

CSÁKNÉ FILEP JUDIT • SZENNAY ÁRON • TIMÁR GIGI

HAGYOMÁNYOS ÉS DIGITÁLIS KIHÍVÁSOK KERESZTTÜZÉBEN: VÁLLALKOZÓI MŰKÖDÉS MAGYARORSZÁGON

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
NEMZETI JELENTÉS
MAGYARORSZÁG
2024-2025



BGE

Budapest, 2025

ISSN print: 2939-8657
ISSN online: 2939-8320
ISBN print: 978-615-6886-17-0
ISBN online: 978-615-6886-18-7

DOI: 10.29180/978-615-6886-18-7

Szerzők: Csákné Filep Judit, Szennay Áron, Timár Gigi
Lektor: Dr. Petheő Attila István

A *Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés – Magyarország, 2024-2025* a következőképpen idézhető: Csákné Filep, J., Szennay, Á., Timár, G. (2025): *Hagyományos és digitális kihívások kereszttüzeiben: Vállalkozói működés Magyarországon*. ISBN print: **978-615-6886-17-0**

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

© Kiadja a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem, 2025
Felelős kiadó: Prof. Dr. Andor György
Felelős szerkesztő: Csákné Dr. Filep Judit
Sorozatszerkesztő: Timár Gigi
Olvasószerkesztő: Borsodi Zsófia

Nyomdai előkészítés: ACTA DIURNA 2005. Kft.

Korlátozott felelősségi nyilatkozat:

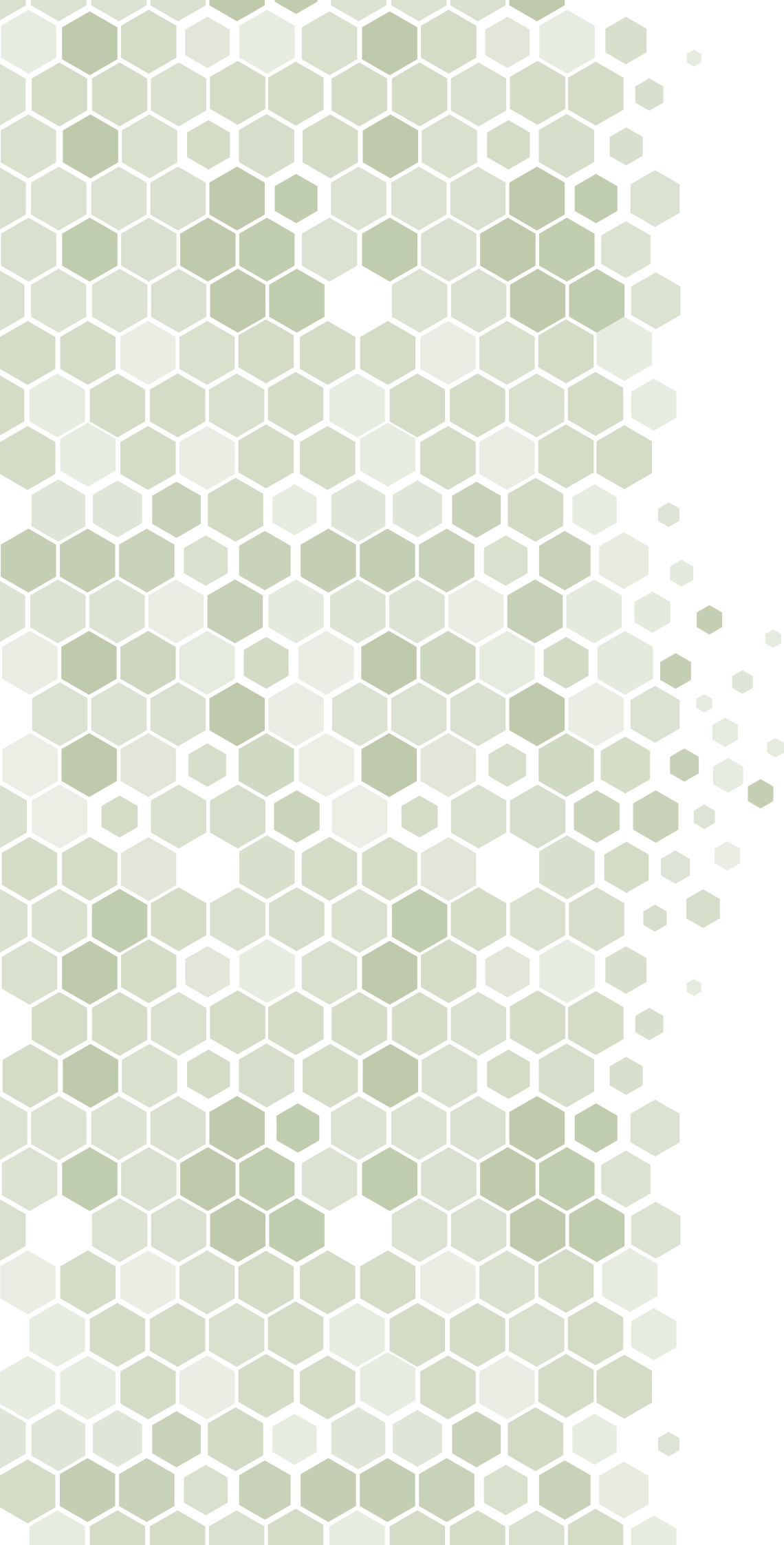
A Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés – Magyarország 2024-2025 a GEM projekt adatfelvételéből származó információk felhasználásával készült. A jelentésben szereplő adatok értelmezése és elemzése a szerzők felelőssége, akiknek álláspontja nem feltétlenül tükrözi az általuk képviselt intézmény nézeteit.

A GEM magyarországi partnere 2020-2024 között a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem volt. A kutatást a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda végezte.

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.

Tartalom

Köszöntő	5
Előszó	7
Vezetői összefoglaló	9
ÁLTALÁNOS VÁLLALKOZÓI LÉGKÖR	15
Az életkor és a nem hatása a vállalkozói légkör megítélésében	
Az iskolai végzettség hatása a vállalkozói légkör megítélésében	
Vállalkozásoktatás	
Mennyire vonzó a vállalkozói lét?	
A VÁLLALKOZÓK JELLEMZŐI	29
Demográfia	
Kilépés a vállalkozói létből	
A vállalkozás motivációi	
Foglalkoztatás	
Innováció	
Digitális kihívások	
Lokalitás és exporttevékenység	
VÁLLALKOZÓI ÖKOSZISZTÉMA	51
GEM TERMINOLÓGIA	61
GEM fogalmi keretrendszer és adatfelvételi módszertan	
A GEM felmérésben részt vevő országok és kategorizálásuk	
Technikai részletek	
További irodalmak	



Köszöntő



Nagy Elek

Elnök, Magyar Kereskedelmi és Iparkamara

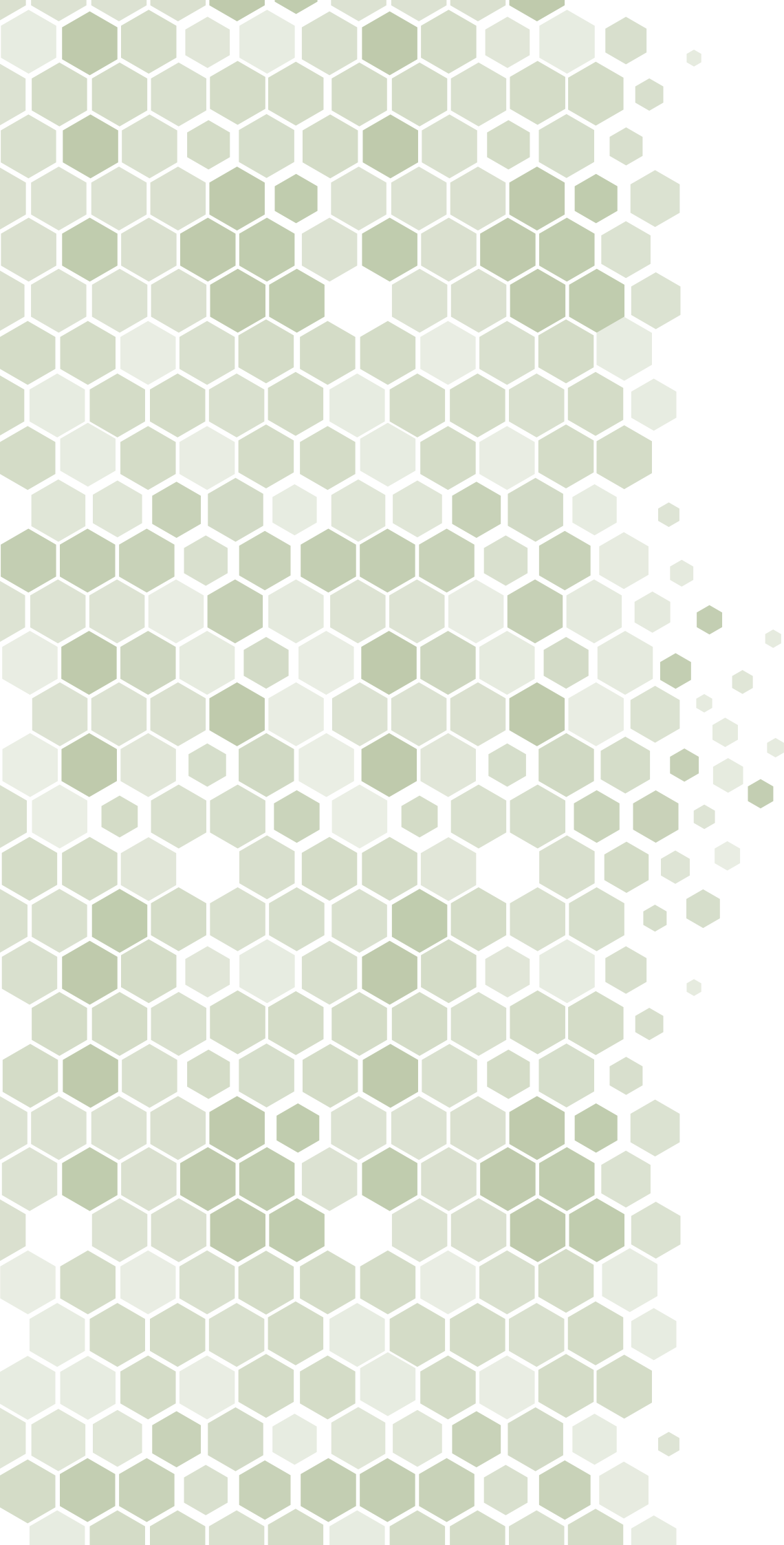
Van valami különleges abban a pillanatban, amikor számok, adatok és elemzések mögött kirajzolódik a vállalkozások valódi arca – a bátorság, az újtó szellem, és a kitartás történetei. Ezért is öröm számomra, hogy a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) legfrissebb magyarországi jelentését ajánlhatom figyelmükbe, amely nem csupán statisztikák gyűjteménye, hanem egy tükröt tart elénk: milyenek vagyunk vállalkozóként, döntéshozóként, gazdasági közösségként.

A vállalkozók számára az egyik legnagyobb kihívás, hogy megalapozott döntéseket hozzanak olyan környezetben, amely gyorsan változik, és ahol a siker kulcsa egyre inkább az információ és az alkalmazkodóképesség. A GEM kutatás pontos és átfogó képet ad a vállalkozói ökoszisztémáról, és hozzájárul ahhoz, hogy a hazai vállalkozások jobban eligazodjanak a piaci lehetőségek és kihívások között – itthon és nemzetközi szinten egyaránt.

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara megújult vezetése számára kiemelt fontosságú, hogy a döntéseink tudásra és hiteles adatokra épüljenek. Elnökként mélyen hiszek abban, hogy a jövő gazdaságát azok a vállalkozások formálják, amelyek képesek adatvezérelt, tudatos stratégiák mentén fejlődni. A GEM ebben nyújt nélkülözhetetlen támogatást, mivel feltérképezi a vállalkozói dinamika legfontosabb összefüggéseit.

A kamara küldetése változatlan: támogatni a hazai kis- és középvállalkozásokat, erősíteni versenyképességüket, és olyan tudásbázist biztosítani számukra, amely révén sikeresen boldogulhatnak a globális gazdaság színterén. A GEM jelentés értékes eszköz mindazok számára, akik felelős, megalapozott döntéseket kívánnak hozni a magyar gazdaság jövőjéért.

Tisztelettel és bizalommal ajánlom figyelmükbe e jelentést, amely nemcsak a jelenünkről szól – hanem közösen formálható jövőnkről is.



Előszó



Prof. Dr. Andor György

Rektor, Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

A Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem (BGE) Magyarország legnagyobb gazdaságtudományi egyetemeként kiemelkedő szerepet játszik a jövő szakembereinek képzésében, emellett a gazdaságtudományok területén piacvezető intézményként fontos szerepe van a hazai vállalkozói világ tudományos vizsgálatában is. A BGE 2020 óta a Global Entrepreneurship Monitor, a világ legnagyobb vállalkozáskutatása közösségének tagja. Külön büszkeség, hogy a BGE-s GEM csapat a kutatás 25. évfordulója alkalmából a nemzetközi konzorcium által adományozott díjban részesült a kutatási ciklusok lebonyolítása során tanúsított pontosságáért és kollegialitásáért.

A kutatásból származó adatok hozzájárulnak oktatásunk naprakészen tartásához, alapját jelentik minősített tudományos publikációknak, de a GEM közvetlen tudományos értéke mellett kiváló példája annak is, miként tudjuk erősíteni nemzetközi kapcsolatainkat, tudásszolgáltatóként partnerei lenni vállalatoknak és szakpolitikai döntéshozóknak. A GEM-ben vizsgált témák a vállalkozások társadalmi megítélésétől a mindennapi működésük, motivációik és terveik megismerésén át a hazai vállalkozási ökoszisztéma állapotának felméréséig partnereink széles köre számára biztosítanak megbízható hátteret az adatalapú döntéshozáshoz.

A kutatásból származó friss adatokat, ahogy minden évben, nyilvánosan elérhető riportban tesszük közzé. Bízom benne, hogy érdeklődéssel és haszonnal forgatják majd.



Vezetői összefoglaló

A vállalkozók az egész nemzetgazdaság számára értéket teremtenek nemcsak közvetlen gazdasági és munkaerőpiaci értelemben, hanem a társadalmi fejlődés áttételesebb kontextusában is. Így a vállalkozói lét és a vállalkozások társadalmi megítélése, a vállalkozók attitűdjei, az őket körülvevő ökoszisztéma állapota a vállalkozók, a vállalkozni szándékozók mellett a gazdasági területen dolgozó döntéshozók, szakpolitika számára is fontos témák. A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a világ legnagyobb vállalkozáskutatása 1999 óta biztosít megbízható adatokat a felmérésben részt vevő gazdaságokra jellemző vállalkozói aktivitásról, a vállalkozási ökoszisztéma helyzetéről. A globális felmérésben, amelyben világszerte neves egyetemek vesznek részt, 2020-tól a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem képviseli Magyarországot. Immár negyedik éve került sor a hazai adatgyűjtésre a BGE Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda irányításával. A kutatás során a 18-64 éves lakosság körében 2040 fő bevonásával zajlott reprezentatív kérdőíves felmérés, továbbá 36 szigorú feltételek alapján kiválasztott szakértő megkérdezésére került sor.

Jelen riport a kutatás magyar eredményeit foglalja össze, információt nyújtva a vállalkozói atmoszféra, aktivitás és ökoszisztéma hazai helyzetéről, lehetőséget biztosítva az eredmények európai és globális összehasonlítására is.

Tudás még nincs, lehetőség már látszik

A vállalkozói légkör megítélése – vagyis a vállalkozói léttel kapcsolatos véleményeket összegző kérdések eredménye – összességében stabilnak tekinthető. Továbbra is kevesen gondolják, hogy elegendő tudással rendelkeznek (35,8%), stagnál azok aránya is, akit az esetleges kudarc tart vissza a vállalkozásindítástól (42,1%), és nincs jelentős változás abban sem, hogy a magyarok hány százaléka ismer valakit, aki az elmúlt két évben vállalkozást indított (46,7%). Ahol változás látszik, hogy kis mértékben ugyan, de folyamatosan csökken azok aránya, akik szerint könnyű vállalkozást indítani (2024-ben 43,2%), ugyanakkor a gazdasági várakozások javulására utal, hogy nőtt azok aránya, akik szerint a következő hat hónapban jó vállalkozásindítási lehetőségek nyílnak (32,3%).

A 35 évnél fiatalabbak az átlagnál magasabb arányban gondolják, hogy kedvező üzleti lehetőségek nyílnak a következő fél évben, ugyanakkor nehezebbnek ítélik a vállalkozásindítást Magyarországon. A férfiak – az előző évekhez hasonlóan – a vállalkozói atmoszféra valamennyi vizsgált eleme esetében a nőknél rendre pozitívabb válaszokat adtak.

Az iskolai végzettség és a vállalkozói légkör értékelése között a kapcsolat továbbra is több szempontból erős. Jelentősen többen ismernek vállalkozókat a középfokúnál magasabb, mint az ennél alacsonyabb végzettséggel rendelkezők, a vállalkozásindításhoz szükséges tudás, készségek és tapasztalat megléte esetén pedig a különbség drámai, csaknem kétszeres az alapfokú (25,2%) és a középfokúnál magasabb végzettséggel rendelkezők (45,6%) között. Abban ugyanakkor, hogy mennyire könnyű Magyarországon vállalkozást indítani, nem látnak különbséget a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők.

Elvben vonzó, mégsem megy

A vállalkozói lét értékelése Magyarországon a vizsgált években rendkívül stabil, 2021 és 2024 között az egyes évek eredményei csupán elhanyagolható mértékben térnek el. Minden második ember szerint nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra (49%), a sikeres vállalkozókról sokan (45,1%) gondolják, hogy magas státusszal rendelkeznek, a vállalkozói lét pedig az emberek közel fele szerint (46,1%) kívánatos karrierlehetőség. A 35 év alattiak az átlagnál is pozitívabban értékelik a vállalkozást mint karrierlehetőséget, és magasabb státuszt kapcsolnak a vállalkozói léthez – feltehetően annak köszönhetően, hogy a rendszerváltás után felnőtt generáció a korábbiaktól eltérő tapasztalatokkal rendelkezik a vállalkozói léttel kapcsolatban. A vállalkozói lét 2024-ben is vonzóbb lehetőség a középfokú, vagy alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők számára. Ezt magyarázhatja, hogy a fejlett piacgazdaságokban magasabb végzettséggel jellemzően munkavállalóként is magas státusz és jövedelem érhető el, a vállalkozással járó kockázatvállalás nélkül.

A vállalkozói lét megítélése nemzetközi viszonylatban szélsőséges értékeléseket kapott, a magyarországi értékelés viszont lényegében megfelel az uniós országok átlagának. 65 százalék gondolja, hogy a sikeres vállalkozók magas státusszal rendelkeznek (EU átlag 68,1%), 64,9 százalék szerint nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra (EU átlag 62,3%), valamint 64,8 százalék tekint a vállalkozásra kívánatos karrierlehetőségként (EU átlag 61,5%).

Fontos változás ugyanakkor, hogy 2024-ben a korábbi évekhez képest jelentősen visszaesett a hazai vállalkozási aktivitás. A korai szakaszban 9,9 százalékról 6,7 százalékra való csökkenés különösen szembetűnő annak fényében, hogy 2021 és 2023 között mindössze néhány tized százalék volt az ingadozás mértéke. A változás nagyobb részét a legalább néhány hónapja, de maximum 3,5 éve működő vállalkozások arányának

drasztikus visszaesése magyarázza. Nem csökkent ugyanakkor jelentősen a vállalkozást indítani szándékozók aránya (9,6%). Mindez arra utal, hogy a szándékokhoz képest nagy arányban elmaradt a tényleges vállalkozásalapítás, illetve drámai mértékben nőtt azon vállalkozások aránya, amelyek nem érték meg a 3 hónapos kort.

A korai szakaszban lévő vállalkozások csökkenése következtében a hazai vállalkozási aktivitás lényegesen elmarad mind a kutatásban részt vevő 51 ország (13,2%), mind a magas jövedelmű országok átlagától (11,6%). Európai összehasonlításban – a 2024. évi jelentős visszaesés következtében – a korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás az utolsó negyed elejére került. A 18 EU tagország között a 14. hely azt jelenti, hogy a korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás a magyarországinál csak a rendszerint extrém alacsony mutatóval rendelkező Lengyelországban (2,5%), illetve Romániában (5,0%), Görögországban (5,5%) és Ausztriában (6,6%) alacsonyabb. A bejáratott vállalkozások magyarországi aránya (6,9%) gyakorlatilag megegyezik a GEM országok 7,0%-os átlagával.

Az új vállalkozások hazai, alacsonyabb aránya néhány éves távlatban is strukturális gazdasági problémát okozhat, hisz ezen cégek nagyobb arányban foglalkoznak legalább lokálisan új termékkel/szolgáltatással, alkalmaznak új folyamatokat. Bár az induló vállalkozások alacsonyabb aránya a bejáratott vállalkozások arányát egyelőre érdemben nem befolyásolta, fontos a trend folyamatos nyomon követése.

A pénz is fontos, de a hatás még inkább

2024-re a legfontosabb vállalkozói motiváció a hatás elérése lett. A korai szakaszban lévő vállalkozók kétharmada (68,6%), míg a bejáratott vállalkozások háromötöde (58,7%) állítja, hogy azért (is) alapította a vállalkozását, hogy valami lényegeset vigyen véghez. Ez különösen annak fényében érdekes, hogy egy évvel korábban jelentősen erősödött az anyagi biztonsággal kapcsolatos motivációk szerepe. Most pozitívabb jövőre vonatkozó várakozásokra vagy beletörődésre utalhat, hogy a megélhetési motívum – bár mindkét vállalkozási fázisban a vállalkozók felét jellemzi – nem csak 2023-hoz viszonyítva, hanem a teljes elemzési időtávon a legalacsonyabb értéket vette fel.

Inkább férfi, inkább tanult

A férfiak vállalkozási aktivitása mind a korai szakaszban lévő vállalkozások, mind a bejáratott vállalkozások esetén magasabb a nőkéénél – a nők a férfiakhoz viszonyítva fele akkora eséllyel vállalkozók –, a különbség pedig a vállalkozói szempontból legaktívabb korosztályokban szignifikáns. A nők 2023-ban és 2024-ben egyaránt a férfiakhoz viszonyítva fele akkora eséllyel voltak vállalkozók.

A GEM adatok alapján a vállalkozók legmagasabb iskolai végzettsége – nemtől és vállalkozási fázistól függetlenül – átlagosan magasabb a nem vállalkozókénál. Míg Magyar-

országon a nők és férfiak kétötöde rendelkezik középfokúnál magasabb végzettséggel, addig a korai szakaszban lévő vállalkozásoknál ez az érték rendre 46,0 és 55,2 százalék, a bejáratott vállalkozások esetében pedig 67,4, illetve 56,8 százalék.

Bár 2021 és 2023 között lassan, de folyamatosan nőtt (36%-ról 38,3%-ra) a magyar felnőttek körében azok aránya, akik saját bevallásuk szerint rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, ez az érték 2024-ben 35,8 százalékra esett. 2024-re ezzel a magyar érték a legalacsonyabb az Európai Unióban. Pedig úgy tűnik, néhány év alatt is érhető el változás ezen a területen: Szlovákia 2021 és 2024 között rendkívül alacsony bázisról (33,4%) zárkózott fel az EU-s átlaghoz (52,0%).

Csökken a kilépők száma

A hazai vállalkozók többsége a vállalkozás fázisától függetlenül továbbra is meglévő, a lakóhelyén élők számára is ismert terméket vagy szolgáltatást értékesít, illetve ehhez már ismert technológiát, illetve eljárást alkalmaz. Nincs jelentős kiugrás a foglalkoztatotti létszám tekintetében sem. A korai szakaszban lévő vállalkozók közel kétharmada (64,9%), míg a bejáratott vállalkozások négyötöde (78,1%) kalkulál úgy, hogy öt év múlva is a mostanihoz hasonló számban foglalkoztat majd alkalmazottakat. Míg a kezdő vállalkozók jellemzően az alkalmazotti létszám bővülésével számolnak, a hosszabb ideje működő vállalkozások foglalkoztatást illető inkább negatív kilátásai némi aggodalomra adhatnak okot.

A vállalkozások némileg több, mint negyede él kizárólag a helyi piacról, a vállalkozások többsége a vállalkozás fázisától függetlenül országos szinten aktív. Kedvező eredmény emellett, hogy a külfiacon is aktív bejáratott vállalkozások aránya a 2023-as 17,8 százalékról 31,7 százalékra nőtt.

