek elsősorban a vezetők hosszú távú gondolkodásában, a rendelkezésre álló humán erőforrásban és a magasabb innovativitásban körvonalazhatók.

Kulcsszavak: kis- és középvállalkozások, Magyarország

A GKI Gazdaságkutató Zrt. a Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium megbízásából 2009 tavaszán tanulmányt készített a kis- és középvállalatok növekedését meghatározó tényezőkről. A kutatást Papanek Gábor D.Sc. vezette, további résztvevők: dr. Borsi Balázs, Farkas László, Viszt Erzsébet és e cikk szerzője. Ez a cikk a kutatás azon eredményeit mutatja be, amiben azt próbáltuk feltárni, hogy mi különbözteti meg a gyorsan növekvő kis cégeket a többiekét.

A kis- és középvállalatok¹ szerepét a nemzetgazdaságban elsősorban foglalkoztatási szempontból szokás értékelni, nálunk is e szféra adja a munkahelyek több mint kétharmadát. Kisebb figyelmet kap az az aspektus, hogy a mikro- és kisvállalatok a vállalati életgömbén előbbre haladva közép- és nagyvállalattá fejlődnek, s e folyamat során a gazdasági növekedés motorjai a világ számos országában.

A *kis- és közepes méretű vállalat (kkv)* fogalmát, ha lehetett, hagyományos módon, azaz az EU-ajánlások szerint (a létszámot, az árbevételt, a mérlegfőösszeget és az ún. függetlenségi kritériumot figyelembe véve) értelmeztük. E cégeknek maximum 249 foglalkoztattja, 43 millió eurós mérlegfőösszege és ötvenmillió eurós éves árbevétele lehet, s – az ún. függetlenségi kritérium értelmében – az állam, az önkormányzat, illetve egy nagyvállalat tulajdoni vagy szavazati részese-

dése nem haladhatja meg a 25%-ot (2004. évi XXXIV. törvény). A gyakorlatban azonban az összes kritérium megléte nehezen ellenőrizhető volt, ilyenkor egyszerűbb besorolási kritériumokhoz folyamodtunk.

A fejlett országokban – *Birch* (1987) nyomán – a gyorsan növekvő cégeket gyakran gazelláknak nevezik. Birch három csoportba sorolta a vállalatokat: a nagy, de lassan reagáló ún. **elefántokra**, a maximum 2-3 főnek munkalehetőséget teremtő és nem növekvő egerekre és a gyorsan változó, növekvő **gazellákra**. *Vecsenyi* (1999) a közép-európai sajátosságok figyelembevételével kissé módosította a terminológiát: a gazellák nevet változatlanul hagyta, de a nagyok körében megkülönböztette a szocialista örökség képviselőit, a **dinoszauruszokat** és a piacgazdasági magatartást követő **tigriseket**, s az egerek elnevezést a **hangyákra** cserélte.

A (nemzetközi) szakirodalom tanúsága szerint a *gyors növekedésnek* sincs egységes definíciója.² Tanulmányunkban a fogalmat a megszokott módon értelmeztük: a növekedést alapvetően az árbevétel és a foglalkoztatott létszám adatokban bekövetkező növekedéssel mértük, s gyorsnak akkor tekintettük, ha üteme meghalad valamely „átlagoshoz” közeli szintet. Jelezzük azonban, hogy – a mérés számos elvi és gyakorlati problémája miatt – további álláspontok is ismertek.

Vállalati életgörbék

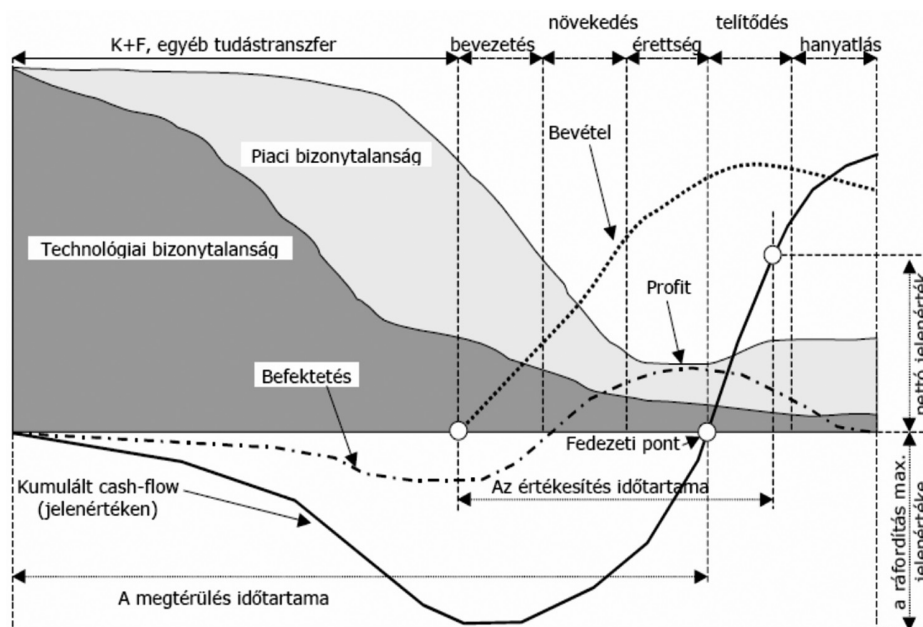
1. ábra

A szakirodalom megkülönbözteti a vállalatok méret szerinti szerkezetének megoszlási viszonyszámokon alapuló ún. statikus, illetve az „életgörbék” alakulását is figyelembe véve ún. dinamikus elemzéseit. A vállalati életgörbék értelmezése az ismert termékélet-görbékéhez³ hasonló: e „modell” a cég „életútját” vázolja fel, megkülönböztetve annak létrejöttét, növekvő, érett és hanyatló életszakaszait, végül eltűnését. A témakörrel foglalkozó – nem túl gyakori (pl. *Perényi – Selvarajah – Muthaly, 2008*) – közlemények megszokott felfogásmódját és a feltüntetett életútszakaszok főbb gazdasági jellemzőit az 1. ábra összefüggései szemléltetik (ahol életgörbének a bevétel görbáját nevezik).

A tipikus kkv-életgörbék jellemzése nehéz. A szakirodalomban a téma „csak” fél évszázados (az első közlemények egyike *Penrose, 1952*). A görbe *hosszabb* szakaszának a „lefutásával” (alakjával) kapcsolatos empirikus kutatások ma még kivételesek. A magyar kkv életgörbék tipikus alakjairól szinte nincs információ. A kivételes szakirodalmi források egyike *Laki M. (1998)* cikke, amely arra mutatott rá, hogy a rendszerváltás után alapított kisebb cégek teljesítménye nem igazán meggyőző, a közepes és nagyobb méretű cégek például az 1990-es évek második felében meginduló gazdasági növekedésből is jobban profitáltak. Majd *Salamonné (2006)* cikke aktualizálja a megállapítást: kiemeli, hogy évtizedünk első felében is **kevés az olyan magyar kkv, amely végigment az elmélet szerinti „életúton”** (s nem sokkal több, amely legalább a dinamikus növekedés szakaszába eljutott).

Az *induló* hazai cégekről időnként a KSH közöl adatokat.⁴ Ezek szerint az 1989–90-es politikai váltás (illetve pontosabban: a magán- és társas vállalatoknak a váltás keretében történő engedélyezése) vállalatalapítási boomot indított el, ennek lezárulását követően az új vállalatok száma 2002-ig magas volt, majd a dinamika csökkent. A legtöbb új cég mindig mikrovállalat volt, s mert tulajdonosaik közt (különösen az első években) igen sok volt a kényszervállalkozó, döntő többségük az is maradt (KSH, 2006 stb.).

