



OFA Nonprofit Kft.

## **ÖSSZEFOGLALÓ ANYAG**

**az OFA Nonprofit Kft. keretében  
„Mikro- és kisvállalkozások támogatási igényeinek felmérése”  
témában végzett kutatási eredményekről**

## Bevezetés

Az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: OFA Nonprofit Kft.) a „*Munkaerőpiac kihívásaihoz igazodó képzési és munkaerőt fejlesztő támogatási program előkészítéséhez kutatási program indítása a hazai munkáltatók körében*” elnevezésű program keretében elvégzett kérdőíves kutatása - „**Mikro- és kisvállalkozások támogatási igényeinek felmérése**” - arra kereste a választ, milyen támogatások lennének azok, amelyek javítanák e vállalat típusok termelékenységét, versenyképességét.

1. Mikro-vállalkozás: alkalmazottak száma 10 fő alatti, éves árbevétel maximum 2 millió euró
2. Kisvállalkozás: alkalmazottak száma minimum 10, maximum 49 fő, éves árbevétel maximum 10 millió euró.

A beszállítók számottevő része is a kisebb méretű, rugalmasabban működő vállalkozások közül kerül ki.

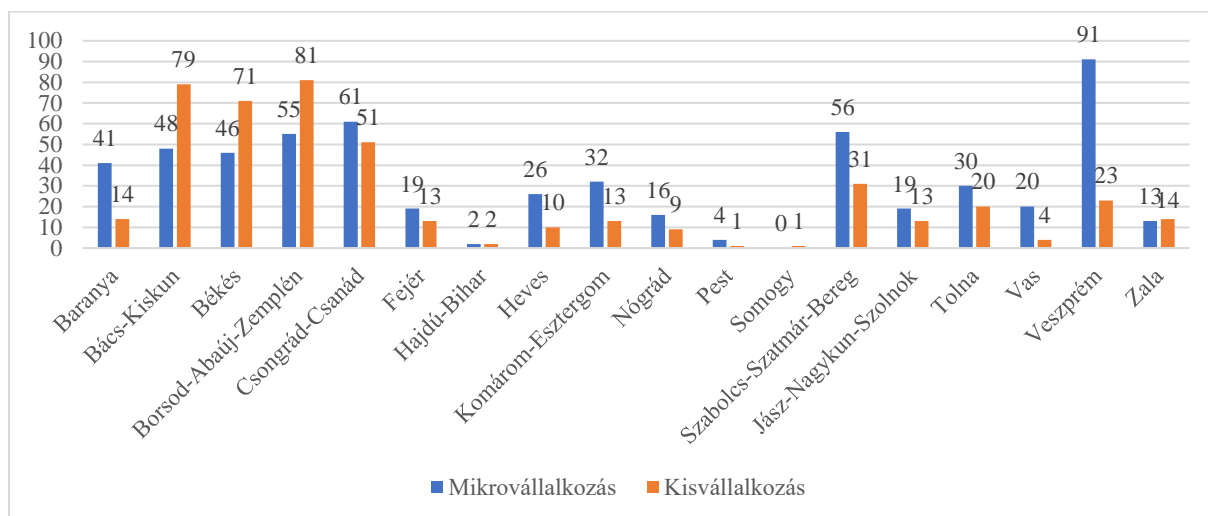
Minden 100 hazai vállalkozásból 95 mikro-vállalkozás, ez kiemelkedően magas arány a magyar vállalati rendszerben. A mikro-vállalkozások hozzáadott érték termelése csak 18,7%-os, de a foglalkoztatásban betöltött szerepük jelentős, a foglalkoztatottak közel 30%-ának biztosítanak munkalehetőséget. Tekintettel arra, hogy nehéz őket elérni, ezért kibővítettük a megkérdezettek körét a kisvállalkozásokra is.

Módszertan: A „Mikro- és kisvállalkozások támogatási igényeinek felmérése” kérdőív kitöltésére 2023.09.11. – 2023.11.06. között került sor. Az összesen 3627 vállalkozás (2652 mikro- és 975 kisvállalkozás) felkeresését országosan 16 kolléga végezte, telefonos és személyes megkeresés által.

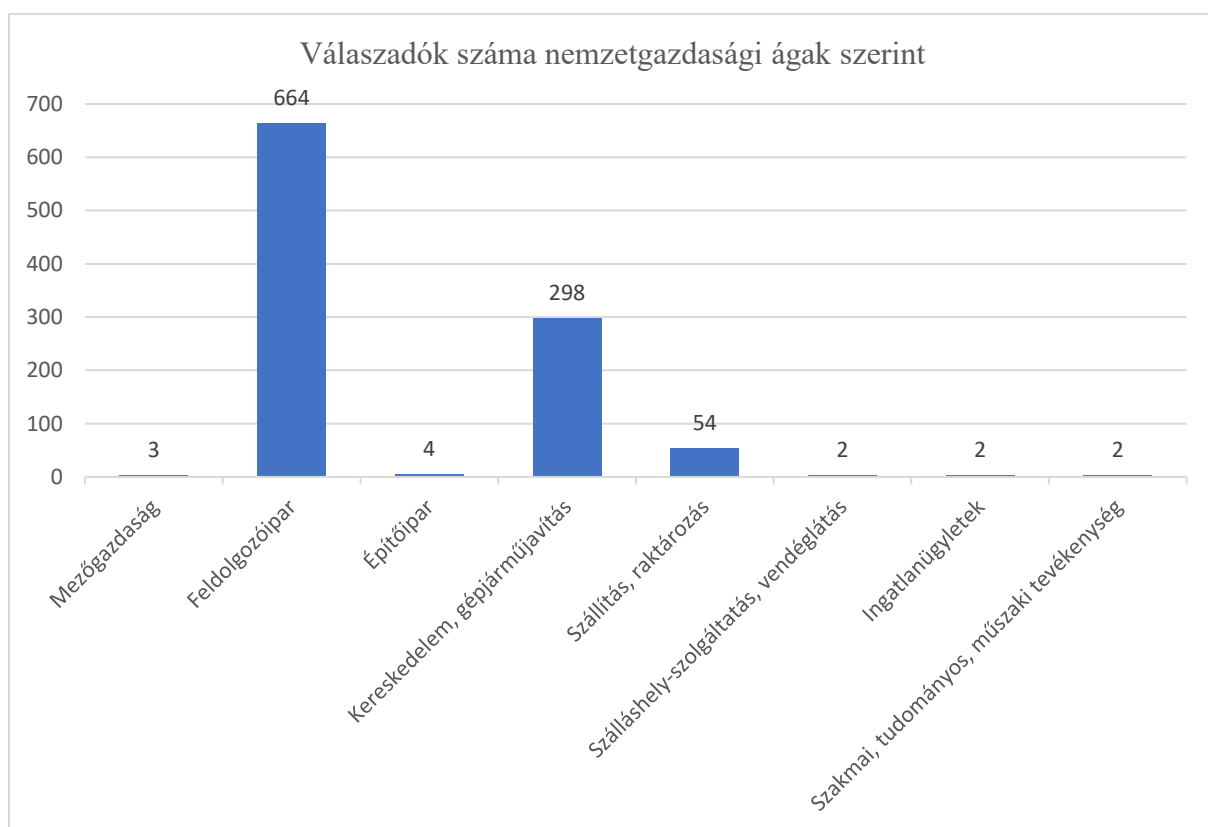
1029 vállalkozás töltötte ki a kérdőívet, a kitöltés eredményessége 28%-os. Az 1029 kitöltő vállalkozásból 579 (56%) volt mikro-, 450 (44%) pedig kisvállalkozás.



Az alábbi tábla mutatja a felmérésben részt vett vállalkozások vármegyénkénti eloszlását:



A kutatásban résztvevő vállalkozások megoszlása nemzetgazdasági ágak (TEÁOR) szerint az alábbi:



A kutatásban részt vett vállalkozások közel 65%-a (664 vállalkozás) nemzetgazdasági ágazat szerint a feldolgozóiparban működik. A válaszadók 29%-a (298 vállalkozás) kereskedelemben, gépjárműjavításban működteti vállalkozását. Míg a megkérdezettek 6%-a (67 vállalkozás) szállítás, raktározás, illetve egyéb kategóriákban végzi a tevékenységét.

Azt tapasztaltuk, hogy a mikro- és kisvállalkozások nagy számban minden szinten igénylik a támogatásokat, és azt is, hogy legyen közvetlen kapcsolatuk, lehessen valakihez fordulni, ha segítségre van szükségük, akár a munkavállalókkal, akár a pályázatással kapcsolatban.

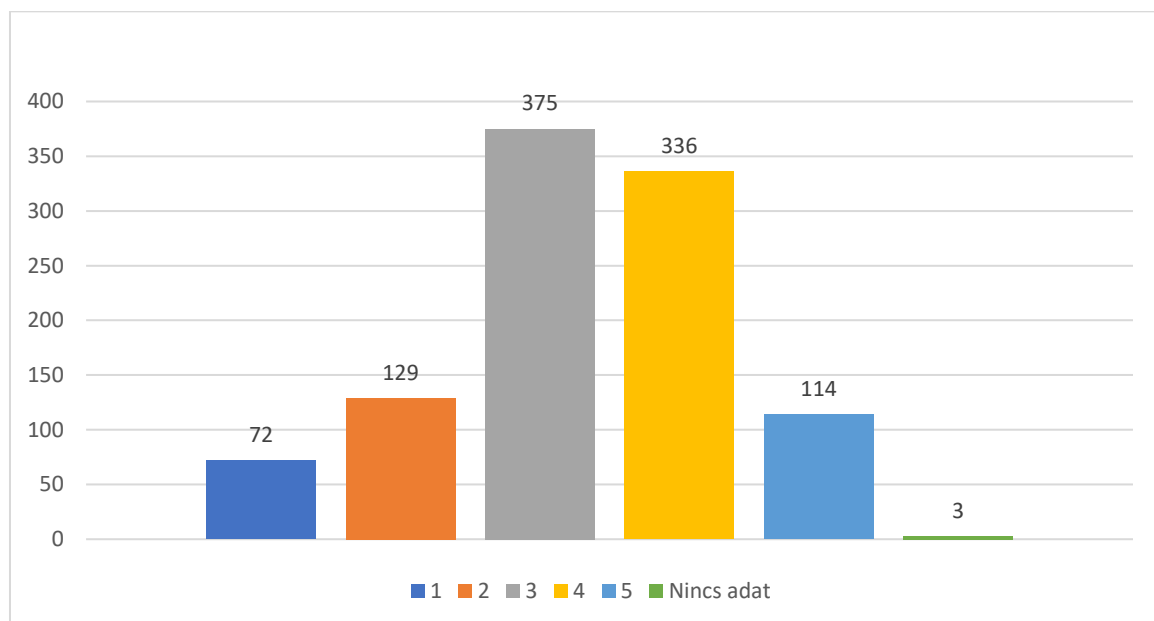
Hangsúlyozandó, hogy az összefoglaló anyag a megkeresett vállalkozások véleményét tükrözi.

