



2404

**Az új vállalkozások gazdaságra gyakorolt hatásainak vizsgálata
nemzetközi összehasonlításban**

by

**Zoltan J. Acs, Professor
Max Planck Institute for Research into Economic Systems
and University of Baltimore**

László Szerb, Lecturer

Attila Varga, Lecturer

József Ulbert, Lecturer

Éva Bodor, PhD

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Number of Pages: 24

The *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy* are edited by the
Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, MPI Jena.
For editorial correspondence,
please contact: egppapers@mpiew-jena.mpg.de

ISSN 1613-8333
© by the author

Max Planck Institute for
Research into Economic Systems
Group Entrepreneurship, Growth and
Public Policy
Kahlaische Str. 10
07745 Jena, Germany
Fax: ++49-3641-686710

Az új vállalkozások gazdaságra gyakorolt hatásainak vizsgálata nemzetközi összehasonlításban*

A Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi kutatás legfontosabb eredményei a 2001-2003-as időszakban**

*Szerb László, egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE-KTK), Vállalati Gazdaságtan és Számvitel Tanszék, e-mail: szerb@ktk.pte.hu, Zoltan J. Acs, professzor, University of Baltimore, Merrick School of Business, Varga Attila egyetemi docens (PTE-KTK), Gazdaságelmélet Tanszék Ulbert József egyetemi docens (PTE-KTK), Vállalati Gazdaságtan és Számvitel Tanszék, Bodor Éva, PhD hallgató, (PTE-KTK).

A tanulmány megírásában Szerb Lászlót a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj, Varga Attilát a Széchenyi Ösztöndíj, Ulbert Józsefet pedig az OTKA T035105-ös témaszámú kutatása segítette, köszönet mindegyik támogatónak

** A kutatás főszponzora a Gazdasági Minisztérium, majd a Gazdasági és Közlekedési Minisztérium volt. A támogatásért ezúton mondunk köszönetet. Az alábbiakban szereplő elemzések és a következtetések ugyanakkor csak és kizárólag a kutatásban résztvevő szerzők véleményét és álláspontját tükrözik, és nem feltétlenül azonosak a Minisztérium véleményével.

Az új vállalkozások gazdaságra gyakorolt hatásának elemzése az elmúlt évtized egyik sokat kutatott témája. A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) nemzetközi kutatás azonban az első, amelyik egységes módszertan alapján képes volt ezt a hatást konzisztens módon megbecsülni. A tanulmány a GEM kutatás elmúlt három évének legfontosabb eredményeit összegzi a vállalkozói aktivitás mutatóinak elemzése segítségével. Magyarország, amely a tanulmány írói révén 2001-2002-ben részt vett a felmérésben, nemzetközi szinten átlagos képet mutat, regionális összehasonlításban a többi közép-kelet európai országhoz és az Európai Unióhoz viszonyítva azonban helyzetünk kedvezőbb. Mindenesetre a vállalkozói aktivitás fokozásában még hazánkban is jelentős tartalékok vannak, ami ezért is fontos, hiszen az újonnan alapított cégek munkahelyteremtési és gazdasági növekedési hatása meghatározó jelentőségű.

Journal of Economic Literature (JEL) kód: M13

English Summary:

The analysis of the effect of new ventures on the economy has been widely investigated over the last decade. However, the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) international research was the first that provided a consistent and comparable estimation of the entrepreneurial activity over nations. The present study describes the most important result of the GEM research over the 2001-2003 time period with focusing on Hungary. Using the two most important rates, the Total Entrepreneurial Activity (TEA) index and the Firm Entrepreneurial Index (FEI), Hungary can be found in the middle range of the participating countries. Our situation is better in terms of regional comparison in the Central Eastern European region - Croatia, Poland, Russia and Slovenia -, and slightly better comparing to the European Union average. Since the new firm formation effect on economic growth and employment creation outweigh that of the existing companies by five to six times, Hungarian entrepreneurship policy should focus more on supporting the newly created enterprises.

Verzió: 2004. május 07.

A vállalkozás indítás és jelentősége a gazdaságban

Az egészségesen működő piacgazdaságban mindennapos esemény a vállalkozások megszűnése és születése. Amellett, hogy az új cégek egy része teljesen új terméket/szolgáltatást állít elő vagy új technológiát, gazdasági szervezetet valósít meg, a megszűnő vállalkozások helyébe lépő újak sem pusztán másolatai a régieknek. Az új cégek a munkahelyteremtés, a gazdasági növekedés, az innováció, és a strukturális változás, fontos forrásai. A kevésbé hatékony vállalkozásokból a megszűnés révén a benne megtestesülő fizikai, humán erőforrásbeli és pénzügyi eszközök felszabadulnak forrásokat biztosítva az új vállalkozásoknak, és ilyen módon hozzájárulnak az adott földrajzi egység (régió vagy ország) versenyképességének növekedéséhez.

Szakmai körökben hosszú ideig tartotta magát az a Gibrat törvényeként ismert tétel, amely szerint a vállalkozások mérete és növekedési üteme nincsen kapcsolatban a korrallal, azaz az új cégek várható növekedési üteme nem tér el a létező vállalkozások átlagos növekedési ütemétől. (Hall 1995). Ez a nézet az 1980-as években megváltozott, amikor Jovanovic (1982) és Evans (1987) úgy találták, hogy a kisebb, fiatalabb cégek gyorsabban növekedtek mint nagyobb, idősebb társaik.

Ács és Audretsch (1987, 1988) az elsők között ismerték fel a kis méretű, új, innovatív vállalkozások szerepét a gazdasági fejlődésben. Későbbi tanulmányok alátámasztották a kisvállalkozások alapvető fontosságát az innovációk bizonyos területein. (Ács 2002, Audretsch 1995, Rothwell és Dodgson 1995, Arrow 1983.). A kisebb méretű cégek innovációi lényegesen a legdinamikusabban fejlődő szektorokban, mint az informatikai szolgáltatások és a bio- technológia (The new economy... 2002).

A kis- és közepes méretű vállalkozások (kkv) makrogazdasági hatásairól Ács et al (1999) nyújt átfogó elemzést. Thurik és Wenekers (2001) és Dejardin (2000) szerint az innováció a kulcsfontosságú elem a vállalkozások fejlődése és a gazdasági növekedés között. Az ilyen Schumpeteri értelemben vett innovatív cégek létrejöhetnek egyetemi kutatás vagy nagyvállalatból történő kiválás vagy kipörgetés (spin-off) hatására is (Varga 2002).

Az új vállalkozások nagy száma azonban önmagában nem garancia a dinamikus gazdasági növekedésre. Jól ismert az a tény is, hogy a kis, új vállalkozások halandósága meghaladja a már létező nagyobb méretű vállalkozások megszűnési rátáját (Hall 1995, Reid 1991, Storey 1994). Ilyen módon a kezdeti nehézségeken sikeresen túljutott vállalkozásoknak kell ellensúlyozni a sikerteleneiket annak érdekében, hogy a kezdőknek tulajdonított pozitív hatások, elsősorban a gazdasági növekedés vagy a munkahelyteremtés pontosan számszerűsíthető legyen. (Davidson et al 2000). A helyzetet még tovább bonyolítja, hogy a kezdő vállalkozás sincsen egyértelműen definiálva, különböző tanulmányok mintegy 1-4 évre teszik ezt az időszakot.

A kezdő, kisebb méretű vállalkozások hatása az új munkahelyek teremtésére jól ismert Drucker (1985) óta. A későbbi USA tanulmányok megerősítették Drucker eredményeit: többek között Bednarek (2000), Cooper (1998) és Dennis (1997) is azt találták, hogy a munkahelyek döntő többségét az 1980-1990-es években az 500 főnél kevesebbet foglalkoztató kisvállalatok hozták létre. Az OECD országokra vonatkozóan Ács és Audretsch (1993) mutatta ki a kisebb cégek növekvő szerepét a foglalkoztatásban az 1980-as években. Az EU által nemrégiben kibocsátott Zöld Könyv szintén kulcsfontosságúnak tekinti a kisvállalatokat az új munkahelyek teremtése során (Green Paper 2003). Az Európai kkv

figyelő 2002-es jelentése szerint az 1990-es évektől kezdve a szóban forgó szektor vállalkozásai magasabb foglalkoztatás-növekedési rátákat produkáltak, mint a nagyvállalatok. Sőt, minél kisebb volt a vállalkozás, annál magasabb volt a foglalkoztatás növekedése (Observatory of European SMEs 2002).

Az új és reorganizált cégek a gazdaság strukturális átalakulásában is lényeges szerepet töltenek be. Ahogyan Thurik és Wenckers (2001) tanulmányában rámutatott, a gazdasági növekedés fontos tényezője a strukturális változás. Ha az országban a struktúraváltás késik, akkor ez a gazdasági növekedésre is negatív hatással járhat. Ugyanakkor a szektoron belül újonnan megjelenő magasabb hatékonyságú cégek a verseny hatására nyomást gyakorolhatnak a már meglévő cégekre, és ezáltal innovációra, megújulásra kényszeríthetik őket (Green book 2003). Schumpeter nyomán Acs (2002) a vállalkozókat a „változás ügynökeinek” nevezi.

A volt szocialista országok, így Magyarország esetében is az új vállalkozások létrehozása és növekedési problémái a rendszerváltás óta folyamatosan az érdeklődés középpontjában állnak. Miután az 1980-as évek végén a vállalkozás alapítása előtt álló adminisztratív akadályokat eltörölték, a vállalkozások száma gyors növekedésnek indult. A regisztrált vállalkozások száma az 1990-es 400 000-ról 1 millió fölé nőtt 1995-re (Szerb és Ulbert 2002). Hasonló tendencia figyelhető meg Csehország és Lengyelország esetében is. A Világbank által az átmeneti gazdaságokról készített tanulmány úgy találta, hogy az új vállalkozások létrejötte kulcsfontosságú a gazdasági növekedés és a fejlődés szempontjából (Transition 2002).