A vállalkozásukból az elmúlt 12 hónapban kilépők aránya a 2023-as kiugrást (3,5%) követően a 2021-es, illetve 2022-es szinthez közeli értékre, 2,2 százalékra korrigált. Vagyis a korábbi magas kiszállási arány a turbulens gazdasági környezet következtében kialakult egyszeri esemény volt, nem pedig egy új, a korábbinál negatívabb trend kezdete. A felhagyott vállalkozási tevékenység mögött továbbra is leggyakrabban (56,4%) valamilyen üzleti ok állt.

Digitális kihívások

A GEM konzorcium 2024-ben új kérdésblokkot vezetett be a digitális megoldások vállalkozásokban való elterjedésének, a mesterséges intelligenciát illető félelmek, illetve lehetőségérzékelések jobb megértése érdekében. A hazai vállalkozók az európai és az észak-amerikai GEM országokhoz viszonyítva lényegesen kevésbé értékeli fontosnak,

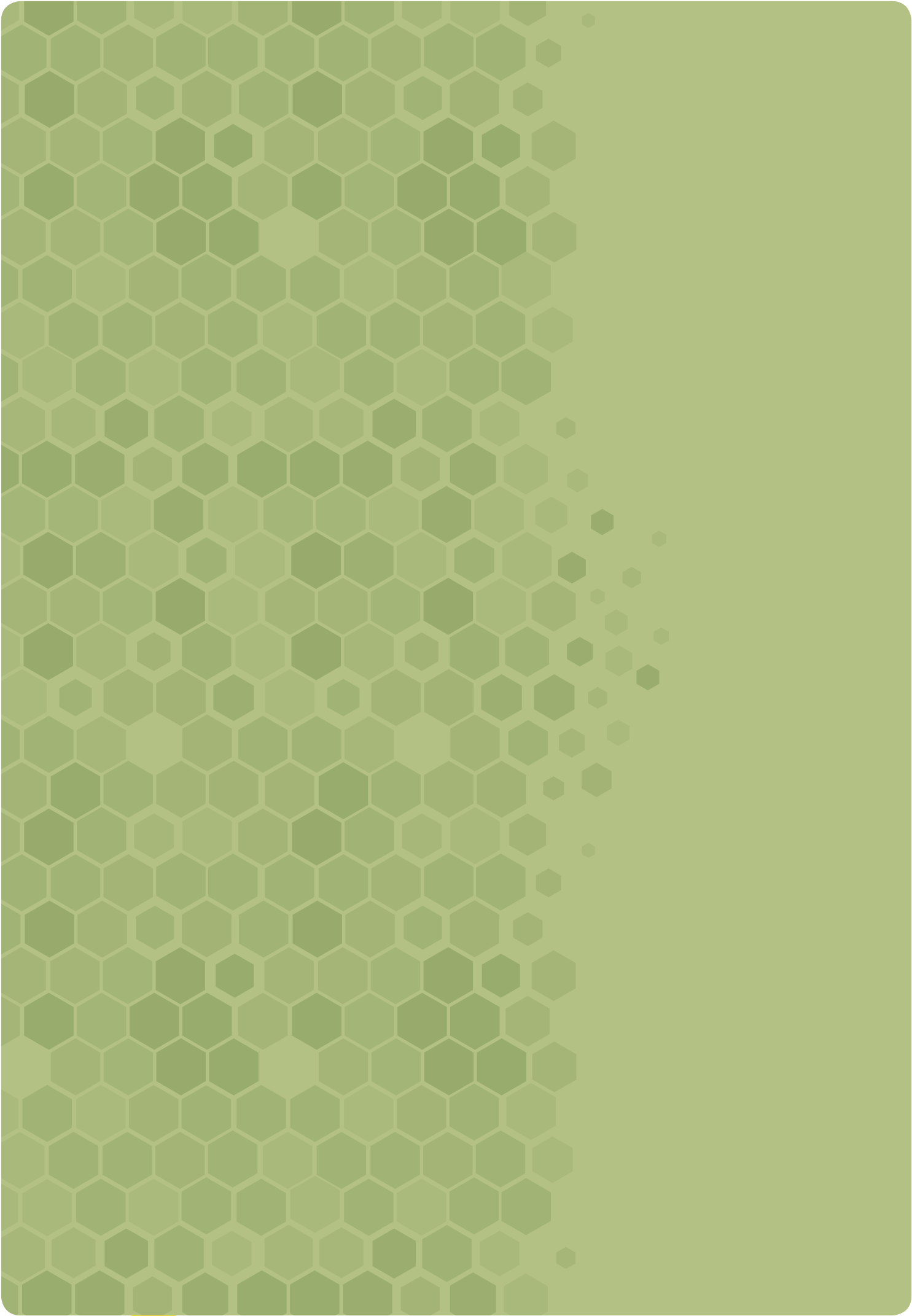
hogyan webshopot üzemeltessenek, vagy alkalmazzák a mesterséges intelligenciát – a bejáratott vállalkozások egyenesen feleannyira tekintik ezt fontosnak, mint a nemzetközi átlag. Nincs elmaradás ugyanakkor az adatelemzési eszközöket, felhőszolgáltatásokat, videokonferencia szoftvereket, munkamenedzsmentet, könyvelést, ügyfélkapcsolatkezelést vizsgálva, különösen a bejáratott vállalkozások esetén. Míg a korai szakaszban lévő vállalkozók illeszkednek a vizsgált országok átlagához, addig a bejáratott vállalkozások ennél is előrébb, az első harmad végén helyezkednek el.

Középmezőny, némi mozgással

A 2024-es szakértői értékelések alapján a hazai vállalkozási keretfeltételek értékeléséből számított Nemzeti Vállalkozási Kontextus Index (NECI) értéke a tavalyival megegyezően 4,5 a 10 fokozatú skálán, ami nemzetközi viszonylatban közepesnek tekinthető, két tizedponttal marad el a globális GEM átlagtól. A felmérésben részt vevő visegrádi országok között Magyarország értékelése a legkedvezőbb, meghaladva az előző évhez képest csökkenő 3,7-es szlovák és a 4-es lengyel értéket.

Hazai viszonylatban fizikai, valamint a kereskedelmi és szolgáltatói infrastruktúra, emellett a piacra való belépés könnyűségének értékelése éri el, vagy haladja meg a kielégítőnek tekinthető 5-ös értéket, közülük kizárólag ez utóbbi mutat évről évre javuló tendenciát. A korábbi évekhez hasonlóan a leggyengébb értékelést a vállalkozásoktatás a közoktatásban (2,5) kapta, amely két tizedpontos növekedésével is mélyen a kívánatos szint alatt marad. Az előző évhez képest némi csökkenés mutatkozik a kormányzati politika: adók és bürokrácia (4,7), valamint a kereskedelmi és szolgáltató infrastruktúra (5,4) megítélésben, míg a legjelentősebb javulás a vállalkozásoktatás a felsőoktatásban és szakképzésben (4,8) ökoszisztéma elem értékelésében tapasztalható.

A 2024-es szakértői felmérés kiemelt témája volt a fenntarthatóság és a mesterséges intelligencia, az eredmények alapján a magyarországi ökoszisztéma mindkét területen elmarad a globális és régiós értékelésektől. Kizárólag a környezeti fenntarthatóság érzékelt fontosságát értékelték a régiósnál magasabbra a szakértők, ami még így is a globális átlag alatt marad. A mesterséges intelligencia vonatkozásában pedig bár pozitív, hogy ugyan csak minimálisan, de az MI-vel kapcsolatos oktatás és képzés elérhetősége a globális és régiós értékelés felett helyezkedik el, ez nem tükröződik vissza sem a vállalkozók MI fejlesztések kapcsán mutatott tudatosságában és elkötelezettségében, sem a munkavállalók MI felkészültségében, amelyek esetében a legnagyobb Magyarország globális és régiós lemaradása.



ÁLTALÁNOS VÁLLALKOZÓI LÉGKÖR

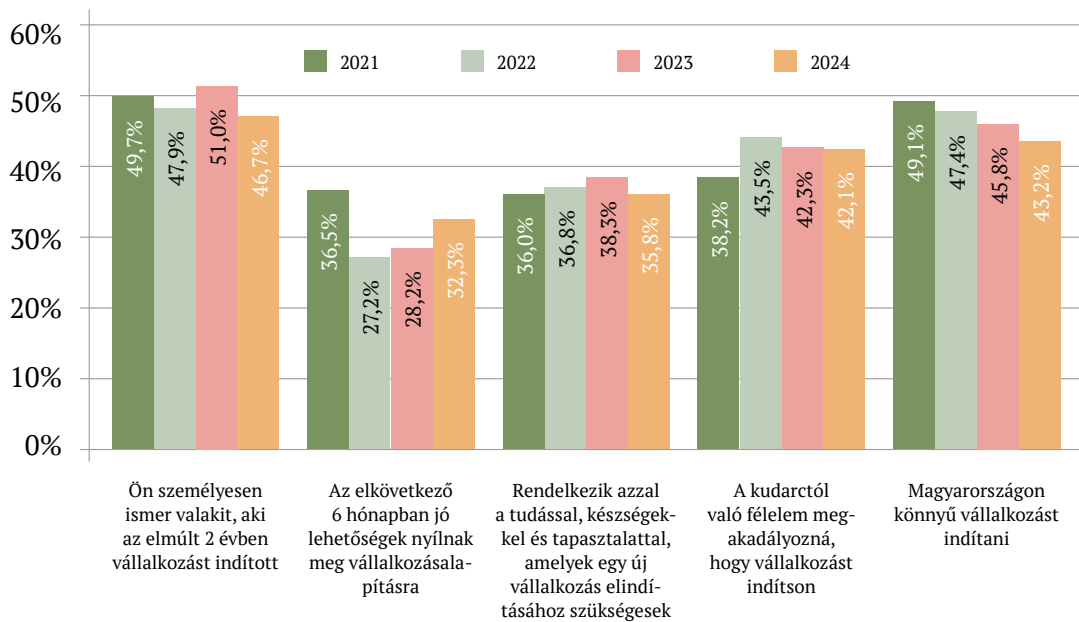
A hazai lakosság vállalkozói légkörre vonatkozó értékelése stabilnak tekinthető az elmúlt évekből származó adatokkal összevetve (1. ábra).

A 2021-2023 között tapasztaltakhoz képest kis mértékben, 46,7 százalékra csökkent az aktív korú lakosságon belül azok aránya, akik személyesen ismernek valakit, aki az elmúlt 2 évben új vállalkozást indított. Bár csökkenés látható, a friss érték csupán 1,2 százalékponttal marad el a korábbi három év legalacsonyabbjától, így csak akkor adna okot az aggodalomra, ha a csökkenő trend a következő években is fennmaradna. A gazdasági várakozások javulására utal, hogy a 2022-2023-as évek eredményeihez képest rendre 5,1, illetve 4,1 százalékponttal 32,3 százalékra nőtt azok aránya, akik szerint a következő 6 hónapban jó vállalkozásindítási lehetőségek nyílnak.

Továbbra is csupán a felnőtt lakosság alacsony hányada, 35,8 százaléka rendelkezik saját bevallása szerint a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, tapasztalatokkal. Szintén stagnál a kudarckerülés – az elmúlt években lényegében nem változott a felnőtt lakosságban azok aránya, akiket az esetleges kudarc lehetősége visszatart a vállalkozásalapítástól, továbbra is tízből négyen (42,1%) nem vállalkoznak az esetleges bukás lehetősége miatt.

A rendkívül alacsony bázisértékeihez képest többen bíznak jó üzleti lehetőségekben, a válaszadók ismeretségi körében indult új vállalkozások és a vállalkozásindítás könnyűségének értékelése viszont óvatosságot mutat.

1. ábra: Vállalkozói légkör Magyarországon



Negatív trendet jelent, hogy kutatásunk kezdőévétől, 2021-től kis mértékben ugyan, de folyamatosan csökken a felnőtt lakosságon belül azok aránya, akik szerint Magyarországon könnyű vállalkozást indítani. Míg 2021-ben minden második (49,1%) felnőtt gondolta így, 2024-ben ez az érték már csak 43,2% volt.

Tehát, bár a 2022-2023-as évek rendkívül alacsony bázisértékeihez képest pozitív irányú elmozdulás látszik a közeljövőben várható jó üzleti lehetőségeket várók arányában, a válaszadók ismeretségi körében indult új vállalkozások, illetve a vállalkozásindítás könnyűségének értékelése egyaránt az inkább óvatosságot mutat a magyarok körében.

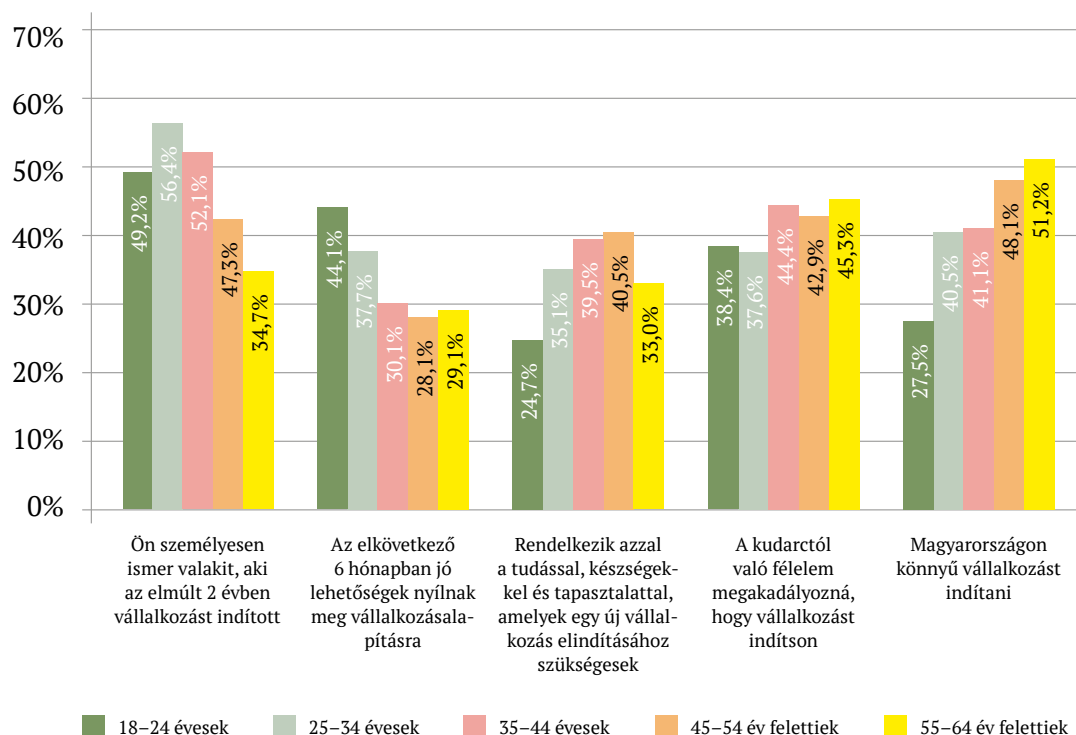
Az életkor és a nem hatása a vállalkozói légkör megítélésében

Az egyes korcsoportok – eltérő szocializációjuk, tapasztalataik, élethelyzetük következtében – különböző módon ítélik meg a vállalkozói légkört (2. ábra). Jó példa erre, hogy a 45 évnél fiatalabbak az átlagosnál (46,7%) magasabb arányban ismernek olyan személyt, aki az elmúlt 2 évben új vállalkozást indított. A korábbi évek tapasztalataival megegyezően továbbra is a 25-34 év közötti korosztály ismer a környezetéből legnagyobb arányban (56,4%) új vállalkozókat.

A 2023-as eredményekhez hasonlóan az életkor és a vállalkozói légkör vizsgált elemei között egyedül a kudartól való félelem esetén nincs lényeges összefüggés. Ez azt jelenti, hogy bár a 34 évnél idősebbeket némileg nagyobb arányban tartja vissza a kudarc lehetősége a vállalkozási tevékenységtől, az egyes korcsoportok kudarcckerülése azonosnak tekinthető.

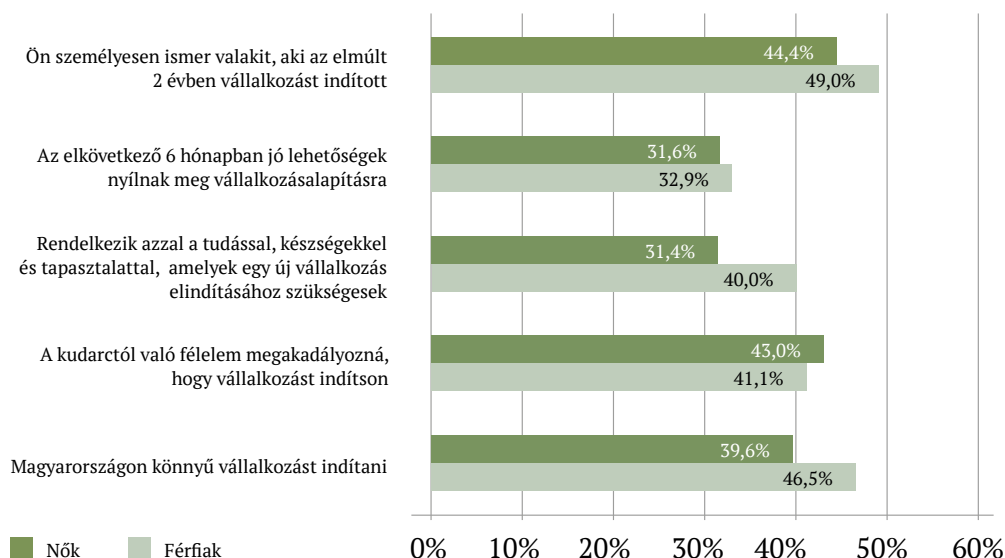
Jellemző ugyanakkor, hogy a 35 évnél fiatalabbak az átlagnál magasabb arányban gondolják, hogy kedvező üzleti lehetőségek nyílnak a következő fél évben. Szintén a korábbi évek eredményeihez illeszkedik, hogy a saját bevallásuk szerint a 35-54 év közötti korosztályok állítják átlag feletti arányban magukról, hogy rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, tapasztalattal. Ez feltehetően összefügg a korosztály lakosságán belüli magas vállalkozási hajlandóságával. Szembetűnő ugyanakkor, hogy a legkevésbé a 18-24 évesek bíznak saját felkészültségükben. Hasonló kép rajzolódik ki a magyarországi vállalkozásindítás nehézségének értékelése során is – míg a 44 évnél idősebbek fele szerint könnyű vállalkozást indítani, a 25 és 44 év közöttiek között ötből kettő, 25 év alatt pedig csak minden negyedik válaszadó ért egyet az állítással. Ugyan e tekintetben az előző években is hasonló kép rajzolódott ki, a korcsoportok közötti olló – a 45 év alattiak pesszimistábbá válása miatt – 2023-hoz képest némileg záródott.

2. ábra: A vállalkozói atmoszféra életkor szerinti értékelése



A férfiak – az előző évekhez hasonlóan – a vállalkozói atmoszféra valamennyi vizsgált eleme esetében a nőknél rendre pozitívabb válaszokat adtak. Nagyobb arányban ismernek vállalkozókat, jobban bíznak a vállalkozáshoz szükséges tudásukban, kevésbé befolyásolja a kudarcától való félelem a vállalkozásalapítási hajlandóságukat, továbbá könnyebbnek ítélik meg a Magyarországon való vállalkozásindítást is (3. ábra). Nincs azonban jelentős eltérés a következő 6 hónapban nyíló kedvező üzleti lehetőségek megítélésében, ami megegyezik a 2023-as eredményeinkkel. Ezzel együtt mindkét nem némileg pozitívabban tekint a közeli jövőre, mint egy évvel korábban.

3. ábra: A vállalkozói atmoszféra nemek szerinti értékelése



Az iskolai végzettség hatása a vállalkozói légkör megítélésében

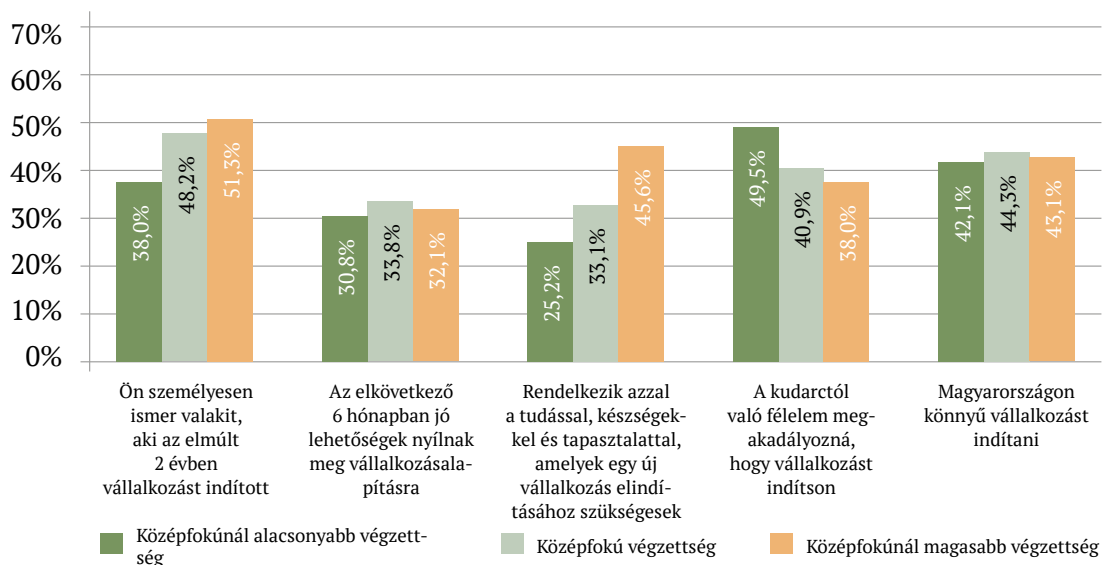
Az elemzésben vizsgáltuk, hogy az iskolai végzettség befolyásolja-e a vállalkozói atmoszféra megítélését (4. ábra). Az előző évi eredményekhez hasonlóan az iskolai végzettség pozitív kapcsolatban áll azzal, hogy a válaszadó ismer-e a környezetében új vállalkozót, valamint azzal, hogy rendelkezik-e a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készségekkel, tapasztalattal. Ugyan a középfokúnál magasabb végzettségűek 2023-hoz képest kisebb arányban (59,0% helyett 51,3%) ismernek olyan személyt, aki az elmúlt 2 évben indított új vállalkozást – amely következtében az alacsonyabb és a magasabb végzettségűek közötti eltérés csökkent – az összefüggés továbbra is jelentősnek tekinthető.

Csaknem kétszer annyian gondolják a magasabb végzettségűek, hogy rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, készséggel, tapasztalattal.

A vállalkozásindításhoz szükséges tudás, készségek, illetve tapasztalat esetén 2024-ben is fennmaradt a korábban is jellemző drámai, csaknem kétszeres különbség a középfokúnál alacsonyabb és az annál magasabb végzettségűek között. Az eredmény alapján a vállalkozói tudás általános szintjének növeléséhez az alap- és középfokú oktatásban résztvevők körében lenne szükséges a vállalkozások indításához és működtetéséhez elengedhetetlen ismereteket tartalmazó kurzusokat, tréningek fejlesztése és bevezetése. A magasabb végzettségűeket emellett kevésbé tartja vissza a vállalkozásindítástól az esetleges kudarc lehetősége is.

A 2024-es felmérés alapján is jellemző, hogy nincs lényeges eltérés végzettség szerint abban, hogy a válaszadó lát-e kedvező üzleti lehetőségeket a következő fél évben, illetve hogy mennyire értékeli könnyűnek a magyarországi vállalkozásalapítást. Sőt, az előző évihez képest nagyobb egyetértés is mutatkozik e tekintetben.