### A cég jelenlegi pozíciójának, gazdasági helyzetének értékelése

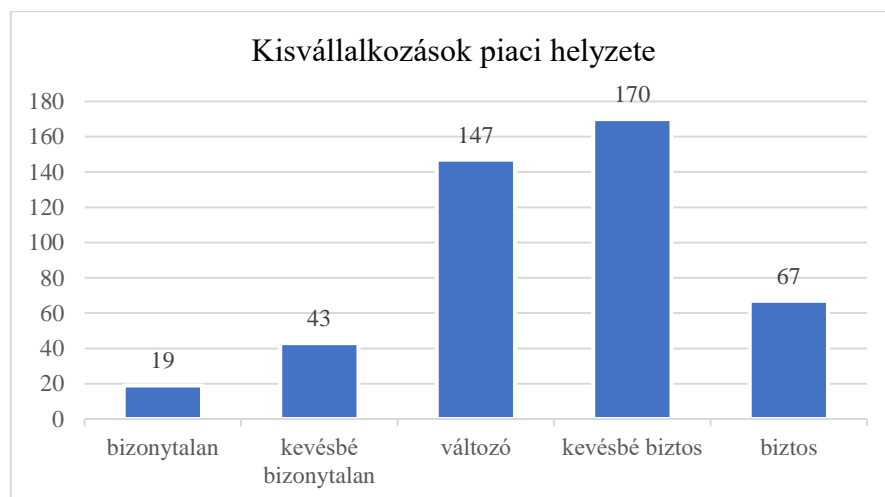
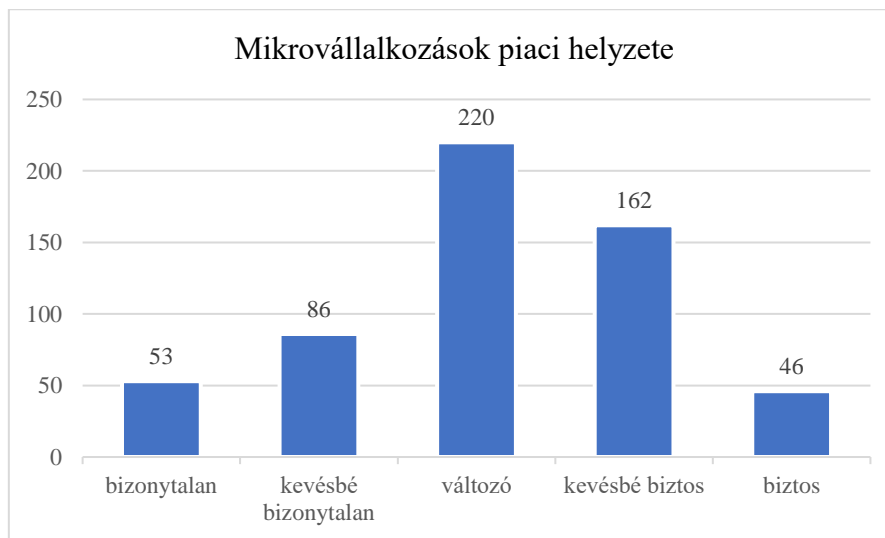
A megkérdezetteknek egy 1-5-ig terjedő skálán kellett meghatározniuk gazdasági helyzetüket, piaci pozíciójukat, ahol az 1 bizonytalan, míg az 5 a stabil értéket jelentette. Általánosan elmondható, hogy elenyésző számú vezető érezte stabilnak vállalkozása pozícióját és viszonylag sokan voltak, akik közepes státuszt gondoltak vállalkozásuknak. Párhuzam rajzolódott ki a gazdasági helyzet, a tervezett létszámbővítés és a jövőképpel való rendelkezés között. A vállalkozás minél kedvezőtlenebbnek ítélte meg saját gazdasági helyzetét, annál kevésbé tervezett munkaerő felvételt, és annál borúsabb volt a jövő évre vonatkozó terve, több vállalkozás esetében a tevékenység beszüntetése is felmerült. Továbbá kapcsolódás fedezhető fel a kedvezőtlen piaci helyzet és a nagy számú támogatási, pályázati igény között is.

1026 vállalkozás válaszolt a kérdésre, 3 pedig nem. A válaszok eloszlása alapján látható, hogy a vállalkozások kisebb arányban (7%, 72 vállalkozás) értékelik bizonytalanak (1) a jelenlegi helyzetüket. Nem teljesen érzi bizonytalanak a helyzetét (2) a kitöltő vállalkozások 13%-a (129 vállalkozás). A legtöbben (37%, 375 vállalkozás) a skála közepét jelölték meg, tehát jelenleg nem bizonytalan, de nem is stabil a gazdasági helyzete, bármerre elbillenhet. Ez az adat hűen tükrözi a jelen időszak bizonytalanságát. A válaszadók 33%-a (336 vállalkozás) értékelte jelenlegi helyzetét inkább stabilra (4). Stabilnak (5) érzi gazdasági pozícióját a válaszadó vállalkozások 10% -a (114 vállalkozás).

A vállalkozások gazdasági helyzetének értékelése 1-5-ig terjedő skálán:



Az alábbi adatok alapján látható, hogy vállalkozástípusonként mennyire érzik biztosnak vagy bizonytalanak a piaci helyzetüket a vállalkozások.



A mikrovállalkozások nagyobb része változónak (38%), illetve kevésbé biztosnak (28%) érzi a gazdasági helyzetét. A kisvállalkozások esetében változónak (33%), illetve kevésbé biztosnak (38%) érzi a piaci helyzetét a megkérdezett vállalkozások nagyobb része.

A személyes beszélgetések során kiemelték a vállalkozások, hogy a társaságuk változó, vagy kevésbé biztos piaci helyzetét, versenyképességét nagyban segítené a biztonságos gazdasági környezet megteremtése. Leginkább a piaci pozíciójukat igyekeznek megtartani, de kevesebb lehetőséget éreznek a bővülésre.

## Létszám bővítésre vonatkozó tervek és módok

A kutatásban résztvevő vállalkozások 25%-a tervezi létszám bővítést (265 vállalkozás), 75% (760 vállalkozás) nem tervezi a jövőben újabb munkatársak felvételét. Nem válaszolt 4 vállalkozás.



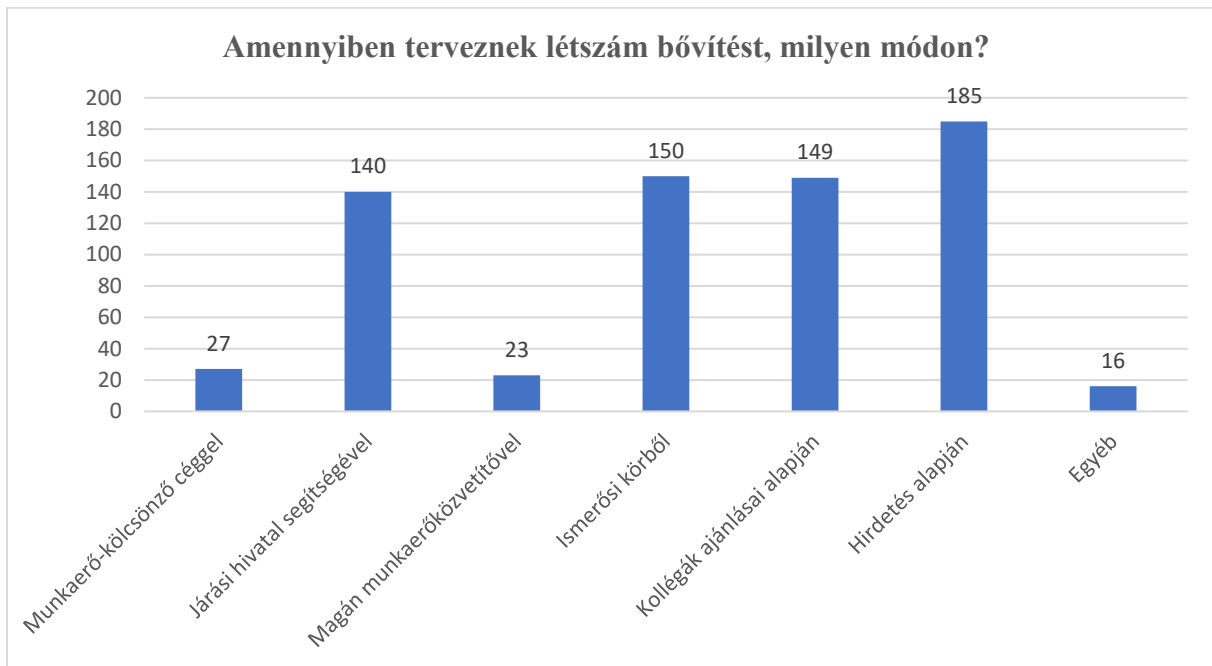
Kimagaslóan magas a nemmel válaszolók száma, amelyet a szakképzett munkaerő hiányával, a megnövekedett bér és járulékok teherrel, valamint a gazdasági helyzet kiszámíthatatlanságával indokolták meg a vállalkozások. Aggályosnak tartják a képzett szakemberek elvándorlását és a dolgozók munkához való viszonyát is. A saját szakmájukban megfelelő tudással rendelkező szakembereknek sokszor olyan magas a bérigénye, amit a vállalkozás nem tud biztonságosan kigazdálkodni. A duális képzésről érkező pályakezdekők szakmai tudása nagyon gyenge, a fiatalok nagy része külföldi munkahelyben gondolkozik a magasabb bér reményében.