A tranzíció első fázisában az újonnan alapított magánvállalkozások fontos szerepet töltek be az erőforrások mobilizálásában és a létező vállalatok monopolhelyzetének megtörésében (Tyson et al 1994) éppen úgy, mint a hiány felszámolásában és a gazdaság szerkezeti átalakulásában. Ugyanakkor az új vállalkozásokat nem demoralizálta a piacgazdasági játékszabályok változása sem (Winiecki 2001). A magyar vállalkozások esetében Laki (2001) hasonlította össze a privatizált és az újonnan alapított vállalkozások teljesítményét. Laki megállapításainak lényege, hogy bár az új cégek jelentős szerepet töltek be a GDP termelésben és a foglalkoztatásban, de teljesítményük elmaradt a döntő mértékben külföldi tulajdonba került nagyobb méretű vállalatok teljesítményétől az 1990-es évek második felében. Mindenesetre abban az ENSZ és a Világbank szakemberei is egyetértenek, hogy a tranzíció további szakaszában a meglévő és újonnan alapított vállalkozások erősítése az egyik fő cél a korábban kiemelten kezelt a privatizáció helyett. (The development 1999).

A továbbiakban egy olyan nemzetközi kutatás, a Global Entrepreneurship Monitor 2001-2003-as eredményeiről számolunk be, aminek hazánk is részese volt. Ez a széles körű összehasonlíthatóságot kínáló vizsgálat lehetőséget nyújt arra, hogy a születőben levő, az újonnan alapított és az innovatív, növekedő vállalkozások gazdaságra gyakorolt hatását, a vállalkozási aktivitásra ható tényezőket és a vállalkozók jellemzőit elemezzük. A következőkben először a GEM modellt és az adatbázist, majd a vállalkozói aktivitás mérésére alkalmazott mutatókat ismertetjük. A továbbiakban összehasonlítjuk az egyes országok, ország-csoportok vállalkozói aktivitását, majd a vállalkozói aktivitás munkahely-teremtési és gazdasági növekedési hatását, a hatás erősségét elemezzük. A következtetésekben kerül sor hazánk vállalkozói teljesítményének értékelésére.

A GEM modell és az adatbázis kialakítása

A GEM kutatás 1997 szeptemberében indult a Babson College (USA) és a London Business School (LBS) vezetésével, kezdetben 9 ország részvételével. Az országok száma 2000-ben 21-re, 2001-ben, 29-re, 2002-ban 37-re emelkedett. Az úgynevezett átmeneti országok közül Horvátország, Lengyelország, Oroszország és Szlovénia tagja a konzorciumnak. Magyarország a 2001-es és a 2002-es kutatásnak volt részese.

A GEM alapvető célja, hogy két fontos kérdésre válaszoljon, aminek politikai, gazdaságpolitikai következményei is vannak. Először, hogyan hat a vállalkozói aktivitás a nemzeti és nemzetközi gazdasági fejlődésre? Másodsor, mit tehet a kormányzat, hogy bátorítsa a vállalkozói tevékenységet?

Jelen témánk, a vállalkozói aktivitás szempontjából az alábbi tényezők vizsgálatára koncentrálnak:

- vannak-e nemzetközi, kulturális különbségek az egyes országok között a vállalkozói aktivitás területén?
- milyen módon befolyásolja a vállalkozói aktivitás a gazdasági növekedést és a munkahelyteremtést?
- vajon az újonnan alapított vagy a már létező vállalatok vállalkozói aktivitása lényegesebb-e a munkahelyteremtés és a gazdasági növekedés szempontjából?

A GEM koncepcionális modellje a gazdasági növekedésre ható összes tényezőt igyekszik magába foglalni, és ennek megfelelően irányítani az adatgyűjtést és elemzést. A modell fő jellemzői a következőkben foglalható össze:

- a modell **függő** változója a gazdasági növekedés,
- feltételezett, hogy a gazdasági folyamatok egy relatíve stabil politikai, társadalmi és történeti kontextusban zajlanak, így az ezeket meghatározó, befolyásoló feltételek csak lassan változnak, ha változnak egyáltalán,
- a gazdasági növekedésnek két fontos, egymással és a lassan változó külső környezeti tényezőkkel szoros kapcsolatban álló mechanizmusa létezik: az egyik a már létező, megállapodott cégek, elsősorban nagyvállalatok által vezérelt, a másik az új és a növekvő vállalkozások generálta növekedés.

A GEM ezen, a fentiekben felvázolt jellemzői alapján létrehozott modellje az 1. számú ábrán látható.

1. számú ábra valahol itt

Az 1. számú ábra alapján a modell felső része szerint a gazdaságban meghatározóak a megállapodott, nagyobb méretű cégek. Ha a nemzeti keretfeltételek megfelelően alakulnak, akkor ez pozitívan befolyásolja a nagyvállalatok nemzetközi versenyképességét, és áttételesen kihat a kis- és középvállalati (kkv) szektorra is. Az ilyen folyamatok jól működhetnek, ha a nemzetközi cserekapcsolatok a stabil kereslettel rendelkező árucikkekre szűkítettek, továbbá a piacok és a termelési technológia csak kismértékben változik.

A gazdasági fejlődés másik lehetséges alternatívája, amely az ábra alsó részén látható, kiemeli az új és a növekvő vállalkozások, a vállalkozási folyamat szerepét. Ekkor a nemzeti feltételek

más elemei lépnek kölcsönhatásba a szociális, kulturális, politikai tényezőkkel és hatnak az új vállalkozásokra. A vállalkozói keretfeltételek különböznek, de mégis kapcsolatban állnak az általános nemzeti feltételekkel. Az új vállalkozások indítása szempontjából a vállalkozói szektorból két elem emelkedik ki, a vállalkozói lehetőségek és az emberek teljesítőképessége, kapacitása. Feltételeztem, hogy mindez hozzájárul a vállalkozások születéséhez és megszűnéséhez, a munkahelyek változásához. Végül pedig ez a „vállalkozás-közpülés” (entrepreneurial crunching) hatással van a gazdasági növekedésre.

A gazdasági növekedés e két forrása szoros kapcsolatban áll egymással. A már létező nagyvállalatok lehet, hogy új üzleti lehetőségeket biztosítanak, így forrásai lehetnek új vállalkozások alapításának. Az új és növekvő cégek pedig gyakran a meglévő cégek fő beszállítói. Ha ezek a vállalkozások képesek alacsony költségen magas minőségű termékeket előállítani, akkor mindez a már létező cégek számára is jelentős versenyelőnyt jelenthet. A megállapodott cégek ugyanakkor az új üzleti lehetőségek fő vagy kizárólagos szponzorai is lehetnek.

Az itt leírt koncepció séma előnye, hogy a fő hangsúlyt az egymást kiegészítő folyamatokra helyezi, amelyek mindegyike hozzájárul a gazdasági növekedéshez. A már létező kutatások, mint például a világ versenyképességi évkönyvek, a létező, megállapodott nemzeti cégek versenypozíciójának összetevőit elemezik (IMD World Competitiveness Yearbook 2003). A GEM azzal egészíti ki ezeket a kutatásokat, hogy a vállalkozási folyamat szerepét és hatásait állítja a vizsgálat középpontjába.

A fenti koncepcionális modell gyakorlatilag változtatások nélkül jól szolgálta a GEM 1999 és a 2000-es kutatásokat. 2001-től azonban a különböző résztvevő országok száma megnőtt, 29-re emelkedett és az adatgyűjtés időszaka egybeesett a gazdasági növekedés világszerte tapasztalható lassulásával. **Legalábbis részben a világgazdasági recesszióval összefüggésben magyarázható a vállalkozói aktivitás jelentős, mintegy 25 százalékos visszaesése 2001-ről 2002-re. Hogy a recesszió mellett még milyen más tényezők játszottak ebben szerepet, ez az elméleti modellből azonban nem vezethető le. A vizsgált 2000-2003-as időszakban ugyanis a vállalkozói keretfeltételek meglehetősen stabilitást mutattak, azaz a keretfeltételek változása nem indokolta volna a vállalkozói aktivitás ilyen jelentős visszaesését. Ebből következően valószínűsíthető, hogy az 1. számú ábrán látható összefüggésrendszernek olyan elemei is vannak, amelyek nem könnyen azonosíthatók, vagy/és más fontos befolyásoló tényezők maradtak ki a modellből. A modellben alkalmazott kilenc keretfeltétel relevanciáját, és a vállalkozás társadalmi, kulturális jelenségét támasztja viszont alá az a tény, hogy a vállalkozói aktivitás visszaesése ellenére az országok rangsora relatíve keveset változott a vizsgált időszakban. Mindezekkel együtt úgy tűnik, hogy a vállalkozási folyamat sokkal összetettebb, semmint azt a kutatás kezdetén a modell alkotói feltételezték. Ezen összefüggésrendszer feltárása viszont további elméleti és empirikus kutatások és felmérések feladata, amiben nyilvánvaló korlátot jelent a már kidolgozott módszertan és kérdőív továbbá az elvárás, hogy az egyes évek felmérései és az eredmények egymással is összehasonlíthatók legyenek. Az elmúlt években a továbbfejlesztést szolgálták a lehetőség motiválta és kényszervállalkozások kategóriáinak bevezetése, a technológiaorientált és az új termékeket, szolgáltatásokat előállító vállalkozások vizsgálata, vagy a létező vállalatok vállalkozásainak elemzése, amelyek egyben a meglévő modellben még levő tartalékokra is utalnak (Renolds et al 2001, 2002, 2003).**

A GEM adatforrásai

A GEM kutatás eredményei iránti jelentős nemzetközi érdeklődés nagyrészt az ország-adatok összehasonlíthatóságával magyarázható, ami az adatgyűjtés magas szintű standardizáltságának és központi koordinációjának következménye. A kutatás három adatforrásra épít, melyek közül kettő a GEM program sajátosságainak megfelelő információt tartalmaz, s így azok elsődleges (primer) adatgyűjtés eredményei, míg a harmadik másodlagos (szekunder) nemzetközi adatbázisok alapján kerül összeállításra.