4. ábra: Vállalkozói atmoszféra iskolai végzettség szerinti értékelése

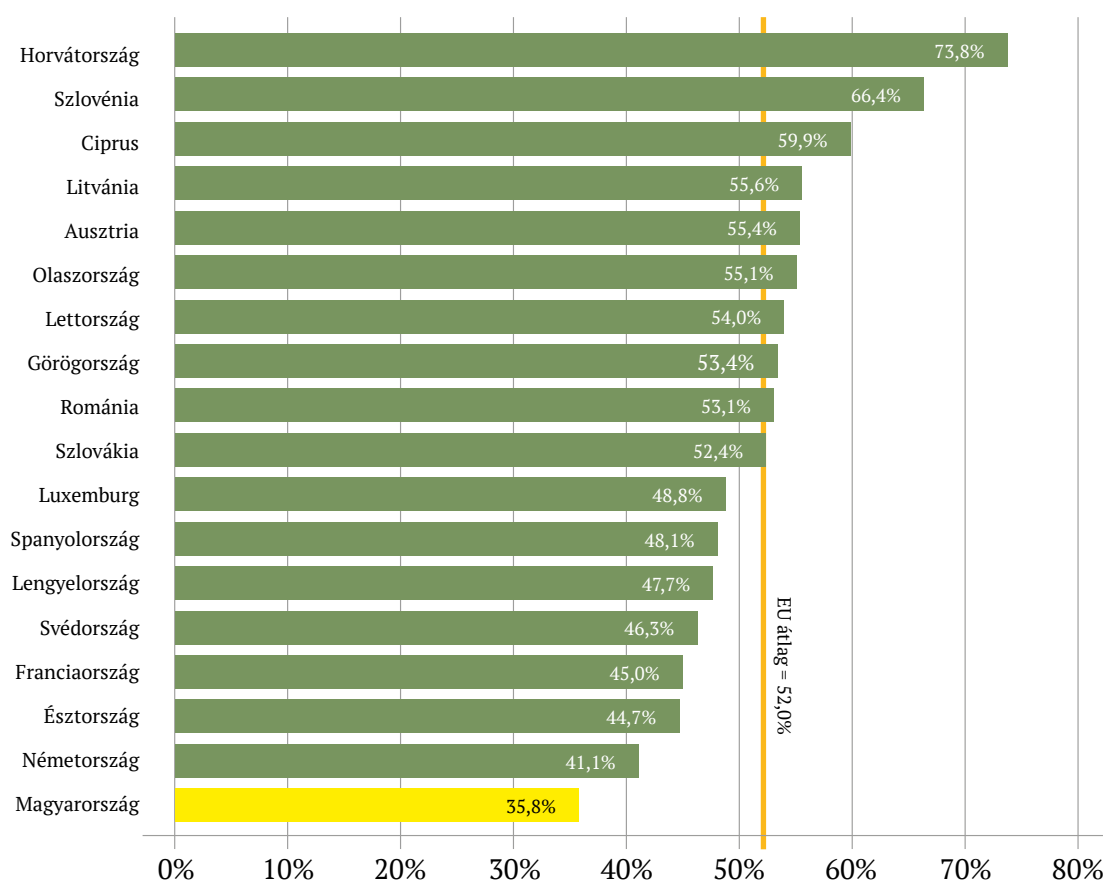


Vállalkozásoktatás

A BGE Budapest LAB kutatásainak egyik fókuszterülete a vállalkozásoktatás, így különös hangsúlyt fektetünk a vállalkozásoktatás aktuális állapotának bemutatására, az arra ható tényezők feltárására. Tekintettel a közös szabályozási háttérre, a magyar eredmények – néhány, külön jelzett kivételtől eltekintve – a tanulmány egészében európai uniós összehasonlításban kerülnek bemutatásra.

Bár 2021 és 2023 között lassú ütemben, de folyamatosan 36 százalékról 38,3 százalékra nőtt a magyarországi 18-64 év közötti lakosságon belül azok aránya, akik saját bevallásuk szerint rendelkeznek a vállalkozásindításhoz szükséges tudással, ez az érték 2024-ben 35,8 százalékra esett (5. ábra), vagyis **javuló trend helyett sokkal inkább egy szűk intervallumban való ingadozásról beszélhetünk**. Az EU-s GEM országokkal való összevetésben ez a lemaradás különösen szembetűnő, ugyanis míg 2022-ben a magyarországi válaszadók Németországgal lényegében azonos arányban állították, hogy felkészültnek érzik magukat a vállalkozásindításra, 2024-re Magyarországon a legalacsonyabb ez az érték az EU-n belül, 5,3 százalékponttal lemaradva Németországtól. Szintén figyelemreméltó, hogy Szlovákia 2021 és 2024 között rendkívül alacsony bázisról (33,4%) zárkózott fel az EU-s átlaghoz (52,0%).

5. ábra: Nemzetközi összehasonlítás – A vállalkozásindításhoz elegendő tudással, készséggel, tapasztalattal rendelkezők aránya a 18-64 év közötti lakosságon belül



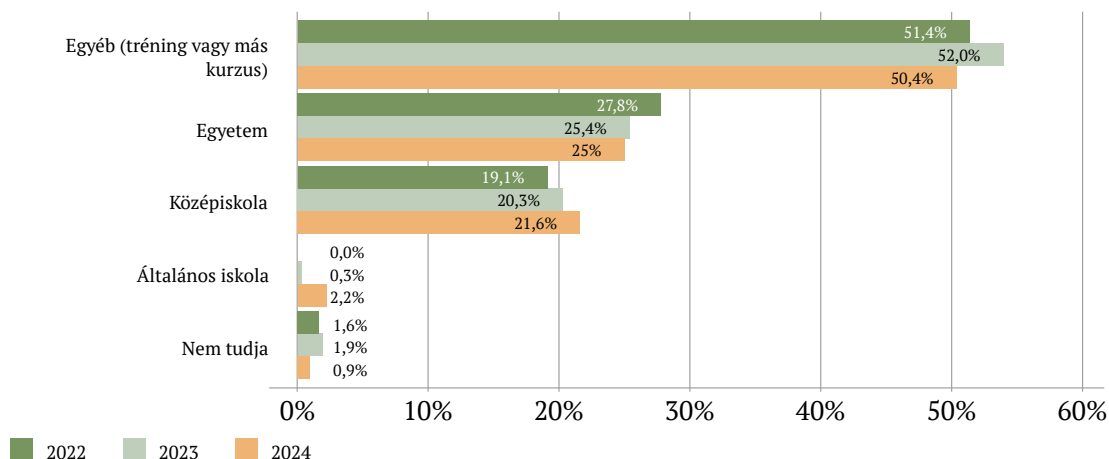
A kutatásban részt vevő EU tagállamok között – 2023-hoz hasonlóan – a legnagyobb arányban a horvát, a szlovén, illetve a ciprusi lakosság véli úgy, hogy rendelkezik vállalkozásindításhoz szükséges ismeretekkel (rendre 73,8, 66,4, illetve 59,9%). Összességében elmondható, hogy Németország és Magyarország kivételével a lakosság legalább közel fele válaszolt hasonlóképpen.

A magyarországi helyzet jobb megértése, illetve az eredmények pontosabb magyarázata érdekében a magyarországi GEM kutatócsoport a nemzetközi konzorcium hozzájárulásával 2022-től a központi kérdőívet több, a vállalkozásoktatáshoz kapcsolódó kérdéssel egészíti ki.

A magyar felnőtt lakosság 13,2 százaléka részesült valamilyen vállalkozóvá válásra felkészítő, a vállalkozóvá válásra motiváló oktatásban, ami csökkenő trendet mutat a 2022-es 18,1, illetve a 2023-as 16,2 százalékos értékhez képest. Ez az eredmény azért is meglepő, hisz a fiatalabb generációk már rendszerint a köz-, illetve felsőoktatásban részesültek valamilyen gazdasági, pénzügyi, vállalkozói képzésben, így a legidősebbek nyugdíjazásával párhuzamosan a vállalkozásoktatásban részt vettek arányának növekedése lett volna várható. Abban ugyanakkor továbbra sincs lényeges változás, hogy a többség (50,4%)

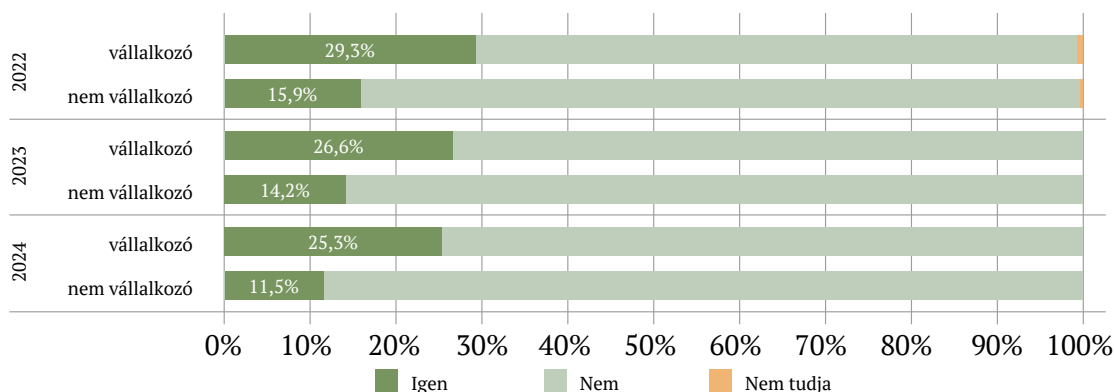
az iskolarendszeren kívüli tréningen vagy kurzuson tett szert erre a tudásra. Emellett a vállalkozásoktatásban részesültek épp negyede (25,0%) egyetemen, ötöde (21,6%) pedig középiskolában kapott vállalkozói ismereteket. A vállalkozáshoz szükséges tudás megszerzésében az általános iskola szerepe a vizsgált években továbbra is elhanyagolható (6. ábra).

6. ábra: A vállalkozásoktatás helye a vállalkozásoktatásban részesültek arányában



A vállalkozók az aktív korú felnőttekhez képest valamennyi évben lényegesen nagyobb arányban vettek részt vállalkozásra felkészítő, vagy arra motiváló képzésen (7. ábra) – 2024-ben 2023-hoz hasonlóan szintén minden negyedik vállalkozó vett részt ilyen oktatásban. Bár az összefüggés iránya nem ismert, és magabiztosan azt sem állíthatjuk, hogy a két tényező között oksági kapcsolat lenne, mindhárom vizsgált évre igaz, hogy a vállalkozók kétszer nagyobb eséllyel vettek részt vállalkozásoktatásban, mint a nem vállalkozók. Valószínűleg egyaránt igaz lehet, hogy a vállalkozók működésük fenntartása, optimalizálása, fejlesztése érdekében képzik magukat, illetve a vállalkozásoktatás serkentőleg hathat az arra fogékonyak vállalkozásindítási hajlandóságára.

7. ábra: Vállalkozásoktatásban részesültek aránya a vállalkozók és a nem vállalkozók arányában

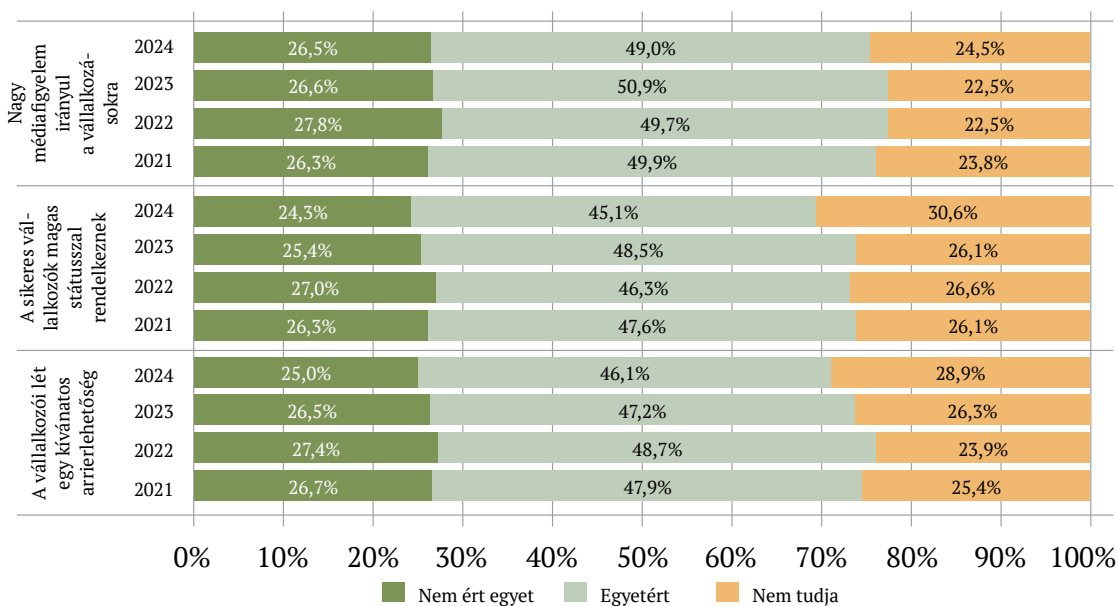


Mennyire vonzó a vállalkozói lét?

A vállalkozásindítási hajlandóságot a vállalkozói légkör mellett a vállalkozók általános társadalmi megítélése is befolyásolhatja. A vállalkozók megítélését a GEM három kérdésen keresztül vizsgálja (8. ábra), amelyek (1) a vállalkozókra irányuló médiafigyelmet, (2) a sikeres vállalkozók társadalmi státuszát, valamint (3) a vállalkozást mint kívánatos karrierlehetőséget értékelik. A vállalkozói lét értékelése Magyarországon a vizsgált években rendkívül stabil, 2021 és 2024 között az egyes évek eredményei között csupán elhanyagolható eltérések tapasztalhatóak. Eredményeink azt mutatják, hogy minden második ember szerint nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra (49,0%), a sikeres vállalkozók magas státusszal rendelkeznek (45,1%), valamint a vállalkozói lét egy kívánatos karrierlehetőség (46,1%). Lényegesen kisebb, ám szintén stabil azoknak az aránya, akik az állításokkal nem értenek egyet (rendre 26,5, 24,3, 26,0%). Az értékelések állandóságához hozzátartozik a véleményt nyilvánítani nem tudók jelentős, az állításokkal egyet nem értőkhöz mérhető aránya.

A vállalkozói lét megítélése a magyar felnőtt lakosság körében továbbra is pozitív, ami támogatón hat a vállalkozói tervek megvalósítására.

8. ábra: A vállalkozói lét értékelése

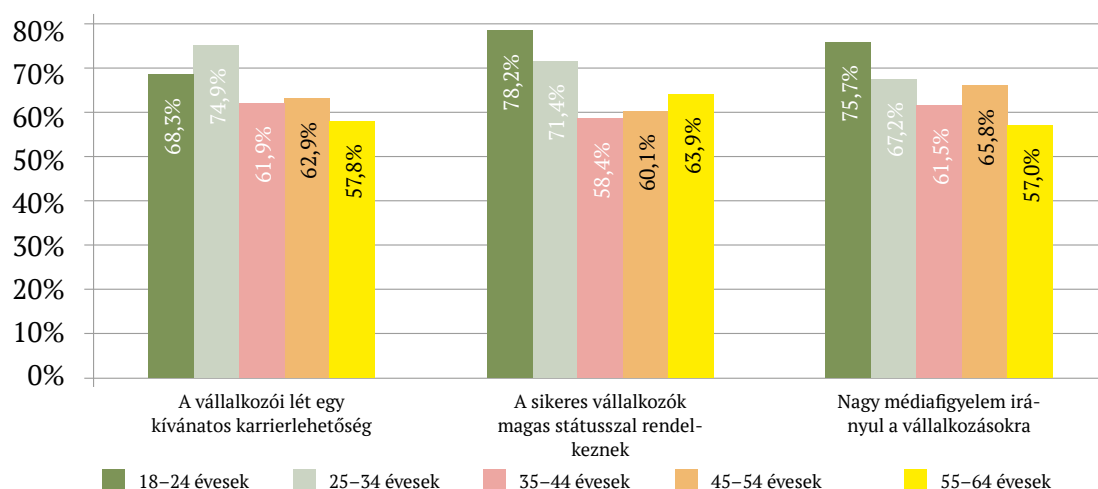


Nincs jelentős elmozdulás abban sem, hogy az egyes korosztályok miként értékelik a vállalkozói létet. A 35 év alattiak 2024-ben is az átlagnál nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy a vállalkozói lét kívánatos karrierlehetőség, illetve, hogy a vállalkozók magas státusszal rendelkeznek (9. ábra). Továbbra is jellemző, hogy a náluk idősebbek válaszaik rendkívül szűk, alacsonyabb értéket képviselő intervallumban mozognak mindkét szempont tekintetében. Ennek a hátterében az állhat, hogy felnőtt egy, a vállalkozói léttel kapcsolatban más tapasztalatokkal rendelkező – a rendszerváltáskor, vagy azt követően született – generáció. Az életkorral csökken azok aránya, akik szerint a sikeres

A vállalkozói lét megítélése pozitív, különösen a fiatalabb korosztály körében.

vállalkozókra nagy médiafigyelem irányul – míg a 18-24 évesek háromnegyede vélekedik így, addig az 55-64 évesek esetén ez az arány csupán 57,0 százalék.

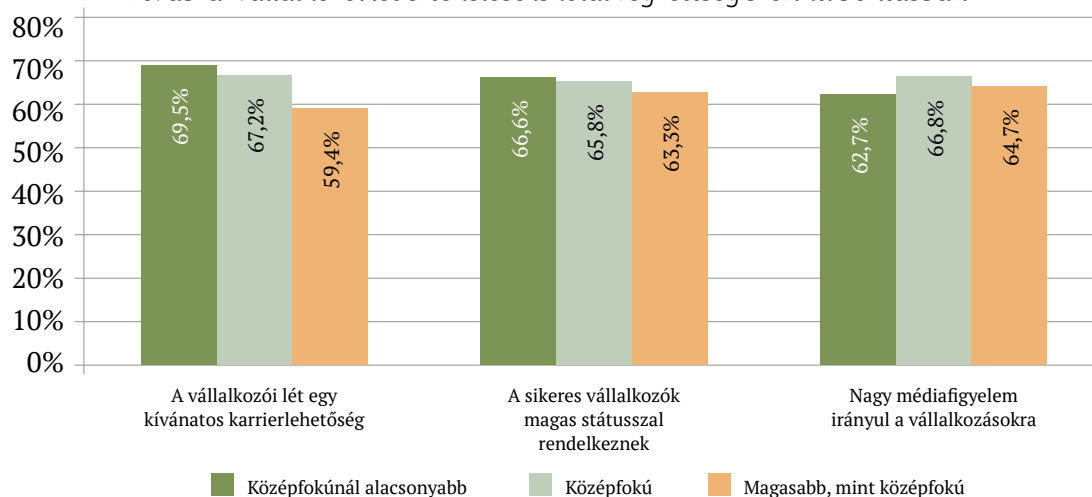
9. ábra: A vállalkozói lét értékelése életkori bontásban



Nincs elmozdulás a korábbi évek eredményeitől abban a tekintetben sem, hogy a magasabb végzettségűek számára a vállalkozás kevésbé kívánatos karrierlehetőség. Míg a középfokú, vagy annál alacsonyabb végzettségűek körében tízből heten, addig a felsőfokú végzettségűek közül csak hatan gondolják így (10. ábra). Ezt magyarázhatja az a tendencia, hogy a fejlett piacgazdaságokban magasabb végzettséggel munkavállalóként is magas státusz és jövedelem érhető el, a vállalkozással járó kockázatvállalás nélkül. Ennek következtében a vállalkozói aktivitás és a gazdasági fejlettség között fordított kapcsolat áll fenn.

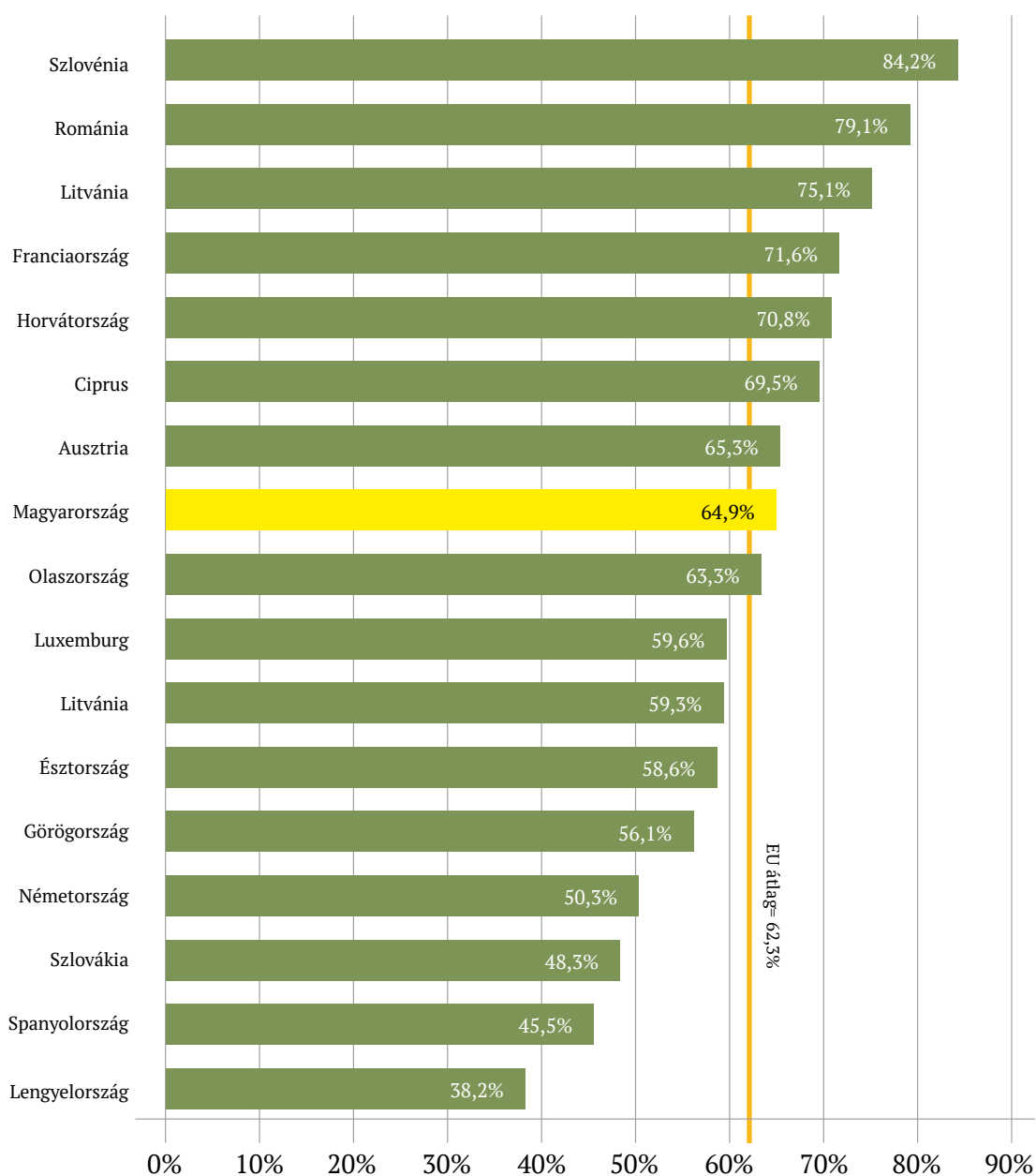
A sikeres vállalkozók társadalmi státuszának, illetve a vállalkozókra irányuló nagy médiafigyelem megítélése tekintetében bár látszik némi eltérés a különböző végzettségűek között, ezek a statisztikai tesztek alapján nem tekinthető lényeges eltérésnek. Ez utóbbi azért is érdekes, mert 2023-ban a magasabb végzettségűek rendre szignifikánsan nagyobb arányban vélekedtek úgy, hogy a vállalkozókra nagy médiafigyelem irányul, de legfrissebb eredményeink szerint ez már nem mutatható ki.

10. ábra: Vállalkozói lét értékelése iskolai végzettség szerinti bontásban



Nemzetközi összehasonlításban szemlélve a médiafigyelem értékelése Magyarországon megfelel az EU-s átlagnak (62,3%). Érdekes azonban, hogy drámai eltérés mutatkozik az egyes országok között (11. ábra), ráadásul mind a legalacsonyabb (Lengyelország, 38,2%), mind a legmagasabb értékelés (Szlovénia, 84,2%) a poszt-socialista régióból származik, de szintén nagy az eltérés a régi EU-s tagországok között (ld. Franciaország, 71,6% és Spanyolország, 45,5%). Ez a jelenség arra utalhat, hogy a sikeres vállalkozókra irányuló médiafigyelem értékelését leginkább egyedi, országspecifikus tényezők befolyásolják.

11. ábra: A vállalkozói lét értékelése, nemzetközi összehasonlítás –
nagy médiafigyelem irányul a vállalkozásokra





Dancsné Engler Bernadett

az OTP Bank Mikro- és Kisvállalkozási területének igazgatója

Az OTP Csoport a kelet-közép-európai régió és Közép-Ázsia 11 országában van jelen, több mint 1200 bankfiókot működtet, 17 millió ügyfélnek nyújt univerzális pénzügyi szolgáltatásokat. Az OTP Bank Magyarországon kívül Szlovéniában, Szerbiában, Montenegróban, Bulgáriában vívott ki piacvezető pozíciót. A Csoport bevételeinek 70%-a már külföldről származik, de továbbra is rendkívüli jelentőségű a hazai operáció, több mint 2200 kapcsolati ponton érhető el a bank szerte az országban, és a bank applikációinak felhasználószáma pedig meghaladja a 2 milliót.