A munkavállalók közül a régóta munkaerőpiacon lévőköt igyekeznek megtartani, megbecsülni. Megpróbálnak a meglévő munkaerővel a lehető leghatékonyabban gazdálkodni. A vállalkozások szerint gondot jelent a multinacionális cégek nagy munkaerő igénye, sok esetben elcsalják a szakmunkásokat a jobb munkakörülmény, a kevesebb felelősségvállalás és a magasabb béren kívüli juttatások ígéretével.

A 265 létszám bővítési szándékkal érintett vállalkozásnál kíváncsiak voltunk, hogy milyen csatornákon keresztül érkeznek hozzájuk munkavállalók, melyek azok a lehetőségek, amelyeket előnyben részesítenek, ha új munkavállalókat keresnek.

A válaszadó mikro- és kisvállalkozások a legnagyobb számban **hirdetés** útján keresik munkavállalóikat (**27%**), a **kollégák ajánlásai** (**22%**), illetve **ismerősi körből** (**22%**) történő bővítés is nagy számban fordul elő, továbbá a **járási hivatalok foglalkoztatási osztályainak** segítségét is magas arányban jelölték meg (20%). Viszont csak alacsony hányaduk (7%) veszi igénybe a munkaerő-kölcsönző cégek szolgáltatásait új álláshelyek betöltéséhez. Az egyebek kategóriába (2%) került az iskolákkal és képzőintézményekkel történt kapcsolatfelvétel.

## Amennyiben terveznek létszám bővítést, milyen módon?



Összességében a létszám-bővítés módjáról elmondható, hogy a mikro- és kisvállalkozások elsősorban a saját és a kollégák ismerősi körét keresik meg, azaz a munkaerő felkutatásában a kapcsolati tőke szerepe dominál. Ennek oka, hogy törekednek a stabil és megbízható munkaerő megtalálására. Másodsorban hirdetések útján keresnek új munkavállalót. Az állami foglalkoztatási szerv hatáskörében eljáró járási hivatalok foglalkoztatási osztályaival csak harmadsorban veszik fel a kapcsolatot. A vállalkozók bíznak a foglalkoztatási osztályokban, viszont érzékelik, hogy az ott nyilvántartott álláskeresők gyakorlati tudása gyenge. A munkaerő-kölcsönző cégek és a magán munkaerőközvetítők szolgáltatásait veszik a legkevésbé igénybe. Ezekre a szolgáltatásokra főként a közép- és nagyvállalatok tartanak igényt. A kis vállalkozások a közvetítői díjakat nem tudják megfizetni, a szaktudást pedig a közvetítők nem tudják biztosítani.

### A munkaerő megtartás eszközei

A vállalkozások legnagyobb kihívása napjainkban a munkaerő-megtartás. Sok vállalkozás küzd azzal, hogy nem tudja hosszabb ideig megtartani a munkavállalóit. Minden szektorra jellemző a kisebb-nagyobb mértékű fluktuáció. A termelő vállalkozások esetén például nagy a munkaerő-áramlás, a gyártósori munkások gyakran változtatják munkahelyüket. A szezonális munkát kínáló vállalkozások is sűrűn találkozhatnak ezzel a problémával. Azonban nemcsak az ő esetükben nehéz a munkavállalók megtartása. Az irodai dolgozók is egyre hajlamosabbak a váltásra. A fiatal generáció tagjai leginkább a rugalmasságot és a magasabb kereseti lehetőséget tartják szem előtt, ami miatt gyakrabban váltanak munkahelyet, így megtartásuk nehezebb. Az idősebbek jobban megfontolják, hogy változtassanak, viszont ők nehezebben motiválhatók, kevésbé van igényük újításra, fejlődésre. A munkáltatókkal folytatott interjúk során többször elhangzott, hogy a 45 év feletti munkavállalók a legmegbízhatóbbak, mind szakmailag, mind abból a szempontból, hogy nem szeretnek munkahelyet váltani.

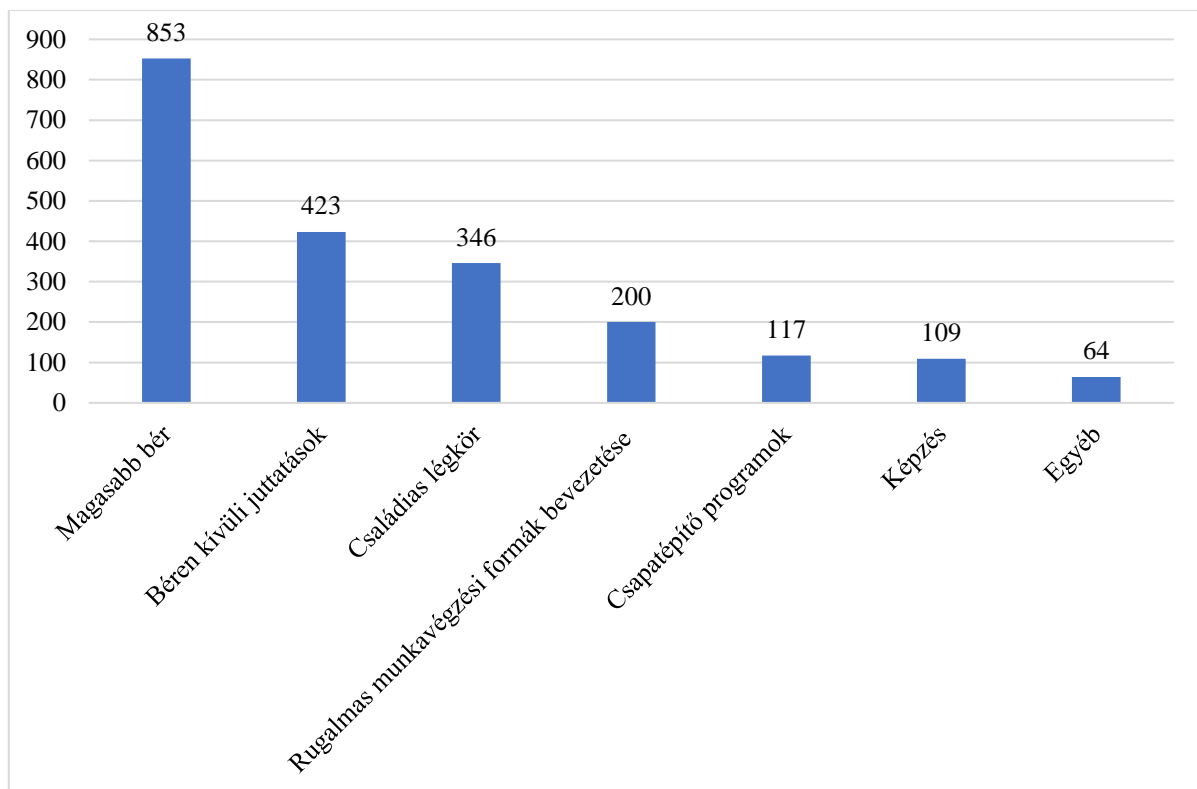
A munkaerő megtartás pozitív példaként egy vállalkozó mesélte el Henry Ford esetét: *Henry Ford az 1910-es években munkaerőhiánnyal küzdött, nagy volt az elvándorlás. 1914-ben*

duplájára emelte a fizetéseket, így már sorban álltak az üzemei előtt. Ezzel az erőforrásproblémákat megoldotta, de az elvándorlás még nem állt meg a hatnapos munkahét miatt, munkásai elfáradtak, kiégtek. Ekkor ismét az ösztöneire hallgatva bevezette az ötnapos, napi nyolcórás munkahetet. A magas bérek, a folyamatosan javuló munkakörülmények, egyre bővülő juttatások stabilizálták a céget, megállt az elvándorlás. Ford a világ leggazdagabb emberévé vált.

A kutatásban résztvevő válaszadók közül kevés vállalkozás volt, amely hasonlóan gondolkodott: először adjunk és csak utána kaphatunk.

Arra kerestük a választ, hogy mi segítené leginkább a vállalatok számára a munkaerő megtartását. A válaszadók megadott opciók közül választhattak, több választ is megjelölhettek, valamint lehetőségük nyílt saját véleményük kifejtésére.

A munkaerő megtartás eszközei:



A megkérdezettek legnagyobb arányban úgy gondolják, hogy a **magasabb bérrel** tudják leginkább megtartani munkavállalóikat. Ezt a lehetőséget a megkérdezettek 83%-a (853 vállalkozás) választotta.

Ehhez közel álló választás a **béren kívüli juttatások** voltak, amely a válaszadók 41%-a (423 vállalkozás) szerint rendkívül lényeges. Sokaknál a béren kívüli juttatások szóba sem jöhetnek, mert sokszor saját járulékaikat is nehezen tudják kitermelni. Természetesen a későbbiekben, amennyiben módjuk és lehetőségük lesz rá, úgy szeretnék maguknak és a munkavállalóiknak ezt a támogatási formát biztosítani.

A **családiás, pozitív légkör** a következő tényező, ami fontos a dolgozóknak. Ezt az opciót a vállalkozások 34%-a (346 vállalkozás) említette meg. A kutatásban részt vevő mikro- és



kisvállalkozások többnyire „családi vállalkozások” keretében működnek, így a családias légkör ezeknél a vállalkozásoknál már eleve jellemző.

Az utóbbi időben egyre több vállalat vezette be a home office lehetőségét. Összesen a megkérdezettek 19%-a (200 vállalkozás) vélte úgy, hogy a különböző **rugalmas munkavégzési formák** bevezetése a munkaerő megtartásához vezet. Az atipikus foglalkoztatási formák széles skálán mozognak, ide sorolható a:

- távmunka,
- részmunkaidős foglalkoztatás,
- hibrid munkavégzés,
- határozott idejű foglalkoztatás,
- egyszerűsített és alkalmi foglalkoztatás,
- bedolgozói munka,
- önfoglalkoztatás,
- megbízási szerződéses jogviszonyokból eredő munkavégzés,
- diákmunka,
- közmunka.