A vállalati életgörbe és főbb gazdasági összefüggései
(Életgörbének szorosan véve a „bevétel” görbéjét tekintik)



Forrás: OECD, 1995, 59. oldal

A hazai kkv-k körében viszonylag sok az egy-két éves jó teljesítménye alapján **gazellának** minősülő cég is. Annak ellenére, hogy e cégecskék összesített teljesítménye távolról sem elhanyagolható, többségük (s vezetőik) szinte teljesen ismeretlen. Bár több intézmény is próbálkozott már felmérésükkel, a minősítés egységes módszer nem alakult ki, a gazellának ítélt cégek listáiban is sok az eltérés – s az elismerések visszhangja is szerény.

Az Europe's 500 2008-as listájára felkerült magyar cégek (és fő profiljuk):

145. Dension Audio Systems Ltd. – feldolgozó- (így gépkocsi-) ipar
408. Solvo Biotechnology – biotechnológia
439. Ind Kft. - pénzügyi és jogi szolgáltatás
449. XAPT Hungary Kft. – információ- és telekommunikációs szolgáltatás
454. Photel Communications Inc. – információ- és telekommunikációs szolgáltatás

A Deloitte TMT (Technológia, Média és Telekommunikáció) Technology Fast 500 legfrissebb, 2008-as listájára viszont a következők kerültek fel:

27. Alerant Information Technology Inc. Üzleti informatika, 5 éves növekedés: 3677%. www.alerant.hu
63. Onlinet Ltd. Számítógép-perifériák, növekedés: 2233%. www.onlinet.hu
103. AITIA International INC. Szoftver, növekedés: 1531%

109. THEAM. Internet, növekedés: 1464%.
141. Arkon Zrt. Internet, növekedés: 1197%. www.in-gatlan.com
215. Solvo Biotechnology. Biotechnológia, növekedés: 792%. www.solvo.com
270. Kancellár.hu. Telekommunikáció, növekedés: 650%. www.kancellar.hu
377. Externet. Internet, növekedés: 449%. www.externet.hu
393. NET Média Zrt. Internet, növekedés: 432%. www.portfolio.hu
396. Semilab. Félvezetők, elektronikai alkatrészek, növekedés: 430%. www.semilab.com
397. XAPT Hungary Kft. Szoftver, növekedés: 427%. www.xapt.hu
406. Carnation Zrt. Internet, növekedés: 417%. www.carnation.hu
441. Házipatika.com Kft. Internet, növekedés: 385% www.hazipatika.com
446. AR Hungária Zrt. Szoftver, növekedés: 381%. www.ar.hu

A „100 kistigris 2008” című kiadvány (Kőrösi, 2008) másodszor közölt sokoldalú információkat a legdinamikusabban fejlődő magyar cégekről⁶. Az első 10 vállalat a következők:

Gehl-rak Kft. Szárnyastenyésztés
 Pen-tech Kft. Papír- és írószerek-kereskedelem
 Lengyeltóti Coop Kft. Kiskereskedelem
 Alcanor Kft. Gyümölcs- és zöldség-nagykereskedelem
 Zászlóshajó Kulturális Kft. Rendezvényszervezés
 Hajta-Zagyva Kft. Autóalkatrész kereskedelem
 Zorba-ker Kft. Hús- és húskészítmény-nagykereskedelem
 Kenese Marina-port Zrt. Szállodák
 Mobil Gáz '98 Kft. Üzemanyag-kiskereskedelem
 Medúza Kft. Szállodák

Növekedési lehetőségek

A kutatás során sokféle megközelítésben, sokféle módszerrel (szakirodalom-elemzéssel, sajtófeldolgozással, nemzetközi összehasonlítással, statisztikai adatok elemzésével, vállalati felméréssel és interjúkkal) vizsgáltuk a kis- és középvállalati növekedés helyzetét. Elég hamar arra a következtetésre jutottunk, hogy a gazellákat a többiektől nem a gazdálkodás „kemény” tényezői – pénzügyi és statisztikai adatok – különböztetik meg, hanem olyan „lágy” jellemzők, amelyek első sorban empirikus vizsgálattal tárhatók fel. A következőkben a vállalati felmérést mutatom be, megfelelő helyen hivatkozva az egyéb kutatási módszerrel nyert megállapításokra is.

A vállalati felmérés módszereit (a kutatás egyes résztvevőinek több évtizedes tapasztalatain túlmenően) Babbie (1998) ajánlásaira alapoztuk. A CATI (Com-

puter Assisted Telephone Interview) módszerű telefonos megkérdezést – a GKI kérdőíve alapján és véletlen mintavétellel – a Marketphone Kft. hajtotta végre. A megkeresettek mintáját (az interjúk előkészítő kérdése nyomán, rétegzett mintavétellel) úgy állítottuk össze, hogy nagyjából azonos arányban tartalmazzon gyorsan növekvő és egyéb cégeket. A vállalatok növekedését az árbevétellel mértük: gyorsan növekvőnek azokat ítéltük, amelyek 2000 – vagy ha az későbbi, az alapítás éve – óta legalább másfélszeresére növelték folyóáras árbevételüket.⁷ Az ennél kevésbé növekvő cégeket „egyéb” vállalatoknak neveztük (e csoport tehát az időszak alatt stagnálókat is és a csökkenő árbevételűeket is tartalmazza).

Összesen 401 kis- és középvállalattól kaptunk választ.⁸ E minta összetétele sajátos. A cégek kormegoszlása hozzávetőleg egyezik az alapsokaságéval: a legrégebbi vizsgált céget még 1945-ben, a legfiatalabbat 2008-ban, a legtöbbet azonban a kilencvenes évek első felében alapították. A minta ágazati megoszlása megfelel előzetes várakozásainknak: a legtöbb válaszadó cég az építőiparban és a kereskedelemben tevékenykedik, de sokan működnek a személyi szolgáltatásban is – s az iparban legtöbbször a gépipar területéről válaszoltak.⁹ A válaszadók nagyság szerinti megoszlásában alulreprezentáltak a legkisebb cégek: a mintába kerültek zöme már induláskor is kisvállalat volt, legalább öt alkalmazottal, de jelentős körökben a vizsgálat kezdő évében közepes méretű vállalatok aránya is.¹⁰ 2008-ra a létszámarányok csak kicsit változtak: a középvállalatok aránya nőtt meg. A válaszolók térségi megoszlása pedig lényegesen eltér az alapsokaságétól: a mintában „sikerült” elkerülni Budapest túlsúlyát, sőt a főváros kimondottan alulreprezentált, s a legtöbb választ Pest és Bács-Kiskun megyéből, a legkevesebbet Nógrád és Veszprém megyéből kaptuk.¹¹ A gazellák és a többi cég között nem találtunk jelentős eltéréseket sem az ágazati, sem a területi megoszlást tekintve.

Az első – nem túl örömteli – megállapításunk a felmérési eredményekből az, hogy a magyar cégek életútja gyakran nem a fejlett országokban megszokott módon alakul. A hazai kkv-szférában a fejlett országokban kialakult arányoknál és **a kívánatosnál lényegesen kevesebb a hosszú ideig dinamikus** – azaz a mikrovállalatok közül *rövid idő alatt* a kicsik, majd a közepes méretűek (végül a nagyok) közé kerülő – **cég** (az indulást és a stabilizálódást követően számos okból a hozzávetőleges stagnálás a hagyományos pálya).

