

Mikrohitelzési folyamat társadalmi hatásainak felmérése a non-profit Vállalkozásfejlesztési Alapítványok ügyfélkörében 2019

A 2019. évi kutatás összegzése:

Az előző évekhez hasonlóan most is igazolást nyert, hogy **a mikrohitel nagyon fontos eszköz az foglalkoztatási potenciál növelésére** a legkisebb vállalkozások körében. Mivel a megkérdezettek többségének egyedüli jövedelemforrását saját vállalkozása alkotja, ezért **a mikrohitel érezhetően hozzájárult a vállalkozó és családja jólétéhez.**

Új eredményként jelent meg a 2019-es felmérésben, hogy a megkérdezett mikrovállalkozások korábbi évekhez képest sokkal nagyobb arányban kívánnak **digitalizációs és technológiai projekteket megvalósítani**, elmozdulva ezzel a tudásipar igényei felé. Ezen projektek megvalósítására a legkisebb cégek körében szinte **kizárólag a mikrohitel nyújt lehetőséget.**

A kutatás főbb megállapításai:

- A mikrohitel-ügyfelek felének **kizárólag saját vállalkozása** jelenti a kizárólagos jövedelemforrást, így a cég helyzete szorosan összefügg személyes életkörülményeik alakulásával.
- A 2019. évi felmérés egyik fontos megállapítása, hogy a megkérdezett mikrohitel-ügyfelek a korábbi évekhez képest sokkal **nagyobb arányban kívánnak innovációs, digitalizációs projekteket, képzést és technológiai fejlesztést megvalósítani.** Ez az eredmény utalhat egy olyan tendenciára, hogy a legkisebb vállalkozások is szeretnének elmozdulni a tudásipar felé, és cégüket úgy modernizálni, hogy megfeleljen a gazdaság kihívásainak.
- Ezen projektek **83%-ban nem, vagy nehézségek árán, később valósultak volna meg.** Jelentős foglalkoztatási hatásuk is volt (57 megtartott/létrehozott munkahely), és érezhetően javították a vállalkozók és családjaik életkörülményeit, a válaszadók 83,7%-ának véleménye szerint.
- A mikrohitel tehát nagyon fontos szerepet játszik abban, hogy a legkisebb vállalkozások is **elmozduljanak a tudásipar igényei szerinti fejlesztések felé**, és versenyképessé váljanak. A válaszadók többsége **versenyképesebbnek tartja vállalkozását a hitel felvételét követően.**
- A megkérdezett vállalkozásoknak kedvezőbb tapasztalatai vannak a mikrohitellel, mint a kereskedelmi banki hitellel (6 dimenzióban vizsgálva), és úgy vélik, jobban illeszkedik igényeikhez, mint a banki

hiteltermék. 51%-uk nyilatkozott úgy, hogy az **Alaptívány hitelajánlata kedvezőbb volt.**

- A 2017-es és 2018-as eredményekkel összehasonlítva a **saját cégük helyzetét pozitívabban ítélik meg a vállalkozók,** és az ágazat helyzetével kapcsolatban is derűlátóbbak, mint egy éve.
- Az előző évekhez hasonlóan most is kirajzolódott a mikrohitel fontos szerepe a **legkisebb vállalkozások foglalkoztatási potenciáljának növelésében:** a megkérdezett vállalkozások 60%-a számolt be arról, hogy a mikrohitel hozzájárul **létező munkahelyek megtartásához, illetve új munkahelyek teremtéséhez.**

1. A kutatás háttere

A Magyar Mikrofinanszírozási Hálózat konzorciumi partnerei, a megyei non-profit Vállalkozásfejlesztési Alapítványok számára kiemelten fontos a missziójukban kijelölt szociális célok érvényesítése, és a munkaerő-piacon hátrányos helyzetben lévő, vagy pénzügyileg kirekesztett csoportok vállalkozóvá válásának támogatása.

A Magyar Mikrofinanszírozási Hálózat célul tűzte ki a banki hitelezésből kiszoruló csoportok támogatását a vállalkozóvá válás útján.

Meggyőződésük, hogy komoly nemzetgazdasági érdek a legkisebb vállalkozások fejlesztése, és a megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítványok mikrohitelezési tevékenységük révén eredményesen végzik ezt a tevékenységet évtizedek óta.