1. Kérdőíves felmérés a felnőtt lakosság körében, melynek alapján a GEM vállalkozói aktivitást mérő indexei kerülnek kiszámításra. A résztvevő országok mindegyikében egy legalább 2000 fős minta kerül meghatározásra, ami a felnőtt, munkaképes korú (18-65 év közötti) lakosságot reprezentálja. A felmérés adott év májusa és júniusa között zajlik le. A 2000 főre kiterjedő magyarországi reprezentatív felmérést a londoni GEM központ koordinációjában és a magyar kutató team szakmai közreműködésével egy nemzetközi piackutató cég végezte el 2001-2002-ben.
2. Mélyinterjúk készítése a vállalkozás nemzeti szakértőivel. A mélyinterjúk, melyeket a GEM nemzeti kutatócsoportjai egységesen megadott szempontok szerint készítenek el, a sajátos nemzeti feltételek megértéséhez kulcsfontosságú információval szolgálnak. Az interjú végén mindegyik szakértő kitölt egy több mint 110 kérdést tartalmazó kérdőívet, miáltal a nemzeti feltételek összehasonlító elemzésére is mód nyílik. A szakértői interjúk révén a vállalkozói aktivitással kapcsolatos gazdaságpolitikai kérdések megközelítésének minden eddiginél gazdagabb információs forrását hozza létre a GEM kutatási program. A GEM interjúkat világszerte adott év áprilisa és szeptembere között folytatták le a nemzeti csoportok. Magyarország esetében 2001-ben 36, 2002-ben további 18 mélyinterjú készült a vállalkozás nemzeti szakértőivel, kormányzati szakemberekkel, politikusokkal, kutatókkal, oktatókkal és vállalkozókkal. Jelen tanulmány terjedelmi okok miatt nem foglalkozik a szakértői interjúk feldolgozásával, azok egy későbbi dolgozat tárgyát képezik.
3. Nemzeti gazdasági és demográfiai adatok. A fenti két alapvető adatbázist a nemzetgazdaságokat és a lakosságot jellemző információk megszerzését célzó széleskörű másodlagos adatgyűjtés egészíti ki. Az adatokat tucatnyi forrásból, többek között az ENSZ illetve az OECD adatbázisaiból állítja össze a GEM központi kutató szervezete.

A felnőtt lakosságot célzó kérdőíves felmérést, valamint a másodlagos adatok nemzetközi forrásokból történő összeállítását a Paul D. Reynolds professzor által vezetett és a London Business School-on működő GEM koordináló team irányítja. A magyarországi GEM kutatást a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán működő kutatócsoport végezte el.

A GEM és a vállalkozói aktivitás mérése

Amellett, hogy a kis és közepes méretű, és az új vállalkozások gazdasági jelentősége tagadhatatlan, a hatás erőssége és annak mechanizmusa máig nem feltárt (Ács et al 2003). A probléma rögtön a magatartási értelemben vett vállalkozás és a tömegesen létező, ámde egyáltalán nem innovatív és növekedésre képtelen kisvállalatok gyakorlati elhatárolásánál kezdődik. A gondok csak fokozódnak, amikor a vállalkozói aktivitás mérésére teszünk kísérletet. Az önfoglalkoztatói és vállalkozói ráták, az új vállalkozások alapítása és megszűnése, az innováció, vagy a magas növekedésű szektorokban (új gazdaság)

tevékenykedő vállalkozások száma, mint a leggyakrabban alkalmazott mutatók mind problematikusak valamilyen szempontból.

Az önfoglalkoztatás még nem is tekinthető igazi vállalkozásnak, hanem csak annak az előszobája. Gyakori azonban, hogy az előszoba nem jelent továbblépést, hanem megreked egy alacsonyabb szinten. A vállalkozói ráták elsősorban a tulajdon és nem magatartási szempontból tesznek lehetővé összehasonlítást, így vállalkozói szempontból eltérő módon aktív országok könnyen egy csoportba kerülhetnek, ugyanakkor hasonló országok között nagy különbségek látszódnak. Az innováció még nem jelent vállalkozást, adott ország magas K+F kiadásai önmagukban nem indukálnak magasabb gazdasági növekedést. Az innováció továbbterjedése szempontjából kulcsfontosságú nemzeti és regionális innovációs hálózatok működéséről, az innovációs együttműködésekről pedig relatíve keveset tudunk. A magasabb növekedésű dinamikájú szektorokban tevékenykedő cégek elemzése azt mutatja, hogy a dinamikusan bővülő vállalkozások mellett igen nagy a megszűnő cégek aránya, ugyanakkor számos hagyományos szektorban tevékenykedő cég is igen magas növekedési rátákat képes produkálni (Szerb 2004).

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a vállalkozási aktivitás méréséhez az új vállalkozások létrehozását vagy annak kísérletét tartja:

„Vállalkozásnak tekinthető minden olyan új üzleti egység (new business, venture creation) létrehozási kísérlete, mint magánfoglalkoztatás, új vállalkozói szervezet alapítása, vagy a létező vállalkozás bővítése, amelyet természetes személyek, csoportok vagy egy már létező üzleti vállalkozás akar megvalósítani.” (Acs – Szerb – Ulbert – Varga 2002,)

A fenti meghatározás kétségtelen előnye, hogy egységes szempontok alapján méri a vállalkozói aktivitást, történjen az a világ bármely részén. A definíció alapján a vállalkozói folyamat különböző aspektusainak mérésére nyílik lehetőség. **A GEM a vállalkozás két dimenzióját, a vállalkozásalapítást és annak motivációját helyezi a vizsgálat középpontjába az alábbiaknak megfelelően:**

- A születőben levő vállalkozások azok amelyek még nem jöttek létre, de a közeljövőben tervezik alapításukat. Ennek érdekében a potenciális vállalkozó már valamilyen lépéseket tett – telephelyet keresett, üzleti tervet készített, lehetséges vevőkkel, beszállítókkal tárgyalt stb. A gyakorlat ezt mutatja, hogy az ilyen módon tervezett vállalkozások döntő része alapításra is kerül a későbbiek során.
- Az új vállalkozások azok, amelyek az elmúlt 42 hónapban hoztak létre, függetlenül attól, hogy újonnan alapítottak vagy meglévő szervezeti kereteken belül megvalósítottak (belső vállalkozás).
- A lehetőség motiválta vállalkozások amelyek alapításának oka új üzleti lehetőség kihasználása.
- A kényszervállalkozások amelyeket azért létesítettek vagy terveznek, mert a vállalkozónak nem volt, más lehetősége a megélhetésre.

Ennek alapján a GEM a vállalkozói aktivitás következő mutatószámait hozta létre:

- A születőben levő vállalkozói aktivitás szintje, amelyet az új vállalkozást indítani akaróknak a teljes felnőtt lakossághoz mért (18-65 év közötti korosztály) részarányaként számíthatunk.
- A új vállalkozások aktivitási szintje, amely a felnőtt lakosság új (42 hónapnál nem régebben alapított) vállalkozást létrehozó csoportjának a teljes lakosságban képviselt részarányaként határozhatunk meg.
- A Teljes Vállalkozói Mutató (TVM) a születőben levő és az új vállalkozások együttes részarányát mutatja a teljes felnőtt lakosságon belül.
- A lehetőség motiválta vállalkozások részaránya az új vagy születőben levő vállalkozásoknak az a része, amely lehetőség kihasználása érdekében jött létre.
- A kényszervállalkozások részaránya az új vagy születőben levő vállalkozásoknak az a része, amelyet azért hoztak létre, mert más választása nem volt az illetőnek.
- A vállalati vállalkozási mutató (VVM) (Firm Entrepreneurial Index)¹ a létező vállalkozások vállalkozói aktivitási szintjének egy kombinált indexe, amely egyrészt azt mutatja, hogy a már létező vállalkozások hány százaléka kínál új terméket, szolgáltatást, illetve az ilyen cégek a foglalkoztatottak hány százalékát alkalmazzák. A kombinációra azért van szükség, hogy az egyes országok vállalatméretből származó torzítását elkerülhessük. A mutató átlagaként a 2-es érték került meghatározásra – a negatív számok elkerülése érdekében – és értelme igazán az országok közötti összehasonlításban van (Reynold et al 2004). **Ugyanakkor meg kell említenünk egy másik potenciális problémát, ami az egyes országok eltérő fejlettségével következhet. A VVM mutató magasabb értéke ugyanis könnyebben produkálható egy fejlődő országban, ahol a lényegesen nagyobb tere van az új termékek bevezetésének összehasonlítva az élenjáró, fejlett országokéval, akik az úttörő szerepet töltik be.**

A GEM által használt mutatószámok által egy ország vállalkozói aktivitásának minden eddigénél mélyebb és árnyaltabb képét lehet megalkotni, ugyanis a fent ismertetett módszertan alapján a vállalkozói aktivitás jelenlétét már a vállalkozások hivatalos megszületése előtt érzékelni lehet. Mindezen túl a GEM mutatószám rendszere mind az új vállalkozásokban való részvételről, mind a meglévő vállalkozások vállalkozási szintjéről igen megbízható információt szolgáltat.

Ugyanakkor nyilvánvaló, hogy a fenti definíció nem képes a vállalkozói aktivitás teljes szegmensét átfogni, így egybemossa a kenyai, földjét kezdetleges eszközökkel művelő agrárvállalkozót a Szilícium völgy csúcstechnológiájú amerikai cégével. Ugyanígy nem tesz különbséget a csak és kizárólag adózási okokból alapított számlakibocsátó, a kiszervezés nyomán létrejövő leplezett munkavállalói létet takaró vállalkozás, a család megélhetését biztosító cég vagy a dinamikusan növekedni akaró szervezeti egység között sem. Az elmúlt három évben számos olyan kísérlet történt, hogy a legdinamikusabb növekedésre képes vállalkozásokat azonosítani tudjuk. Ezen próbálkozások közül az a kérdés bizonyult a

¹ Meg kell jegyeznünk, hogy a VVM mutató - hasonlóan a TVM-hez - nem vállalati, hanem egyéni reprezentatív minta alapján történő felmérés eredménye, így abban a külföldi tőkebefektetés (FDI) és a külföldi tulajdonú cégek vállalkozói aktivitása csak akkor jelenhet meg, ha a céget tulajdonló illető Magyarországi állandó lakhellyel rendelkezik és bekerül a reprezentatív mintába.

legtermékenyebbnek, amely azt firtatta, hogy a vállalkozás vajon a már létező termékek, szolgáltatások pusztán másolásán alapul, vagy újat, eddig nem ismert terméket, szolgáltatást hoz létre.