Magyarországon ezek a foglalkoztatási formák még alacsony arányt képviselnek. Manapság azok a vállalkozások, vállalatok a vonzóak, ahol az előbb említett lehetőségek kultúrája kezd meghonosodni.

A **csapatépítő programok** szervezését a válaszadó vállalkozások 11%-a (117 vállalkozás) jelölte meg. Csapatépítő programok szervezése a mikro- és kisvállalkozások körében nem annyira népszerű, mint a multinacionális vállalatoknál. Ennek egyik fő oka, hogy sokkal kevesebb főt foglalkoztatnak és az anyagi kereteik is mások. A megkérdezett munkáltatók 11%-a mondta azt, hogy az ilyen programok, ha rendszeresen lennének megtartva, otthonosabbá, családbarátabbá tudnák tenni a munkahelyeket. Viszont a megkérdezettek 89%-ának a véleménye szerint ezek a programok sokba kerülnek és nem érik el azt a célt, amit szeretnének, valamint nincs is az alkalmazottaiknak erre igénye.

A megkérdezettek 11%-a (109 vállalkozás) szerint nagyban befolyásolja a munkavállalók elkötelezettségét az, hogy támogatják a **képzésüket**, fejlődésüket. Legtöbbjük viszont attól tart, hogy hiába tanítatják ki a munkavállalót, az a megszerzett papír birtokában vagy nagyobb bért kér, amit nem tudnak kitermelni vagy más céghez megy dolgozni.

A kutatásban résztvevő vállalkozások 6%-a adott „egyéb” választ arra a kérdésre, hogy mi segítené a munkaerő megtartását. Főként a lakhatási és utazási támogatás merült fel, de a háziállat munkahelyre történő bevitele, valamint a plusz fizetett szabadság igénye is megemlítésre került.

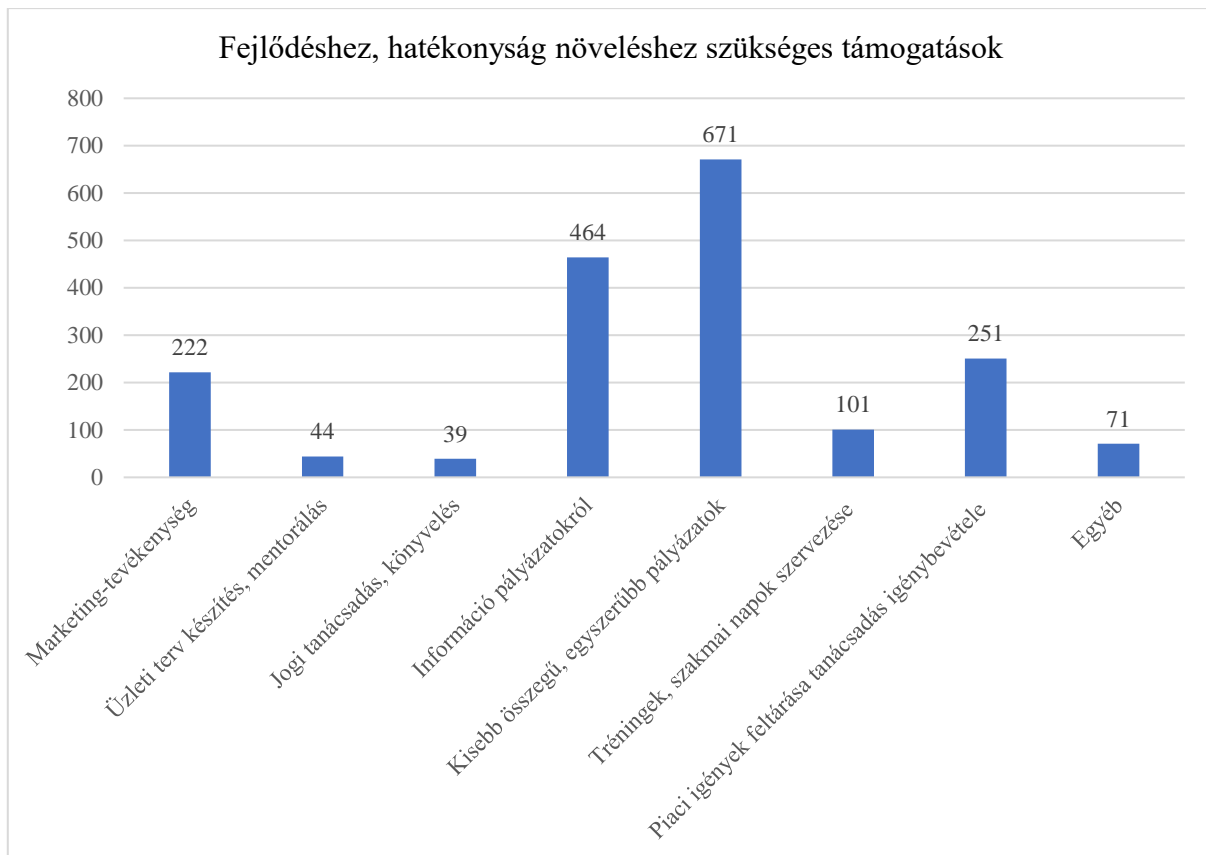
A fenti eszközök együttes alkalmazása növelheti a munkavállalók megtartását.

### **Milyen támogatást várnak a vállalkozások a fejlődésükhöz, hatékonyságuk növeléséhez?**

Az elmúlt évtizedekben Magyarországon a gazdasági fejlődésben nagy szerepet játszottak, játszanak a különböző állami és az európai uniós pályázatok, támogatások. Ezek a pályázatok sokat segítettek a mikro- és kisvállalkozások elindulásában, működésében, fejlődésében. Az elmúlt években a magyarországi vállalkozások gazdasági fejlődését és működését nagyrésztben

befolyásolta a pandémia és a világgazdaságot is súlyosan befolyásoló háborúk, egyéb válságok. Ezeknek a változó gazdasági tényezőknek is köszönhető többek között, hogy Magyarországon a mikro- és kisvállalkozások jelentős részének a fejlődése megállt, megtorpant, vagy netán tevékenysége szünetel, illetve megszűnt.

Egy vállalat életében az egyik legfontosabb kérdés, hogyan tudnának folyamatosan fejlődni. Ennél a kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy a vállalkozásoknak milyen segítségre lenne szükségük a fejlődéshez, növekedéshez. A megadott választási lehetőségek mellett részletesen kifejtették véleményüket is, így felmérhettük valódi helyzetüket és igényeiket.



A megkérdezettek **65%-a** (671 vállalkozás) szerint **kisebb összegű pályázatok indítása a mikro- és kisvállalkozások számára** sokat jelentene, amikkel újra tudnák indítani vagy fejleszteni, bővíteni vállalkozásukat.

Összesen **45%** (464 vállalkozás) gondolta úgy, hogy nagy segítség lenne a pályázatok igénybevétele során az **információ a pályázati lehetőségekről**, mivel kicsi vállalkozások, nincs idejük pályázatokat keresgélni.

A sikeres vállalkozás indításának, működtetésének, a piacképes termék/szolgáltatás előállításának elengedhetetlen velejárója a piackutatás, a piaci igények feltárása. A megkérdezettek **24%-a** (251 vállalkozás) úgy véli, hogy szívesen részt venne **piaci igények feltárására irányuló tanácsadáson**. A kisvállalkozások gyakran nem rendelkeznek megfelelő szaktudással, idővel, illetve szakemberrel az előbb említett területén, ezért különös, hogy csak ilyen kis arányban várnának ebben segítséget.

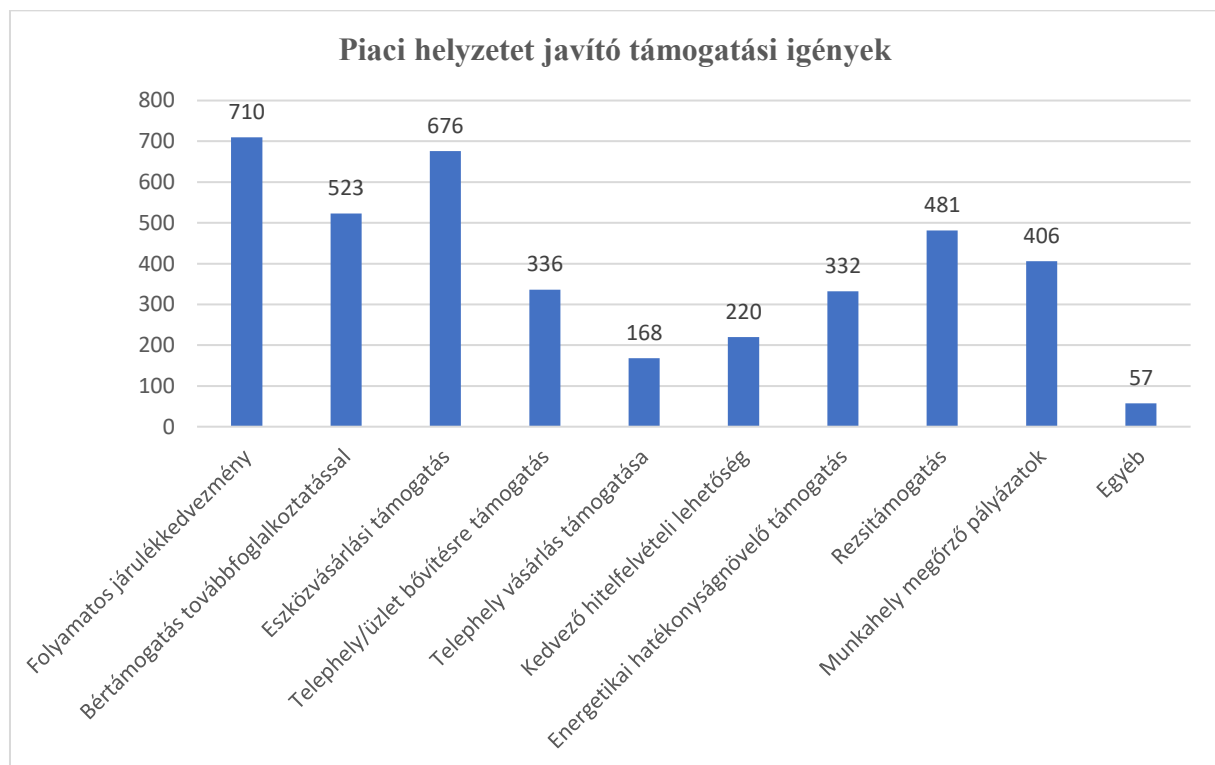
A „**Marketingtevékenység, hirdetési felületek biztosítása, közösségi média**”-ban kérdés esetén a válaszadók 21%-a gondolta azt, hogy segítség lenne számukra, ha a marketingtevékenységben mentorálást kapnának, hirdetési felületeket biztosítanának számukra, illetve a közösségi médiában való jelenlétüket is erősítenék. A különböző online hirdetések egyre inkább teret nyernek, így a sikeres vállalkozás egyik fontos része, lépést tartani a modernizációval.