Ennek alátámasztására szolgál az éves "Társadalmi hatás felmérése" kutatás.

A kutatás az Alapítványok ügyfélkörén belül valósul meg, önkitöltős kérdőíves formában. Az első ilyen felmérés 2014-ben történt, tehát már több évnnyi adat rendelkezésre áll a főbb folyamatok leírására.

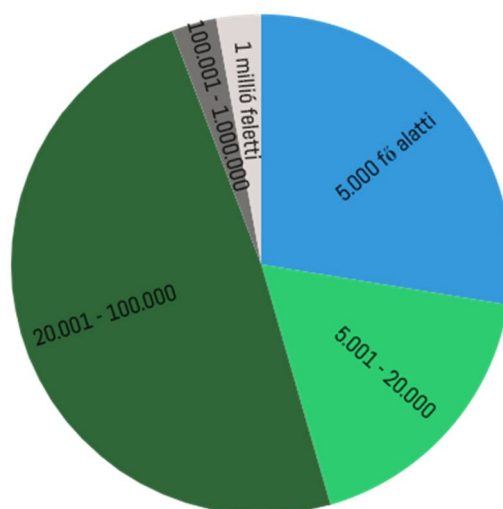
A 2019-es felmérés a Székesfehérvári Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyfélkörére leszűkített adatokat tartalmaz.

2. A vizsgált kisvállalkozói ügyfélkör bemutatása, jellemzői

Az önkitöltős, kérdőíves felmérésre 2019 novemberében került sor. A mintában szereplő 95 vállalkozó a Székesfehérvári Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyfélköréből került ki. A válaszadók területileg az ország 19 megyéjéből képviseltették magukat, legtöbben Fejér (47.8%), Veszprém (18,2%) és Zala megyéből (5,2%).

A településtípusokat tekintve a megkérdezettek 28.6%-a 5000 fő alatti kistelepülésen lakik, 18.7%-uk 5.001-20.000 fős lakosságszámú kisvárosban, 50.5%-uk 20.001 – 100.000 fős lakosságszámú középvárosban, 1.1%-uk 100.001 fő feletti lélekszámú nagyvárosban, és 1.1%-uk egymillió feletti lakosságszámú nagyvárosban.

Településtípus lakosságszám szerint



Megkérdezett ügyfelek lakóhelyének típusa

A mintában szereplő ügyfelek között többségben vannak a férfiak (64,9%). Életkorukat tekintve legnagyobb részük, 69.2%-uk 46-64 év közötti, 20.2% pedig 25-44 év közötti. 10.6%-uk 65 év feletti.

A válaszadók fele, 51%-a rendelkezik felsőfokú végzettséggel, és 40.4%-uknak az érettségi a legmagasabb iskolai végzettsége. A szakközépiskolát, szakiskolát végzettek aránya 7.5%. Csak általános iskolai végzettsége csupán a megkérdezettek 1%-ának van.

A „tipikus” mikrohiteles ügyfél tehát 51 év feletti, felsőfokú végzettséggel rendelkező, középvárosban élő férfi.

Gazdasági aktivitásukat tekintve 46.8%-uknak egyetlen jövedelmi forrása a vállalkozása, 17%-uk foglalkoztatott a vállalkozásán kívül más cégnél. 13.8%-uk nyugdíjas. Ingatlan bérbeadásból 14.9%-uknak, befektetések hozamaiból pedig 5.3%-uknak van kiegészítő jövedelemforrása.