A vállalkozói aktivitás országok közötti összehasonlítása

A továbbiakban az előző fejezet részben tárgyalt vállalkozói aktivitási mutatók felhasználásával vizsgáljuk egyes ország-csoportok és országok vállalkozói aktivitását. Az elemzés során elsősorban a TVM és a VVM mutatók kerülnek tárgyalásra, a születőben levő és az új cégek aktivitási szintjét kifejező mutatókkal a következőkben nem foglalkozunk, egyrészt terjedelmi okok miatt, másrészt azért mert a fenti két mutatóhoz képest nem nyújt többletinformációt a vállalkozói aktivitásról.

Az ország-csoportok a GEM kutatás osztályozási rendszerét felhasználva az alábbiak:

- Fejlett ázsiai – Hong Kong, Japán, Tajvan, Szingapúr;
- Fejlődő ázsiai – **Dél Korea, India, Kína, Thaiföld;**
- Közép-Kelet Európa – **Horvátország, Lengyelország, Magyarország, Oroszország, Szlovénia;**
- Európai Unió +4 – Belgium, Dánia, **Finnország**, Egyesült Királyság, Franciaország, **Görögország**, Hollandia, **Írország**, Izland, Izrael, **Németország**, Norvégia, **Olaszország, Portugália, Spanyolország**, Svájc, Svédország;
- Latin Amerika – Argentína, Brazília, **Chile**, Mexikó, Venezuela;
- Volt brit gyarmat – Ausztrália, Dél Afrika, Kanada, **USA**, Új Zéland;

Vastag betűvel jelöltük azokat az országokat, amelyeket külön is feltüntettünk az ábrán. Így a közép-kelet európai országok mindegyike, a versenytárs fejlődő ázsiai országok, az Európai Unió összes déli országa, legfontosabb kereskedelmi partnerünk, Németország, jövőbeli fejlődésünk mintájaként Chile, Finnország, Írország, végül a vállalkozói mintaország, az USA.

A 2. Számú ábra a teljes vállalkozói mutatót ábrázolja 2001-2002-ben a fenti csoportosításnak megfelelően.

2. számú ábra valahol itt

A kutatásban résztvevő 40 GEM ország a világ lakosságának 63 százalékát reprezentálja. A 2,4 milliárd 18-64 éves korosztály mintegy 12 százaléka, azaz majdnem 300 millió ember próbált létrehozni új vállalkozást, vagy volt 3,5 évnél fiatalabb vállalkozása a 2001-2002-es időszakban. Az országok és ország-csoportok közti különbségek jelentősnek mondhatók. A leginkább és a legkevésbé vállalkozói országok egyaránt Ázsiában találhatók. A vállalkozások abszolút száma tekintetében a fejlődő ázsiai országok, elsősorban a két legnagyobb lélekszámú országnak, Indiának és Kínának köszönhetően vezetik a világranglistát. Ameddig ez az ország-csoport a világ 18-65 éves munkaképes korosztályának mintegy 63 százalékával rendelkezett 2002-ben, addig a világ vállalkozóinak 78 százaléka ebből a régióból származott.

A volt brit gyarmatok vállalkozói hajlandósága is jelentősen meghaladja a világtátlagot, bár itt már érzékelhető egy 27 százalékos csökkenés a vállalkozói aktivitásban 2001 és 2002 között a világméretű recesszió kibontakozásával párhuzamosan. Az Európai Unió + 4 ország-csoport vállalkozói szempontból lényegesen kevésbé aktív, mint a Brit Birodalom volt gyarmatai. A

különbség mintegy harminc százalékos. Ezen belül is az Európai Unió országai kevésbé aktívak, mint az Unión kívüli fejlett országok, Svájc, Izrael, Izland vagy Norvégia. Bár az európai déli országok vállalkozóibbak, mint északabbra fekvő társaik, a TVM mutató alapján a különbség nem olyan jelentős, mint az 1000 lakosra jutó vállalkozások száma esetében tapasztalható (Observatory 2002).

A közép-kelet európai országok vállalkozói hajlandósága az EU átlag alatt található, és alig magasabb, mint a fejlett ázsiai országoké. Ameddig a kutatásban résztvevő közép-kelet európai országok a világ munkaerő-állományának 5 százalékát tették ki 2002-ben, addig a világ vállalkozóinak mindössze 1 százaléka volt fellelhető ebben a régióban. Ráadásul a TVM mutató visszaesése 2001 és 2002 között lényegesen meghaladta a világban tapasztalható átlagos visszaesést. Ezek a tények azt sugallják, hogy ebben a régióban a vállalkozói szektor érzékenyebben reagál a változásokra, és a vállalkozói magatartás még nem igazán vert gyökeret a rendszerváltás óta eltelt években.

Magyarország régióon belüli helyzete jónak mondható, a vállalkozói aktivitás tekintetében a hazai TVM a régió legmagasabb értéke, 11,42 volt 2001-ben, és 6,6 volt 2002-ben. Ez a különbség ráadásul statisztikailag is szignifikáns. A különbség oka lehet az is, hogy Magyarországon, bár korlátozott mértékben és erőteljesen kontrollálva, de lehetőség nyílt némi vállalkozói tevékenységre még a rendszerváltás előtti évtizedekben is (Laki 2001).. Ilyen lehetőség a többi átmeneti országban nem volt. Az Európai Unió átlagához képest is jól állunk, bár a különbség 2002-ben a hibahatáron belül volt. Az EU-ból egyedül Írország TVM mutatója magasabb mint, a magyar, viszont az EU-n kívüli európai országok mindegyike vállalkozóibb volt 2002-ben, mint Magyarország. Talán meglepő, hogy a globalizációs és innovációs minta-országok éllovasai között emlegetett Finnország vállalkozói aktivitása meglehetősen alacsony, a hazainak mintegy kétharmada. Mindebből arra következtethetünk, hogy a fejlődésnek különböző útjai lehetnek, az egyik oldalról a vállalkozóilag aktívabban mutatkozó Írország, a másik oldalról pedig inkább a megállapodott vállalatokra építő Finnország, mindegyike sikeres lehet.

Ha az elmúlt néhány évben nyomon követjük Magyarország versenyképességi, globalizációs, K+F rangsorát a világban, akkor azt láthatjuk, hogy a középmezőnyben jó néhány helyet hátrább csúsztunk (Borsi- Telcs 2004, Szerb 2004, Measuring Global 2004). A relatív lemaradás egyik magyarázata lehet a vállalkozói aktivitás visszaesése is: a versenytárs fejlődő ázsiai országok TVM mutatói 2001-2002 között inkább nőttek, addig a miénk jelentősen csökkent. A hazánkhoz hasonló fejlettségű és nagyságú országok közül kiemelkedő eredményeket ért el a vállalkozóilag igen aktív Chile. A chilei TVM mutató 2002-es 15,7-es értéke azt mutatja, hogy számunkra is lehetnek még tartalékok a vállalkozások indítása területén.

A 3,5 évnél idősebb, megállapodott vállalatok által indított újabb vállalkozások, innovációk jelenthetik a fejlődés – gazdasági növekedés, munkahelyteremtés – másik fontos forrását. Ezt fejezi ki a vállalati vállalkozói mutató (VVM) is. A 3. Számú ábrán a VVM mutató mellett látható az is, hogy a vállalatok hány százaléka az, amelyik vállalkozóinak minősül, és ezen cégek a munkaerő hány százalékát foglalkoztatják.

3. számú ábra valahol itt

Talán meglepő, de a meglevő cégek vállalkozói aktivitása nem az USA-ban és nem a fejlett országokban a legnagyobb, **viszont ez összhangban van a már előzőekben jelzettekkel, hogy az**

innovációban nagyobb lehetőségei vannak a fejlődő, mint az úttörő, élenjáró országoknak. A kiugróan eredményes Chile mellett Dél Korea és Mexikó a listavezetők, és ott található a 6. helyen Szlovénia is, ahol a vállalatok mintegy 16 százaléka minősül vállalkozóinak, akik a munkaerő több mint 17 százalékát foglalkoztatják. Az EU országai itt jobban szerepelnek, mint a TVM esetében, többnyire közepes mértékű VVM értékekkel. Az átlagtól némileg elmaradva a középmezőny második felében szerepel Magyarország, ahol a meglévő cégek alig több mint 9 százaléka innovatív, akik a munkaerő mintegy 12 százalékát alkalmazzák. A hazai 1,82-es VVM érték némileg meghaladja az EU 1,75-ös átlagát, azonban az EU vállalatainak több, mint 10 százaléka vállalkozói, de csak a munkaerő 9,4 százalékának biztosítanak állást. Tehát a hazai VVM mutató magasabb értéke az átlagnál nagyobb cégek magasabb innovativitásának, növekedési hajlandóságának köszönhető. Ez az eredmény áttételesen megerősíti azt a több hazai szakértő által képviselt álláspontot, amely a kisebb méretű cégek alacsonyabb innovációs potenciáljára és növekedési problémáira utal (Inzelt és Szerb 2003, Laki 2001, Kőhegyi 2001, Major 2002). Ugyanakkor a már említett Szlovénia és Magyarország kivételével a közép-kelet európai régió országai a lista végén helyezkednek el, a legalul Lengyelország, ahol a meglévő cégek nem egészen 2 százaléka mutat növekedési hajlandóságot. Ha ehhez hozzátesszük, hogy a „vállalkozói” terminus meglehetősen liberálisan meghatározott, már kismértékű munkahelyteremtéssel, minimális újítással is bele lehet kerülni a körbe, akkor a közép-kelet európai országok helyzete – Szlovénia kivételével – egyenesen riasztónak mondható.

A TVM és a VVM indexek alapján az országok öt csoportja képezhető, ami az 1. Számú táblázatban látható.