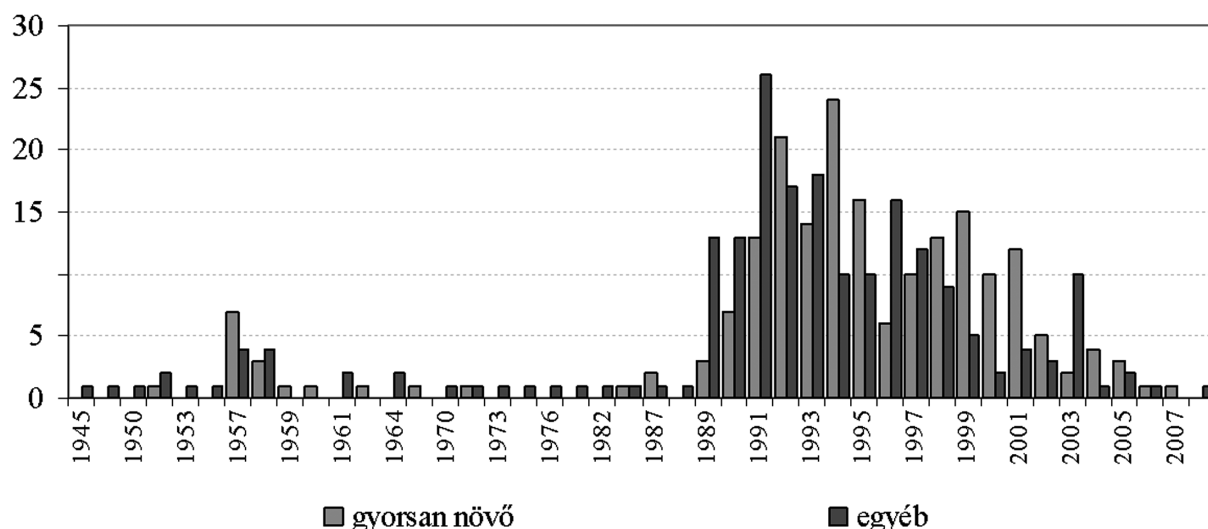
A 2000–2008 között gyorsan növekvő hazai kkv-k többsége már nem induló vállalat volt, s jelentős hányaduk akár évtizedes, vagy ennél is hosszabb múlttal rendelkezett. A mintánkba került dinamikus és az egyéb cégek-

nek az alapítás éve szerinti megoszlása nem különbözik jelentősen, még a perspektivikus szférákban létrehozott magyar kkv-k többségének is viszonylag hosszú időre volt szüksége a siker „megalapozásához” (2. ábra).

A vázolt képet a 2000–2008 közt gyorsan növekvő kkv-k körében készített interjúink információi is megerősítik. E cégek közt találtuk ugyanis olyanokat is, amelyeknek a teljesítménye már e néhány év alatt is

2. ábra

Az adott évben alapított válaszó cégek száma



Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

A felmérési tapasztalatokat interjúink is megerősítik. Az interjút adó 30 cég átlagos életkora ugyanis 14 év.

Mindebből egyértelműen az következik, hogy a hazai gazellák életgörbéinek is több típusa különböztethető meg.

- Természetesen van néhány hosszabb ideig dinamikus, azaz a mikrovállalatok közül hamar a kicsik, majd a közepes méretűek (esetleg később a nagyok) közé kerülő cég, de ezek száma igen kicsi.

Egyes sajtóközleményekben a dinamikus cégek viszonylag csekély számát magyarázó okokról (így a vállalkozóink jelentős hányadának felkészültségével kapcsolatos gondokról) is olvashattunk. Egy, a siker feltevéleinek gyakori hiányára is utaló példa a következő:

„A mikro- vagy kisvállalkozókból stabil közép-vállalkozásokká kinőtt cégek alapítóinak egyike sem volt kényszervállalkozó.” Népszabadság 2007. máj. 22.

- A nyolc-tíz éve alapított és még mindig kkv-nak számító cégek nagy száma viszont azt mutatja, hogy e kategóriából nehéz kitörni. A vállalatok vagy stagnálnak, vagy több csúcsú életgömböt futnak, tehát néhány éves vergődést egy-két kiugró teljesítményű esztendő, majd visszaesés követ.

hullámzott. A továbbiaknak pedig csak mintegy a kétharmada valószínűsítette, hogy fejlődése a következő években is töretlen maradhat, egyharmaduk növekedésének valószínű lefékezéséről tájékoztatott. Ennek egyrészt a dinamizmust visszafogó valamely környezeti tényező (például a válság miatti keresletcsökkenés) az oka – de a vezetőket gyakran az is óvatosságra készíteti, hogy tudják: piacgazdasági gyakorlatuk óhatatlanul hiányos, s nem felkészültek a további növekedés nyomán kialakuló nagy cég irányítására.

A kapott válaszok szerint¹³ a gazellák és a többiek között említésre méltó eltérések alakultak ki egyes korszerű *cégvezetési módszerek* elterjedtsége terén. Többféle vezetői stílus is eredményesnek bizonyult. A vevők elégedettségének a vizsgálata ugyan (legalábbis a kapott önértékelések szerint) egyaránt magas gyakoriságú mind a gyorsan fejlődő cégeknél, mind az „egyéb” csoportban, tudatos jövőképzéskötésről azonban az előzők valamivel gyakrabban informáltak, mint az utóbbiak stb (1. táblázat).

Interjúink a vázoltaknál kissé borúsabb képet adtak. Valamennyi interjúadónk a vezetés jó teljesítményét ítélte az elmúlt években elért siker egyik fő magyarázó tényezőjének. Különösen jól felkészült vezetőket elsősorban a high-tech ágakban ismerhettünk meg, akik a profi módon készült üzleti terveket és pályázatokat, a

Adott vezetési módszer alkalmazásáról tájékoztató cégek gyakorisága (%)

Módszerek	Gyorsan növekvők	Egyéb	Összes cég
A vevők elégedettségének mérése	72	72	72
Küldetés megfogalmazása	67	62	65
Stratégia írásban rögzítése	48	45	46

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

felkészült HR-menedzsmentet, a kifinomult marketinget, minőségbiztosítást, illetve kontrollingot nevezték meg az eredményeiket magyarázó eszközökként.

A korszerű menedzsmenttechnikák fontosságát a nemzetközi szakirodalom is kiemeli. Az elmúlt évtizedek legnagyobb innovációinak többsége ugyanis nem műszaki, hanem menedzsmentinnováció volt. A világhírű specialista, P. Drucker például így ír: „Technológiailag nem sok újdonság volt abban a felismerésben, hogy a kamiontestet le lehet emel-

Némi különbség alakult ki a gyorsan, illetve lassabban fejlődő cégek közt a rendelkezésre álló *humán erőforrás minőségére* vonatkozó értékelésekben is. A gazellák dolgozói valamivel jobb átlagos „osztályzatokat” értek el, mint az egyéb cégek. Az eltéréseknek kétféle magyarázatát is adhatjuk. A jobb megítélés esetenként azt jelentheti, hogy a gazelláknál dolgozók képességei, tudása valóban átlag feletti színvonalúak – de máskor azt, hogy e cégeknél a vezetők jobban megbecsülik munkatársaikat, kedvezőbben értékelik kompetenciáikat, mint az „egyéb” csoportban (s valószínű, hogy gyakran mindkét jelenség hat) (2. táblázat).

2. táblázat

A dolgozók tulajdonságait értékelő osztályzatok átlagai

(1: elégtelen – 5: kitűnő)

	Alkalmazkodóképesség	Szakismeret	Nyelvtudás
Gyorsan növekvők	3,9	4,0	2,4
Egyéb	3,8	3,8	2,1
Összes cég	3,9	3,9	2,3

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

ni a kerekekről, és így felvinni a szállítóhajóra. A konténerinnováció nem is a technológiából fakad, hanem abból az újszerű szemléletmódból, amely a szállítóhajót áruakadó eszköznek, nem pedig hajónak tekinti – következésképp a kikötőben töltött időt minél inkább lerövidíti. Mégis, ez a „vacak” újítás megnégyszerezte az óceánjáró szállítóhajók forgalmát. ... E nélkül bizonyára nem jöhetett volna létre a világkereskedelem hihetetlen mértékű növekedése az utóbbi negyven évben...” (1985, 39–40. oldal).