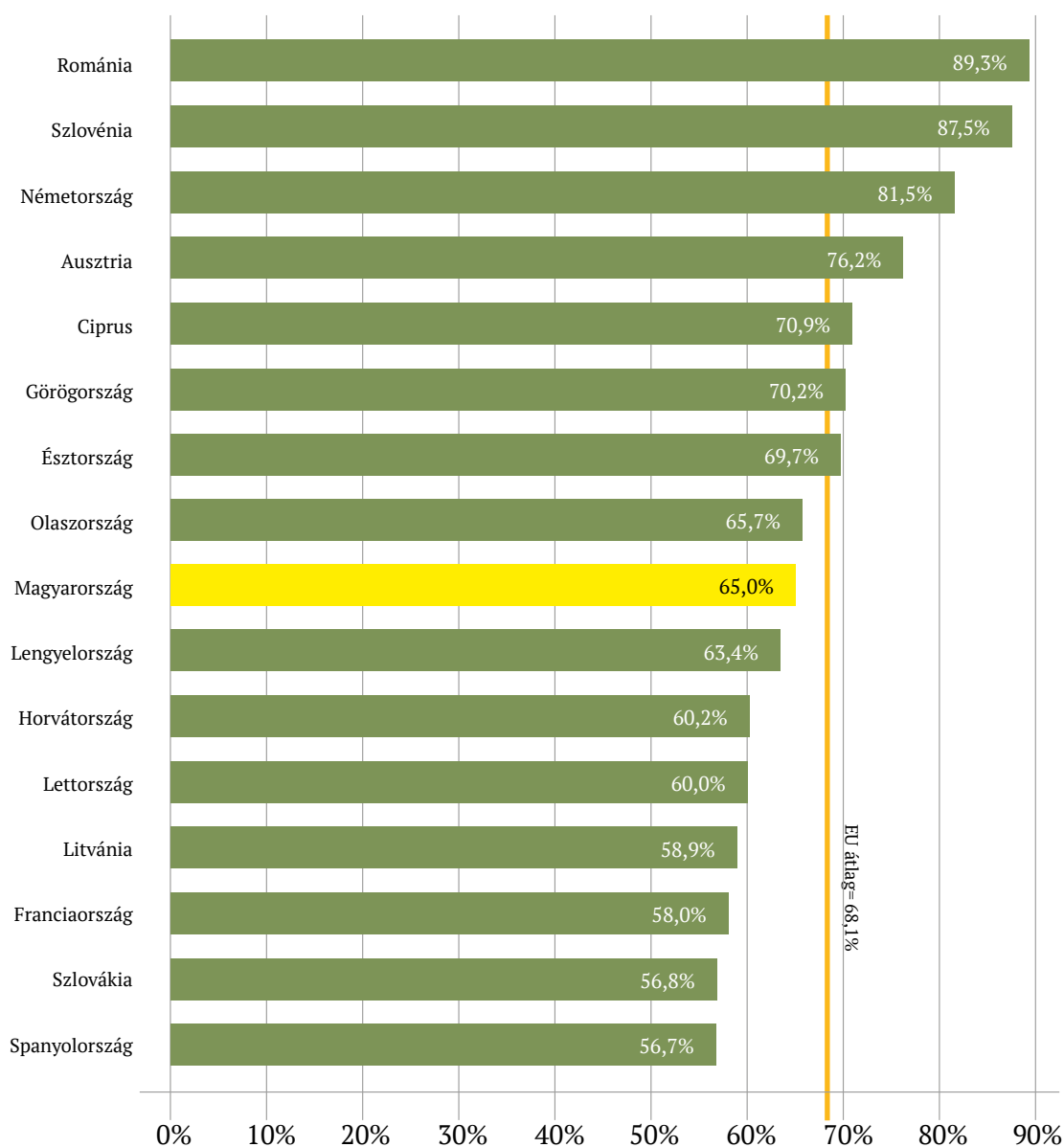
A közép-kelet-európai régióban működő kkv-k között vannak eltérések, amelyek főként a gazdasági környezet, a szabályozó keretrendszer, a történelmi hagyományok és a vállalkozói kultúra különbségeiből erednek. Magyarországon erős az állami jelenlét a tekintetben, hogy a kkv-k nagyban támaszkodnak állami támogatásokra és pályázatokra. A digitalizáltság szintje növekszik, de a digitális érettség elmarad a régió átlagától. A kkv-k többségénél korlátozott az exportorientáció, és kevésbé kockázatvállalók hosszú távon, ami hatással van a beruházásokra, az innovációra és a növekedésre. Mindez csökkentheti a versenyképességet, hosszabb távon működési és hatékonysági korlátokat jelenthet.

Ebben a környezetben felértékelődik a vállalkozás kapcsolati hálójának szerepe, amelynek stratégiai üzleti partnerként szereplője a számlát vezető bank is. A folyószámla-vezetés mellett napi pénzügyeket és pénzügyi tervezést érintő tanácsadást biztosít, beleértve a pályázati lehetőségek közötti eligazodást is, hitelt nyújt, ha azt a napi likviditás vagy a növekedés megkívánja, és külkereskedelmi tanácsadással, devizaszolgáltatással támogatja a külpiacra lépést.

A vállalkozások rájuk szabott pénzügyi megoldásokat várnak el, és személyes kapcsolattartót, aki érti az üzleti modelljüket. Sokszor ez a közös gondolkodás vezet újabb innovációkhoz banki oldalon is: mostanra egy vállalkozás teljes működése lefedhető digitális szolgáltatásaink segítségével, a jövőben pedig a fejlődés elmozdulhat a mesterséges intelligenciával való pénzügyi modellezés, valós üzleti adatok alapján történő kockázatértékelés és a vállalkozások saját platformjaiba integrálható banki funkciók felé. A jövő bankja előre gondolkodó partnerként segíti a vállalkozásokat abban, hogy tudatosan, biztonságosan és dinamikusan fejlődjenek, ehhez szeretnénk hozzájárulni magunk is.

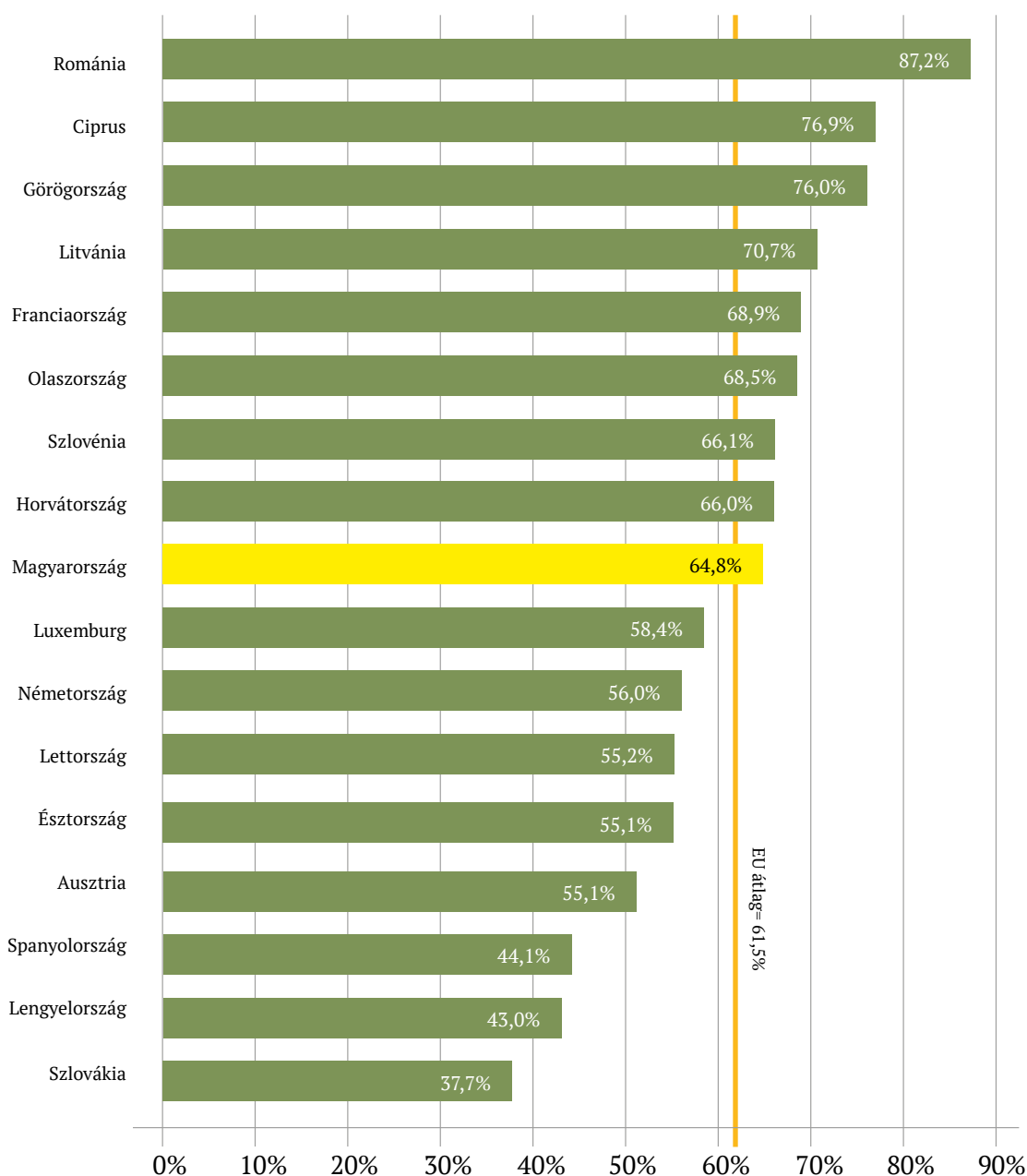
A sikeres vállalkozók társadalmi megítélése lényegesen kisebb tartományban szóródik (12. ábra). Az európai uniós tagországok közül a sikeres vállalkozók társadalmi státuszát Spanyolországban, Szlovákiában, illetve Franciaországban értékelik a legalacsonyabbra (rendre 56,7, 56,8, illetve 58%), míg Romániában és Szlovéniában a legmagasabbra (rendre 89,3, illetve 87,5%). Fontos kiemelni, hogy 2023-hoz képest szinte valamennyi esetben több százalékpontos, pozitív irányú elmozdulás volt megfigyelhető, de a lista elején és a végén szereplő országok – Szlovákia kivételével – azonosak maradtak. Míg Horvátországban javult a sikeres vállalkozók megítélése, addig Szlovákiában némileg csökkent. Magyarország 65,0 százalékos értéke lényegében azonos, kis mértékben marad el mind a 2023-as hasonló adattól (65,6%), mind a 2024-es EU átlagtól (68,1%).

12. ábra: A vállalkozói lét értékelése, nemzetközi összehasonlítás – sikeres vállalkozások társadalmi státusza

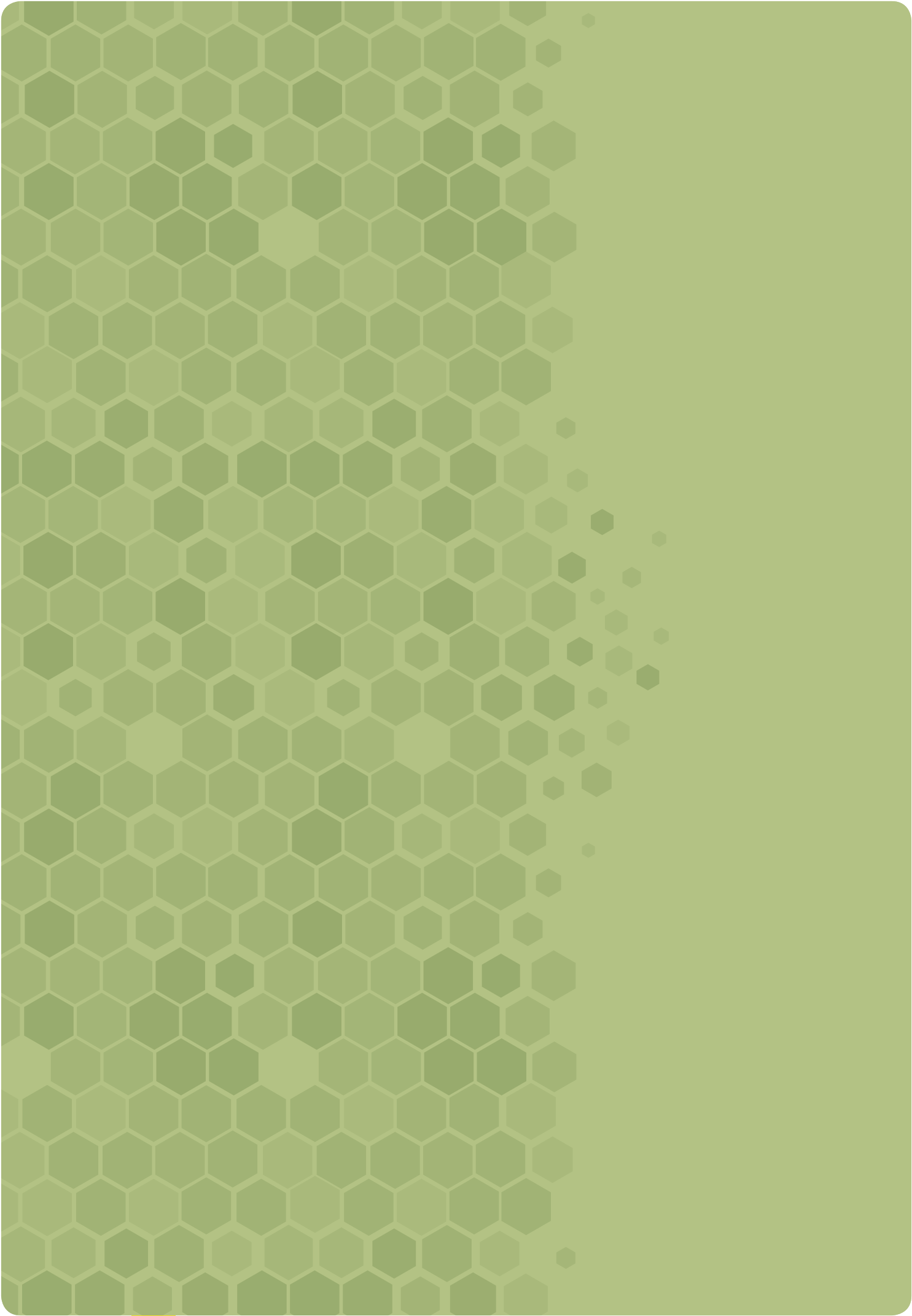


A vállalkozói lét mint karrierlehetőség megítélése a médiafigyelem értékeléséhez hasonlóan szélsőséges értékeléseket kapott (13. ábra). Ezen szempont szerint is Szlovákia, Lengyelország, valamint Spanyolország állnak a lista végén (rendre 37,7, 43,0, illetve 44,1%), miközben Romániában a legmagasabb, extrém magas az állítással egyetértők aránya (87,2%). Magyarország a középmezőnyben szerepel, az EU-s átlagnál (61,5%) kis mértékben magasabb értékkel.

13. ábra: A vállalkozói lét értékelése, nemzetközi összehasonlítás –
vállalkozás mint kívánatos karrierlehetőség



A vállalkozói lét megítélése Magyarországon összességében a globális és az európai átlaghoz közeli: közel minden második ember pozitívnak értékeli azt – igaz, feltűnően sokan egyáltalán nem formálnak véleményt ebben a kérdésben. A pozitív megítélés az átlagnál erősebb a fiatalok körében.



A VÁLLALKOZÓK JELLEMZŐI

A GEM kutatás adatai lehetőséget biztosítanak a különböző stádiumú vállalkozási tevékenység lakosságon belüli arányának becslésére, annak nemzetközi összehasonlítására, valamint időbeli trendjeinek elemzésére.

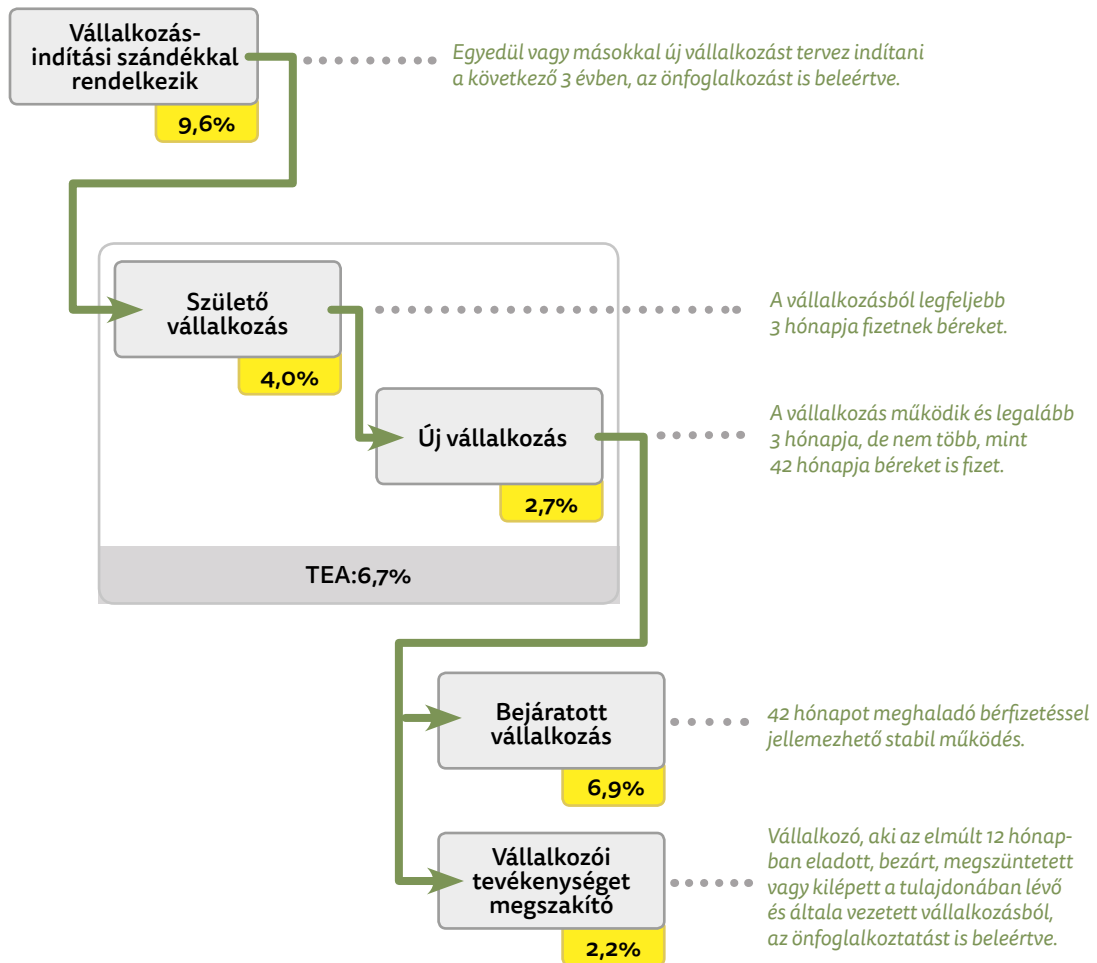
2024-ben a korábbi évekhez képest jelentősen visszaesett a hazai aktív korú lakosság vállalkozási aktivitása (14. ábra). A korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás (Total Early-stage Entrepreneurial Activity – TEA) 6,7 százalék, ami jelentős, 3,2 százalékpontos visszaesés a 2023-as 9,9 százalékos értékhez képest. A csökkenés különösen szembetűnő annak fényében, hogy 2021 és 2023 között ez az érték rendkívül szűk intervallumban, 9,7 és 9,9 százalék között ingadozott. A korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitáson belül a csak legfeljebb 3 hónapja működő születő vállalkozások aránya némileg kisebb mértékben, 5,5-ről 4,0%-ra csökkent, míg a 3 és 42 hónap között béreket fizetni képes új vállalkozások aránya relatív nagyobb mértékben, 4,4-ről 2,7%-ra esett vissza. Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy a 18-64 év közötti lakosságon belül a következő három évben vállalkozást indítani (az önfoglalkoztatást is beleértve) tervezők aránya csupán 7,5 százalékkal – 10,4 százalékról 9,6 százalékra – csökkent. Ez az eredmény tehát arra utal, **hogy ugyan némileg visszaesett a még csak fejben létező vállalkozások aránya, a nagy arányban elmaradt a tényleges vállalkozásalapítás, illetve drámai mértékben nőtt azon vállalkozások aránya, amelyek nem érték meg a 3 hónapos kort.**

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 megalapozottabb, legalább 3 hónapja, de kevesebb, mint 42 hónapja (3,5 éve) fizetnek béreket. A GEM terminológiában a bejáratott (*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



Némileg csökkent a legalább 3,5 éve stabilan béreket fizetni képes bejáratott vállalkozások aránya, ami ezzel a 2023-as korrekciót (7,4%) követően lényegében visszatért a 2022-es mélypontjára, 6,9 százalékra.

Pozitív eredmény, hogy a vállalkozási tevékenységüket a megkérdezést megelőző 12 hónapban megszakítók aránya a 2023-as kiugrás (3,5%) után a 2021 és 2023 közötti szinten, 2,2 százalékon normalizálódott.

A korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás drasztikus visszaesése, a vállalkozási szándékkal rendelkezők kis mértékű csökkenése, illetve a vállalkozási tevékenységüket megszakítók arányának 2021 és 2023 közötti szintre való visszaesése arra utalhat, hogy a gazdasági turbulenciák, illetve a negatív várakozások miatt a korábbi évekhez képest lényegesen kevesebb még csak tervezett vállalkozás indul el ténylegesen. Az új vállalkozások alacsonyabb aránya néhány éves távlatban is strukturális gazdasági problémát okozhat, hisz ezen cégek nagyobb arányban foglalkoznak legalább lokálisan új termékkel/szolgáltatással, alkalmaznak új folyamatokat. Bár az induló vállalkozások alacsonyabb aránya a bejáratott vállalkozások arányát egyelőre érdemben nem befolyásolta, fontos a trend folyamatos nyomon követése.



Nardai Nóra

Társtulajdonos, Liliputi Love

**A Liliputi Love piacvezető
a babahordozók
és puhatalpú cipők terén.
Szombathelyi üzemükben
készülnek a termékek,
amelyeket több mint
20 ország piacán
értékesítenek.**

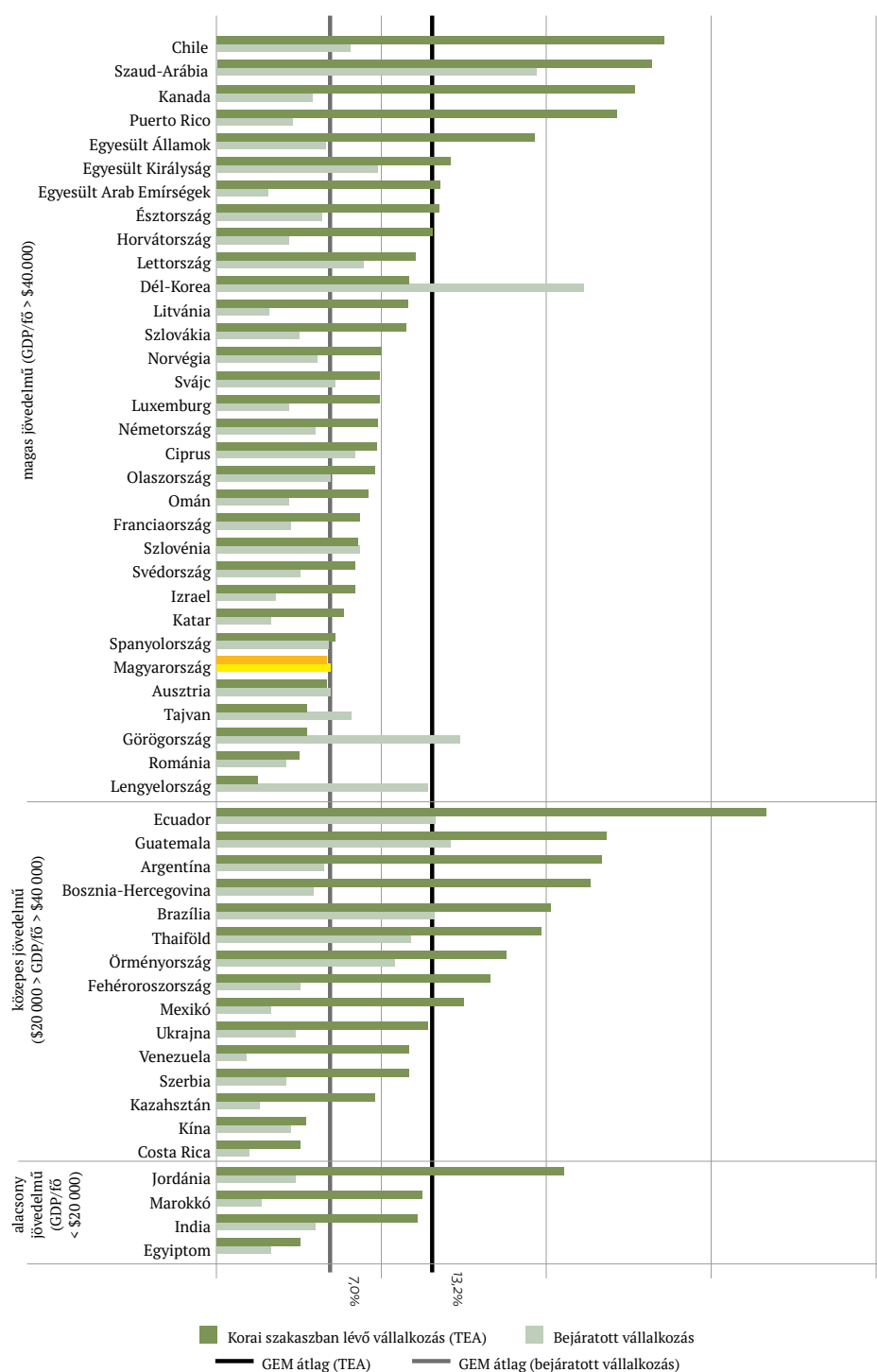
Karrierem első felében multinacionális környezetben dolgoztam, de egyre kevésbé tudtam olyan célokért küzdeni, amelyek számomra nem jelentettek valódi értéket. Fontossá vált, hogy amibe az energiámat fektetem, az hozzátegyen a világhoz. Pár szerencsés véletlen vezetett oda, hogy végül a férjemmel közösen váltam vállalkozóvá. Fontos inspiráció a mindennapokban, hogy vállalkozóként mi dönthetjük el, hogyan osztjuk be az időnket – és közben olyan célokért dolgozhatunk, amelyeknek számunkra is jelentése van.