1. számú táblázat: Ország-csoportok a vállalkozói aktivitás mutatói alapján 2001-2003

Csoport	Országok	Start*	Új vállalkozás**	TVM	Vállalkozói cég	Vállalkozói munkahely	VVM
		%	%	%	%	%	%
A	Chile, Dél Korea, Új Zéland	11,9	9,5	20,2	21,8	24,0	3,6
B	Brazília India, Kína, Mexikó	7,8	6,4	13,9	12,0	15,3	2,3
C	Argentína, Ausztrália, Dánia, Hong Kong Írország, Izland, Kanada, Magyarország, Szlovénia, Spanyolország, Szingapúr, Thaiföld, USA	5,3	4,0	8,8	12,1	12,4	2,1
D	Belgium, Dél Afrika, Finnország Görögország, Izrael, Németország, Norvégia, Svájc, Svédország,	3,2	2,6	5,6	8,1	10,6	1,6
E	Horvátország, Franciaország, Hollandia, Japán, Lengyelország, Oroszország, Tajvan	1,9	1,5	3,3	6,5	5,0	1,0

*Start: születőben levő vállalkozások aránya a 18-64 éves korosztály százalékában

**Új vállalkozás: 42 hónapnál fiatalabb vállalkozások aránya a 18-64 éves korosztály százalékában

Az 1. számú táblázattal kapcsolatban meg kell jegyeznünk, hogy az itt kapott sorrend és csoportosítás nincsen feltétlenül összhangban más módszerekkel, más szerzők, és esetleg más ország-csoportok esetében mért vállalkozói aktivitással, amelyek a vállalkozási folyamat más-más aspektusaira helyezik a hangsúlyt. A leggyakrabban használt vállalkozói aktivitás mutatókkal – az önfoglalkoztatási és vállalkozói ráta, a vállalkozások száma és turbulenciája, továbbá a legdinamikusabban növekvő új gazdasági szektorok részarányának változása – ezek tartalmával és összehasonlításával részletesen foglalkozik Szerb összefoglaló tanulmánya (Szerb 2004).

A vállalkozói aktivitás két mutatója alapján hazánk a legnépesebb középmezőnyben található, annak is inkább a második felében. A régióban egyedül Szlovénia sorolható még ebbe a csoportba, a többiek az utolsó helyre szorultak. Az Európai Unió országai többnyire a D csoportban lelhetők fel, ahol a TVM mutató értéke alacsony és a VVM indexek értékei közepesnek minősíthetők. **A további kutatások során logikusnak tűnik egy, a vállalkozói aktivitás mindkét aspektusát magában foglaló kompozit index kiszámolása is.**

A vállalkozói aktivitás meghatározó dimenziói, motivációi

A következőkben a vállalkozói aktivitás azon befolyásoló tényezőit, jellemzőit vizsgáljuk, amelyek meghatározhatják a vállalkozásalapítás motivációit.

Szakmai körökben általános az a vélekedés, hogy a vállalkozásindítás motivációi befolyásolják a vállalkozás későbbi sorsát, túlélését vagy megszűnését. A GEM a kényszervállalkozások és lehetőség motiválta vállalkozások kategóriáit alkalmazva tett különbséget az alapítás okainak vizsgálata során. A kényszer és a lehetőség motiválta vállalkozások arányát vizsgálva karakteres kép tárul elénk, amelyet a 2.számú táblázatban mutatunk be.

2. számú táblázat: Ország-csoportosítás a lehetőség motiválta vállalkozások részarány szerint 2002-ben

Csoport	Országok	A lehetőség motiválta vállalkozások részaránya %
Alfa	Ausztrália, Dánia Egyesült Királyság, Finnország, Franciaország, Hollandia, Írország, Kanada, Norvégia, Svájc, Svédország, Szingapúr, Thaiföld, Új Zéland, USA	80 felett
Béta	Izland, Izrael, Németország, Oroszország, Spanyolország, Szlovénia, Tajvan,	70-80
Delta	Belgium, Hong Kong, Horvátország, India, Japán, Lengyelország, Magyarország, Mexikó, Szlovénia, Spanyolország, Szingapúr, Thaiföld, USA	60-70
Gamma	Chile, Dél Afrika, Dél Korea, Olaszország,	50-60
Omega	Argentína, Brazília, Kína	50 alatt
	Átlag	72

A fejlett európai és a volt brit gyarmatok országai esetében a lehetőség motiválta vállalkozások részaránya meghaladja a 70, sőt legtöbbször a 80 százalékot is. Az Omega csoport fejlődő országbeli tagjai esetében pedig a kényszervállalkozások dominálnak. A közhiedelemmel ellentétben a hazai vállalkozók több, mint 60 százaléka nyilatkozott úgy, hogy vállalkozásba azért kezdett, mert jó üzleti lehetőséget látott.² Mindenesetre ez az érték több mint 10 százalékkal a világátlag alatt helyezkedik el. Mint látható, a közép-kelet európai régió országai többnyire ebbe a csoportba tartoznak, kivéve Oroszországot és Szlovéniát, ahol a vállalkozók kevesebb, mint 30 százalékát motiválta a kényszer az indításnál. Úgy tűnik, hogy a rendszerváltás első éveit jellemző „kényszervállalkozósdí” kezd visszaszorulni, és a régió országai e tekintetben ma már inkább hasonlítanak a fejlett mint a fejlődő országokhoz. Természetesen a GEM felmérés nem képes árnyalni a képet, így nem ismert az sem, hogy a

² Czakó és szerzőtársai (1995) magyarországi vizsgálatai az 1990-es évek elején azt látszik alátámasztani, hogy a rendszerváltás első éveiben inkább a kényszervállalkozások domináltak, sokan a munkahelyek elvesztése miatt, vagy előre-menekülési stratégiát alkalmazva váltak vállalkozókká.

potenciális és fiatal céget vivő vállalkozók lehetőségként vagy kényszerként élik meg az adóelkerülési céllal, vagy a kiszervezés eredményeképpen létrejövő vállalkozást.

Bár az iskolázottsági és a vállalkozói aktivitás szintjei között nincsen meghatározó kapcsolat, ez már nem igaz az iskolázottság és a lehetőség versus kényszer motiválta vállalkozások esetében. Azok, akik legalább középfokú szakképesítéssel rendelkeznek inkább lehetőség, az ennél alacsonyabban iskolázottak inkább kényszervállalkozók. Hasonló különbségek mutathatók ki a háztartás jövedelmei tekintetében is: az alacsonyabb jövedelmű háztartásokban élők több, mint fele kényszervállalkozó, azonban ez magasabb jövedelmű háztartások csak kevesebb, mint 25 százalékára mondható el.

Említést kell tennünk egy jelenségről, amely a vállalkozói tevékenység legkevésbé ismert tényezői közé tartozik: azok a személyek, akik vállalkozás-indításba kezdenek, döntő többségben (80 százalékban) már rendelkeznek munkahellyel, függetlenül attól, hogy lehetőség motiválta vagy kényszervállalkozásról van szó. Ez azt valószínűsíti, hogy a munkanélküliek körében az önálló vállalkozói lét megteremtése nem igazán szerepel az alternatívák között. Ugyanakkor a már létező vállalkozói, innovatív cégek alapítói körében meghatározó a legalább középfokú iskolázottság – kétszeres különbség – és a magasabb háztartási jövedelem – hatszoros különbség a nem innovatív cégek tulajdonosaihoz képest. Talán szükségtelen említeni, de ezek a személyek szinte mind rendelkeznek vagy rendelkeztek a vállalkozás alapítása előtt munkahellyel.

A vállalkozási dimenziók sokat kutatott elemei közé tartozik a korcsoportos és a nemek szerinti vizsgálat. Ezt mutatja a 4. számú ábra.

4. számú ábra valahol itt

Általában elmondható, hogy minden két hölgyek által indított vállalkozásra három férfiak által kezdeményezett cég jut. Magyarországon a női vállalkozások aránya némileg elmarad a nemzetközi átlagtól, minden két férfi vállalkozásra átlagban egy női vállalkozás jut. A leginkább férfi vállalkozók által dominált országok Izrael, Horvátország, Japán és Szlovénia, ahol 3:1 az arány a férfi/női vállalkozások között. Úgy tűnik, hogy a közép-kelet európai régió esetében a volt Jugoszlávia két utódállama alacsony szintű vállalkozói aktivitásának oka a nők kezdeményezőkézségének elmaradásában keresendő. Ez azonban nem mondható el Lengyelországról, ahol mind a magyart, mind a nemzetközi átlagot meghaladja a hölgyek vállalkozói aktivitása. A legtöbb női vállalkozó egyébként Olaszországban, Kínában és Thaiföldön található. A két nem közötti arányok kevéssé különböznek a fejlődő országok esetében, mint a többiekénél.

Az innovatív vállalkozói cégek esetében még szembetűnőbb a férfiak dominanciája, a különbség több mint négyszeres, azt sugallva, hogy a női vállalkozók kevéssé ambiciózusak cégük növekedését s innovációját illetően, mint a férfiak.

A korcsoportos megoszlás tekintetében nagyfokú a hasonlóság a férfiak és a nők között. A legaktívabb korosztály a 25-34 éves, amit némileg lemaradva követ a 35-44 éves korcsoport. A legkevésbé aktívak az 55-64 évesek. A korosztályos megoszlás azt a különböző országokban többek által megfigyelt ténytet támasztja alá, hogy a vállalkozói kor az elmúlt évtizedben fiatalodott, és a legfiatalabb korosztály is egyre inkább saját maga keresi a boldogulását.

A vállalkozói aktivitás hatása a munkahelyteremtésre és a gazdasági növekedésre

Az új vállalkozások által kiváltott gazdasági hatások közül a legnagyobb figyelemre a munkahelyteremtő képesség és a gazdasági növekedés tarthat számot. Az új vállalkozások munkahelyteremtő képességét reprezentálja az 5. Számú ábra. Felhívnanánk a figyelmet arra, hogy a függőleges tengely logaritmikus skála, tehát egy osztás tízszeres különbséget takar.

5. számú ábra valahol itt

Mint az első tekintetre is látható, a nagyobb lélekszámú országok, Kína, India, USA esetében az új vállalkozások által kreált munkahelyek becsült száma a legnagyobb, meghaladja a 10 milliót. Ebből is kiugrik a kínai majd 84 milliós adat. **Magyarországon mintegy 188 000 új munkahely volt tulajdonítható 2003-ban az újonnan alapított vállalkozásoknak, amelyek kora a 42 hónapot nem haladta meg. Az abszolút számok összevetésénél reálisabb kép rajzolódik ki előttünk, ha azt nézzük, hogy az új cégek által teremtett munkahelyek a teljes munkaerő-állomány hány százalékát teszik ki.** Ez az élcsoporthoz tartozó Dél Koreában mintegy 13, Kínában 11, az USA-ban 8, Magyarországon pedig 5 százalék. Horvátország, Lengyelország, Oroszország és Szlovénia mutatói a magyarhoz igen hasonlóak, egymástól és Magyarországtól statisztikailag nem különböznek.