A **személyes tréningek és szakmai napok szervezését** nagyon kevesen jelölték meg, mint lehetséges segítségnyújtást. A megkérdezettek 9%-a (101 vállalkozás) szerint ez az eszköz megkönnyítené munkájukat, friss információkat kaphatnának ezeken a rendezvényeken. A képzések támogatása azért lenne fontos, mert a munkavállalók döntő többségének szüksége van valamilyen képzésre, továbbképzésre a folyamatosan változó és fejlődő eszközök, technikák, módszerek miatt. A megfelelő képzések költségét leggyakrabban a munkáltató vállalja magára, amely miatt kiszolgáltatott helyzetbe kerül, ugyanis a munkavállaló felmondása esetén az erre fordított összeg nem térül meg.

Az üzleti terv készítését és mentorálást nagyon kevesen jelölték meg, mint lehetséges segítségnyújtást. A válaszadók mindössze 4%-a (44 vállalkozás) szerint tudnák ezzel az eszközzel erősíteni a piaci pozíciójukat. A legkevesebben, 39 vállalkozás (4%) a **jogi tanácsadást, könyvelést** választotta.

Míg az **egyéb** opciót 7% (71 vállalkozás) választotta, melyben szerepelt az innováció és a kutatás-fejlesztés területe.

### Milyen támogatást várnának a vállalkozások a piaci helyzetük javításához?



A kérdőív legfontosabb kérdése, ahol egyszerre több válaszlehetőség közül is választhattak a vállalkozások, hogy konkrétan mire irányuló támogatásra lenne szükségük. Az eredmények egyértelműen rámutatnak, hogy járulékkedvezményre, a bértámogatásra és az eszközvásárlás támogatására lenne a legnagyobb igény.

A megkérdezettek legnagyobb arányban, 69%-ban (710 vállalkozás) gondolták úgy, hogy leginkább a munkavállalók utáni **folyamatos járulékkedvezmények** lennének számukra hosszútávon a leghasznosabbak. Ennek köszönhetően a fennmaradó összeget új eszközökre, vagy egyéb felmerülő kiadásra tudnák fordítani.

65% (677 vállalkozás) szerint az **eszközvásárlási támogatás** rendkívül fontos, hiszen így olyan tárgyakhoz is hozzájuthatnának, amihez támogatás nélkül nem tudnának. Az eszköztár bővítése, valamint fejlesztése, korszerűsítése pedig nagyban növeli a hatékonyságot, ami hosszú távon erősíti a piaci pozíciót.

A **bértámogatás** további foglalkoztatási kötelezettséggel opciót 51% (523 vállalkozás) választotta. Ők úgy vélik, hogy a bérrel vagy a járulékokkal kapcsolatos támogatás minden esetben nagy segítséget jelent számukra, és szívesen vennének ilyen jellegű lehetőségeket.

A megkérdezettek vállalkozások 47%-a (481 vállalkozás) szerint a **rezsitámogatás** rendkívül célszerű lenne számukra, és nagyobb összegű megtakarítást érhetnének el vele.

A következő lehetőséget 39% (408 vállalkozás) jelölte meg, miszerint cégmérettől független **munkahelymegőrző pályázatokon** indulnának.

Az **energetikai hatékonyságot növelő támogatások**, mint például a napelemes rendszer kiépítése, a megkérdezettek 32%-a (332 vállalkozás) szerint segítené és erősítené a piaci helyzetüket, hiszen a megújuló energia használatával a költségeiket csökkenthetik, ami hosszú távon megtérülő befektetés.

337 vállalkozás (33%) támogatás keretében **telephelyüket, üzleteiket is bővítenék**.

A **kedvező hitelfelvételi lehetőséggel** viszonylag kevesen élnének, mindösszesen 21% (221 vállalkozás). A vállalkozások mindennapjait befolyásoló nehéz piaci és gazdasági helyzet negatív hatást gyakorol a hitelfelvételekre, illetve lehet, hogy már korábban éltek hasonló lehetőséggel, így ez nem opció jelenleg a vállalkozások életében.

A válaszadóknak csak a 16%-a (168 vállalkozás) fordítaná a támogatást **telephely vásárlására**. Ennek oka abban is keresendő, hogy a koronavírus alatti és utáni időben bebizonyosodott, hogy olyan vállalkozások esetén, ahol a tevékenység nem kíván fizikai jelenlétet, a munkafolyamatok eredményesen végezhetőek az online térben is.

**Egyéb** választ 5% (57 vállalkozás) adott, amely a következő területek támogatási igényét fedte le:

- pályakezdő dolgozók lakhatása,
- képzési lehetőségek,
- munkavégzés helyéhez kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése,
- munkavállalók egészségmegőrzésére irányuló szolgáltatások és
- exportpiacra lépéshez szükséges marketingtevékenység.

A cégek nagy számban nyilatkoztak úgy, hogy a felsoroltak közül mindegyik támogatási lehetőséget szívesen fogadnák a jövőben. A mikro- és kisvállalkozások a saját méretükre, szektorukra vonatkozó több és egyszerűbb, rugalmasabb feltételekkel bíró pályázatokat fogadnának szívesen a közeljövőben.

Viszont voltak olyan vállalkozások is, amelyek nem tartották igényt semmilyen támogatásra. Ennek oka, hogy nem tartották magukat esélyesnek annak elnyerésére, illetve voltak, akik a bürokrácia lassúságát kifogásolták. A kis létszámú cégeknél nincs megfelelő személy a pályázatok megírásához, a pályázatiírók részéről viszont túl magasak a sikerdíjak. A beruházás jellegű támogatásokhoz sok esetben hiányzik az önerő vagy a fedezet, és ezért elesnek a lehetőségektől.

## Üzleti partnerek megtalálásának módjai

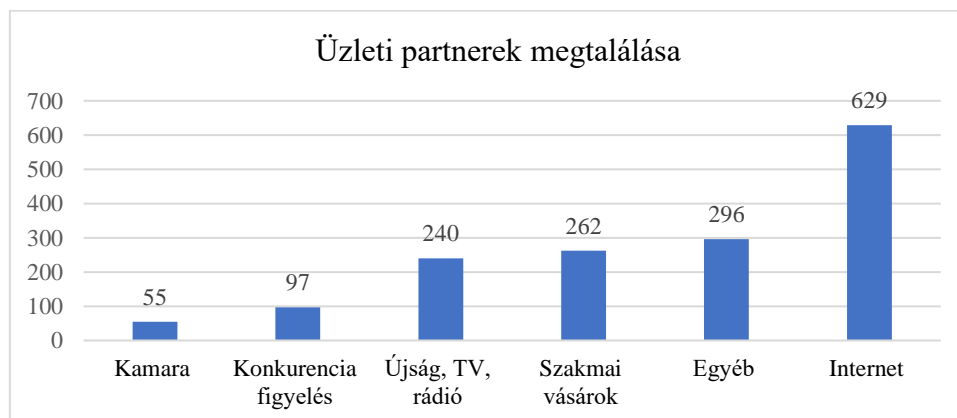
Egy vállalkozás elindításához, stabilitásának megtartásához és fellendüléséhez elengedhetetlen tényező a célcsoport (vevők) felkutatása, a folyamatos és hosszútávú érdeklődés fenntartása, új vásárlóerő bevonása. A kérdésnél több lehetőség is kiválasztásra kerülhetett.

A legtöbben – a válaszadók több, mint 60 %-a (629 vállalkozás) – az **internetes elérést** választották. A legtöbb munkáltató online éri el az üzleti partnereit.

25%-uk (262 vállalkozás) **szakmai vásárokon**, 23%-uk (240 vállalkozás) **újság, TV, rádió** alapján, 10%-uk (97 vállalkozás) **konkurencia figyélssel** szerzi üzleti partnereit. A felmérésben részt vett vállalkozások negyede fontosnak tartja a szakmai vásárokon való részvételt. Ez a platform még hagyományos, személyes kapcsolattartást testesít meg. Szinte ugyanilyen arányban számos vállalkozás él még mindig az újság, TV, rádió adta hirdetési lehetőségekkel is.

A **Magyar Kereskedelmi és Iparkamarát** a válaszadók mindössze 5%-a (55 vállalkozás) jelölte meg. Az ágazatok a kamarától több segítséget várnak az üzleti partnerek megtalálásában.

Magas számban szerepelt az „**egyéb**” lehetőség, a vállalkozások közel 30%-a (296 vállalkozás) jelölte meg ezt a kategóriát. A tevékenységi körtől függően a válaszadó cégekre jellemző, hogy a leendő partnerek találják meg őket, sokan ismertek szakmai köreikben, nem szükséges a reklám számukra. Vannak olyan vállalkozások, amelyek területi képviselők, értékesítők személyes felkeresésével, illetve a hagyományos szájról szájra ajánlások alapján találják meg üzleti partnereiket.