Interjúadóink is szinte kivétel nélkül azt hangsúlyozták, hogy becsületes, a vevők igényeit elfogadó és alkalmazkodni képes munkatársaik nélkül nem lehetnek volna eredményesek. Ugyanakkor a vállalati gondok egyes okaira utal, hogy válaszadóink szerint a munkaerőpiacon a cégek kétharmada nem talál a szükségleteinek megfelelő készségekkel és tudással rendelkező *munkaerőt*. Okként olykor inkább a hazai „munkamorált”, máskor a nyelvtudás, illetve a szakoktatás hiányát vagy gyengeségét jelölik meg. A megfelelő szaktudású munkatársak megszerzése a gazelláknak jelentett nagyobb gondot (3. táblázat).

3. táblázat

Mindig meg tudja-e szerezni a szükséges szakmunkás-kapacitást? (%)

(a válaszok megoszlása, %)

	Gyorsan növekvők	Egyéb	Összes cég
Igen	63,8	71,8	67,8
Olykor vannak problémák	21,1	14,4	17,7
Nem	15,1	13,9	14,5
Összesen	100,0	100,0	100,0

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

Az innovációk szerepe

A gazellák és a többiek közötti leghatározottabb különbség a cégek innovációs gyakorlatában volt felfedezhető. A gazellák mind a négy Oslo kézikönyv (2005) szerinti innovációfajtából több megvalósítását jelezték 2000, illetve az alapítás óta (ha ez volt a későbbi dátum), mint a lassabb társaik. A legjelentősebb különbséget ott találtuk a két vállalatcsoport között, hogy a gazellák nagy arányban – csaknem minden második – valósítottak meg szervezési innovációkat. Ez összhangban van azzal, hogy a gazellák közül többen alapítottak új telephelyet, leányvállalatot. Úgy tűnik, hogy a magyar gazdaságban is a vezetők korszerűsítési hajlandósága a gazellák gyors növekedését lehetővé tevő egyik lényeges (sőt gyakran a legfontosabb) tényező (4. táblázat).

számára rávilágító statisztikákkal, a korábbi vizsgálatok hasonló következtetésekre vezető eredményeivel. Véleményünk alátámasztására ezúttal Szerb – Ulbert (2008) alábbi megállapítását idézzük: „A különböző innovációk és innovációs tevékenységek tekintetében a (vizsgált) cégek több mint kétharmada semmit sem csinált a 2003–2006-os időszakban.” (219. oldal) Mivel nem feltételezhető azonban, hogy az innovációkról a gazellák rózsaszínűbb képet festenek, mint a többiek, az interjúadók információinak „jóindulatú” jellege nem gyengíti a korszerűsítési törekvéseknek a gyors fejlődést elősegítő szerepével kapcsolatos fenti következtetés érvényét.

Van némi eltérés a különböző dinamikájú cégcsoportok válaszai közt abban is, ahogy a cégek vezetői a termékötleteket feltárják. A kapott tájékoztatás szerint a gazellák 29%-ának, a többi cég 23%-ának munkatársai

4. táblázat

Egyes innovációtípusok megvalósításáról informáló cégek gyakorisága (%)

Innovációk terepe	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
Termékek	34	25	29
Technológiák	43	31	37
Szervezés	47	29	37
Marketing	39	30	35
Legalább egy innováció	65	45	55

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

5. táblázat

Különböző újdonságfokú innovációk megvalósítását jelző cégek gyakorisága (%)

Újdonság foka	Termékinnováció			Technológiai innováció		
	Gazellák	Egyéb	Összes cég	Gazellák	Egyéb	Összes cég
Világújdonság	3	4	3	3	1	2
A hazai piacon új	15	7	11	12	7	9
Csak a vállalatnál új	17	14	15	29	23	26

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

Az innovációk dinamizáló hatására vonatkozó megállapításunkat támasztja alá, hogy a tárgykörben a gazellák, illetve az egyéb vállalatok önértékelései közti különbségek nemcsak az innovációk gyakorisága, hanem az azokat jellemző újdonság foka terén is jelentősek. A gazellák által megvalósított innovációk között markánsan több olyan volt, ami nem csupán a vállalatnál, hanem a piacon is újdonságnak minősült, mint a lassabb társaik újításai körében (5. táblázat).

Ugyanakkor az innováció kérdésében kapott e válaszokat különösen optimistáknak véljük. A táblázat adatai aligha egyeztetethők ugyanis össze a hazai innovációk szerény

vesznek részt szakmai konferenciákon (töreksenek ezzel is az élethosszig tanulásra). Az előbbieket 22%-ának, az utóbbiakat 20%-ának vannak jelentős innovációs segítséget nyújtó (tudást közvetítő) kapcsolatai egyetemekkel, kutatóintézményekkel. Bár a hazai kkv-k többsége a szféra minden csoportjában leginkább a saját kútfőből merít (s gyakran nem is figyel az egyéb forrásokból megszerezhető információkra), a gazellák közül mégis kissé többen költenek pénzt a tudás megvásárlására, inkább hajlamosak külső forrásból származó tudást hasznosítani, mint a többiek (6. táblázat).

A kifejtettek után nem meglepő, hogy a válaszadók szerint a gazellák árbevételük némileg nagyobb hányadát költik innovációkra, mint a többi cég. Érdekes,

A termékötletek megszerzésének adott módját jelző cégek részaránya (%)

	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
Cégen belül alakultak ki	22	18	20
Pénz nélkül megszerzhető volt	7	5	6
Vették	6	1	3

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

hogyan hasonló különbségről a K+F kiadások terén nem kaptunk információkat. Ugyanakkor mindkét téren figyelemre méltó az *átlagos* ráfordítás bevallottan is szerény szintje (ami nem általános: volt gazella, ahol a vizsgált időszakban a válaszadó szerint az árbevétel nagyságával összevethető összegeket költöttek innovációkra, illetve az árbevétel felét K+F-re, s az egyéb cégeknél is kaptunk tájékoztatást kifejezetten K+F- és innováció-orientált törekvésekről) (7. táblázat).

ségeik (*core competence*), és ehhez igazították a növekedési területeket, míg az egyéb cégek körében kissé kapkodva, de legalábbis kevésbé tudatosan változtatták a profilt (8. táblázat).

Az egyéb törekvésekben is vannak különbségek. A megkérdezett vállalatok bő harmada hozott létre például alapítása óta új telephelyet, leányvállalatot; a gazellák jóval gyakrabban, mint az egyéb vállalatok. A cégek átlagosan 3,44 off springet hoztak létre, a gazellák kevesebbet: átlagosan 3,36-ot, a többiek átlagosan 3,55-öt. Ha azonban leszadjuk azokat a cégeket,

A kutatás-fejlesztési és innovációs ráfordítások az árbevétel százalékában (súlyozott átlagok)

	K + F ráfordítások	Innovációk költségei
Gyorsan növők	1,5	5,4
Egyéb	1,6	4,8
Összes cég	1,5	5,2