Felmerül a kérdés, hogy vajon a meglévő vállalkozóinak minősülő cégek aktivitása vagy az új vállalkozások képesek-e több munkahelyteremtésre? Mint az a 3. Számú ábrán is látható, a vállalkozói, innovatív cégek az összes cég mintegy 11 százalékát, Magyarország esetében pedig valamivel több, mint 9 százalékát teszik ki. Ez szám szerint Magyarországon mintegy 45 000 vállalkozást jelentett 2002-ben. Ehhez képest a GEM országok között az újonnan vállalkozások száma mintegy ötszöröse a vállalkozói cégek számának. Magyarországon az új cégek száma majdnem 252 000 volt 2003-ban, ez 5,6-szoros különbség. A születőben levő vállalkozások esetében még nagyobb az eltérés, átlagban hatszoros. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy az új vállalkozások munkahelyteremtő képessége messze meghaladja a létező cégekét. A jelenség okainak feltárása azonban túlmutat a GEM kutatáson éppen úgy, mint a gazdaságpolitikai üzenet, hogy a meglévő cégek vállalkozói aktivitásának fokozása a kkv politika kevésbé sikeres elemei közé tartozik a világon. Sajnálatos módon a GEM jelenlegi eredményei nem teszik lehetővé egy, a létező cégekre vonatkozó, eredményekkel kecsegtető támogatási politika meghatározását.

Szakmai körökben jól ismert az, hogy a vállalkozások egy igen kicsi része, mintegy 3-5 százaléka teremti az új munkahelyek majd 80 százalékát (Reynolds et al 2004). A 2000-2003-as GEM adatok alapján a kezdő vállalkozások mintegy 8% egyáltalán nem akar új munkahelyet teremteni, 35% 1-4 munkahelyet, 18% 5-9 munkahelyet, 18% 10-19 munkahelyet és 21% több mint 20 munkahelyet szándékozik teremteni az elkövetkező öt éven belül. A magyar adatok belesimulnak az átlagba, habár a több mint 20 munkahelyet teremteni akarók aránya nálunk nem éri el az átlagos 20 százalékot.

Az adatok lehetővé teszik, hogy megbecsüljük az új vállalkozások piacra gyakorolt innovatív hatását. Az innovatív csoportok kialakításánál figyelembe vett tényezők a fogyasztók termék iránti figyelme, a verseny szintje és a kritikus technológia, és a vállalkozás termékének újdonsága. A GEM országok összességében a 2002-2003-as évekre elmondható, hogy az új cégek mintegy 37% semmilyen innovatív hatással nincsen a piacra, 29% százaléka kismértékű hatást valószínűsít, mindössze 3% véli úgy, hogy hatása a piacon jelentős. Az új

magyar cégek piaci hatása ehhez az átlaghoz képest lényegesen kisebb, mintegy 50% nyilatkozott úgy, hogy semmilyen piaci hatása nincsen, és 1% alatt van a jelentős piaci hatással rendelkezők aránya. A lengyel cégek még ennél is alacsonyabb befolyással rendelkeznek, viszont az új szlovén vállalkozások mintegy 80 százaléka jelentett valamilyen pozitív piaci hatást.

A gazdasági növekedés és a vállalkozói aktivitás vizsgálatára most már az évek során felgyűlt több mint 110 megfigyelési egység – adott ország éves vállalkozói mutatói - nyújt lehetőséget. Külön vizsgáltuk a lehetőség motiválta a kényszervállalkozások és a kombinált TVM, továbbá a létező vállalatok vállalkozói aktivitás (VVM) hatását a gazdasági növekedésre. A legfontosabb eredményeket a 3. Számú táblázatban foglalhatjuk össze

3. Számú táblázat: A vállalkozói aktivitás mutatói és a GDP növekedés közötti korrelációs kapcsolatok 2000-2003

Adott év	GDP növekedés adott év	GDP növekedés 1 év múlva	GDP növekedés 2 év múlva	GDP növekedés 2003-2004
TVM teljes	0,10	0,39***	0,26**	
TVM-lehetőség	0,12	0,37***	0,15	
TVM- kényszer	0,06	0,45***	0,43***	
TVM 2002-2003	-	-	-	0,69**
VVM 2002-2003	-	-	-	0,25

**0,01 szinten szignifikáns

***0,001 szinten szignifikáns

A 3. számú táblázat második oszlopának adatai alapján az adott év vállalkozói aktivitás mutatója és gazdasági növekedése közötti korrelációs kapcsolat, bár pozitív, statisztikailag nem szignifikáns. Az adott év vállalkozói aktivitás szintje és az egyéves gazdasági növekedés között már pozitív szignifikáns a kapcsolat (3. oszlop). A két illetve az itt nem közölt hároméves gazdasági növekedés esetében a lehetőség motiválta vállalkozói szint szignifikancia-szintje csökken, a kényszervállalkozásé növekszik az előző évhez képest. Az egyes sorokat vizsgálva látható, hogy a TVM teljes és a gazdasági növekedés szignifikanciája – köszönhetően a kényszervállalkozási rátának – szintén növekszik (2. sor). Ennek alapján nehéz nem arra a következtetésre jutni, hogy a fejlett országok gazdasági növekedését általában meghaladó fejlődő országok GDP emelkedésében a kényszervállalkozások fontos szerepet töltenek be.

2003-ban TVM mutatója és az egyéves gazdasági növekedés rátája közötti korreláció 0,45. Amikor pedig a 2002 és a 2003-as TVM indexeket kombináltuk, akkor a 2003-2004-es becült gazdasági növekedési adatokkal kalkulált korreláció 0,69-re emelkedett. A létező vállalkozások VVM mutatója és a gazdasági növekedés között is pozitív a korreláció iránya, azonban a kapcsolat nem szignifikáns. Ebből arra következtethetünk, hogy a létező cégek vállalkozói aktivitásának gazdasági növekedésre gyakorolt hatása, hasonlóan a munkahelyteremtéshez, messze nem éri el az új vállalkozásoknak tulajdonítható szintet.

A GEM adatok alapján arra a talán meglepő, de logikus következtetésre juthatunk, hogy a fejlett országok döntő mértékben lehetőség motiválta, általában magasabb arányban nagyobb növekedési képességű, több mint 20 főt foglalkoztatni akaró, exportorientált kezdő vállalkozásait összességében a fejlődő országok lényegesen nagyobb számú, hagyományos ágazatokban tevékenykedő kényszervállalkozásai a gazdasági növekedés szempontjából

felülmúlják. Természetesen a fejlődő országok magasabb gazdasági növekedési rátáira magyarázat lehet az alacsonyabb bázis és a potenciális lehetőségek magasabb szintje is, azonban semmiképpen sem elhanyagolható az új vállalkozások pozitív hatása. Az Európai Unió és az USA közötti gazdasági növekedés- és foglalkoztatásbeli különbségek egyik magyarázó tényezője is a vállalkozói aktivitásban mutatkozó jelentős eltérés.

Következtetések, összefoglalás

A Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi kutatás elmúlt három évének legfontosabb eredményeit tekintettük át elsősorban a vállalkozói aktivitási mutatók alapján. A kutatás, az esetleges kétségek és néha nagyfokú hibahatár mellett is a vállalkozói magatartás standardizált vizsgálatát, és országok közötti összehasonlítását teszi lehetővé. A vállalkozói aktivitás tekintetében a résztvevő mintegy 40 ország között jelentős különbségek láthatók. Általában a fejlődő országok, ezek közül is az ázsiaiak és a brit birodalom volt gyarmatai állnak az élen, Ázsia fejlett országai és a közép-kelet európai régió az, ahol a legkisebb a vállalkozói hajlam.

A kutatás egyik legfontosabb eredménye, hogy képes volt erős, sztochasztikus kapcsolatot kimutatni a vállalkozói aktivitás és a munkahelyteremtés továbbá a gazdasági növekedés között. **A kauzális összefüggés bizonyítása és vizsgálata azonban a további kutatások feladata.** Összehasonlítva a meglévő cégek vállalkozói aktivitását az újonnan alapított vállalkozások hasonló mutatóival elmondható, hogy mind a gazdasági növekedés, mind munkahelyteremtő képesség szempontjából az új vállalkozások jelentősen felülmúlják a régiek teljesítményét. A meglévő cégek vállalkozói aktivitásának fokozása a gazdaságpolitika egyik nagy kihívása nem csupán Magyarországon, hanem más régiókban is.

A nemek szerinti és a korosztályos vizsgálat alátámasztotta a már eddig is ismert tényeket, a vállalkozói kör fiatalodik, ma tipikus a 25-34 éves vállalkozó, és a vállalkozók kb. 60 százalékát férfiak teszik ki. A legdinamikusabban növekvő cégek esetében még nagyobb a különbség a férfiak javára. A vállalkozói aktivitás fokozásának egy másik útja így a női vállalkozók bátorítása lehet.

Magyarország a 2001-2002-es években vett részt a felmérésben. Szereplésünkről összességében az mondható el, hogy átlagos szinte minden tekintetben. Helyzetünk kedvezőbb regionális összehasonlításban, azonban a régió országai közül mindössze Horvátország, Lengyelország, Oroszország, és Szlovénia tagja a konzorciumnak. Sajnos az Európai Unió, ahova hamarosan csatlakozni kívánunk sem élenjáró a vállalkozói aktivitás tekintetében, mind a gyorsan növekvő ázsiai fejlődő országok, mind a Brit Birodalom volt gyarmatai, élen az USA-val lényegesen magasabb vállalkozói aktivitással rendelkeznek. A vállalkozói aktivitás szintje pedig, mint azt láthattuk, szoros kapcsolatban van a munkahelyteremtő képességgel és gazdasági növekedéssel is.