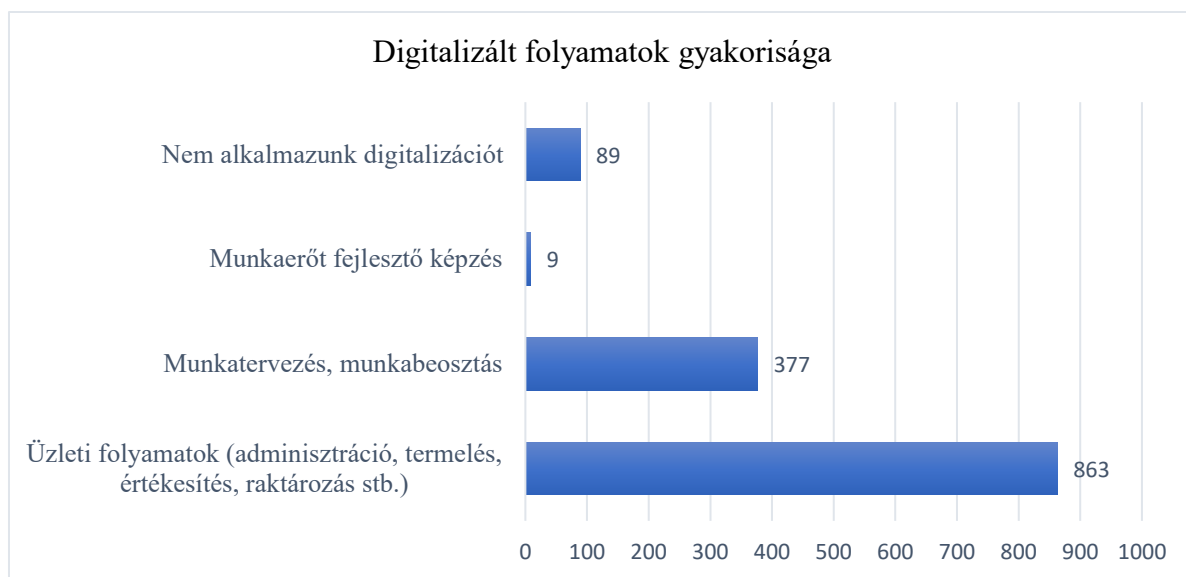


## Digitalizáció a cégeknél

Napjainkban a cégek fennmaradása, hatékonyságuk növelése érdekében prioritás, hogy digitalizálják a tevékenységükhöz kapcsolódó munkafolyamatok minél nagyobb részét. Elsősorban az üzletviteli folyamatokat érinti ez, például az online számlázás már szinte elvárás a vevők részéről. A kommunikáció is jelentős részben átkerült az online térbe, a cégek a social médiában hirdetnek, kommunikálnak a vásárlóikkal.

A kutatás során felmértük, hogy a mikro- és kisvállalkozások mennyire használnak digitális eszközöket a működésükben. Több lehetőség is megjelölésre kerülhetett.

### A válaszadók az alábbi területeken alkalmazzák a digitalizáció vívmányait:



A diagram jól szemlélteti a fent említett állításokat, miszerint jellemzően az üzleti folyamatok digitalizáltak a vállalkozásoknál, a válaszadók közel 85%-a (863 vállalkozás) alkalmaz az **üzleti folyamatokban** (adminisztráció, termelés, értékesítés, raktározás stb.) digitalizált megoldást. Ezen belül is a megkérdezett cégek főként az adminisztrációs és az értékesítési folyamataikban alkalmazzák elsődlegesen.

Ezt követi a munkatervezés, munkabeosztás folyamata, a vállalkozások több mint 35%-a (377 cég) – leginkább a kisvállalkozások – digitalizálta a **munkatervezést, munkabeosztást**.

Nem egészen 1%-ot tesznek ki, akik **munkaerőt fejlesztő online képzést alkalmaznak**. Ebben a szektorban gyerekcipőben jár még a digitalizáció, nem igénylik a munkáltatók, nem fektetnek rá különösebb hangsúlyt.

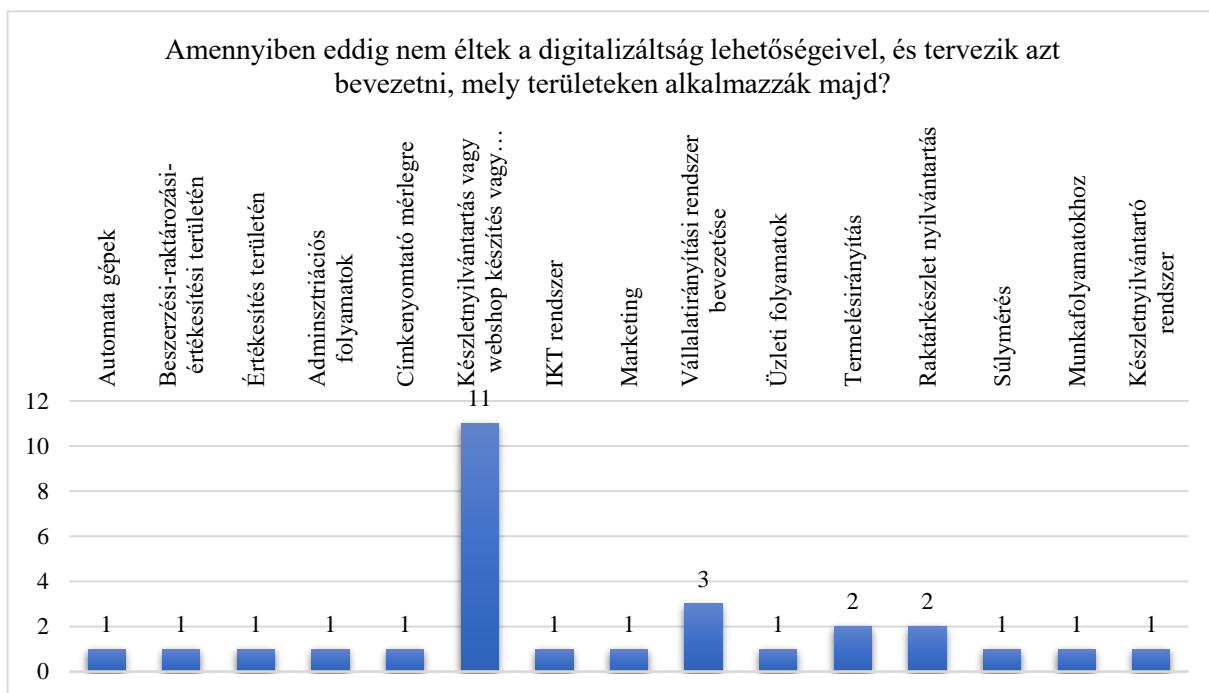
A **digitalizáció vívmányait** egyáltalán **nem alkalmazók száma** 89 vállalkozás (9%). A nemmel válaszoló cégek közül 69 volt a mikro- és 20 a kisvállalkozás. A digitalizáltság mértéke egyenes arányban változik a foglalkoztatottak számával. A vállalkozások, amelyek nem alkalmaznak digitalizált eszközöket, főként olyan mikro- és kisvállalkozások, ahol az átlagos statisztikai létszám 1-3 fő között van. Ezek főként családi vállalkozások, amelyek hagyományosan papír alapon végzik munkafolyamataikat. A digitális rendszer bevezetésének és működtetésének feltétele új kolléga alkalmazása lenne, akinek a költségeit nem tudja kitermelni a cég.

Sok folyamatnál a digitalizáció már elérte azt a szintet, hogy nem csak segíteni, de akár helyettesíteni is képes a humán munkaerőt. Mindazonáltal vannak és lesznek olyan területek (elsősorban mezőgazdasági, vagy építőipari cégek), amelyek esetében ez teljesen elképzelhetetlen.

### A digitalizációt nem alkalmazó cégek jövőbeni tervei

A 89 cégből, melyek eddig nem éltek a digitalizációval, 29 cég (33%) gondolja úgy, hogy a közeljövőben változtat és fejleszt, vagy akár teljes egészében megújítja a munkafolyamatait.

A diagram bemutatja, hogy ezek a cégek mely területeken tervezik a digitális eszközök bevezetését.



Közülük a legtöbben, 11 vállalkozás (37%) készletnyilvántartáshoz, webshop üzemeltetéshez vagy raktározáshoz használná a digitalizáció által nyújtott lehetőségeket. A vállalatirányítási rendszer bevezetésével kapcsolatban elhangzott, hogy jelentős anyagi kiadással járna, amelyre a cégnek nincs fedezete.

A 89 digitalizációt jelenleg nem alkalmazó cégből 60 vállalkozás továbbra sem tartja szükségesnek a digitalizáció beépítését a munkafolyamataiba. Ennek magyarázata az előző pontban kifejtésre került.

### Exportpiacra lépési tervek

Arra is kerestük a választ, hogy a cégeknél reális-e, hogy a közeljövőben exportpiacra tudnának lépni, és ha igen, mi szükséges ehhez. A felmérés alapján megállapítható, hogy a mikro- és kisvállalkozások minimális számban folytatnak exporttevékenységet jelenleg. A nemzetközi piacon való részvétel főként külföldi tulajdonossal rendelkező cégeknél koncentrálódik, a hazai

tulajdonú vállalkozásoknak kevés szerep jut. A megkérdezett vállalkozások többsége, 546 cég (53%) nem tervez exportpiacra lépni. Ide tartoznak például azok a vállalkozások, amelyek gyógyszerértékesítéssel foglalkoznak, hiszen ennek a tevékenységnek az exportját törvény szabályozza, vagy tevékenységük miatt (pl.: pékség) nem releváns ez a lehetőség.

172 (17%) vállalkozás nem válaszolt a kérdésre.

A maradék 311 (30 %) vállalkozás közül többen már most is jelen vannak a külföldi piacokon, azon vállalkozások, amelyek pedig még csak tervezik az exporttevékenységet, több dolgot említettek, hogy mi segítené őket ebben elindulni, illetve melyek az akadályozó tényezők.

Az exportpiacra lépést elősegítő tényezők a következők lennének:

- különféle adatbázisokba való bekerülés,
- ajánlás,
- nemzetközi szakmai napokon, vásárokon és expokon való részvétel,
- magyar termékek megismertetése,
- külföldi képviselet kiépítése.

A mikro- és kisvállalkozások szerint az **állam szerepvállalása** feltétlen szükséges az exportpiacra lépés elősegítéséhez.

A felmérés alapján a külpiacon való megjelenés akadályai az alábbiakban kerültek összefoglalásra: A megkérdezett vállalkozások nagy részénél gondot okoz a **megfelelő munkaerő hiánya**. Nincsenek olyan alkalmazottak, akik idegen nyelveket beszélnek, speciális tudással rendelkeznek a célpiacról, megfelelő tapasztalatuk lenne a külföldi munkáról és értékesítésről.