Profilváltoztatást végrehajtó cégek száma

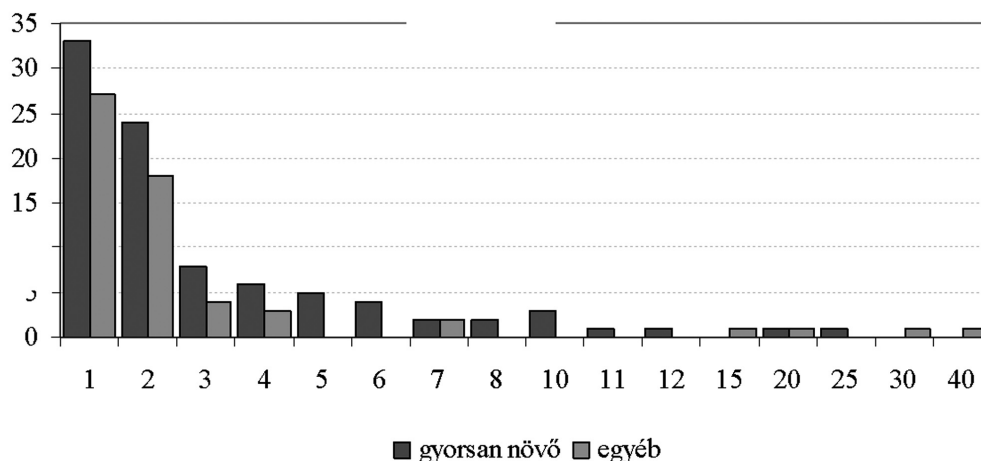
Változtatások száma	Profilbővítés			Profilsökkenés		
	Egyéb	Gyorsan növők	Összesen	Egyéb	Gyorsan növők	Összesen
1	9	6	15	8	5	13
2	2	6	8	5	2	7
3	6	1	7			
4	0	3	3	3	2	5
5–10	3	4	7	2	1	3
11–25	4	1	5	1	0	1
50–60	1	1	2			
Összesen	25	22	47	19	10	29

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

A piaci gondok következményeként az „egyéb” cégek vezetése kissé gyakrabban vállalkozhatott *profilbővítésre*, mint a többieké. Profilszűkítéseket (sokszor feltehetően kényszerből) szintén inkább a stagnáló-viszszafejlesztők csoportja hajtott végre. Úgy tűnik, hogy a gazellák jobban tudták, hogy mik az alapvető képes-

amelyek 10-nél több telephelyet, leányvállalatot hoztak létre – ezek nyilvánvalóan nem igazán a kv-kategória szereplői, és mindkét csoportban négy-négy ilyen fordult elő –, akkor a gazellák átlaga 2,74, a többieké 1,87 lesz, tehát a gazellák általában eggyel több off springet alapítottak. Az, hogy a gazellák merészebben változtatják a vállalati szervezetet, az innovációknál is tükröződik (3. ábra).

Leánycéget, telephelyet alapított válaszadók száma



Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

De a gyorsan növekvő, illetve az egyéb cégeknél választ adók eltérő képet festettek a vezetés „kapcsolati tőkájének” jellegéről, konkrétan piaci kapcsolataik (vevők) típusairól is. A tájékoztatások szerint a gazellák árbevételének nagyobb hányada származott a vállalati szférától (beszállításból), mint másutt, az állami, illetve a magánszemély ügyfelek keresletének a súlya viszont a többi vállalatnál volt jelentősebb. A válaszok szórása azonban mindenütt nagy. A legtöbb cég egyáltalán nem informált állami vevőkről, s csak alig néhányan jeleztek jelentős arányokat. Az üzleti és a magánvevők aránya viszont a két szélső érték – a 0 és a 100% – körül tömörült. Vizsgálatunk is azt a nézetet támasztotta alá tehát, hogy a magyar gazdaságban leggyakrabban az üzleti szféra kereslete teremt módot a kkv-k gyors növekedésére (9. táblázat).

A fejlett országokban az új cégeket alapító vállalkozók általában optimisták (hiszen éppen azért vállalkoztak, mert úgy vélték, hogy erre kedvező piaci lehetőségek vannak). Ha pedig a piaci visszajelzések is kedvezőek, a következő időszakokban is bizakodnak a sikerben.

A Deloitte TMT Technology Fast 500 listáján szereplő vállalatok ügyvezetői körében elvégzett 2008-as felmérés szerint a gazdaságba vetett bizalom az egyre nyugtalanabb gazdasági környezet ellenére erős. A vezérigazgatók 58 százaléka volt „tökéletesen” vagy „nagyon” biztos abban, hogy képesek lesznek az elkövetkező két évben is fenntartani az előző évek magas növekedési ütemét.

Mit várnak a vállalatok?

Vállalati felmérésünk szerint viszont a magyar kkv-k csak mintegy egyharmadának a vezetője reméli azt, hogy vállalata jövője kedvezően alakul. A gazellák azonban egyértelműen a többiekénél gyakrabban ítélték meg derűlátóan piaci lehetőségeiket: az előbbieknél 36, az utóbbiaknak 33%-a vélte úgy, hogy a következő években cége árbevétele növelhető (az átlag 34%). E gyakoriságok a jelenlegi válságos időszakban viszonylag magas, sőt az előző évekenél is magasabb¹⁴ értékek, különösen mivel a piac általános trendjeiről csak a megkérdezettek sokkal kisebb hányada adott kedvező előrejelzést (azaz: viszonylag sokan bíztak abban, hogy az általános válság se rendíti meg cégük pozícióit) (10. táblázat).

9. táblázat

Az árbevétel megoszlása a vevők típusai szerint (súlyozott átlag, %)

A vevők	Gyorsan növeők	Egyéb	Összes cég
Állami intézmények	11	13	12
Vállalatok	61	55	58
Magánszemélyek	28	33	31
Összesen	100	100	100

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

VEZETÉSTUDOMÁNY

A perspektívák megítélése természetesen különböző volt *ágazatok* szerint. Se az optimisták, se a pesszimisták tábora nem okozott azonban meglepetéseket: a jelenlegi válság hatásai miatt a piac jövőbeli szűkülésétől még a gazellák körében is igen sok válaszadó tartott, az építőiparban és az ingatlanforgalmazásban (kb. 60%), illetve a vendéglátás területén (100%). Az értékesítési

- Sok megkérdezett előteremthetőnek látta a *finanszírozási* forrásokat is. A nemritkán derűs jövőképek ellenére a megkérdezettek széles köre számolt be azonban a növekedésüket erőteljesen fékező *közvetlen* („belső”) gazdálkodási gondokról is. A jelen pénzügyi válságát figyelembe véve nem is meglepő talán, hogy a legtöbb válaszadó (mindkét csoport-

10. táblázat

A cégek megoszlása a várt piaci trend típusai szerint (%)

A piac várt trendje	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
Szűkülés	43	50	47
Stagnálás	36	37	36
Bővülés is lehet	21	21	17
Összesen	100	100	100

11. táblázat

A válaszolók megoszlása a szükséges szakmunkás-kapacitás megszerzésére vonatkozó várakozások típusai szerint (%)

A szakmunkások felvétele	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
Problémamentes	64	72	68
Olykor nehéz	21	14	18
Lehetetlen	15	15	15
Összesen	100	100	100

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

lehetőségek bővülését viszont a legnagyobb arányban a vegyipar és a gazdaságsegítő szolgáltatások (40%), valamint a távközlés (50%) interjúadói remélték. Jellegetes továbbá a mezőgazdasági válaszadók egyharmadának borús, másik egyharmadának kifejezetten rózsaszínű jövőképe is.

Felmérésünk viszonylag derűs jövőképének a kialakulásához az is hozzájárult, hogy az interjúadók problémamentesnek várták cégüknél a gyors növekedéshez szükséges erőforrások megszerzését.

- A *munkaerő*-ellátottságra vonatkozó várakozások széles körben viszonylag kedvezőek. Némileg rontja ugyan a képet, hogy a megfelelő szakmunkások toborzását a feltehetően az átlagosnál magasabb elvárásokat támasztó gazellák a többieknél gyakrabban ítélték esetenként kihívó feladatnak – de megnyugtató, hogy lehetetlennek (annak ellenére, hogy gyakran hallani e téren súlyos gondokról) mindkét csoportban csak a megkérdezetteknek tízegynéhány százaléka vélte¹⁵ (11. táblázat).