Mostanra több mint 20 országban értékesítjük a termékeinket, és egyre nagyobb hangsúlyt kap nemzetközi jelenlétünk erősítése. Ennek hátterében az is áll, hogy a hazai kiskereskedelmi fogyasztás jelentősen visszaesett, a születésszámok csökkenése pedig harmadára szűkítette a hazai célközönségünket. Egyértelművé vált, hogy új piacokat kell találnunk, ez a hosszútávú fennmaradásunk és növekedésünk feltétele.

Az elmúlt években gyökeresen átalakult a kiskereskedelmi struktúra: korábban a nemzetközi partnereink kis helyi viszonteladók voltak, ma azonban a Temu és a nagy online piacterek uralják a szektort. Viszonteladóink közül sokan nem tudták tartani a lépést, a klasszikus disztribúciós modellben jelentkező dupla árrést egyszerűen nem bírja el a piac. Ez vezetett oda, hogy mostanra mi is teljes struktúraváltáson megyünk keresztül: igyekszünk saját webshopokat indítani a környező országokban, és hamarosan indulunk a fontosabb online platformokon is. Legfőbb célunk, hogy az EU-n belül kialakítsunk néhány kulcspiacot, ahol közvetlenül tudjuk elérni a vásárlókat, fenntartható módon és szakértői támogatással építsük fel a márkánkat.

Mivel a korai szakaszban lévő és a bejártott vállalkozási aktivitás a GEM két legfontosabb mutatója, így azokat nemcsak az európai uniós országokkal, hanem globális (15. ábra), illetve európai (16. ábra) összevetésben is bemutatjuk.

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

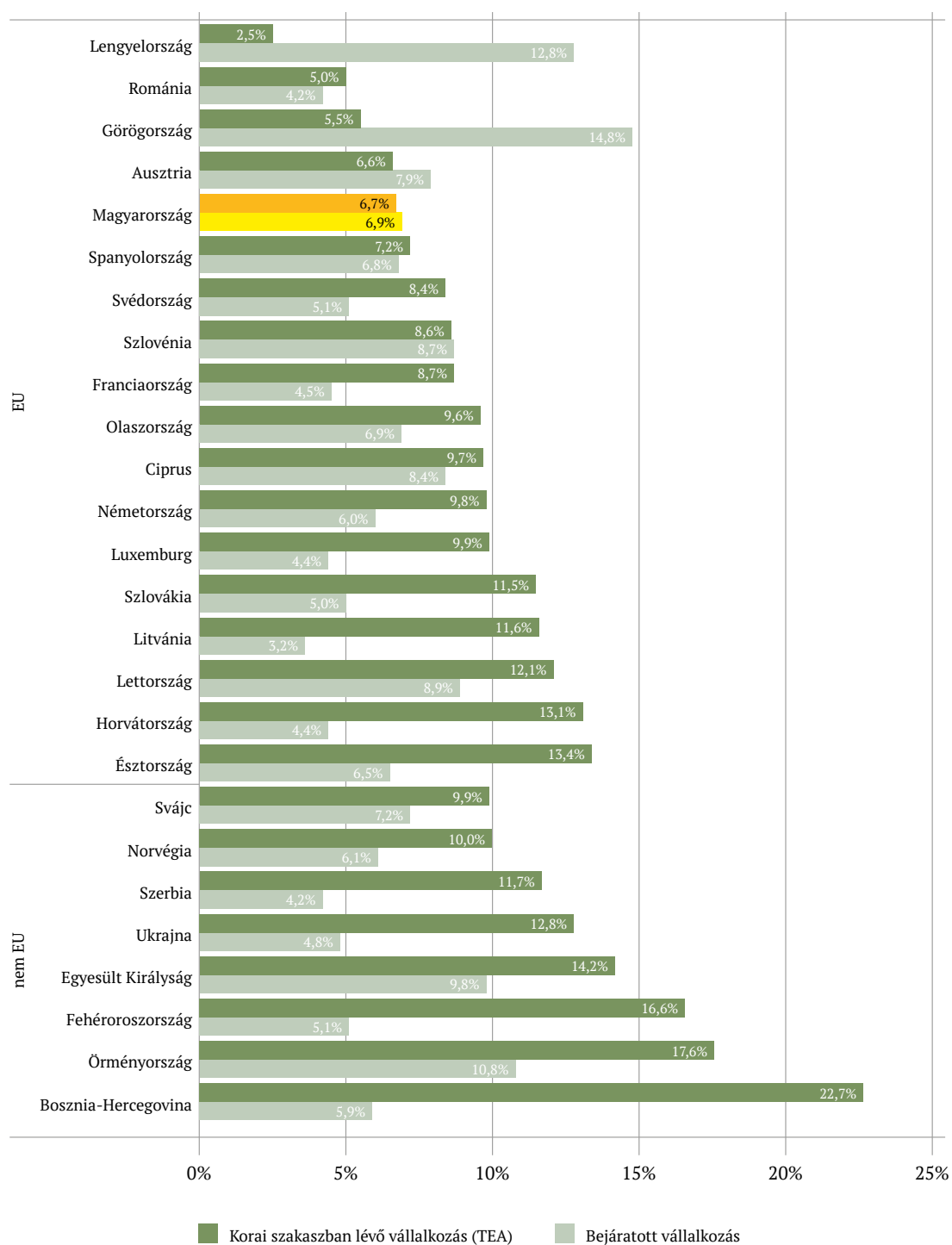


Az országok a korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás (TEA) szerint növekvő sorrendben, valamint a gazdasági fejlettség (egy főre jutó GDP) szerint kerültek csoportosításra

Globális kitekintésben Magyarország a magas jövedelmű GEM országok között a korai szakaszban lévő vállalkozások tekintetében – a korábbi évek számaitól némileg lemaradva – az utolsó harmad közepén, míg a bejáratott vállalkozások tekintetében az első harmad végén helyezkedik el (15. ábra). **A korai szakaszban lévő vállalkozások arányának (6,7%) 2024-es csökkenése következtében a hazai érték lényegesen elmarad mind a kutatásban részt vevő 51 ország (13,2%), mind a magas jövedelmű országok átlagától (11,6%). A bejáratott vállalkozások magyarországi aránya (6,9%) gyakorlatilag megegyezik a GEM országok 7,0%-os átlagával és kis mértékben alacsonyabb a fejlett országok 7,4%-os értékénél.**

Jellemző, hogy az európai, azon belül is főként az EU tagországokban nincs olyan extrém magas vállalkozói aktivitás, mint néhány fejlett (pl. Chile, Szaud-Arábia), vagy több közepes jövedelmű országban (pl. Ecuador, Guatemala, Ecuador). Ezt a stabilabb gazdasági környezet és a magasabb hozzáadott értéket és kiszámítható megélhetést nyújtó munkahelyek nagyszámú rendelkezésre állása magyarázhatja (16. ábra). Európai összehasonlításban a korai szakaszban lévő vállalkozások magyarországi aránya – a 2024. évi jelentős visszaesés következtében – az alacsonyabbak közé, az utolsó negyed elejére került. A 18 EU tagország között a 14. hely azt jelenti, hogy a korai szakaszban lévő vállalkozási aktivitás a magyarországinál csak a rendszerint extrém alacsony mutatóval rendelkező Lengyelországban (2,5%), illetve Romániában (5,0%), Görögországban (5,5%) és Ausztriában (6,6%) alacsonyabb. A sor másik végén a három balti állam (Észtország – 13,4%, Lettország – 12,1%, Litvánia – 11,6%) mellett Horvátország (13,1%), illetve Szlovákia (11,5%) áll, valamennyi esetben az EU átlagot (8,9%) meghaladó értékkel. A bejáratott vállalkozások arányában a hazai érték (6,9%) a visszaesés ellenére továbbra is megfelel az EU átlagnak (7,0%), amivel az európai és az EU lista első harmadának végén szerepel.

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



Vállalkozók a 18-64 éves lakosság arányában (%)

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

A vállalkozói szerkezetben, vagyis a korai szakaszban lévő vállalkozások (TEA), illetve a bejáratott vállalkozások (EB) aránya tekintetében jelentős változás, hogy míg 2021 és 2023 között mindkét mutató illeszkedett a globális, illetve a GEM-ben részt vevő európai országok átlaghoz, addig 2024-ben a hazai TEA érték visszaesése következtében az utolsó negyed elejére került, jelentősen lemaradva az európai és az EU-s átlagtól. A bejáratott vállalkozások aránya a kisebb mértékű csökkenése mellett is megfelel mind az európai, mind az EU-s átlagnak.

Demográfia

A vállalkozók demográfiai adatainak mélyebb elemzése elősegítheti a vállalkozások csupán egyes csoportjait érintő, célzott intézkedések megalapozását, ezáltal a rendelkezésre álló erőforrások optimális elosztását (17. ábra).

A kutatás négy éve alapján kijelenthető, hogy a férfiak vállalkozási aktivitása mind a korai szakaszban lévő vállalkozások, mind a bejáratott vállalkozások esetén magasabb a nőknél. A nők 2023-ban és 2024-ben egyaránt a férfiakhoz viszonyítva fele akkora eséllyel voltak vállalkozók.

A két nem vállalkozási aktivitása között statisztikailag is szignifikáns eltérés két esetben tárható fel:

1. a korai szakaszban lévő vállalkozások esetén a 25 és 44 év közötti korosztályokban
2. a bejáratott vállalkozásoknál a 44 évnél idősebbek körében.

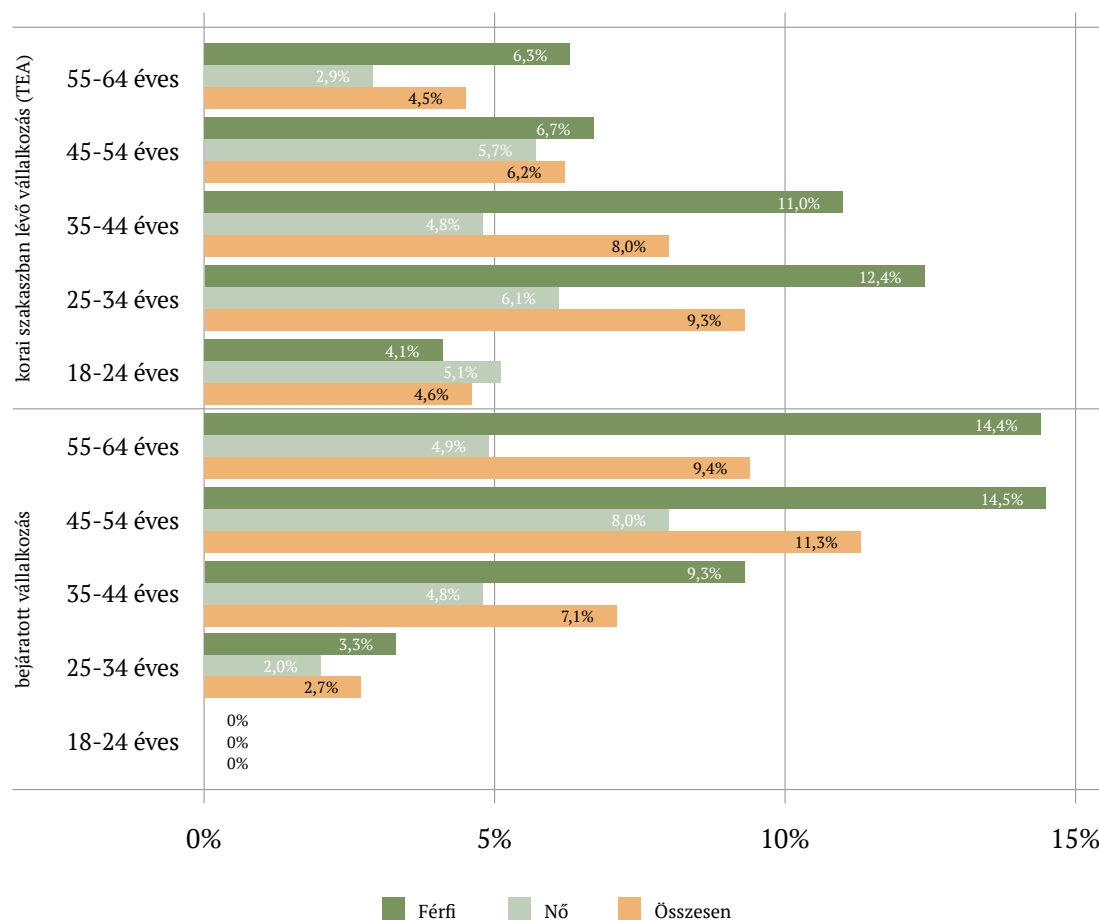
Vagyis, ahogy a korábbi években is, épp a legmagasabb vállalkozási aktivitással jellemezhető korosztályokban látszik lényeges eltérés a férfiak és a nők vállalkozási aktivitása között.

A férfiak jellemzően a nőknél aktívabbak mind a korai szakaszban, mind a bejáratott vállalkozások alapítóiként. Ez alól évről-évre csupán néhány kivétel akad – 2024-ben a 25 év alatti korai szakaszban lévő vállalkozásoknál figyelhető meg női túlsúly. Ebből azonban komolyabb következtetés nem vonható le, hisz ezen kivételek rendre kis elemszámú részmintán alapszanak, ráadásul a különbség statisztikailag sem jelentős. Szintén jellemző, hogy ebben a korosztályban elhanyagolható a bejáratott vállalkozások aránya, amelyet az indokol, hogy 24 éves korig természetesen kevesen képesek egy 3,5 éve stabilan működő vállalkozást felépíteni.

A nemek vállalkozási aktivitása közötti különbség a legaktívabb korosztályban lényeges, ami hozzájárul a nemek közötti vállalkozási aktivitás különbségének fennmaradásához.

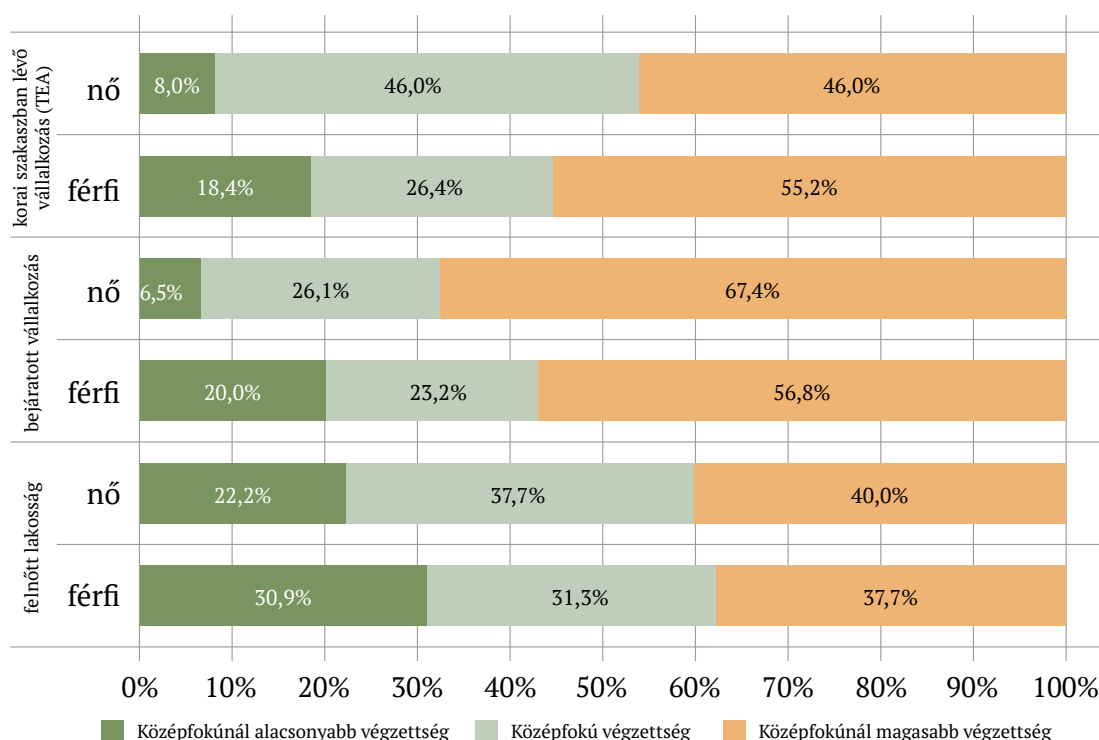
A nemek vállalkozási aktivitása közötti különbség fennmaradását erősítheti, hogy a korai szakaszban lévő vállalkozói aktivitás épp a kezdő vállalkozások tekintetében magasabb aktivitást mutató 25 és 44 év közötti korosztályokban tér el, hisz a nők vállalkozásindításainak elmaradása csökkenti az érett vállalkozások utánpótlását. Ugyanakkor az az eredmény, hogy 45 éves kor alatt a nők és a férfiak azonos arányban vezetnek és tulajdonolnak bejáratott vállalkozást, azt mutatja, hogy a fiatalabb nők vállalkozásai éppolyan életképesek, mint a férfiakéi.

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



A GEM adatok tanúsága alapján a vállalkozók legmagasabb iskolai végzettsége – nemtől és vállalkozási fázistól függetlenül – átlagosan magasabb a nem vállalkozókénál (18. ábra). Ez az eredmény statisztikailag alátámasztható és megfelel a korábbi évek eredményeinek. Míg a teljes mintában a nők és férfiak kétötöde rendelkezik középfokúnál magasabb végzettséggel, addig a korai szakaszban lévő vállalkozásoknál ez az érték rendre 46,0 és 55,2 százalék, a bejáratott vállalkozások esetében pedig 67,4, illetve 56,8 százalék. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy ez nem jelent oksági kapcsolatot a két tényező között, vagyis a magasabb végzettség nem feltétlenül jelent vállalkozásindítást.

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

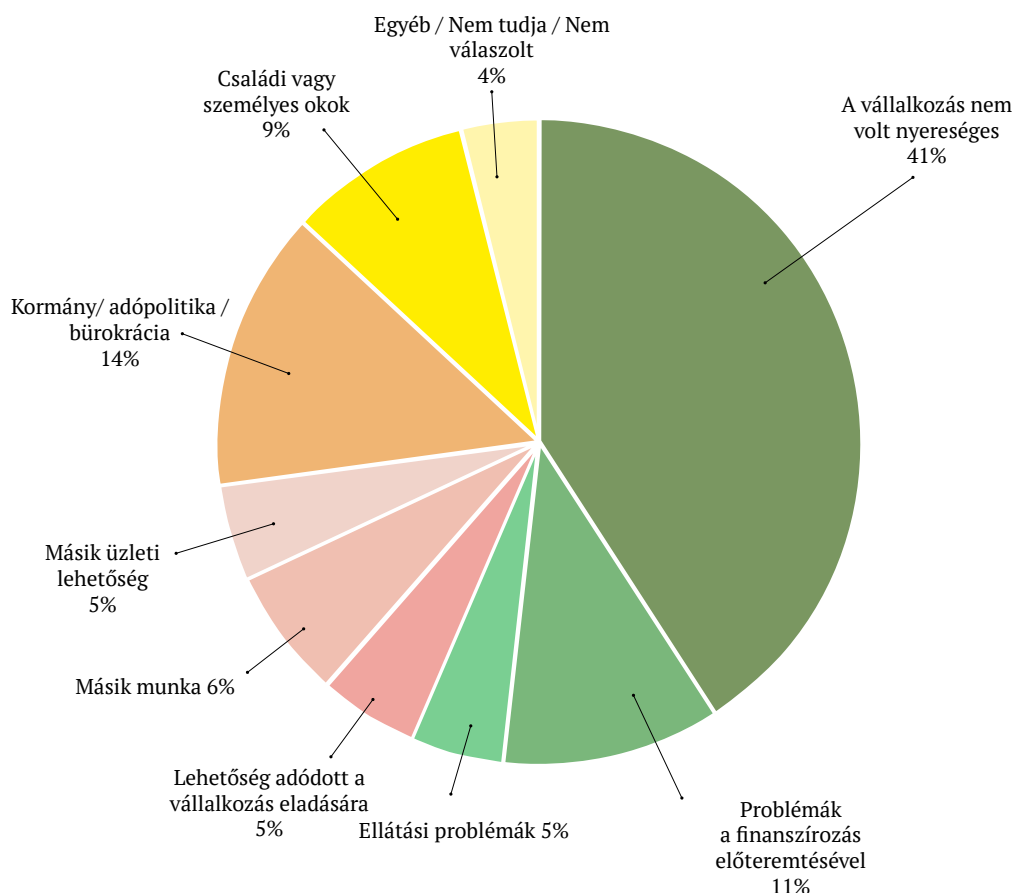


Kilépés a vállalkozói létből

A vállalkozásukból az elmúlt 12 hónapban kilépők aktív korú lakosságon belül aránya a 2023-as kiugrást (3,5%) követően a 2021-es, illetve 2022-es szinthez közeli értékre, 2,2 százalékra korrigált (19. ábra). Ez azt jelenti, hogy az előző évben tapasztalt magas kiszállási arány a turbulens gazdasági környezet következtében kialakult egyszeri esemény volt, nem pedig egy új, a korábbinál negatívabb trend kezdete.

A felhagyott vállalkozási tevékenység mögött továbbra is leggyakrabban (56,4%) valamilyen üzleti ok állt (nem volt nyereséges az üzlet, finanszírozási problémák, ellátási problémák), míg a kedvező kiszállási lehetőségek (másik munka vagy üzleti lehetőség, lehetőség a vállalkozás értékesítésére) 16,4 százalékban jelentek meg. Bár az alacsony elemszámok túl komoly következtetésekre nem adnak lehetőséget, a gazdasági nehézségekhez való alkalmazkodást, a konszolidáció kezdetét mutatja, hogy a vállalkozásbezáráskor csupán 14,1 százaléka mögött áll kormányzati, adópolitikai, esetleg bürokráciaival kapcsolatos indok – nem sokkal nagyobb arányban, mint amennyiben a személyes indokok (9,1%). Szintén a gazdasági környezet stabilizálódására enged következtetni, hogy csaknem minden negyedik (22,5%) cég folytatta a tevékenységét a vállalkozó kilépését követően.

19. ábra: Vállalkozás befejezésének okai



A vállalkozás motivációi

A GEM módszertan kiemelt hangsúlyt fektet a vállalkozóvá válást befolyásoló tényezők mélyebb megértésére. Ennek megfelelően az általános vállalkozói légkör megítélése mellett fontos kérdés, hogy a vállalkozókat mi motiválta a vállalkozásuk elindításában.

Az anyagi biztonság helyett a hatásgyakorlás esélye lett a fő vállalkozói motiváció.

Míg a 2023-ra 2021-hez és 2022-höz képest jelentősen erősödött az anyagi biztonsággal kapcsolatos motívumok szerepe a vállalkozásalapítási motivációk között, a 2024-es adatok e téren korrekciót mutatnak. Erre utal, hogy lényegesen, a 2021/2022-es szint közelébe csökkent a nagy vagyon, illetve a magas jövedelem elérése mint motiváció. A korai szakaszban lévő vállalkozók négyötöde (38,9%) említette ezt motivációként, ami lényegében megegyezik a 2022-es 37,0 százalékkal. A bejáratott vállalkozások esetén ugyan a 2024-es 24,1 százalékos érték arányaiban nagy növekmény a 2021-es 18,3, illetve a 2022-es 19,2 százalékhoz képest, de a jövővel kapcsolatos csökkenő aggodalmakra rezonálva drasztikusan kevesebb, mint a 2023-as 75,0 százalékos érték. Szintén a pozitívabb jövőre vonatkozó várakozásokra utal, hogy a megélhetési motívum – bár mindkét vállalkozási fázisban a vállalkozók felét jellemzi – nem csak 2023-hoz viszonyítva, hanem a teljes elemzési időtávon a legalacsonyabb értéket vette fel. A nemek válaszai között e

tekintetben jelentős eltérés tapasztalható, ugyanis tíz korai szakaszban lévő vállalkozás közül a nők által vezetettek esetében hét, míg a férfi tulajdonúak közül csupán négy esetben került említésre a megélhetés. Érdekeség, hogy a bejáratott cégek esetén ez a motiváció inkább a férfiakat jellemezte – ez a különbség azonban nem szignifikáns.