Érdeemes megvizsgálni Magyarország helyezéseit más szempontok szerint is nemzetközi összehasonlításban. Mind a versenyképességben, mind a globalizációs mutatókban az elmúlt három évben 2-3 hellyel hátrább szorultunk, és a K+F esetében is hasonló a visszaesés (Borsi – Telcs 2004, Measuring Global 2004, Szerb 2004). Jelentősen csökkent a fejlődés és a gazdasági szempontjából fontos külföldi tőkebevonás is. Mindez a gazdasági növekedés fokozatos lassulásával párosult a 2000-2003-as időszakban. Tehát nem pusztán arról van szó, hogy a világgazdasági recesszióra az átlagnál érzékenyebben reagált az ország, hanem arról,

hogy közvetlen versenytársaink hozzánk képest többet haladtak előre, vagy kevesebbet hátra. Úgy tűnik, hogy mára a nagyvállalatok exportteljesítményére és a külföldi tőkebevonásra alapozott, a Bokros csomaggal kezdődő gazdaságpolitika tartalékai kimerültek, és váltásra lenne szükség. A GEM kutatás alapján pedig az új gazdaságpolitika egyik kulcseleme a vállalkozói aktivitás fokozása lehetne.

Irodalomjegyzék

- Acs, Z. 2002 What Is the Value of Entrepreneurial Start-ups to an Economy? Pp. 81-106, In Varga, Attila – L. Szerb (eds) Innovation, Entrepreneurship Regions and Economic Development International experiences and Hungarian Challenges, University of Pécs
- Acs, Z. and D. Audretsch 1987 Innovation, Market Structure and Firm Size, Review of Economics and Statistics vol 69 pp. 567-574
- Acs, Z. and D. Audretsch 1988 Innovation in Large and Small Firms American Economic Review Vol 78 no 4pp 678-690
- Acs, Z. and D. Audretsch 1983 Small Firms and Entrepreneurship: An East West Perspective, Cambridge University Press, Cambridge
- Acs, Z – D. Audretsch – P. Braunerhjelm – B. Carlsson 2003 The Missing Link: The Knowledge Filter, Entrepreneurship and Endogenous Growth, Working paper
- Acs, Z. – B. Carlsson – C. Karlsson 1999 Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy, Cambridge University Press United Kingdom
- Acs, Z. – L. Szerb - A. Varga – J. Ulbert 2002: GEM, Entrepreneurship in Hungary 2001, PTE, Faculty of Business and Economics
- Arrow, K. 1983 Innovation in Large and Small firms, in Ronen, Joshua (ed) 1983 Entrepreneurship Lexington Books pp. 15-28
- Audretsch, D. 1995 Innovation and Industry Evolution, The MIT Press Cambridge
- Bednazzik, R. 2000 The Role of Entrepreneurship in U.S. and European Job Growth, Monthly Labor Review July pp. 3-16
- Borsi B. – Telcs A. 2004 A K+F tevékenység nemzetközi összehasonlítása országstatisztikák alapján, Közgazdasági Szemle LI. Évf 2004 február pp. 153-172.
- Cooper, A. 1998. Entrepreneurship; The past, the present, the future. USASBE Conference, Clearwater, FL.
- Czakó Á. – Kuczai T. – Lnegyel Gy. – Vajda Á. 1995 A kisvállalkozások néhány jellemzője a kilencvenes évek elején, Közgazdasági szemle 1995. április XLII. Évf. pp. 399-419
- Davidsson, P. - Delmar, F. - Wiklund, J. (2000). Entrepreneurship as Growth; Growth as Entrepreneurship. Paper presented at "Creating a New Mindset. Integrating Strategy and Entrepreneurship Perspectives", Kansas City, November 2-5, 2000.
- Dejardin, M. 2000 Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction? Institute for Development Strategies Indiana University ISSN 00-8
- Dennis, W. J., Jr. 1997. More Than You Think; An Inclusive Estimate of Business Entries. Journal of Business Venturing, 12.
- Drucker, P. F. 1985. Innovation and Entrepreneurship. New York: Harper & Row.

Evans, D. 1987 'Tests of Alternative Theories of Firm Growth' *Journal of Political Economy*, Vol 95. No 4. Pp. 657-674 1987

Green Paper 2003 Entrepreneurship in Europe, Enterprise Publications European Commission Brussels 2003

Hall, G. 1995 *Surviving and Prospering in the Small Firm Sector*, Routledge, London, 1995

Inzelt A. – Szerb L. 2003: Az innovációs aktivitás vizsgálata ökonometriai módszerekkel. *Közgazdasági Szemle* 50. 11. szám pp. 1002-1021

Jovanovic, B. 1982 'Selection and the Evolution of Industry', *Econometrica*, Vol 50. No. 3. Pp. 649-670,

Kőhegyi K. 2001 Növekvő és zsugorodó vállalkozások *Közgazdasági Szemle* XLVIII. Évf. 2001 április pp. 320-337

Major I. 2002: Miért (nem) sikeresek a magyar középvállalatok? *Közgazdasági Szemle* 2002 december pp. 993-1014

Measuring Global 2004, http://www.atkearney.com/shared_res/pdf/2004G-index.pdf Letöltés ideje: 2004. március 3.

Observatory of European SMEs 2002 SMEs in Focus, European Commission

Reid, G.1995: 'Staying in Business' *International Journal of Industrial Organization* 9. Pp. 545-556

Reynolds, P – W. Bygrave – E. Autio 2004 GEM 2003 Global Report, Working paper London Business School

Reynolds, P. – M. Hay – W. Bygrave – S. Camp – E. Autio 2001 *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report*, London

Reynolds, P – W. Bygrave – E. Autio – L. Cox –M. Hay: *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*, Babson College, London Business School, Ewing Marion Kauffman Foundation 2002

Rothwell, R. and M. Dodgson 1995 Innovation and Size of the Firm in Dodgson, M. – R. Rothwell eds.(1995): *The Handbook of Industrial Innovation*, Edward Elgar London, pp. 310-324

Storey, D.J.:1994 'Understanding the Small Business Factor', Routledge London and New York

Szerb, L. 2004 Vállalkozás és vállalkozói aktivitás mérése Magyarországon és a világban, megjelenés alatt *Statisztikai Szemle*

Szerb, L. and J. Ulbert 2002 Entrepreneurial Growth and the Role of Venture Capital, In Varga, Attila – L. Szerb (eds) *Innovation, Entrepreneurship Regions and Economic Development International experiences and Hungarian Challenges*, University of Pécs

[The Development...] 1999 *The Development of Entrepreneurship and Small Business in Transitional Economies*, Department of Economic and Social Affairs
Division for Public Economics and Public Administration, United Nations New York,

[The New Economy...] 2002 *The New Economy in Germany and the United States: Policy Challenges and Solutions*, AICGS New Economy Study Group Team, American Institute for Contemporary German Studies, <http://www.aicgs.org/publications/PDF/audr.pdf> Downloaded. 01-06-2003 10 AM.

Thurik, R. and S. Wennekers 2001 A Note on Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth, Erasmus research Institute of Management (ERIM), Erasmus University Rotterdam, Discussion paper nr. 121
<http://www.irim.eur.nl>

[Transition..2002]. *Transition: The First Ten Years 2002* World Bank, Washington

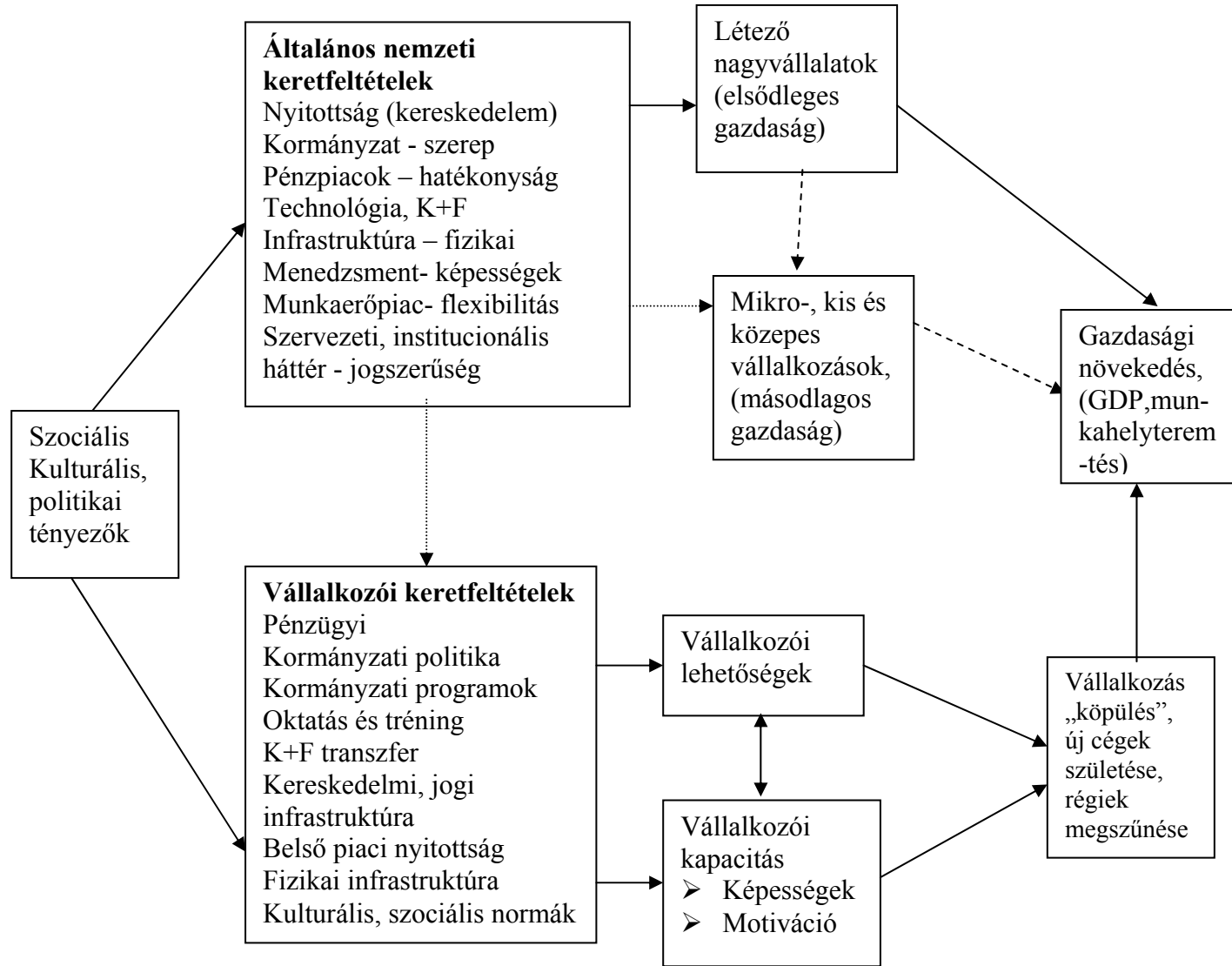
Tyson, L. – T. Perrin – H. Rogers 1994 Promoting Entrepreneurship in Eastern Europe, Small Business Economics vol. 6 pp. 1-20