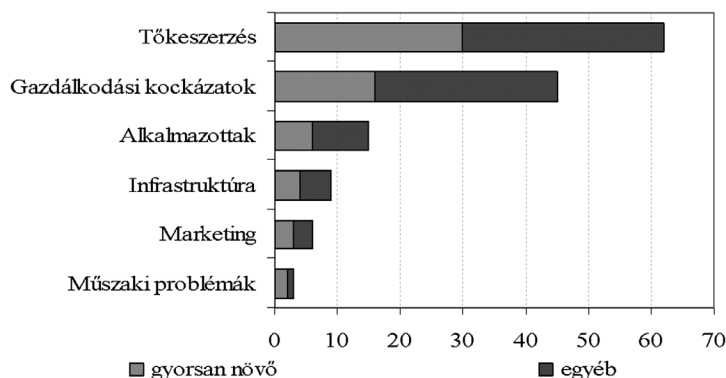
ban kb. a felük) a tőkeszerzés nehézségeit ítélte fő gondjának – s a magyar tőkepiacra igen jellemző módon e probléma hangsúlyos jelentkezését azonos arányban várták a gyorsan fejlődők, mint a többiek. Ugyancsak sokan számítottak a gazdálkodási kockázatok kedvezőtlen következményeire. E tényező súlyának az értékelésében azonban jelentős különbségek mutatkoztak a két csoportnál: az „egyéb” cégeknek a gazellákénál jóval nagyobb hányada prognosztizálta ezeket (feltehetően jó részt kedvezőtlenebb piaci várakozásaik hatására) fejlődésük fő akadályának. De – bár nincs információnk a hiányolt tudás jellegéről – figyelemre méltónak, a változások megindulását jelzőknek véljük a hozzáértő alkalmazottak megszerzési nehézségeit hangsúlyozó megjegyzéseket is (a 2007-es elemzés ugyanis még a következőt rögzítette: „A válaszolók többsége nem érzi szükségét annak, hogy szervezett formában üzleti, vállalkozási ismereteket tanuljon” – *NFGM*, 2008, 177. oldal) (4. ábra).

Nyomatékosan fel kell azonban hívnunk a figyelmet arra is, hogy összességében válaszadóink *a gazdálkodási kockázatokat minősítették a növekedésüket fenye-*

gető legnagyobb súlyú belső veszélyforrásnak (annak ellenére is, hogy a tényező a kérdőív utolsó válaszlehetőségeként szerepelt)¹⁶ (12. táblázat).

Természetesen a növekedést fékező tényezők ágazati eltérései – jelentős részben a szakmák eltérő igényei miatt, de nem csak ezért – szintén nagyok. A tőkeszerzés nehézségeit leggyakrabban a magas tőkeigényű ágakban (például a mezőgazdaságban, a távközlésben) dolgozók minősítették súlyosaknak. A munkaerő-kínálat hiányos szaktudását a vendéglátó-iparban (!) és a fémfeldolgozásban ítélték a leginkább problematikusnak. Fontos jelzés a mezőgazdasági válaszadók jelzése az ágazat marketinggondjairól. Végül akár természetesnek is vehetjük,

A növekedést fékező adott tényezőt a legfontosabbnak ítélt (ötösre értékelő) válaszadók száma



Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

4. ábra

A növekedést fékező tényezők jelentőségének átlagos osztályzatai*

	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
A tőkeszerzés nehézségei	3,0	2,9	2,9
A hozzáértő alkalmazottak megszerzésének nehézségei	2,3	2,1	2,2
Az infrastruktúra gyengesége	2,2	2,1	2,1
Műszaki problémák	2,0	2,0	2,0
Marketinggondok	2,2	2,3	2,2
A gazdálkodás kockázatai	3,2	3,3	3,2

* 5 a felsoroltak közül a legfontosabb tényező, 4 fontos, 3 van hatása 2 jelentéktelen hatású, 1 nincs hatása

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

hogy a gazdálkodás kockázatait a mezőgazdaság és az élelmiszeripar az átlagnál is nagyobbaknak ítélte – az azonban mindenképp meglepetés, hogy a távközlési válaszolók még az élelmiszer-gazdaságiaknál is nyugtalanítóbbaknak mondták.

A kutatásnak érdekes (a témakörben gyakori feltételezéseket alátámasztó) további tapasztalata, hogy a cég növekedése esetén felmerülő vezetési gondoktól vi-

szonylag sok kkv – s a lassan, vagy nem növekvőknek a gazellákénál nagyobb hányada – tart. Jellegzetes, hogy a lehetséges problémák forrásának mindkét vállalati típusban a legtöbben (de a gazellák a többiekénél ritkábban) a bővülő kollektíva nehézkes ösztönzését látták. Ugyancsak a gazellákénál több „egyéb” cég vezetői számítottak nehézségekre a növekedéshez szükségessé váló új (s megbízható) szállítók megszerzése terén (13. táblázat).

13. táblázat

A növekedés nyomán vezetési gond jelentkezésétől tartó megkérdézettek hányada (%)

	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
A vezetési gond			
– a növekvő számú vevővel való nehéz kapcsolattartás	5	7	6
– a munkatársak nehezebb ösztönzése	6	10	8
– a növekvő számú tulajdonos érdekeinek egyeztetése	5	4	5
– a megbízható új szállítók megszerzése	5	10	7
Legalább a gondok egyikétől tart	15	20	17

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

VEZETÉSTUDOMÁNY

A növekedést fékező külső tényezők hatóerejének átlagosztályzatai*

	Gyorsan növők	Egyéb	Összes cég
Adminisztrációs terhek	3,2	3,4	3,3
A vevők konzervatívizmusa	2,3	2,2	2,3
A beszállítók gyengesége	2,1	2,1	2,1
Az üzleti szolgáltatások gyengesége	2,0	2,0	2,0
Tisztességtelen verseny	3,1	3,2	3,1
Túlzott elvonások	3,6	3,8	3,7
A gazdaságpolitika kiszámíthatatlansága	4,2	4,3	4,3

* 5 a felsoroltak közül a legfontosabb tényező, 4 fontos, 3 van hatása, 2 jelentéktelen hatású 1 nincs hatása

Forrás: Telefonos GKI-Marketphone felmérés

Élesen hangsúlyoznunk kell viszont, hogy a válaszadók a növekedést visszafogó külső tényezők fékező hatását a belsőknél lényegesen nagyobbaknak ítélték. A leggyakoribb gond megjelölése meglepően egységes.¹⁷ Megerősítést nyert a GKI hagyományos vállalati magatartás-vizsgálatainak az a tapasztalata, amely szerint ma a hazai kkv-k legszélesebb köre számára a gazdaságpolitika kiszámíthatatlansága jelenti a növekedés egyik fő akadályát.¹⁸ A tényező meglepő módon (s annak ellenére, hogy szintén a kérdőív utolsó válaszlehetőségeként szerepelt) ezúttal még az elvonások mindenkor élesen bíralt mértékénél is magasabb osztályzatokat kapott. De a szabályozás kereteiben kötelezően előírt adminisztráció terhe is határozottabb bírálatok tárgya volt, mint az üzleti partnerekkel kapcsolatos bármely probléma (14. táblázat).

A növekedés legfontosabbnak (ötösrre) minősített külső fékjét illető állásfoglalások talán az átlagos osztályzatok számánál is világosabban szemléltetik a válaszadók nézeteinek a lényegét. S úgy véljük, hogy a vélemények érvényét különösebb magyarázat nélkül kiterjeszthetjük a már működő vállalatok körén túlra is: ti. valószínűsíthetjük, hogy a szabályozás kiszámíthatatlansága, a túladóztatás és a bürokrácia, amelyek a cégvezetők szerint leginkább fogják vissza a kkv-k növekedését, egyben a visszafogott hazai vállalkozási kedv, illetve a viszonylag szerény számú vállalatalapítás fő okainak is tekinthetők (5. ábra).