A korrekció következtében a hatás elérése lett legjellemzőbb vállalkozási motívum. A korai szakaszban lévő vállalkozók kétharmada (68,6%), míg a bejáratott vállalkozások háromötöde (58,7%) állítja, hogy azért (is) alapította a vállalkozását, hogy valami lényegeset vigyen véghez. A családi hagyomány folytatása a teljes vizsgálati időszakban az egyik legkevésbé jellemző vállalkozási motiváció volt, ami 2024-ben is fennmaradt – a kezdő vállalkozók tizede, míg a bejáratott vállalkozók ötöde említette, hogy családi hatás játszott közre a vállalkozásalapításkor. Érdekes kiemelni, hogy míg utóbbi esetben a nemek közötti különbség elhanyagolható, addig a korai szakaszban lévő vállalkozások között a nők extrém alacsony arányban említették ezt a motivációt. Ennek megfelelően a nemek közötti különbség ebben az esetben statisztikai módszerekkel is alátámasztható.

1. táblázat: Vállalkozás indításának motivációja

	korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)			bejáratott vállalkozás		
	férfi	nő	összesen	férfi	nő	összesen
Hogy valami lényegeset vigyen véghez.	67,5%	70,4%	68,6%	62,4%	51,1%	58,7%
Hogy hatalmas vagyont vagy nagyon magas jövedelmet szerezzen.	34,6%	46,6%	38,9%	27,8%	16,7%	24,1%
Hogy folytassa a családi hagyományt.	16,9%	1,7%	11,4%	19,3%	21,0%	19,8%
Hogy megéljen, mivel kevés a munkalehetőség.	40,4%	70,1%	51,1%	57,0%	48,9%	54,4%

Összességében tehát a legfrissebb adatok alapján a vállalkozások alapításának elsődleges motivációja a hatás elérése, hogy a vállalkozó valami lényegeset vigyen véghez. Továbbra is fontos, de nem kiemelkedő vállalkozási motiváció a (megfelelő) munkalehetőségek hiányában a megélhetés biztosítása. Bár a 2021-2022-es szint felett, de a 2023-as kiugróan magas értéknél lényegesen alacsonyabb szinten stabilizálódott a nagy vagyon, illetve a magas jövedelem motivációja, míg a családi hagyomány folytatása továbbra is csak a vállalkozók töredékét befolyásolta a vállalkozásindításban.

Foglalkoztatás

A vállalkozók foglalkoztatásban betöltött szerepének jelentősége megkérdőjelezhetetlen. A GEM ezért vizsgálja a vállalkozók által foglalkoztatottak aktuális és az 5 év múlva tervezett számát (2. táblázat).

A korábbi évekhez hasonlóan a korai szakaszban lévő vállalkozások többsége 1-5 főt foglalkoztat (54,5%), illetve továbbra is jelentős a foglalkoztatott nélküli vállalkozók aránya (29,8%). A bejáratott vállalkozások túlnyomó többsége szintén legfeljebb öt főt foglalkoztat – minden második 1-5 főt (49,1%), harmaduk (34,2%) pedig csak saját magát. Bár a korábbi években megfigyelhető volt, hogy a bejáratott vállalkozások a korai szakaszban lévőkhez képest nagyobb arányban foglalkoztatnak 5-nél több embert, ez 2024-re kiegyenlítődött, a vállalkozási fázistól függetlenül minden hatodik vállalkozó biztosít legalább hat munkahelyet. Ezt a több főt foglalkoztató kezdő vállalkozók arányának növekedése okozza – míg 2021-ben 6,9 százalékuk, 2022-2023-ban minden tizedik, addig 2024-ben már 15,8 százalékuknál dolgozott legalább hat alkalmazott. Ugyan a foglalkoztatási hatás kis mértékű növekedése pozitívnak tekinthető, a két vállalkozási fázis foglalkoztatotti struktúrájának ilyen jellegű összeecsúszása azt jelenti, hogy a régebb óta működő vállalkozások sem feltétlenül képesek olyan módon fejlődni, hogy az méretbeli ugrást jelentsen.

A várakozások szintén ezt mutatják. A jelenleg csupán magukat foglalkoztató korai szakaszban lévő vállalkozók közel háromötöde (58,8%) gondolja, hogy öt év múlva sem lesz alkalmazottja, de az 1-5 főt foglalkoztatók háromnegyede is stagnálást vár. Esetükben érdekes, hogy bár 6,5 százalékuk visszatérne az önfoglalkoztatáshoz, minden hatodik az alkalmazotti létszám növekedésére számít. A bejáratott vállalkozások várakozásai ezzel szemben lényegesen konszolidáltabbak: a legfeljebb 5 főt, illetve a legalább 20 főt foglalkoztatók egyaránt háromnegyede, míg a 6-19 fő közötti foglalkoztatotti tartományban 86,7 százalék vár stagnálást ötéves távon. Ezen cégeknél aggodalomra adhat okot, hogy az önfoglalkoztatókon kívül valamennyi esetben számottevő azon cégek aránya, akik az alkalmazotti létszám csökkenésére számítanak.

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

	munkahelyek száma jelenleg	tervezett munkahelyek száma				Összesen
		0 munkahely	1–5 munkahely	6–19 munkahely	20+ munkahely	
korai szakaszban lévő vállalkozás (TEA)	0 munkahely	58,8%	23,5%	11,8%	5,9%	29,8%
	1–5 munkahely	6,5%	77,4%	6,5%	9,7%	54,4%
	6–19 munkahely	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	12,3%
	20+ munkahely	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	3,5%
	összesen	21,1%	49,1%	15,8%	14,0%	100,0%
bejáratott vállalkozás	0 munkahely	76,9%	17,9%	5,2%	0,0%	34,2%
	1–5 munkahely	14,3%	76,8%	7,1%	1,8%	49,1%
	6–19 munkahely	6,6%	6,7%	86,7%	0,0%	13,2%
	20+ munkahely	25,0%	0,0%	0,0%	75,0%	3,5%
	összesen	35,1%	44,7%	16,7%	3,5%	100,0%

A 2023-as eredményeinkhez hasonlóan a korai szakaszban lévő vállalkozók közel kétharmada (64,9%), míg a bejáratott vállalkozások négyötöde (78,1%) kalkulál úgy, hogy öt év múlva is a mostanihoz hasonló számban foglalkoztat majd alkalmazottakat. Míg a kezdő vállalkozók jellemzően az alkalmazotti létszám bővülésével számolnak, a bejáratott vállalkozások esetén ez csak a jelenleg önfoglalkoztatók tekintetében igaz. Összességében tehát a stabilitás, illetve az óvatos növekedés jelei látszódnak, miközben a hosszabb ideje működő vállalkozások foglalkoztatást illető inkább negatív kilátásai némi aggodalomra adhatnak okot.

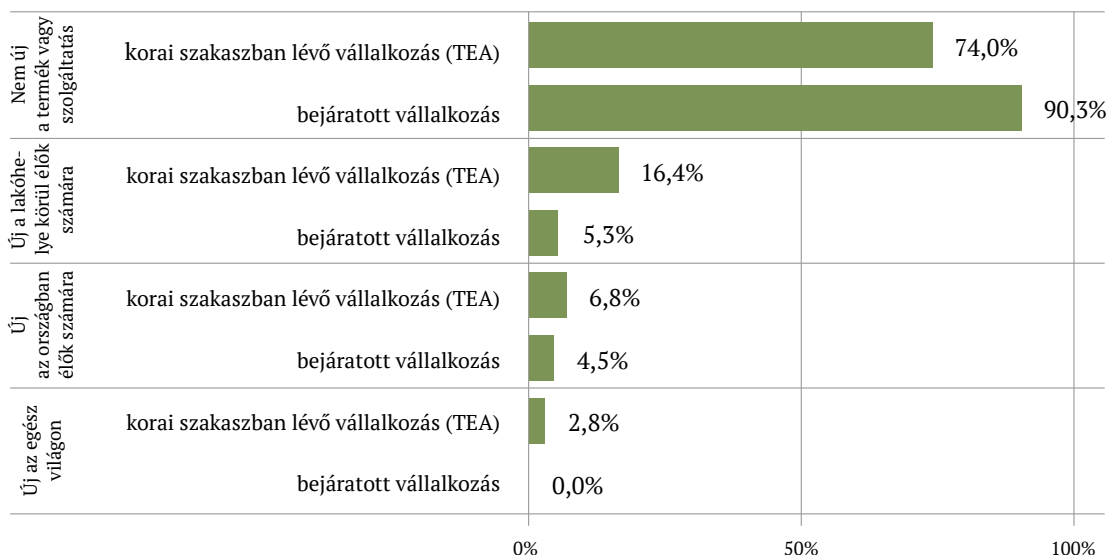
Innováció

A GEM a vállalkozói innováció két aspektusát vizsgálja: egyrészt maga a termék vagy szolgáltatás, másrészt az annak előállításához használt technológia vagy eljárás újdonságerejét. Ez a megoldás az egyszerűsége mellett könnyen érthető módon mutathatja be a vállalkozók piaci lehetőség felismerési és kiaknázó képességét.

A hazai vállalkozók jellemzően már a lakóhelyükön is már ismert terméket vagy szolgáltatást forgalmaznak; ebben nincs eltérés a 2021-ben kezdődött adatfelvételek eredményeiben (20. ábra). Bár a kezdő vállalkozók esetében – vélhetően nem teljesen függetlenül a piacra való belépésüktől – ez az arány némileg kisebb, háromnegyedük (74,0%) már bevett terméket vagy szolgáltatást forgalmaz, míg a bejáratott vállalkozások esetén ez az arány 90,3 százalék. Bár ez utóbbi érték némileg rosszabbnak tekinthető a 2023-as 83,9 százalékos értéknél, nincs a trendtől való lényeges eltérés. Ez egyben azt is jelenti, hogy a

bejáratott vállalkozások között elhanyagolható a legalább helyi újdonsággal foglalkozók aránya. 2024-ben alig minden tizedik (9,6%) korai szakaszban lévő vállalkozás forgalmazott legalább országos szintű újdonságot, ami relatív jelentős visszaesés a 2023-as 16,1 százalékos értékhez képest.

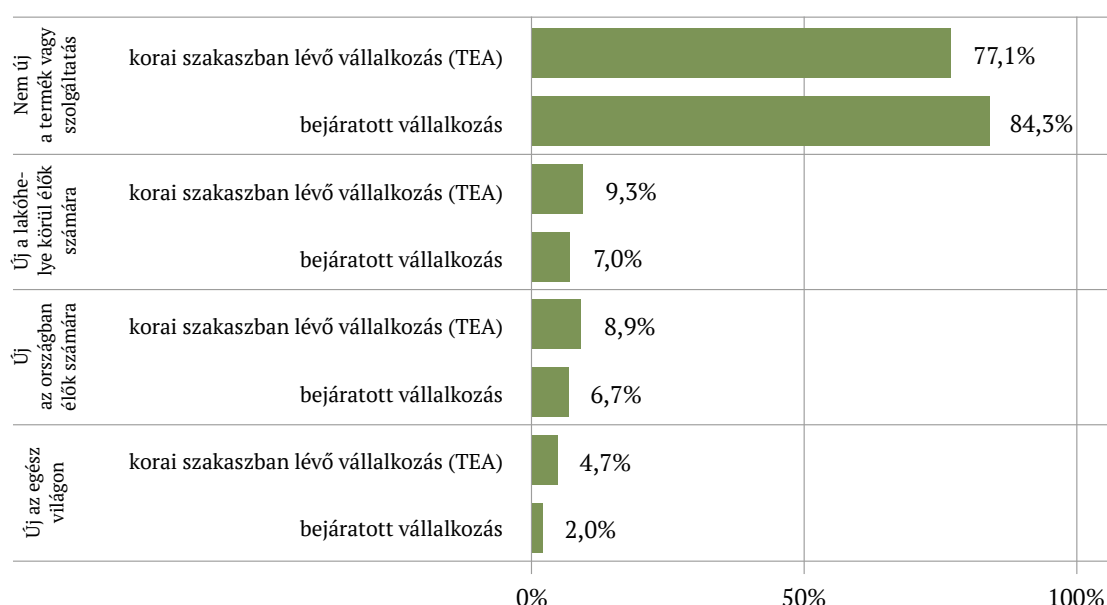
20. ábra: Újnak tekinthető termékkel vagy szolgáltatással rendelkező vállalkozások aránya



A forgalmazott termékek, illetve szolgáltatások előállításához a cégek továbbra is a már bevált technológiákat, illetve eljárásokat használnak – a korai szakaszban lévő vállalkozások háromnegyede (77,1%), míg a bejáratott vállalkozások több, mint négyötöde (84,3%) nem használ semmilyen új technológiát vagy eljárást (21. ábra). Ez – a forgalmazott termékhez, illetve szolgáltatáshoz hasonlóan – kis mértékű romlást mutat a 2023-as eredményekhez képest. Ebből az is következik, hogy csupán a vállalkozók kis részénél jelenik meg legalább helyi szinten újdonságnak tekinthető eljárás vagy technológia. Legalább országos szintű újdonságot a kezdő vállalkozások némileg több mint tizede (13,6%), míg a bejáratottak közel tizede (8,7%) alkalmaz.

Fontos kiegészítés, hogy azon vállalkozások, amelyek új terméket vagy szolgáltatást forgalmaznak, gyakrabban alkalmaznak új technológiát vagy eljárást is ezek előállításához. Mind a kezdő, mind a bejáratott vállalkozások esetén közepesnél némileg gyengébb összefüggés tárható fel az új terméket, illetve szolgáltatást értékesítő, valamint az azok előállítása során új technológiát vagy eljárást alkalmazó vállalkozások között.

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



A hazai vállalkozók többsége – a vállalkozás fázisától függetlenül – továbbra is meglévő, a lakóhelyén élők számára is ismert terméket vagy szolgáltatást értékesít, illetve ehhez már ismert technológiát, illetve eljárást alkalmaz. Ugyan a 2023-as értékekhez képest visszaesés figyelhető meg a legalább a lakóhelyen újnak tekinthető termékeket/szolgáltatásokat forgalmazó, illetve ehhez új eljárásokat/technológiákat alkalmazó vállalkozók arányában, ez lényegében visszatérés a 2021-ben, illetve 2022-ben tapasztalt szintre.

Digitális kihívások

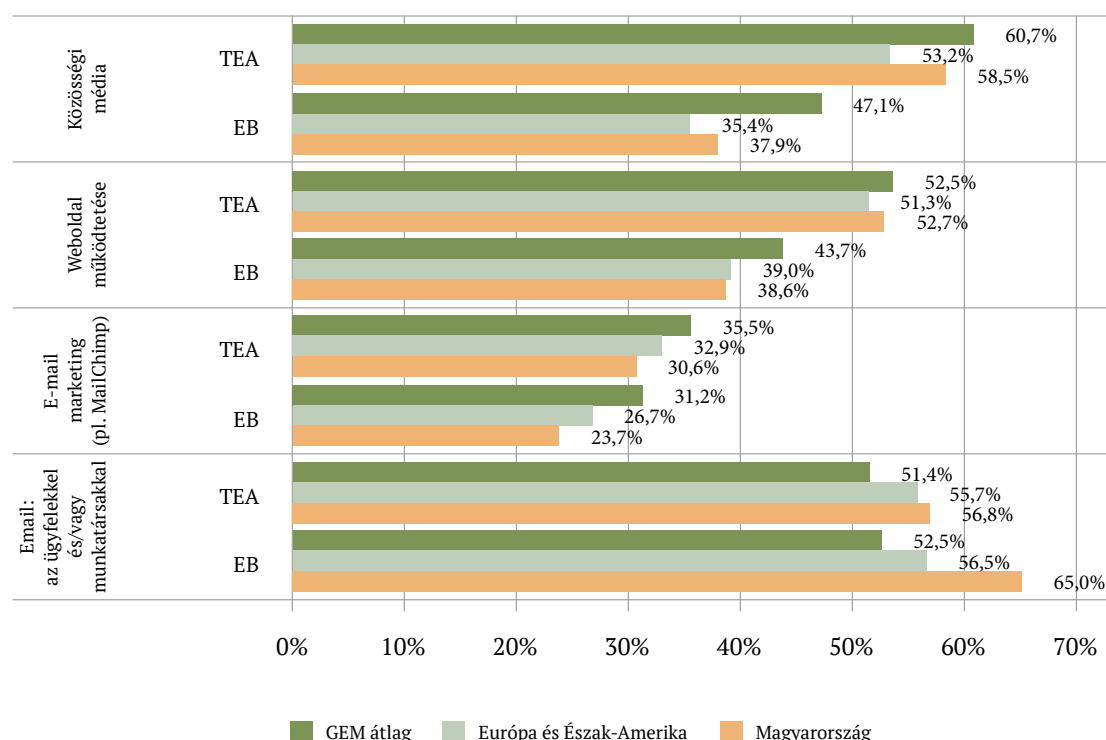
A GEM konzorcium a vállalkozások számára elérhető digitalizációs kihívásokra reagálva 2024-ben egy átfogó kérdésblokkot vezetett be a digitális megoldások vállalkozásokban való elterjedésének, illetve a mesterséges intelligenciát illető félelmek, illetve lehetőségérzékelések jobb megértése érdekében. Bár ezen adatok nem alkalmasak a vállalkozások digitális érettségének precíz mérésére, mégis alkalmasak az egyes országok vállalkozásainak áttekintő értékelésére, a nemzetközi trendekkel való összehasonlításra. A következőkben a hazai vállalkozók digitalizációval kapcsolatos legfontosabb jellemzőit a GEM kutatásban 2024-ben részt vevő 50¹ ország, illetve a 27 európai, illetve észak-amerikai ország átlagaival vetjük össze.

Általánosságban elmondható, hogy a GEM országban a korai szakaszban lévő vállalkozások rendre a bejáratotaknál fontosabbnak értékelik a közösségi média jelenlétét. A magyarországi vállalkozók – a vállalkozás fázisától függetlenül (22. ábra) – az európai és az észak-amerikai átlagnál nagyobb arányban tartják kifejezetten fontosnak a közösségi médiát, ami a korai szakaszban lévő

¹A 2024-es APS felmérésben 51 ország vett részt, azonban a digitális kihívásokat vizsgáló kérdésblokk esetében Dél-Korea nem szolgáltatott adatot.

vállalkozások esetén a 27 ország közül a 11., míg a bejáratott vállalkozások esetében a 9. helyet jelenti. A weboldal működtetése tekintetében sincs elmaradás a zömében fejlett országok átlagából: a magyar korai szakaszban lévő vállalkozók hasonló arányban értékelik fontosnak a weboldal szerepét (52,72%), mint az amerikaiak (51,66%) vagy a franciák (49,78%). Az e-mail marketinget ugyanakkor csak a kezdő vállalkozók alig harmada (30,63%), a már legalább 3,5 éve működőknek pedig negyede (23,74%) gondolja fontosnak, ami némileg alacsonyabb arány, mint az európai és észak-amerikai országok átlaga. Az e-mail kommunikáció azonban kifejezetten jellemző, különösen a bejáratott vállalkozások esetén.

22. ábra: Egyes digitális eszközök fontosságának értékelése
a mindennapi üzleti működés szempontjából



A magyarországi vállalkozók hasonlóan értékelik az egyes digitális technológiák fontosságát, mint az európai és észak-amerikai társaik. A bejáratott vállalkozók kifejezetten magasra értékelik az ügyfelekkel/munkatársakkal való e-mail kommunikációt, közel kétharmaduk (64,95%) gondolja, hogy ez (nagyon) fontos lesz, ami az ötödik legmagasabb érték a vizsgált GEM országok között. Az átlaghoz mért legnagyobb negatív irányú eltérés az e-mail marketingben mutatkozik – a korai szakaszban lévő vállalkozók közel harmada (30,63%), míg a bejáratott vállalkozások negyede (23,74%) gondolja, hogy ez fontos lesz, ami a 27 ország közül a 17., illetve a 16. helyet jelenti.

A kutatásban a mesterséges intelligencia (MI) üzleti működésre potenciálisan gyakorolt forradalmi hatása következtében nagyobb hangsúlyt kapott. A GEM kutatásban résztvevő, illetve az európai és észak-amerikai országokhoz hasonlóan a hazai vállalkozók kevésbé tartják fontosnak



Majsai Richárd

ügyvezető, Palm Group Marketing Agency

A Palm Group magasan konvertáló marketingkampányokkal segíti ügyfeleit, amelyben együttműködik a stratégia, a design és az adatalapú döntéshozás. „One stop shop” a marketinghez.

A ChatGPT megjelenése után kezdtük el tudatosan beépíteni a mesterséges intelligenciát (MI) a működésünkbe, kezdetben kísérletezve. Kipróbáltunk AI-alapú szöveg- és képgeneráló eszközöket, különböző folyamatoptimalizálásra alkalmas eszközöket teszteltünk. Hamar látszott az előny, amit adni tudnak: gyorsaság, kreativitás, és mély elemzések, nagyjából negyedannyi idő alatt, mintha emberi kapacitásra támaszkodnánk.

A kíváncsiságom miatt kezdtünk kísérletezni – mindig is vonzott az új technológia –, de az áttörést az hozta, amikor az MI-vel támogatott kampányok érezhetően jobban teljesítettek. Az eredményeket látva a csapatom is nyitottá vált az új megoldásokra, főként azért, mert látták, hogy nem elvenni akarjuk a munkájukat, hanem hatékonyabbá tenni azt.

Jelenleg kreatív tartalomgenerálásra, hirdetésszövegek optimalizálására, analitikára, ügyfélprofilok elemzésére, valamint projektmenedzsment és időgazdálkodási feladatokra is használjuk az MI-t. Emellett az ügyfélélmény létrehozásában és customer journey mély feltérképezésében is segít nekünk. Az operatív, ismétlődő feladatokat automatizáljuk, így a kollégák a komplexebb, kreatív és emberi kapcsolatokat igénylő munkára fókuszálhatnak. Ez különösen fontos egy olyan piacon, ahol a verseny nemcsak az árakról, hanem a gyorsaságról és az ügyfélélményről is szól.

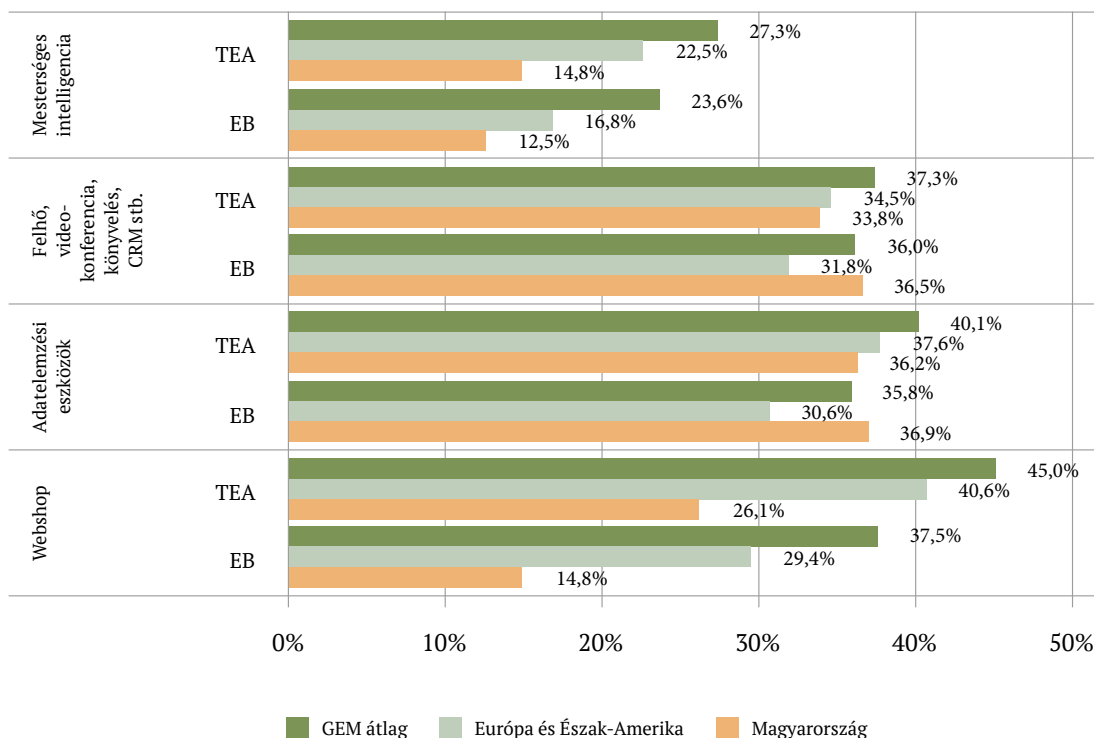
Az MI nem válthatja ki az emberi intuíciót, empátiát vagy felelősségvállalást. A legnagyobb kockázat szerintem nem a technológia maga, hanem az, ha kontroll nélkül kezdjük el használni – de az is, ha valaki egyáltalán nem használja. Volt idő, amikor a bankkártyáktól, social media kommunikációtól is mindenki félt, ma pedig már meghatározó része a mindennapjainknak. Lehet nélküle élni, de nehezebb.