**A piac nem megfelelő ismerete** nagyban nehezíti a külpiacon való megjelenést. A megkérdezettek szerint a külpiacon való megjelenés sikerességének egyik kulcsa az adott termék vagy szolgáltatás megfelelő marketingje, a külpiacon való kapcsolatok és információk megléte, ehhez azonban fontos lenne a piackutatás, illetve marketing tevékenység, amelyhez nem rendelkeznek megfelelő pénzügyi, illetve emberi erőforrással.

Komoly akadályt jelent a nemzetközi piacra lépés szempontjából, ha **túl kicsi a vállalat mérete**, mivel ez kapacitásproblémákat eredményez. Több vállalkozás említette, hogy eszközbeszerzésre, eszközfejlesztésre lenne szükségük a kapacitásbővítéshez, ám ezt önerőből nem tudják megvalósítani.

Mind a közvetlen exporthoz, mind az exportra történő felkészüléshez kapcsolódó költségek és adminisztrációs terhek tetemesek lehetnek. Hátrányt okoz továbbá, ha nincs megfelelő forrása a vállalatnak, hogy **lépést tartson a külföldi versenytársakkal**, illetve, ha nem áll rendelkezésére megfelelő külföldi kapcsolatrendszer.

Az exportpiac az alábbi szektorokban jellemző leginkább: elektronika, gépipar, logisztika, fémgyártás. Ezzel szemben rendkívül nehéz helyzetben van a sütőipar (cukrászatok), élelmiszeripar (feldolgozó üzemek), borászatok, textilipar.

Kérdőíves felmérésünk szerint a mikro- és kisvállalatok 70%-a nem exportál és nem is tervezi belátható időn belül.

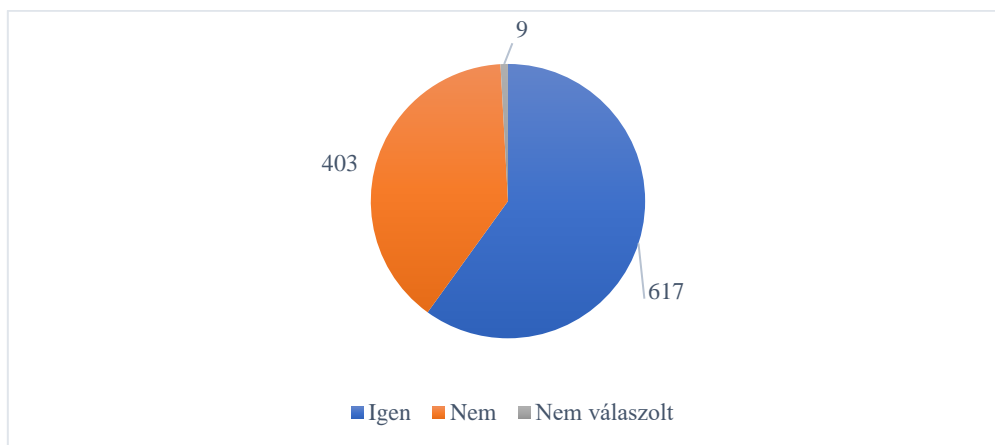


## A vállalkozások hazai beszállítói láncokba való tartozása

Az 1029 munkáltatóból 617 munkáltató jelezte, hogy hazai beszállítói láncba tartozik – ez a válaszadók 60%-a, 403 munkáltató, azaz 39% „nem” választ adott, és 9 munkáltató (1%) nem válaszolt a kérdésre. Az adatokból látható, hogy a beszállítók számottevő része a kisebb méretű, rugalmasabban működő vállalkozások közül kerül ki.

A beszállítói láncba nem tartozó szervezetek (403 vállalkozás) többsége elmondta, ha közvetlenül nem is, de közvetetten, partnereik tovább értékesítése által kötődnek a belföldi hálózathoz. Azonban a megkérdezett mikro- és kisvállalkozások egy része minimális bevétellel rendelkező vagy alvó cég volt, amelyek nem részei a honi láncolatnak.

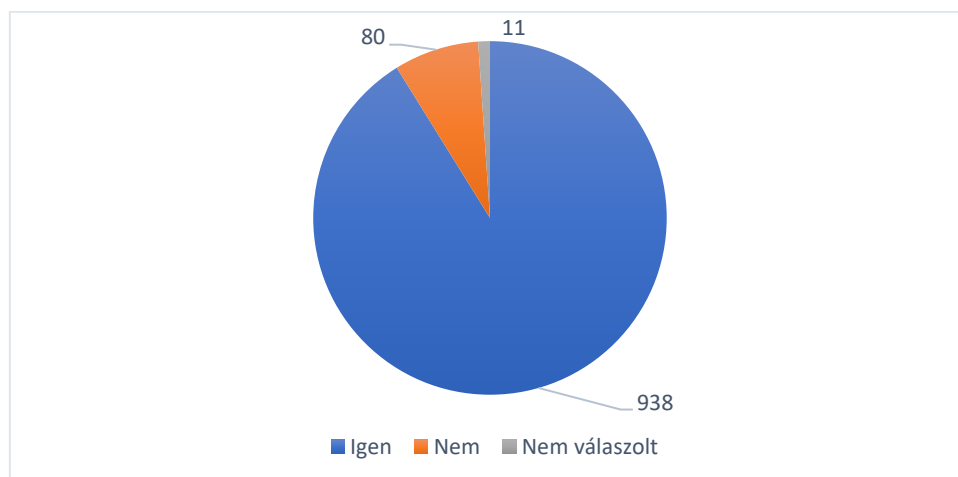
### Tevékenységgel hazai beszállítói láncba tartozik?



Néhány jól működő cég gyakorlata alapján elmondható, hogy nagy kihívás hosszútávon a beszállítói lánc, illetve a multinacionális cégek partnerének lenni. A főbb nehézségeket, kihívásokat abban látják, hogy nagyon erősen fókuszálni kell a minőségre, formai követelményekre, megbízhatóságra.

## Jövőkép

### A vállalkozásnak van-e jövőképe, az elkövetkezendő 1 évre?



A megkérdezett munkáltatók 91%-a, azaz 938 vállalkozó rendelkezik jövőképpel az elkövetkezendő 1 évre. Viszont 80 vállalkozás, a megkérdezettek 8%-a nem rendelkezik tervekkel: ők vállalkozásuk életben tartásáért küzdenek, vagy erről lemondva már a cég felszámolására készülnek. 11 vállalat, azaz 1% pedig nem válaszolt a kérdésre.

Bár az igen válaszok száma kiemelkedően magas, a helyzet azért mégsem mondható ennyire pozitívnak, ugyanis sok az olyan vállalkozás, amelynek van jövőképe és terve, de az inkább borús, és igazából a túlélés, talpon maradás a terv, növekedést nem igazán látnak, fejleszteni nem tudnak.

A vállalkozások vezetői a bizonytalan gazdasági környezet stabilizálásának fontosságára hívták fel a figyelmet. A cégek azért nem tudnak (vagy csak nehezen) tervezni, mert kiszámíthatatlan a környezet. A cégvezetők nagy része a beszélgetések során rövid távon (1 éven belül) valóban rendelkezik jövőképpel és tervekkel, azonban hosszú távra (5 évnél hosszabb idő) már nem látnak előre, nem tudnak tervezni.

Voltak, akik a háborús helyzetre és a pandémia utóhatására hivatkoztak. A vállalkozásoknál a munkaerőmegtartás gondja mellett kihívást jelent a megfelelő minőségi munkaerő megtalálása, az infláció. Többen említették, hogy nagyon sok a teher a kisvállalkozásokon, szükségük van a segítségre, különben nem fognak tudni működni. Elmondásuk szerint rengeteg az adóteher és a költség, amit nagyon nehezen tudnak kitermelni. Sok cég a túlélésért küzd, kilátástalannak látják a helyzetüket. Úgy gondolják, a mai világban minden bizonytalan, nem tudnak tervezni, ezért nem mernek se támogatást, se hitelt felvenni.

A mikro- és kisvállalkozások munkáltatói véleménye összeségében a jelenlegi nehéz helyzetüket, és bizonytalan jövőjüket mutatják. Küzdeniük kell a fennmaradásért, másrészt ki kell használniuk a krízishelyzetet, mint innovációra szólító időszakot. Nyitottság, gyors reagálás a piaci tendenciákra, új irányok megtalálása, hatékony válságkezelés, ezek határozzák meg hosszútávon a jövőképet.

## **A generációváltás problémája**

A generációváltás során az idősebb generáció a vállalat irányítását átadja a fiatalabb generációnak. Ennek a folyamatnak az időszerűségével és problémájával a magyarországi vállalkozások most szembesülnek igazán, mivel a kkv-k közel 58%-a családi kézben van, és jelentős részük a rendszerváltás idején, a 90-es években jött létre, alapítóik közelednek vagy már át is lépték a nyugdíjkorhatárt.

A mikro- és kisvállalkozásokon belül vagy van utód, akire áthagyományozható a cég vagy nincs ilyen személy. Vannak olyan cégek is, ahol van utód, de nem akarja átvenni a vállalkozást, mert vagy nem kedveli a vállalkozói létet, nem alkalmas a személyisége erre a feladatra, vagy nem akarja követni a családi mintát, más céljai vannak.

Ahol az utódok élnek a lehetőséggel és folytatják a vállalkozást, igyekeznek továbbfejleszteni azt. Kulcsfontosságú, hogy az új generáció már a digitális eszközök és technológiák korában szocializálódott, így a digitalizációt és az informatikai ismereteket, innovatív fejlesztéseket is magukkal hozzák. Természetesen a fiatal generáció által vezetett vállalkozások sikeréhez jelentősen hozzájárul az idősebb generációtól átvett készségek, tapasztalatok és tudás.