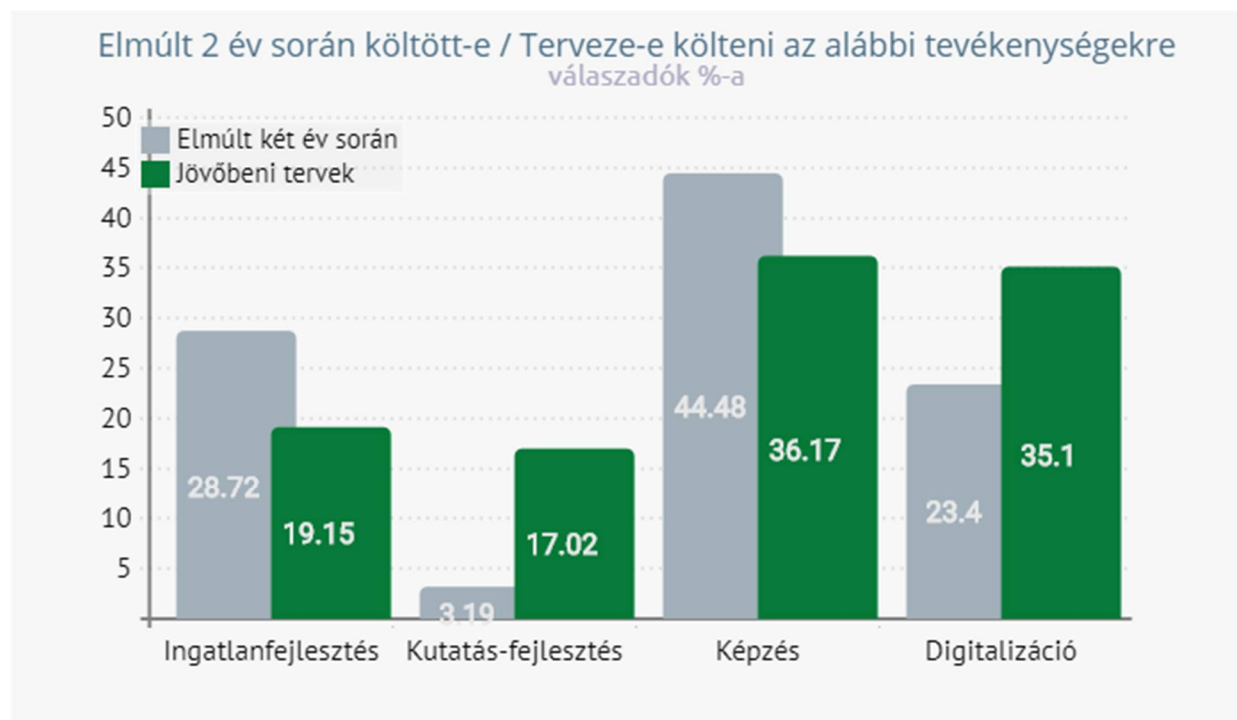
A megkérdezettek 66%-a nem egyedül él háztartásában. Azok, akiknek egyedüli jövedelemforrása a vállalkozása, átlagosan 3,7 főből áll háztartásuk.

Megállapítható tehát, hogy az ügyfelek felének kizárólag saját vállalkozása jelenti a kizárólagos jövedelemforrást, így a cég helyzete szorosan összefügg személyes életkörülményeik alakulásával.

3. A vizsgált vállalkozások gazdasági helyzete, várakozásai

Az elmúlt két év gazdasági teljesítményét tekintve a vizsgált cégek mintegy harmada, 28,7%-a számolt be új ingatlanberuházásról (valószínűsíthető, hogy a mikrohitel „jóvóltából” megvalósított projektről van szó). Technológiai fejlesztés az elmúlt két évben a vizsgált esetek több, mint felében (53,2%) történt; marketingre 34%-uk, képzésre 44,6%-uk fordított. Innováció elenyésző esetben (3%) történt. A digitalizáció is fontos fejlesztési irány volt az elmúlt két évben a megkérdezettek harmada számára: 33 válaszadó számolt be ilyen projektekről.

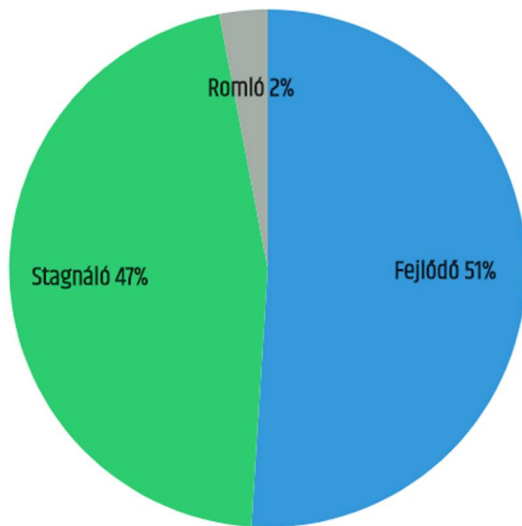
A következő egy év során a megkérdezettek többsége, 71,2%-a tervez tárgyi eszköz bővítést. Az előző évek felméréseihez képest megnőtt a következő egy év során oktatást, képzést tervezők aránya: a megkérdezett cégek több mint harmada (36%) kíván ilyen tevékenységbe belefogni. Szintén emelkedett az innovációt (17%) és digitalizációt (23,4%) tervezők aránya az előző évek terveivel összehasonlítva.