Összegzés

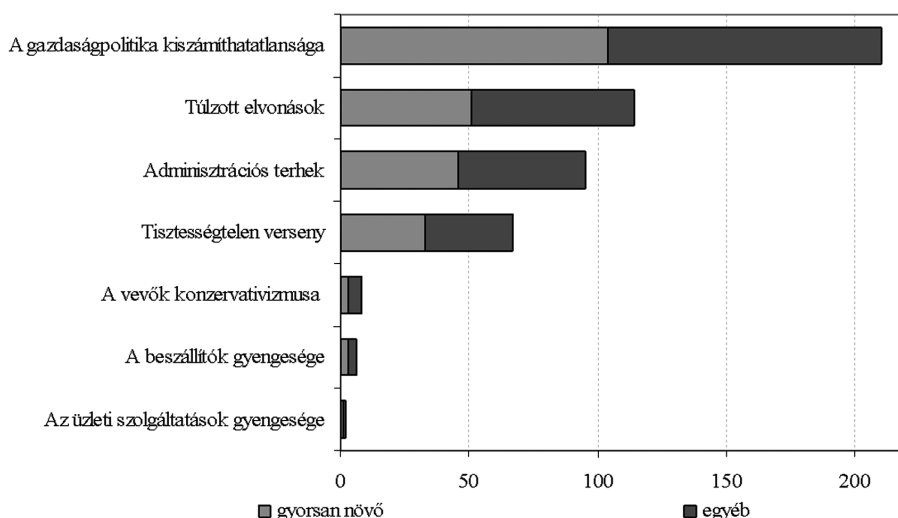
Mindezek pedig arra is utalnak, hogy a magyar kkv-k jelentős hányadának, s különösen a hazai gazelláknak

5. ábra

a jelenlegi válság ellenére van esélyük a sikerre. A szféra jövője nem csekély mértékben attól függ azonban, hogy sikerül-e gazdaságpolitikánkat vállalkozásbaráttá tenni, úgy alakítani, hogy a vállalatokat és vezetőiket a növekedésre ösztönözze (olykor erre kényszerítse).

Az interjúk tapasztalatai megerősítik e következtetést. A válaszolók ugyanis, kevés kivétellel, további gyors növekedési szándékaikról tájékoztattak. Mintegy kétharmaduk vélte úgy, hogy cégük piaci még a válság idején is bővíthető (minden ötödik válaszoló elsősorban a kivétel növelésére látott lehetőséget). A jelentős dinamizmus megőrzéséhez

A növekedést fékező adott tényezőt a legfontosabbnak ítéelő válaszadók száma



Forrás: Telefonos GKI-Marketphone-felmérés

azonban egyes profilokban fejlesztéseket és beruházásokat is, s széles körben marketing-erőfeszítéseket is szükségessé ítélték.

Az empirikus adatgyűjtésünk során szerzett tapasztalatok – a kutatás más forrásból származó megállapításaihoz hasonlóan – arra mutattak rá, hogy *ma már néhány ponton indokolt lenne a kormányzat kkv-stratégiájának (GKM 2007) kiegészítése, pontosítása*. Sok megkérdezett vállalati vezető vélte úgy, hogy az indokoltnál kevesebb szó esik benne például az *oktatásról, a tanácsadásról – illetve a bürokrácia és az elvonások mérsékléséről stb.* Mások a visszatérítés nélküli támogatások visszaszorulása miatt is háborogtak. Többen szóvá tették, hogy a *pénzügyi támogatások* kérdésköre még mindig túlhangsúlyozott. Ismét mások a súlyosbodó pénzügyi válságra hivatkozva a téma aktualitását is vitatták.

Az alábbi táblázat – egyéb információink (például *NFGM, 2007, 153 old.*) alapján magasan tűnő – adatok alapján úgy látszik ugyanis, hogy e támogatások odaítélésénél nem sikerült a leginkább perspektivikus szférákat preferálni, hiszen a gazellák és egyéb cégek nagyjából azonos arányban részesültek a megvizsgált segítségnyújtási formákból (*15. táblázat*).

- érségi (helyi) megfontolások figyelembevétele,
- az elvonások mérséklése,
- a korrupció visszaszorítása,
- a „bizalom” helyreállítása.

Lábjegyzet

- ¹ A tanulmányban – a szokásos hazai szóhasználatától eltérően, de a nemzetközi gyakorlatnak megfelelően – vállalkozásnak (entrepreneurship) csak tevékenységeket nevezünk (egyaránt ide értve a vállalat alapításokat, illetve az innovációk vállalaton belüli megvalósítását). A cégeket, mint szervezeti egységeket kizárólag vállalat (enterprise), illetve cég elnevezéssel említettük – azaz (mivel többféleképp lehetne értelmezni) elkerültük a kisvállalkozás kifejezés használatát. A témáról részletesebben lásd például: Román (2003), Szerb (2004) – NFGM (2008).
- ² A szerzők egyetértenek ugyan Penrose (1995) iránymutatásával abban, hogy a növekedés a cég méretének valamely, az elért teljesítmények változásait mérő mutatóval kimutatható nagyobbodása. A továbbiak azonban vitatottak. Egy OECD-tanulmány például gyors növekedésüként kezeli azokat a (tíz fő feletti) vállalatokat, amelyek vagy az árbevétel, vagy a foglalkoztatott létszám alapján három éven keresztül legalább évi 20%-os növekedést értek el (Lunati, 2008). Ehhez közeli definíciót fogalmaz meg egy holland tanulmány is (Gibcus, 2006): az ebben közöltek szerint gyorsan fejlődőnek a három év alatt összesen 60%-os árbevétel- vagy/és foglalkoztatás növekedést produkáló vállalat nevezhető.

15. táblázat

Az elmúlt három évben támogatásban részesültek aránya (%)

Támogatás típusa	Gyorsan növekvők	Egyéb	Összes cég
Vissza nem térítendő támogatás	27,1	28,2	27,7
Kedvezményes hitel	13,6	12,4	13,0
Tanácsadás, piaci információszolgáltatás	22,1	23,8	22,9

Forrás: Telefonos GKI–Marketphone-felmérés

A kutatás tapasztalatai alapján az alábbi akciókra tettünk ajánlásokat a minisztériumnak:

- a nemzetközivé válás támogatása (jogi, nyelvi segítség, információs bázis),
- a kötelezően előírt vállalati adminisztrációs terhek könnyítése (elismerve az Üzletre hangolva program eddig elért eredményeit),
- a sikeres vállalkozók és kkv-k „népszerűsítése” (sajtófeldolgozásunk során nagyon kevés írást találtunk, amelyek sikeres magyar kkv-król szólt),
- a gazdaságpolitika vállalkozás barát jellegének megteremtése, ezen belül:
 - a gazdaság igényeit (is) figyelembe vevő oktatási rendszer kialakítása,
 - az innovációk (nem egyes, ígéretesnek kijelölt ágazatok) támogatása,