A hazai vállalkozóknak csak ötöde gondolja, hogy a mesterséges intelligencia az üzleti modellje és stratégiája szempontjából nagyon fontos lesz a közeljövőben.

a mesterséges intelligenciát. Ezt az eredményt a technológia újdonsága mellett a különböző vállalkozási tevékenységek esetén történő alkalmazhatósága is magyarázhatja. A hazai vállalkozók ötöde (a korai szakaszban lévő vállalkozók 22,15, a bejáratott vállalkozók 20,76%-a) gondolja, hogy a mesterséges intelligencia alkalmazása az üzleti modellje és stratégiája szempontjából nagyon fontos lesz 3 év múlva, ami illeszkedik az európai és észak-amerikai országok átlagához (rendre 23,21, ill. 19,64%). Jellemző, hogy a korai szakaszban lévő vállalkozások (TEA) nagyobb arányban vélik úgy, hogy az MI nagyon fontos lesz a jövőben. Ezt jól mutatja, hogy a legmagasabb érték a TEA esetén 39,40 százalék (Németország), míg a bejáratott vállalkozások (EB) esetén 29,97 százalék (Szlovákia), bár utóbbi esetén az élboly sűrű (USA – 29,64%, Ciprus – 29,40%, UK – 29,14%; Kanada – 28,92%).

A hazai vállalkozók harmada tartja fontosnak a felhőszolgáltatásokat, a videokonferencia eszközök, a munkamenedzsment szoftverek, a könyvelés, vagy az ügyfélkapcsolat-kezelés digitalizációját (23. ábra). Ez az eredmény illeszkedik az átlaghoz, a bejáratott vállalkozások esetén némileg meg is haladja azt. Az adatelemzési eszközök alkalmazása szintén hasonló penetrációt mutat, ami a korai szakaszban lévő vállalkozások esetén az európai és észak-amerikai középmezőnyhöz illeszkedik, a bejáratott vállalkozások esetén pedig a 6. helyet jelenti. Elmaradás mutatkozik azonban a webshopok tekintetében. A korai szakaszban lévő vállalkozások esetén a 26,1 százalékos érték a 27 ország közül - Norvégia (20,41%) és Lengyelország (25,53%) előtt – a 25. helyre elegendő. Hasonlóan, a bejáratott vállalkozások csupán 14,81 százaléka értékeli fontosnak a webshop üzemeltetését, ami lényegesen elmarad az európai és észak-amerikai átlagtól (27,91%).

23. ábra: Egyes digitális eszközök fontosságának értékelése az üzleti modellje és stratégia szempontjából



A hazai vállalkozók az európai és az észak-amerikai GEM országokhoz viszonyítva lényegesen kevésbé értékelik fontosnak, hogy webshopot üzemeltessenek, vagy alkalmazzák a mesterséges intelligenciát. A korai szakaszban lévő vállalkozások az átlag kétharmadánál, míg a bejáratott vállalkozások a felénél vannak, amely a 27 vizsgált ország közül a korai fázisú vállalkozások esetében a 25., míg a bejáratott vállalkozások között a 26. helyet jelenti. Nincs elmaradás ugyanakkor, ha az adatelemzési eszközöket, illetve felhőszolgáltatásokat, videokonferencia szoftvereket, munkamenedzsmentet, könyvelést, ügyfélkapcsolat-kezelést tekintjük, különösen a bejáratott vállalkozások esetén. Míg a korai szakaszban lévő vállalkozók illeszkednek a vizsgált országok átlagához, addig a bejáratott vállalkozások ennél is előrébb, az első harmad végén helyezkednek el.

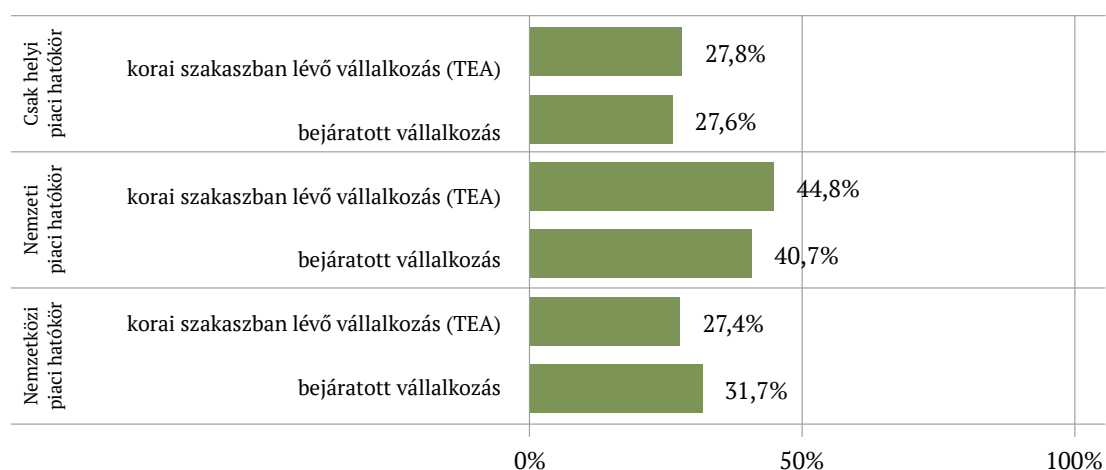
Lokalitás és exporttevékenység

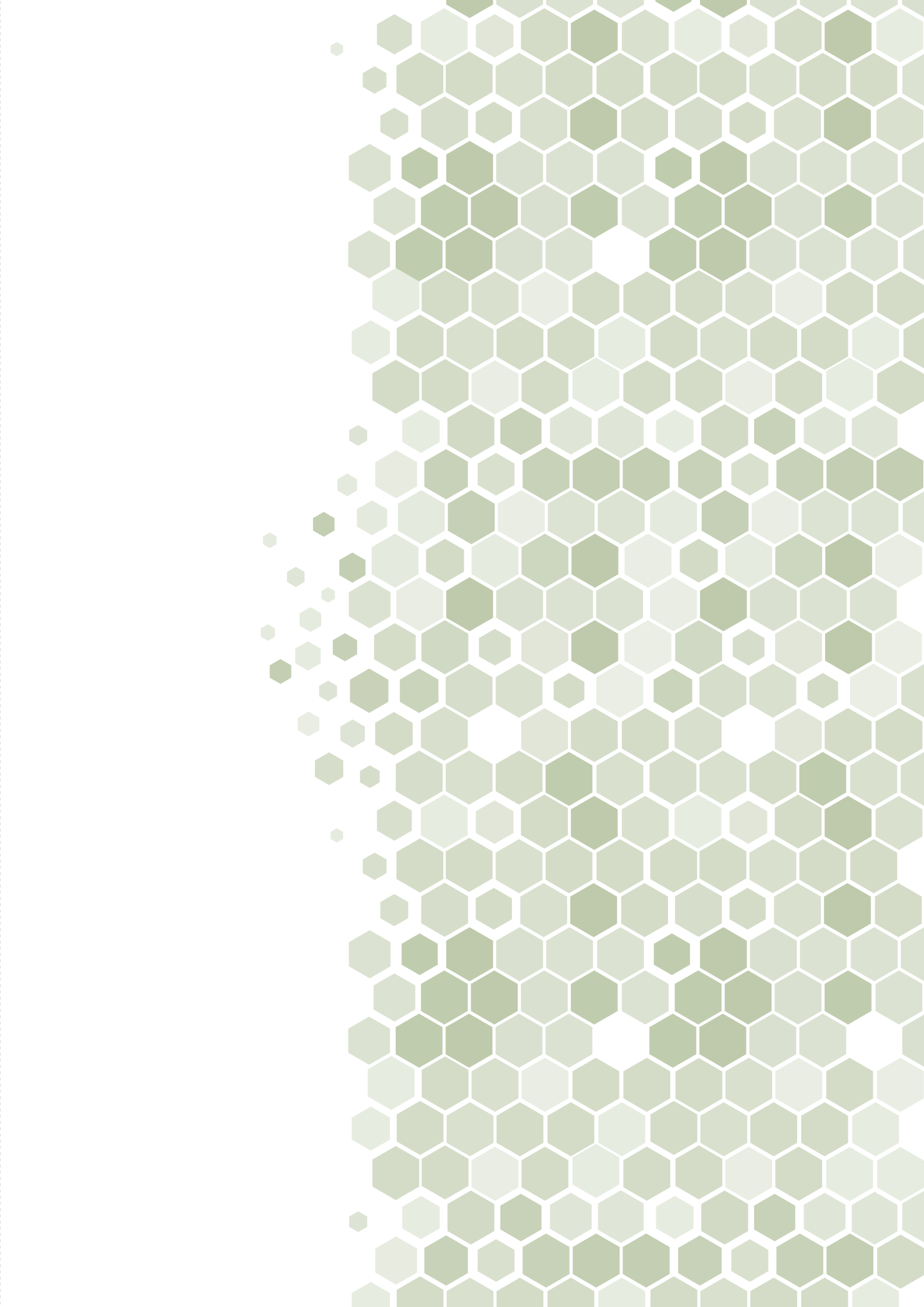
A GEM a külpiaci aktivitás, valamint az ott elért árbevétel alapján méri a vállalkozások piaci hatókörét. Az exporttevékenység fontossága kettős. Egyrészt a nagyobb versenyhelyzet a működés racionalizálását, a termék vagy szolgáltatás folyamatos fejlesztését váltja ki. Másrészt a nagyobb piac magasabb árbevételt jelenthet, növelheti a tevékenység méretgazdaságosságát. Fontos azonban felhívni a figyelmet arra, hogy egyes tevékenységek, így elsősorban a személyi szolgáltatások, de a vendéglátás egy része is helyhez kötődik, így a lakóhelyhez közeli piaci hatókör nem feltétlenül takar kedvezőtlen jelenséget.

Eredményeink alapján csak a vállalkozások némileg több, mint negyede él kizárólag a helyi piacról, a (24. ábra). vállalkozások többsége, a vállalkozás fázisától függetlenül országos szinten aktív. Kedvező eredmény ugyanakkor, hogy bár a nemzetközileg is aktív korai szakaszban lévő vállalkozások aránya lényegében évek óta 26 és 30 százalék között ingadozik, a külpiacon is aktív bejáratott vállalkozásoké a 2022-es 21,9, illetve a 2023-as 17,8 százalékról 31,7 százalékra nőtt. Amennyiben a piaci hatókör ebben a sávban stabilizálódik, az arra utal, hogy a külpiacon megjelenő kezdő vállalkozások képesek lehetnek akár hosszabb távon is fenntartani, adott esetben növelni a tevékenységüket, amely nemzetgazdasági szempontból kifejezetten előnyös.

A vállalkozók túlnyomó többsége tehát országos vagy helyi piacon működik, ugyanakkor a korai szakaszban lévő vállalkozások negyede és tizéből három bejáratott vállalkozás aktív a külpiacokon is.

24. ábra: A korai szakaszban lévő és a bejáratott vállalkozások piaci hatóköre







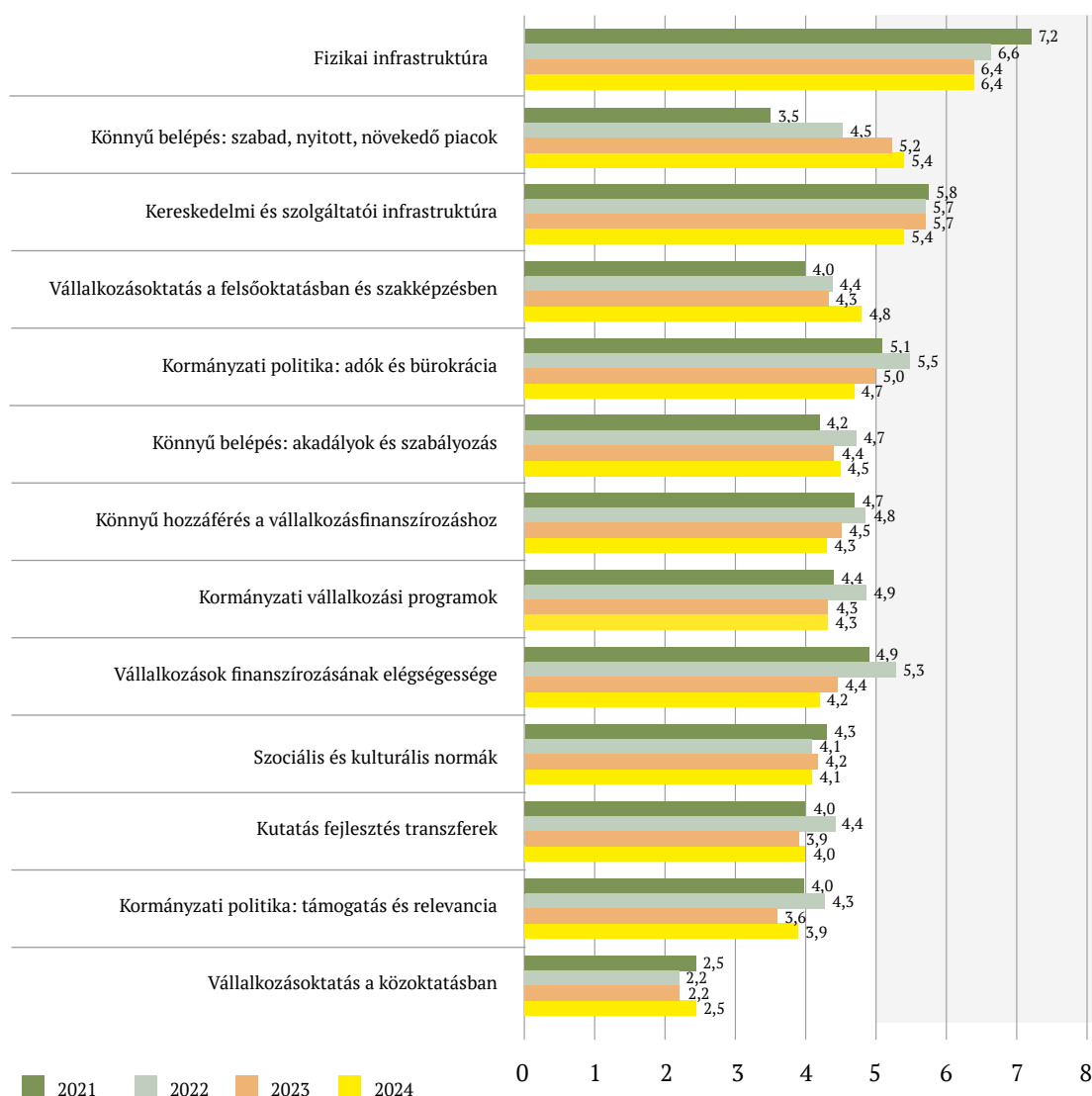
VÁLLALKOZÓI ÖKOSZISZTÉMA

Az országokra jellemző vállalalkozási környezetről a GEM nemzeti szakértői felmérése (National Expert Survey – NES) nyújt átfogó képet. A szakértők értékelése nyomán kerülnek meghatározásra a vállalalkozási keretfeltételeket jellemző értékek, amelyek számtani átlaga adja az egyes gazdaságokra jellemző Nemzeti Vállalkozási Kontextus Index (National Entrepreneurship Context Index – NECI) értéket. A szakértői értékelések egyetlen mutatóba történő tömörítése lehetővé teszi a vállalalkozási ökoszisztémák² nemzetközi összehasonlítását.

² A vállalalkozói vagy vállalalkozási ökoszisztéma azoknak az egymástól független szereplőknek és kapcsolatoknak az összefoglaló elnevezése, amelyek közvetlenül vagy közvetetten támogatják az új vállalalkozások létrejöttét és növekedését. Az egyik legismertebb kategorizálás Isenberg nevéhez kötődik. (Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review, 88(6), 40–50.)

Az indexet alkotó elemeket a 2021, 2022, 2023 és 2024-es évekre vonatkozóan a 25. ábra mutatja be.

25. ábra: A vállalkozói ökoszisztéma elemeinek értékelése



A vállalkozási keretfeltételek értékelése 0-10-ig terjedő skálán történik, ami alapján az 5-ös érték esetén mondható, hogy az adott terület elfogadhatónak, fejlettségi szintje kielégítőnek tekinthető.

A 2024-es szakértői értékelések alapján **Magyarország NECI értéke 4,5, amely azonos az előző évi értékkel. Hazai viszonylatban három keretfeltétel, (1) a fizikai infrastruktúra, (2) a kereskedelmi és szolgáltatói infrastruktúra, (3) a könnyű belépés: szabad, nyitott, növekedő piacok ökoszisztéma elemek értékelése éri el vagy haladja meg a kielégítőnek tekinthető 5-ös értéket.** Az elfogadható szintűként értékelt ökoszisztéma elemek közül kizárólag a könnyű belépés: szabad, nyitott növekedő piacok elem értékelése mutat évről-évre javuló tendenciát. A korábbi évekhez hasonlóan a leggyengébb

értékelést a vállalkozásoktatás a közoktatásban (2,5) kapta, amely ugyan két tizedponttal magasabb, mint az előző évi érték, de így is mélyen a kívánatos szint alatt marad. Az előző évhez képest némi csökkenés mutatkozik a kormányzati politika: adók és bürokrácia (4,7), valamint a kereskedelmi és szolgáltató infrastruktúra (5,4) megítélésben. Az elmúlt évhez képest a legjelentősebb javulás a vállalkozásoktatás a felsőoktatásban és szakképzésben (4,8) ökoszisztéma elem értékelésében tapasztalható.

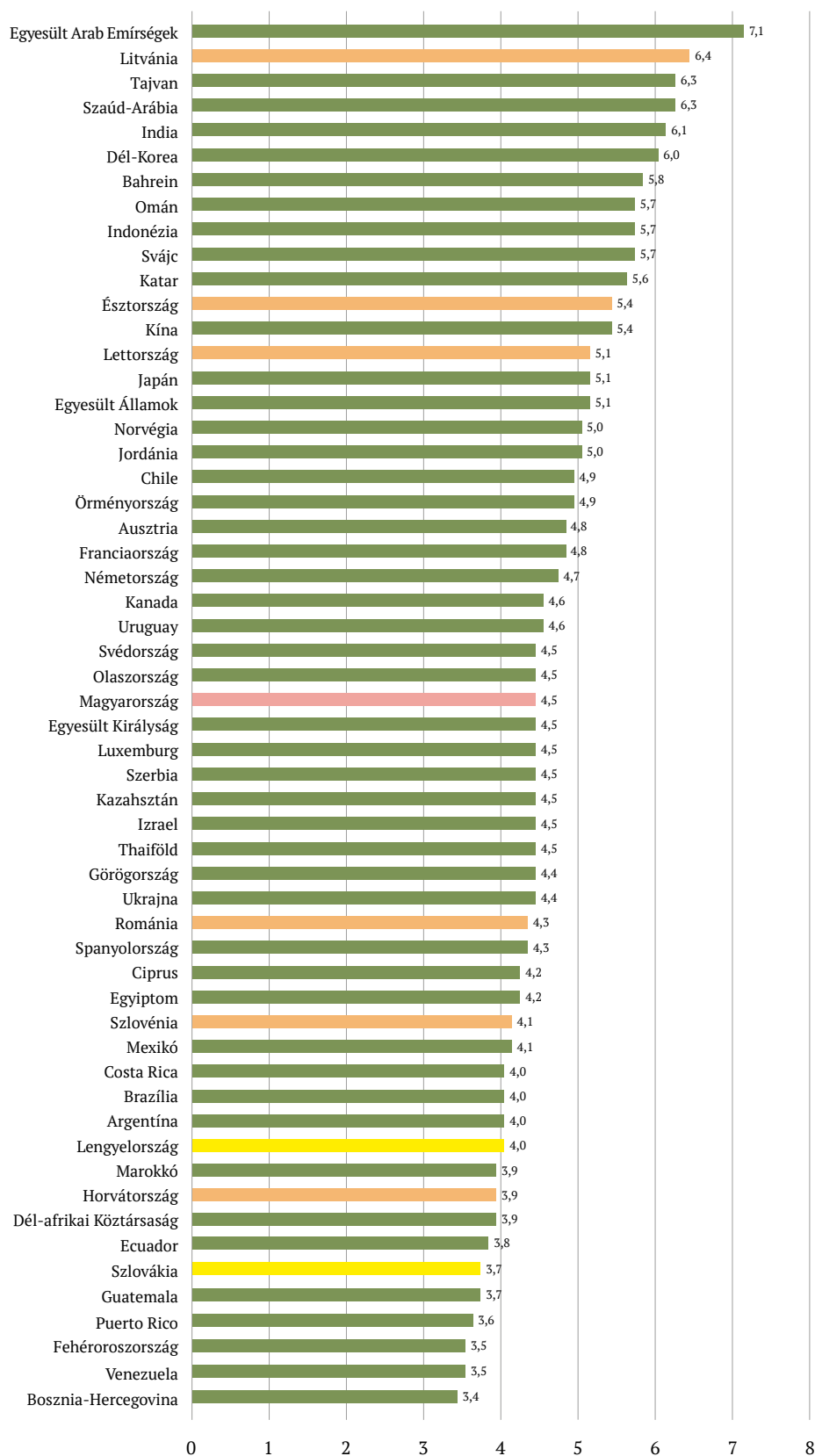
A 2024-es adatok alapján a szakértői felmérésben részt vevő 56 ország NECI rangsorát a 26. ábra szemlélteti.

Globális viszonylatban a magyar 4,5-ös NECI érték az előző évekhez hasonlóan közepesnek tekinthető, két tizedponttal maradván a 4,7-es GEM átlagtól. A magyarral megegyező NECI értékkel Szerbia, Luxemburg, az Egyesült Királyság, Olaszország és Svédország rendelkezik. A felmérésben részt vevő visegrádi országok között Magyarország ökoszisztéma értékelése a legkedvezőbb, meghaladva az előző évhez viszonyítva csökkenő tendenciát mutató 3,7-es szlovák és a 4-es lengyel értéket. A szakértők globális szinten a vállalalkozási környezet működését az Egyesült Arab Emírségekben értékelték a legjobbra, míg a sereghajtó Bosznia-Hercegovina.

Érdemes alaposabban megvizsgálni a magyar vállalkozói környezetet régiós összehasonlításban. A felmérésben részt vevő kilenc kelet-közép-európai ország (Litvánia, Észtország, Lettország, Szlovénia, Magyarország, Románia, Horvátország, Lengyelország, Szlovákia) NECI értékének átlaga (4,6) minimálisan a globális érték alatti. A régió országai közül Litvániában, Észtországban és Lettországban bizonyult kedvezőbbnek az ökoszisztéma helyzete a hazainál. A térség felmérésben részt vevő országai közül a szakértők ökoszisztéma értékelése a magyar érték alatti Romániában, Szlovéniában, Horvátországban, Lengyelországban és Szlovákiában. A régió vállalalkozási ökoszisztémái közül Litvánia (6,4) emelkedik ki, amelynél a felmérésben részt vevő országok közül csak az Egyesült Arab Emírségek (7,1) értékelése kedvezőbb.

Az elmúlt évhez képest a legjelentősebb javulás a vállalkozásoktatás a felsőoktatásban és szakképzésben ökoszisztéma elem értékelésében tapasztalható.

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



Az ábrán narancssárga színnel jelöltek Kelet-Közép-Európa országai, sárga színnel a felmérésben részt vevő visegrádi országok, Magyarország pedig rózsaszínnel került kiemelésre.