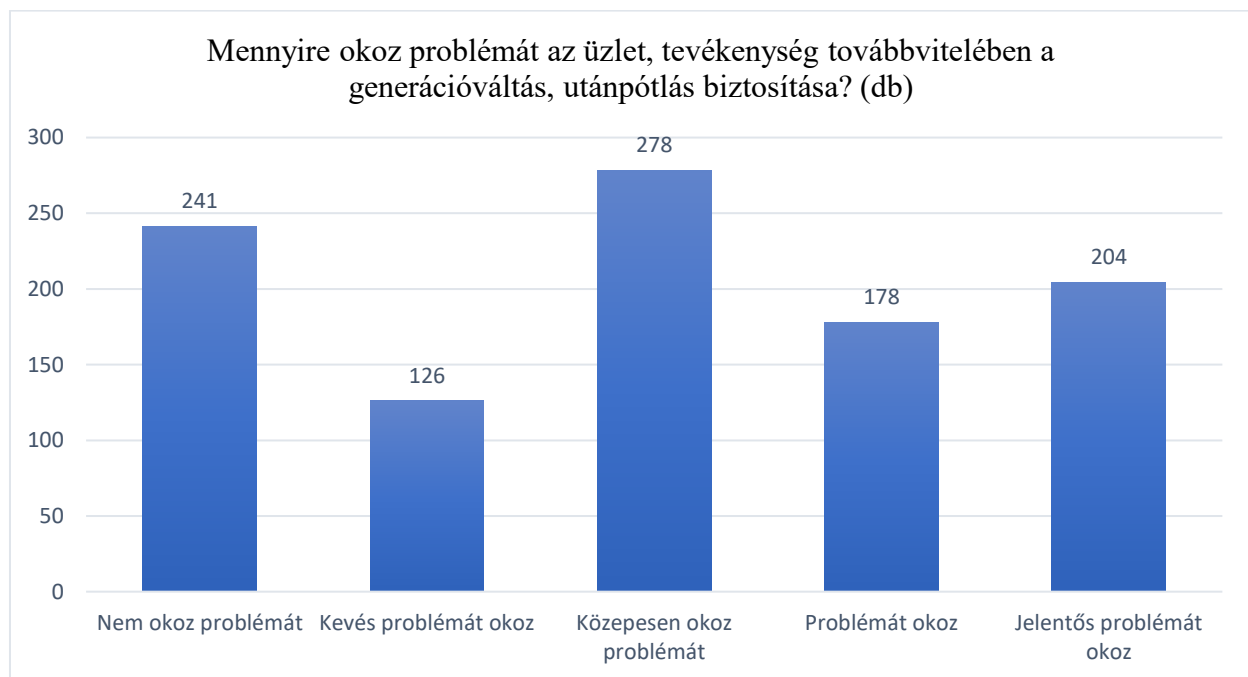
Ennél a kérdésnél arra kerestük a választ, hogy egy 1-5-ig terjedő skálán mennyire okoz problémát az üzlet, tevékenység továbbvitelében a generációváltás? (1 = nem okoz problémát, 5 = jelentős problémát okoz)

A kitöltők legnagyobb arányban, 27%-ban (278 vállalkozás) válaszolták, hogy a generációváltás közepesen problémás a tevékenységük továbbvitelében.

241 vállalkozás, vagyis 20% viszont úgy értékelte, hogy számára nem okoz problémát ugyanez a témakör. Ez utóbbi válaszadók voltak, akiknek a cégvezetés utódlása főként családon belül megoldódni látszik vagy már meg is oldódott, esetleg a vállalkozás irányítója önmaga is a fiatal nemzedék tagja.

A válaszadók 24%-a, azaz 204 fő reflektált úgy, hogy számára jelentős problémát okoz a generációváltás, az utánpótlás biztosítása. Ők voltak azok a vállalkozások, akiknek nincs leszármazottjuk, vagy gyermekeik más karriert választottak maguknak, nem kívánják tovább vinni a családi vállalkozást, specifikusan felmerült, hogy a mezőgazdaság nem vonzza a fiatalokat.

A vállalkozások 17%-ának (178 vállalkozás) gondot okoz a nemzedékváltás, míg 12%-ának (126 vállalkozás) kevés nehézséggel jár az utódlás.



Összességében elmondható, hogy a vizsgált cégek nagyjából felénél okoz a generációváltás kisebb-nagyobb problémát.

### Egy, a felmérésben részt vett vállalkozás története

Egy megkérdezett vállalkozás tulajdonosa szerint jelenlegi helyzetében számos nehézséggel és kihívással áll szemben. Az egyik legsúlyosabb nehézség számára a munkaerő megtartása. Beszámolt magas fluktuációról, valamint arról is, hogy számára milyen erőfeszítést jelent a dolgozók bérének és járulékainak magas költsége. Több esetben szükség volt alkalmazottak elbocsájtására, azonban a leggyakoribb példa a foglalkoztatottak munkaidejének lecsökkentése.

Ennek következtében a napi 8 óra munkaidő 6 órára változott. Ezzel együtt a munkavállalók bére is arányosan csökkent, ami pedig számukra okoz problémát a mindennapjaik során. Természetesen munkáltatói szempontból is számos hátránnyal jár a munkaidő csökkentése, hiszen kevesebb feladatot tudnak a dolgozók ez idő alatt elvégezni, így az előállítható termékek aránya is leredukálódik. Ezáltal pedig csökken az árbevétel és a profit. Jelenleg azonban ez az egyetlen rövid távú megoldása, hiszen már nem tudja a munkavállalók számára ugyanazt a jövedelmet fenntartani. Kihívás elé állítja a vállalkozást az a szempont is, hogy rövid időn belül érzékelhetően csökkent a megrendelések mennyisége. Ez a redukálódás pedig folyamatos, és előre nem belátható ideig tart, ami szintén kétségeket okoz a tulajdonosnak. Jelenleg tehát elsősorban az alacsony megrendelések száma, valamint a munkavállalók bérének megfizetése okozza a legnagyobb problémát a cégnek. A cég tulajdonosa folyamatosan próbál megoldásokat keresni, a pályázatok útján történő munkaügyi hivatali megkereséseket előnyben részesíti, hiszen így lehetősége van a felvett dolgozó bérére pályázati támogatást igényelni. Azonban ez akkor lenne számára valójában könnyítés, ha hosszabb távra szólnának a bértámogatások.

## Összegzés

A kutatás során főként arra kerestük a választ, hogy a hazai mikro- és kisvállalkozások körében milyen támogatási igények lennének azok, amelyek javítanák a vállalkozások hatékonyságát, termelékenységét.

A válaszok alapján a munkaerő megtartás mellett többségében a bizonytalan gazdasági helyzet jelent kihívást. A magas infláció, munkaerőhiány piaci instabilitást és gazdasági visszaesést eredményez. A cégek nehezen tudnak tervezni a változó gazdasági környezetben.

Létszám bővítést a megkérdezett vállalkozások 75%-a nem tervez. Azoknál a vállalkozásoknál, melyeknél terveznek létszám bővítést, kollégák ajánlásai, ismerősi körből merítenek vagy a járási hivatal foglalkoztatási osztályát keresik fel, ahol esetlegesen támogatást is tudnak igénybe venni a felvett munkavállalóra.

A legtöbb vállalkozás úgy gondolja, hogy a magasabb munkabér az, amely leginkább segíti a munkaerő megtartását. A COVID 19-nek köszönhetően sok helyen (nem termelő cégek esetében) bevezetésre került a rugalmas munkavégzések között a home office, amely szintén elősegíti a munkaerő megtartását.

A pályázatokat, pályázati lehetőségeket különböző módon véleményezték a cégvezetők:

A válaszadók 65%-a vállalkozásának fejlődéséhez és hatékonyságának növeléséhez a kisebb összegű, egyszerűbb pályázatok indítását tartja szükségesnek, és számos vállalkozás szívesen venne igénybe tanácsadásokat a piaci igények feltárására vonatkozóan.

A megkérdezett cégek közül sokaknak fontos a marketingtevékenység támogatása. Ez lehetővé tenné számukra az értékesítés és az árbevétel növelését.

Elhangzott a munkáltatóktól, hogy a pályázatok nem mindig segítik a vállalkozás működését, mert a megvalósulás lassú, nehézkes és gyakran változnak a feltételek és a körülmények. Hosszú a pályázatok átfutási ideje, ez korlátozza a lehetőségeket. A támogatásokat elsősorban akkor szeretnék igénybe venni, ha a pályázattal rendszeren könnyítenének és kiszámíthatóvá

válhatna, hogy mikor kapnak valójában támogatást a projektben. A kisebb cégeknek problémát okoz az előfinanszírozás is.

Bértámogatásra, járulékkedvezményre irányuló pályázatok azok, amelyeket a legtöbb cégnél pozitívan fogadnának. Számos cég jelezte továbbá, hogy szüksége van eszközbeszerzési támogatásra.

A jelenlegi gazdasági kihívásokra a digitalizációs fejlesztések fokozása az egyik eredményes válasz. A mikro- és kisvállalkozások közül a válaszadók 85%-a alkalmaz az üzleti folyamatokban digitalizációt. A vállalkozások a versenyképességük megtartásához a digitális átállás fontosságát hangsúlyozták.

A megkérdezett munkáltatók több, mint fele nem kíván exportpiacra lépni. 30%-uk szerint az exportpiac feltétele leginkább a kapacitás- és eszközhiány megszüntetése, valamint a megfelelő szakember biztosítása. A felmérésben résztvevő vállalkozások szerint a külpiaci megjelenés sikerességének egyik kulcsa az adott termék vagy szolgáltatás megfelelő marketingje, a külpiaci kapcsolatok és információk megléte.

A jövőkép meglétére vonatkozóan a válaszadók több, mint 90%-a „igen”-nel válaszolt. A személyes interjúk során számos vállalkozás nyilatkozott úgy, hogy rövid távon (1 éven belüli idő) valóban pozitívnak látja a helyzetét, de középtávon (1 és 5 év közötti időtartam) a kiszámíthatatlan gazdasági környezet miatt bizonytalannak ítéli meg azt.

A vállalkozások a generációváltást komoly kihívásnak tartják, a családi vállalkozások között is van olyan, ahol nem szeretnék továbbvinni a fiatalok a már felépített, jól működő vállalkozásokat. Vannak olyan vállalkozások, ahol jelenleg még nem okoz problémát e kérdés, de hosszú távon, 5-10 éven belül érzékelhető lesz, számos kisvállalkozás tűnhet el, zárhat be.

Összeségében a mikro- és kisvállalkozások fejlesztési szándékát segítő és ösztönző támogatási programokra nagy igény mutatkozik.