- ³ A termékéletgörbék kutatásának nagy hagyományai vannak. A görbék alakját is több szerző vizsgálta. Empirikus felmérések révén megállapították például, hogy „lefutásuk” termékenként, időszakonként stb. igen változó lehet. Cox (1967) szerint pedig a görbének leggyakrabban két „púpja” van, mert a cégek jelentős fejlesztések segítségével gyakran késleltetik eredményesen sikeres termékeik elavulását.
- ⁴ A vállalat alapítás célszerűségét az ún. tranzakciós költségeknek (lényegében a termelést/értékesítést végző „intézmények” költségeinek) az alakulása magyarázhatja. Akkor érdemes ugyanis céget létrehozni, ha működtetése révén olcsóbb a termeléshez/értékesítéshez szükséges munkamegosztás megszervezése, mint ha önálló vállalkozók – vagy nagyvállalati részlegek – tennék ezt a piacon (részletesebben lásd. Coase, 2003).
- ⁵ 2003-2004-ban 1, 2005-2006-ban 2, 2007-ben 8 magyar cég került be a leggyorsabbak közé.
- ⁶ A minősítés a 2007-ben 375 millió, illetve 1,1 milliárd Ft közti árbevételű cégeket vette figyelembe, a sorrend kialakításához a tárgyév nettó árbevételét osztották a saját vagyon és a mérlegfőösszeg szorzatával, majd e mutatószámok dinamikáját értékelték.
- ⁷ E követelmény nem túl szigorú, hiszen a megkívánt növekedés mértéke lényegében alig haladja meg a 2000-2008 közti inflációt.

ció (fogyasztói ár növekedés) 149%-os mértékét. Mivel azonban nem feltételezhetjük, hogy a telefonos felmérés során a válaszolók pontos információkat szerezhetnek cégük múltbeli teljesítményeiről, a némileg feszítettebb, de csak sok számjeggyel meg szabható határérték előírását illuzórikusnak véltük.

⁸ A kapott eredmények alapján a „statisztikai” összegzésből kizártunk azonban egy, az árbevételét több, mint 200-szorására növelő, és két létszámát több, mint 80-szorosára növelő céget, mivel adatainak szélsőséges értékei túlzottan torzította volna az átlagokat.

⁹ A véletlen kiválasztás természetes módon vezetett ahhoz, hogy abban az ágazatban volt több kis- és középvállalati válaszadó, ahol a gazdaságos üzemméret kevésbé korlátozza a piacra lépést.

¹⁰ Ennek az alapsokaság jellemzőitől vett eltérésnek az az oka, hogy a 2008-ban is csak 0-1 alkalmazottal üzemelő vállalatokat nem is kívántuk felmérni (hiszen a vizsgálat időszaka alatt semmiképp nem is növekedhettek igazán gyorsan).

¹¹ A fenti szempontokból reprezentatív minta mérete nagyságrenddel meghaladta volna a kétszer 200-as mintánkét. Vizsgálataink során azonban elsősorban a gyorsan növekvő, illetve az egyéb cégek jellemzőinek az eltéréseit elemezzük - s nem törekszünk következtetésekre, ha az adott témakörben a minta reprezentativitása problémás.

¹² Ez utóbbira utal például az, hogy a 2007-ben a 100 leggyorsabban növekvőnek minősített cég közül egyetlen egy került fel a 2008-as listára is. (Kőrösi, 2008)

¹³ Az elemzésben többször utalunk arra, hogy információink önértékelések. Az a benyomásunk ugyanis, hogy a kapott kép kissé rózsaszínű - s a gazellák, illetve a többiek közti különbségek is nagyobbak, mint ami a közlések alapján felrajzolható.

¹⁴ Tíz éve még a vállalatok 20%-a, s 2007-ben viszont csak 12%-a ítélte úgy, hogy kilátásai kedvezőek (NFGM, 2008, 173. oldal).

¹⁵ Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy a szakmunkás-felvételt lehetetlennek jelzők körét nem befolyásolja a válaszadó gazellák piaci (konjunkturális) helyzete: csaknem azonos hányadban vannak a szűkülő, a stagnáló és a bővülő piaci cégek közt. Ez arra mutat, hogy a munkaerő-hiány egyes szakmákban (például a fém- és gépipari szakmacsoportokban, Napi Gazdaság, 2007. szept. 27) már a fejlődés alapvető gátjává vált.

¹⁶ A korábbi évek vizsgálatai során a cégek szintén igen súlyosnak minősítették a gondok e típusát, konkrétan a gazdasági szabályozás kiszámíthatatlanságát (NFGM, 2007, 175. oldal).

¹⁷ Makra és társai úgy kommentálták ezt a most bemutatásra kerülőhöz hasonló felmérést ismertető (2007) művükben, hogy a megjelölt akadályok „ugyanazok, amelyekre az összes magyar vállalat panaszkodni szokott” (210. oldal).

¹⁸ A kiszámíthatatlan gazdaságpolitikának a gazdasági előrejelzések megbízhatóságára gyakorolt hatásáról lásd például a Papanek (2009) cikket.

Felhasznált irodalom

- Babbie, E* (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest
- Birch, D.* (1987): Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work. New York, Free Press
- Coase, R.H.* (1937): The Nature of the Firm. Magyarul: A vállalat, a piac és a jog. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
- Cox, W.B.* (1967): Product Life Cycles as Marketing Models. Journal of Business. Oct

Deloitte (2007): Lighting the way: Technology Fast 500 EMEA 2007, Ranking and CEO Survey http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/us_tmt_Technology%20Fast%20500%20Article_102307.pdf

Deloitte (2008): Lighting the way: Technology Fast 500 EMEA 2008, Ranking and CEO Survey. November www.fast500europe.com, www.deloitte.com/dttsection_node/0,1042,sid%253D56072,00.html

Drucker, P.E. (1985): Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles. Heinemann. London. Magyarul: Innováció és vállalkozás az elméletben és a gyakorlatban. Park, Budapest

Gibcus, P. (2006): Entrepreneurship in the Netherlands. High Growth Enterprises; Running Fast but Still Keeping Control. pp 17–32 EIM Business & Policy Research

GKM (2007): A kis- és középvállalkozások fejlesztésének stratégiája 2007–2013. Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Budapest

Kőrösi I. (szerk. 2008): 100 kistigris 2008. Coface – Az üzletárs *KSH* (2006): Vállalkozások demográfiája 1999–2003. www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/valldemog03.pdf

Laki M. (1998): Kisvállalkozás a szocializmus után. Közgazdasági Szemle Alapítvány, Budapest

Lunati, M. (2008): High-Growth SMEs, Innovation, Intellectual Assets and Value Creation. OECD Conference: Montreal, June 9.

Makra Zs. (szerk. 2007): A technológia-orientált kisvállalkozások jellegzetességei és fejlődése Magyarországon. U. Szeged Kiadó, Szeged

NFGM (2008): A kis- és középvállalkozások helyzete. 2007-es éves jelentés. Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, Budapest

Papanek G. (2009): A nemzetgazdasági előrejelzés lehetőségei és korlátjai. Polgári Szemle. 2009. 1. sz.

Penrose, E. (1952): Biological analogies in the theory of the firm, American Economic Review, vol. 42, no. 4, December

Penrose, E. (1959): The Theory of the Growth of the Firm. Oxford University Press, Oxford

Perényi Á. – Selvarajah, C. – Muthaly, S. (2008): The Stage Model Of Firm Development: A Conceptualisation Of SME Growth. AGSE. Az 5. éves konferencia kötete

Román Z. (2003): A kisvállalatok helyzete és segítségük az Európai Unióban. Európai Unió Kommunikációs Közalapítvány, Budapest

Salamonné Huszty A. (2006): Magyarországi kis- és középvállalkozások életútjának modellezése. Competitio. 3. sz.

Szerb L. (2004): A vállalkozás és vállalkozói aktivitás mérése. Statisztikai Szemle Vol 82 no. 6–7.

Szerb L. – Ulbert J. (2008): Növekedés és stratégiai konfigurációk a magyar kis- és középvállalati szektorban. In: MTA IVB: A gazdasági környezet és a vállalati stratégiák. Szeged

Vecsenyi J. (1999): Vállalkozási szervezetek és stratégiák. Aula, Budapest

Cikk beérkezett: 2009. 10. hó

Lektorai vélemény alapján véglegesítve: 2009. 12. hó