Varga, A. 2002 Knowledge Transfers from Universities and the Regional Economy: A Review of the Literature, in , In Varga, Attila – L. Szerb (eds) Innovation, Entrepreneurship Regions and Economic Development International experiences and Hungarian Challenges, University of Pécs 147-171

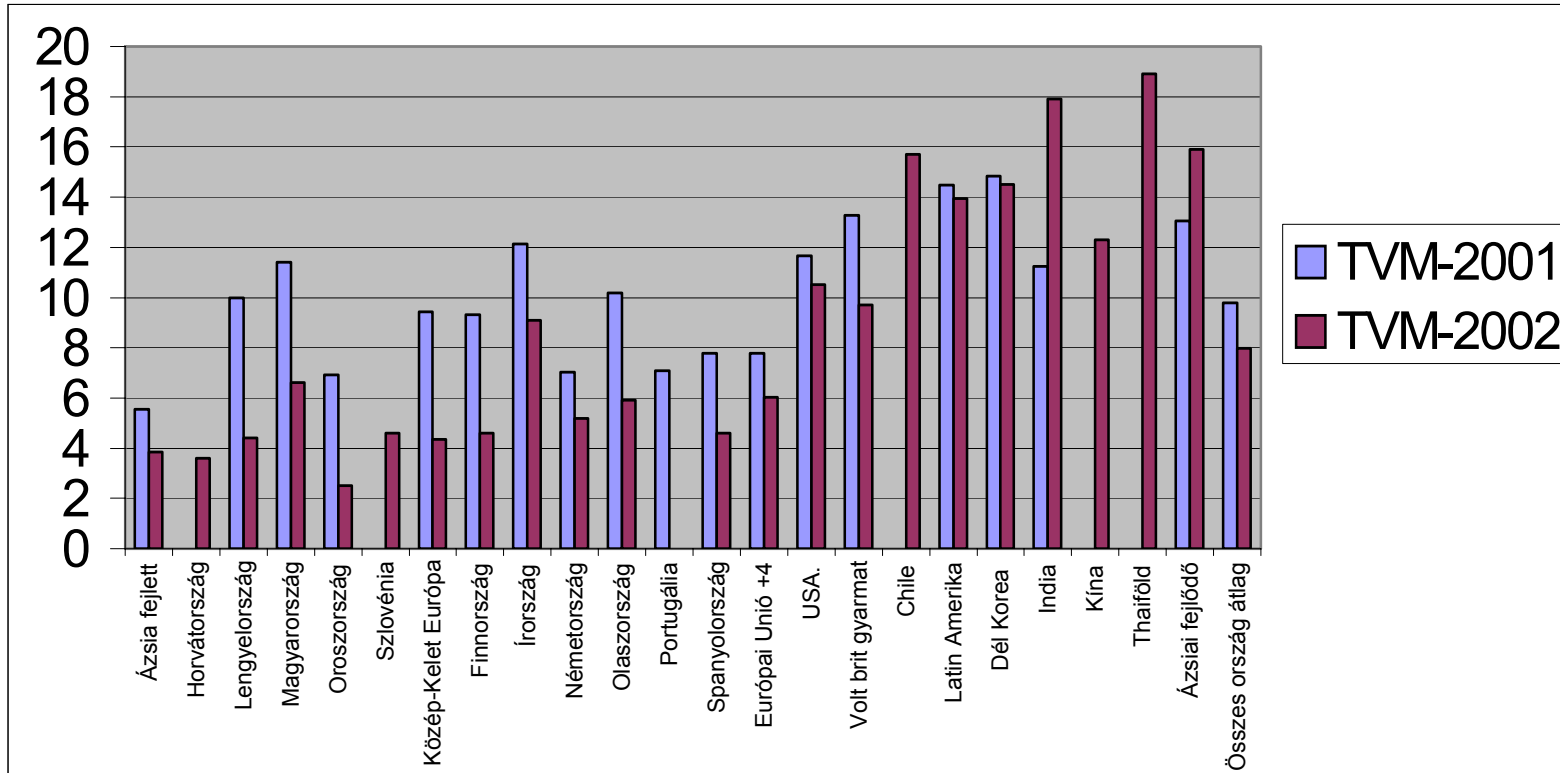
Winiiecki, J. 2001 The Role of New, Entrepreneurial Private Sector in Transition and Economic Performance in Light of the Successes in Poland, the Czech Republic and Hungary, BOFIT Discussion Papers 2001 no. 12, Bank of Finland

IMD World Competitiveness Yearbook 2003, <http://www02.imd.ch/wcy/> letöltés ideje: 2004. március 5.

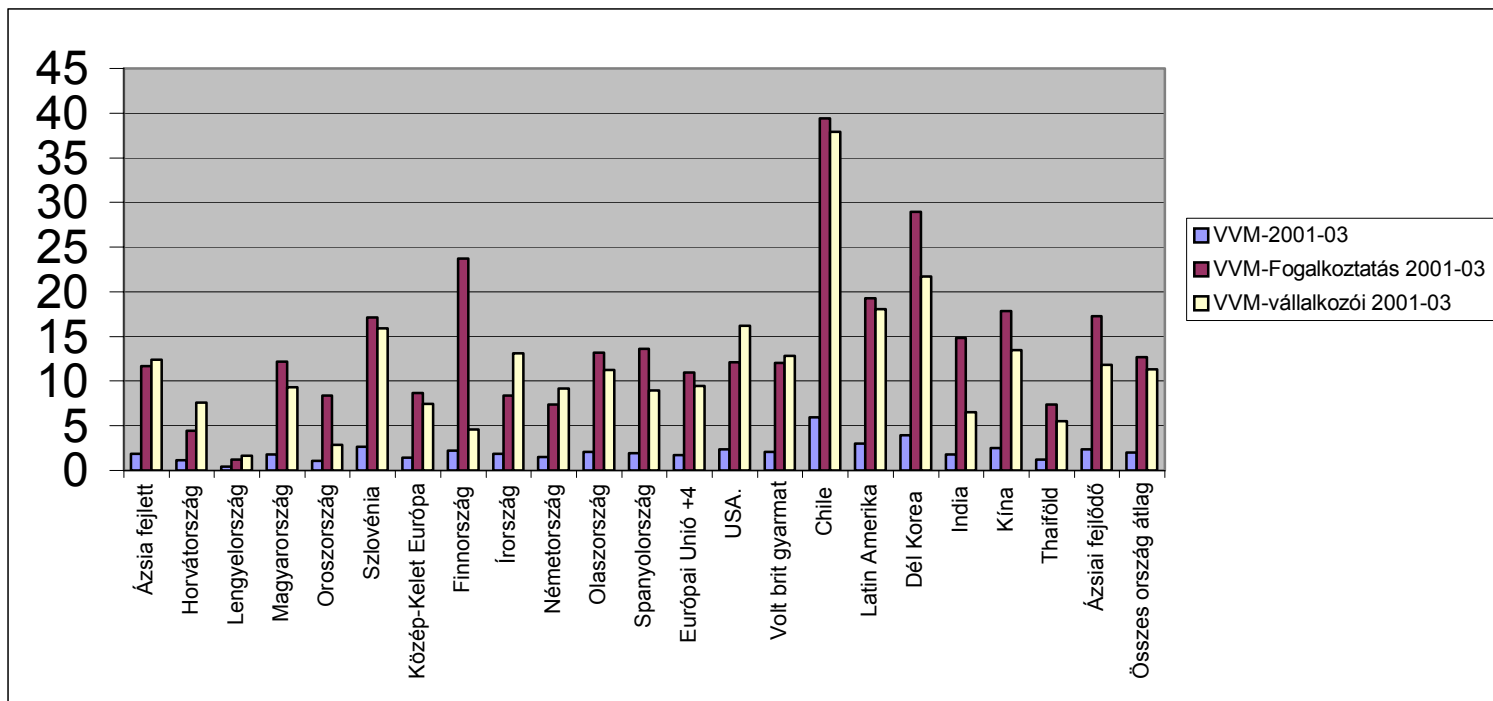
1. számú ábra: A GEM koncepcionális modellje, a létező és az új vállalkozásokra ható környezeti tényezők és a gazdasági növekedés kapcsolata



2. számú ábra: A teljes vállalkozói mutató (TVM) egyes ország csoportokban és kiválasztott országokban 2001-2002-ben (a 18-64 éves munkaképes korú lakosság arányában)



3. Számú ábra: A vállalati vállalkozói aktivitás (VVM) alakulása egyes ország-csoportok és kiválasztott országokban 2001-2003



Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy

4. számú ábra: A TVM és a VVM korosztályok és nemek szerinti bontásban 202-2003-ban

	Nő	Nő	Férfi	Férfi
<u>TVM</u>				
Összes	8,5	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	13,5
18-24 év	8,4	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	12,6
25-34 év	13,1	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	20,3
35-44 év	10,2	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	14,4
45-54 év	6,8	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	11,5
55-64 év	4,4	xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	7,4
<u>VVM</u>				
Összes	1,0	xx	xxxxx	2,6
18-24 év	1,3	xxx	xxxx	1,8
25-34 év	1,0	xx	xxxxxxx	4,7
35-44 év	1,4	xxx	xxxxx	2,7
45-54 év	0,7	x	xxxx	2,0
55-64 év	0,4	x	xxx	1,4

5. Számú ábra: Az új vállalkozások munkahelyteremtése országok közti bontásban 2003