Csillag Péter

ügyvezető, Palm Group Marketing Agency

**IT-vállalkozó,
angyalfektető,
a Magyar Üzleti Angyal
Egyesület (HunBAN)
elnöke. A legsikeresebb
magyar adattechnológiai
tanácsadó cég, a Fortune
500-as cégeket kiszolgáló
Starschema alapítója.**

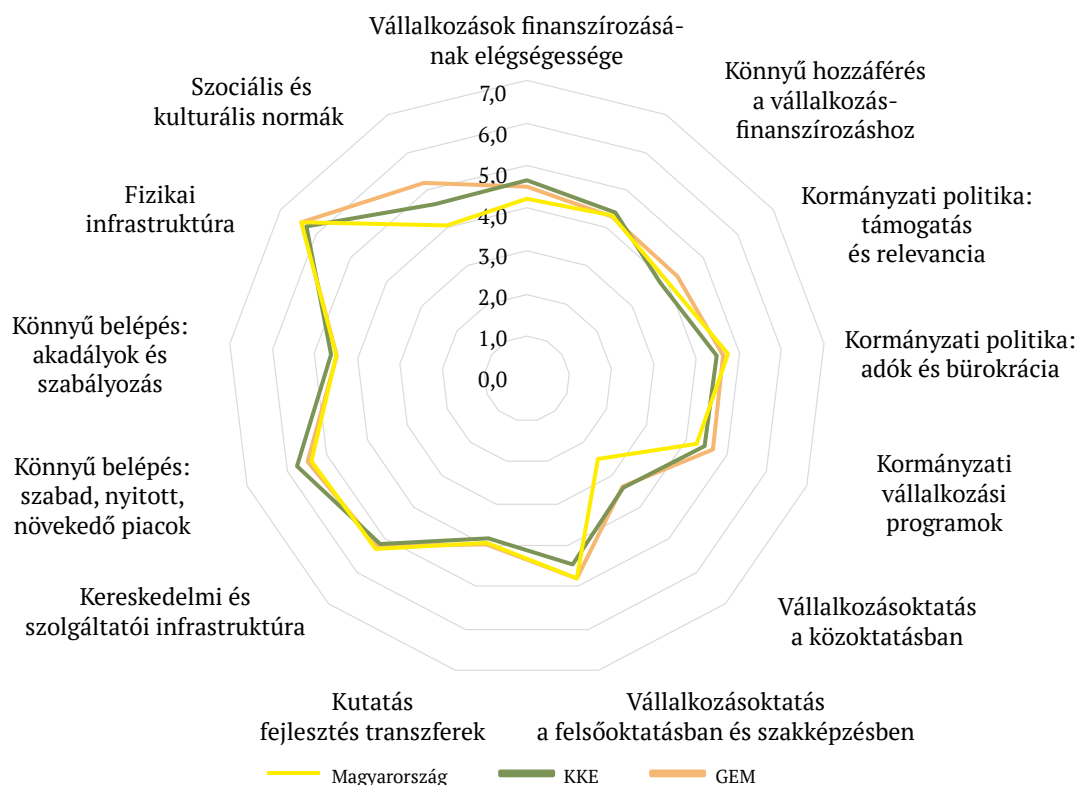
A vállalkozásindítási aktivitás csökkenését a magyarországi startup szcénában is érzékeljük. Elsősorban a turbulens gazdasági és társadalmi környezet miatti bizonytalanság áll a háttérben, emiatt nem nyitott sem az alapítói, sem a befektetői oldal olyan hosszú távú befektetésekre, amit egy startup alapításától az exitig tartó útja jelent. Most tehát ez racionális, ugyanakkor bízhatunk benne, hogy a vállalkozói kedv nem örökre tűnik el.

Örvendek, hogy hazai viszonylatban javul a piacra lépés könnyűségének megítélése, azonban, ha nemzetközi szinten gondolkodunk, más a helyzet. Egy valódi, nemzetközi folyamatokkal bíró, önállóan külföldön értékesítő vállalkozás építése esetében a nagyságrendekkel erősebb verseny másfajta optimalizálást kíván az egyébként elvben nemzetközi szinten is piacépes cégektől is. Komoly nehézség ebben a szintlépésben, hogy alig van olyan elérhető szakember, aki megfelelően tudná segíteni a cégek működésének nemzetközi jelenlétet támogató átalakítását.

Összességében nagyon kevés az ilyen típusú tapasztalat az országban, még ennél is kevesebb az olyan szakember, aki érti a kisebb cégek működését és azt a világot is, ahova a nemzetközi piacra lépéssel tart a vállalkozás – így hatékonyan tudná támogatni, menedzselni a kettő közötti átmenetet is. A külföldi szak tudás idecsábítása viszont nagyságrendi ugrást jelent a költségekben. Egyrészt egy nemzetközi szintű szakember esetében a világból összesen sokszoros mennyiségű potenciális megrendelővel kell versenyezni. Másrészt ezek az emberek annak is megkérlik az árát, hogy valamely ismertebb európai vagy amerikai nagyváros helyett éppen Magyarországon vállaljanak munkát, itt rendezzék be az életüket, ha csak néhány évre is.

A vállalalkozási környezet komplex értékelése a vállalalkozási keretfeltételek tételes vizsgálatával valósítható meg (27. ábra).

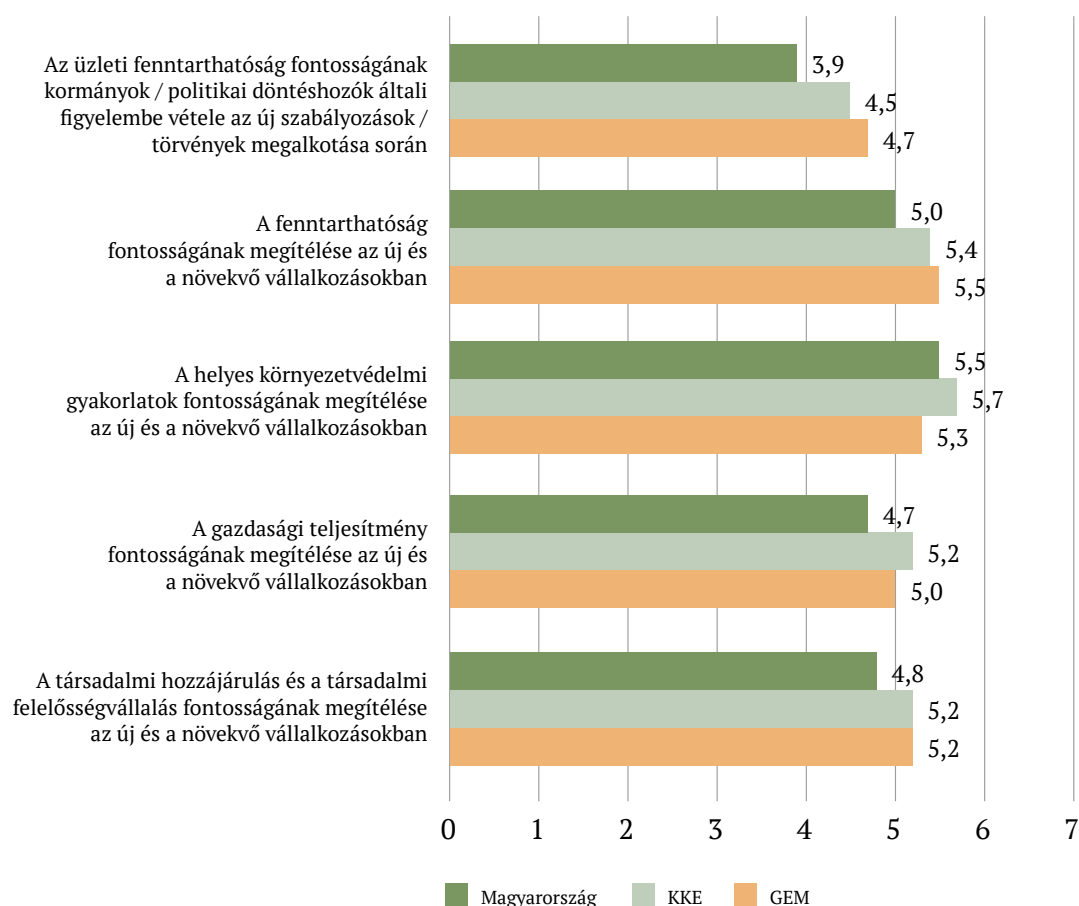
27. ábra: Vállalalkozási keretfeltételek összehasonlítása
(Magyarország, Kelet-Közép-Európa, GEM)



A magyarországi vállalalkozási keretfeltételek szakértői értékelése többségében illeszkedik a nemzetközi trendekhez. A magyar ökoszisztéma (1) a kereskedelmi és szolgáltatói infrastruktúra, (2) a kormányzati politika adók és bürokrácia elemek szakértői értékelésében haladja meg a régiós és a globális átlagot is. A hazai ökoszisztéma teljesítménye jóval a kelet-közép-európai és a GEM átlag alatti (1) a közoktatásban elérhető vállalalkozásoktatás, (2) a szociális és kulturális normák tekintetében.

A 2024-es szakértői adatfelvétel kiemelt témája volt a fenntarthatóságra vonatkozó vélemények feltérképezése, amelynek eredményeit a 28. ábra szemlélteti.

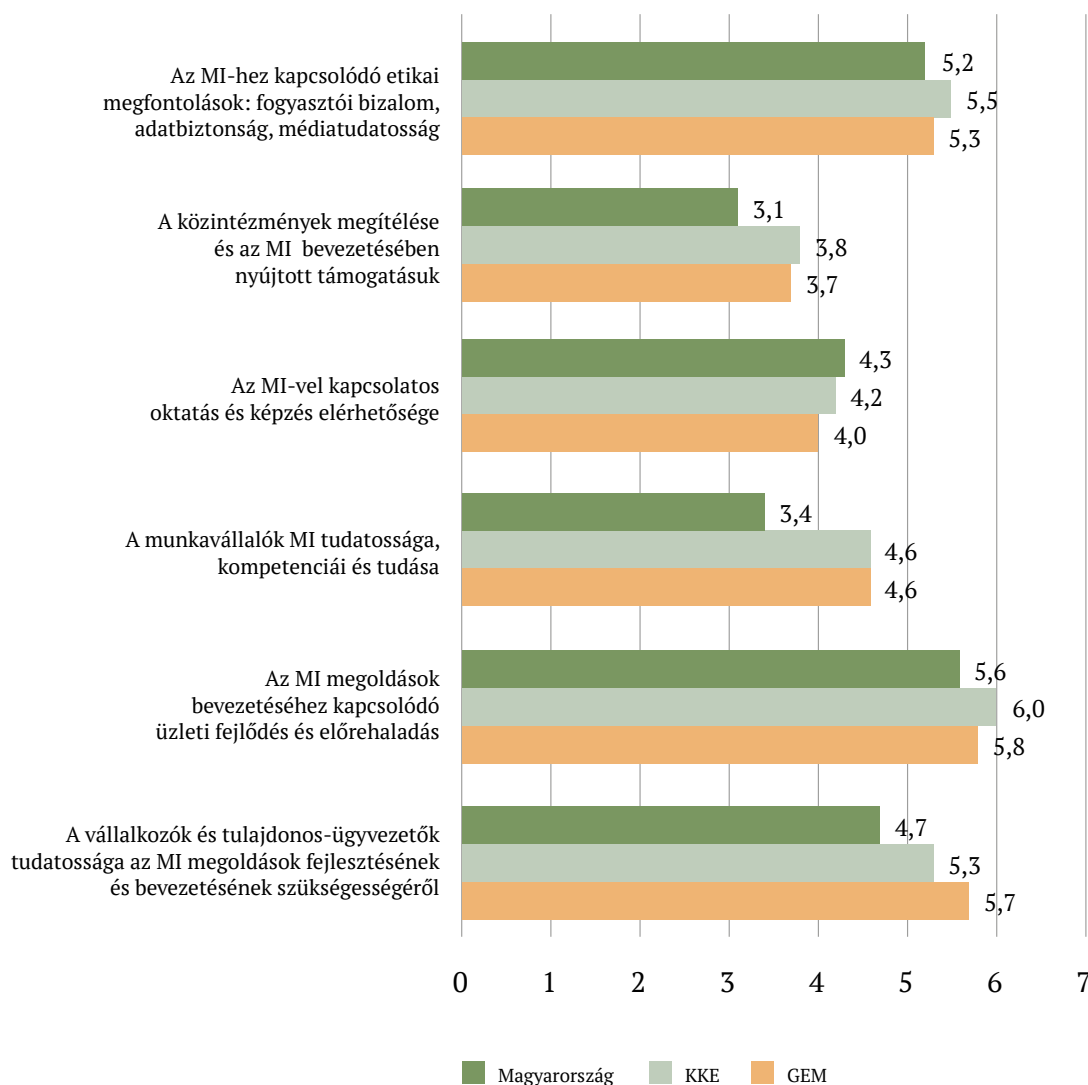
28. ábra: Fenntarthatóság szakértői értékelése



A szakértők értékelése alapján a magyar vállalkozások legfontosabbnak a környezeti fenntarthatóságot tartják, kizárólag ennek a tényezőnek az érzékelt fontossága tekintetében magasabb a szakértők értékelése, mint Kelet-Közép-Európában, ugyanakkor alacsonyabb, mint a globális érték. Minden egyéb fenntarthatósággal kapcsolatban vizsgált szempont tekintetében a magyar értékelés a globális és régiós átlag alatti.

A szakértők véleményét a mesterséges intelligencia kapcsán is kikérték. Az etikai megfontolások, a közintézmények által nyújtott támogatások, az MI képzések elérhetősége, a munkavállalók felkészültsége, az MI üzleti fejlődésre gyakorolt hatása és a vállalkozók MI tudatossága kapcsán mért értékeléseket a 29. ábra szemlélteti.

29. ábra: Mesterséges intelligencia szakértői értékelése



A mesterséges intelligencia vonatkozásában a szakértők a magyarországi helyzetet a globális és kelet-közép-európai átlag alattira értékelték. Pozitív, hogy bár csak minimálisan, de az MI-vel kapcsolatos oktatás és képzés elérhetősége a globális és régiós értékelés felett helyezkedik el. Ugyanakkor ez nem tükröződik vissza sem a vállalkozók MI fejlesztések kapcsán mutatott tudatosságában és elkötelezettségében, sem a munkavállalók MI felkészültségében, amelyek esetében a legnagyobb Magyarország globális és régiós lemaradása.

A szakértői vélemények alapján Magyarország vállalkezási ökoszisztémája régiós és globális kitekintésben egyaránt a középmezőnybe tartozik. A globális és a régiós szintet is meghaladja a kereskedelmi és szolgáltatói infrastruktúra és az adókra és bürokráciára vonatkozó kormányzati politika értékelése. Elmaradás a közoktatásban zajló vállalkozásoktatás, illetve a szociális és kulturális normák ökoszisztéma elemek tekintetében érzékelhető, globális és régiós szinten egyaránt. A magyar ökoszisztéma globális és régiós összehasonlításban is lemaradást mutat a fenntarthatóság, illetve a mesterséges intelligencia alkalmazása kapcsán.



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 értékelik 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-vezetői 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 finanszírozásának elégségessége
- 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. Kutatás fejlesztés transzferek
- 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. 2024-ben összesen 56 ország (reprezentatív lakossági felmérés 51 országban, szakértői interjúk 56 országban) vett részt a kutatásban.

A GEM-ben részt vevő országok a 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?

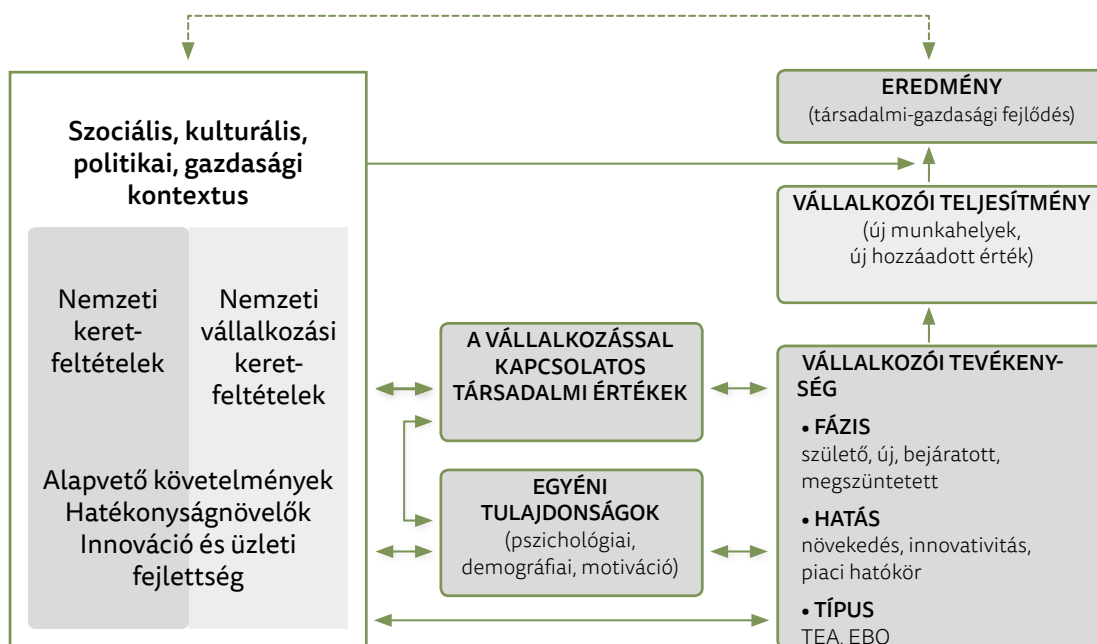
A vállalkozói szellem és a nemzeti gazdasági fejlődés közötti kapcsolat megragadása érdekében a GEM fogalmi keretrendszer (conceptual framework) dolgozott ki a következő célok mentén (30. ábra):

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 kínálgazdálkodási 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>)

30. ábra: GEM fogalmi keretrendszer (Forrás: GEM Global Report 2024/25)



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 (3. táblázat):

- **alacsony jövedelmű országok**, ahol az egy főre jutó GDP alacsonyabb, mint 25 000 USD,
- **közepes jövedelmű országok**, ahol az egy főre jutó GDP 25 000 USD és 50 000 USD közötti,
- **magas jövedelmű országok**, ahol az egy főre jutó GDP magasabb, mint 50 000 USD.

3. táblázat: A GEM adatfelvételben részt vevő országok kategorizálása
(Forrás: GEM 2024/2025 Global Report)

Alacsony jövedelmű országok < 25 000 USD	Közepes jövedelmű országok > 25 000 USD < 50 000 USD	Magas jövedelmű országok > 50 000 USD
Bosznia-Hercegovina	Argentína	Ausztria
Brazília	Chile	Bahrein
Dél-afrikai Köztársaság	Costa Rica	Ciprus
Ecuador	Észtország	Egyesült Államok
Egyiptom	Fehéroroszország	Egyesült Arab Emírségek
Guatemala	Görögország	Egyesült Királyság
India	Horvátország	Franciaország
Indonézia	Kazahsztán	Izrael
Jordánia	Lengyelország	Japán
Kína	Lettország	Kanada
Marokkó	Magyarország	Litvánia
Örményország	Mexikó	Katar
Thaiföld	Omán	Koreai Köztársaság
Ukrajna	Puerto Rico	Luxemburg
	Románia	Németország
	Szerbia	Norvégia
	Szlovákia	Olaszország
	Uruguay	Spanyolország
	Venezuela	Svájc
		Svédország
		Szaúd-Arábia
		Szlovénia
		Tajvan

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.

4. táblázat: Az adatfelvételek technikai részletei

Minta jellemző	Magyarázat
APS	
Alapsokaság	18-64 év közötti magyar felnőtt lakosság
Alapsokaság mérete	5.939.393 fő
Mintaelemszám	2.040 fő
Mintaválasztási terv	Többszörösen, azonos arányban rétegzett minta
Minta típusa	Valószínűségi
Adatfelvétel ideje	2024.05.24. – 2024.07.01.
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
NES	
Alapsokaság	Vállalkozásfejlesztési szakértők, vállalkozók
Minta	36 szakértő
Minta típusa	kényelmi minta
Adatfelvétel ideje	2024.03.21. – 2024.05.31.
Adatfelvételi módszertan	Telefonos interjú
Adatfelvételt végezte	Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem
Adatrögzítést, SPSS adatbázis létrehozást végezte	GEM Hungary National Team

További irodalmak

- Csákné Filep, J., & Szennay, Á. (2024). Nők és férfiak vállalkozási hajlandósága, attitűdjei, vállalkozási aktivitása Magyarországon. Társadalmi Riport 2024, 337–354. <https://doi.org/10.61501/trip.2024.16>
- Csákné Filep, J., & Szennay, Á. (2024). Entrepreneurship Education Differences between the Generations of Socialism and Post-Socialism. Journal of East European Management Studies (JEEMS), special issue, 63–82. <https://doi.org/10.5771/9783748949602-63>
- Csákné Filep, J., Szennay, Á., & Timár, G. (2024). Lehetőségek, motiváció, környezet : Vállalkozói működés Magyarországon. Global Entrepreneurship Monitor Nemzeti Jelentés – Magyarország. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-81-2>
- Csákné Filep, J., Szennay, Á., & Timár, G. (2024). Opportunities, motivation, environment : Entrepreneurship in Hungary. Global Entrepreneurship Monitor National Report – Hungary. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-87-4>
- Csákné Filep, J., Timár, G., & Szennay, Á. (2025). Analysing the Impact of Entrepreneurship Education on Early-Stage Entrepreneurship—Focusing on the Transitional Countries of Central and Eastern Europe. Administrative Sciences, 15(2), 36. <https://doi.org/10.3390/admsci15020036>
- Csákné Filep, J., Szennay, Á. & Timár, G. (2025). Női vállalkozók Magyarországon: Global Entrepreneurship Monitor különjelentés. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem
- Csákné Filep, J., Szennay, Á. & Timár, G. (2024). Női vállalkozók Magyarországon: Global Entrepreneurship Monitor különjelentés. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-78-2>
- Csákné Filep, J., Szennay, Á. & Timár, G. (2025). Vállalkozásoktatás Magyarországon Global Entrepreneurship Monitor Különjelentés. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem
- Csákné Filep, J. – Gosztonyi, M. – Radácsi, L. – Szennay, Á. – Timár, G. (2022): Vállalkozási környezet és attitűdök Magyarországon. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-24-9>
- Csákné Filep, J. – Gosztonyi, M. – Radácsi, L. – Szennay, Á. – Timár, G. (2022): Entrepreneurial Environment and Attitudes in Hungary. Budapest Business School, Budapest, Magyarország. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-29-4>
- Csákné Filep J., Radácsi L., Szennay Á. & Timár G. (2023). Tenni akarás és megélhetés. Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE). https://doi.org/10.29180/2939-8320_978-615-6342-55-3
- Csákné Filep, J., Radácsi, L., Szennay, Á. & Timár, G. (2023). Taking initiative and earning a living. Budapest Business School, Budapest, Magyarország. <https://doi.org/10.29180/978-615-6342-65-2>

- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. Global Report: Opportunity Amid Disruption. <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal". <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=51147>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2024). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. <https://gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>
- Gosztonyi, M. (2022): COVID-19 positivism: Has COVID-19 changed Hungarian entrepreneurs' perception of business opportunities? PROSPERITAS, 9(4), (1). Budapest Business School
- Csákné Filep, J. (2022): Guest editorial: Global and local perspectives of entrepreneurship research. PROSPERITAS, 9 (4) (5). Budapest Business School
- Chandler, N. (2022): Entrepreneurial personality and motive: A study of Hungarian early-stage entrepreneurs using GEM data. PROSPERITAS, 9 (4) (3). Budapest Business School
- Győri, Zs. – Kása, R. – Szegedi, K. (2022): Hungarian entrepreneurs' sustainability motivations based on GEM 2021 results. PROSPERITAS, 9(4) (4). Budapest Business School
- Sági, J. – Szennay, Á. (2022). A COVID-19 pandémia első évének magyar vállalkozásokra gyakorolt hatása, különös tekintettel a fenntarthatósággal kapcsolatos kérdésekre. Polgári Szemle 18, 80–97, <https://doi.org/10.24307/psz.2022.1107>
- Csákné Filep, J. – Szennay, Á., (2023): Factors influencing entrepreneurs's decision-making concerning SDGs. In Nedelko, Z., Korez Vide, R. (eds.) (2023). 7th FEB International Scientific Conference: Strengthening Resilience by Sustainable Economy and Business – Towards the SDGs. University of Maribor, University Press. DOI: <https://doi.org/10.18690/um.epf.3.2023.21>
- Krankovits, M., Csákné Filep, J., & Szennay, Áron. (2023). Factors of Responsible Entrepreneurial Behaviour: Empirical Findings from Hungary. Chemical Engineering Transactions, 107, 25-30. Retrieved from <https://www.cetjournal.it/index.php/cet/article/view/CET23107005>
- Szennay, Á., & Csákné Filep, J. (2024). Digital revolution powered by COVID-19? An analysis of the digitalisation activities of Hungarian entrepreneurs. Society and Economy, 46(4), 368–385. <https://doi.org/10.1556/204.2024.00010>
- Timár, G., Szennay, Á., & Csákné Filep, J. (2025). A vállalkozásoktatás hatása a vállalkozói aktivitásra a közép-kelet-európai tranzíciós országokban – The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Activity in Transitional Central and Eastern European Countries. Köz-Gazdaság, 20(1), 41–60. <https://doi.org/10.14267/retp2025.01.04>