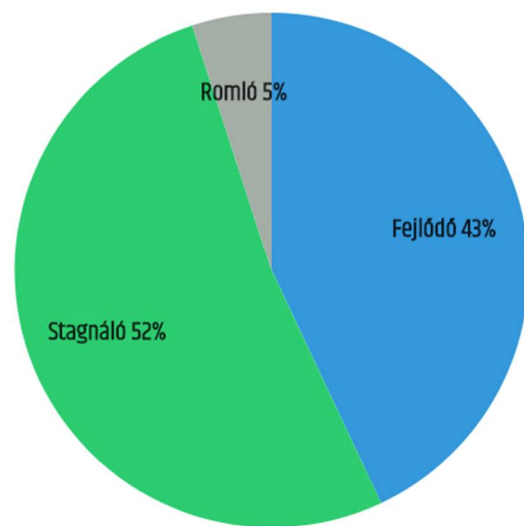
A 2019. évi felmérés egyik fontos megállapítása, hogy a megkérdezett mikrohitel-ügyfelek a korábbi évekhez képest sokkal nagyobb arányban kívánnak innovációs, digitalizációs projekteket, képzést és technológiai fejlesztést megvalósítani. Ez az eredmény utalhat egy olyan tendenciára, hogy a legkisebb vállalkozások is szeretnének elmozdulni a tudásipar felé, és cégüket úgy modernizálni, hogy megfeleljen a gazdaság kihívásainak.

A 2017-es és 2018-as eredményekkel összehasonlítva a saját cégük helyzetét pozitívabban ítélik meg a vállalkozók, és az ágazat helyzetével kapcsolatban is derűlátóbbak, mint egy éve. A „romló” kategóriát feleannyian választották mind cégük, mind az ágazat helyzete kapcsán, és ezzel párhuzamosan megnőtt a „fejlődő” értékelések aránya. A „stagnáló” kategória nem változott számottevően az évek során.

Cég gazdasági helyzetének szubjektív megítélése



Ágazat gazdasági helyzetének szubjektív megítélése



A válaszadók 2,1%-a vélte úgy, hogy a vállalkozás helyzete „romló”, 46,8%-uk szerint „stagnáló”, és kicsit nagyobb csoport, 51,6%-uk szerint fejlődő. Az ágazat helyzetét illetően a válaszadók pesszimistábbak voltak: 5,3%-a vélte úgy, hogy romló, 52,1%-uk nyilatkozott úgy, hogy stagnál, és 42,6%-uk szerint fejlődik.

A vállalkozás helyzetének szubjektív megítélése, és az ágazat helyzetének szubjektív megítélése összefüggenek: a saját cégének romló teljesítményt tulajdonító vezető az ágazat helyzetét is negatívan látja, míg a fejlődő tendenciákról beszámoló az ágazat helyzetét is hajlamosabbak pozitívan látni.

Az adott cég versenyképességét gátló szubjektív tényezők közül leginkább a kiszámíthatatlan külső tényezőket említették – a megkérdezettek csaknem fele. Ebből is tükröződik, hogy a válaszadók az ágazatra negatívan tekintenek, mint saját cégükre, sőt, egyenesen a fejlődés/versenyképesség gátjának látják.

Megítélése szerint mely tényezők gátolják leginkább vállalkozása versenyképességének megtartását?	Válaszadók %-a
Kiszámíthatatlan külső gazdasági tényezők	48,94%
Humán erőforrás	40,43%
Tőkeellátottság	28,72%
Generációváltás	18,09%
Munkaeszközök	14,89%
Értékesítés	12,77%
Marketing	11,70%
Ügyfélkommunikáció	10,64%
Egyedi, kiemelkedő képesség	9,57%
Ingatlanok	7,45%
Stratégiai tervezés hiánya	7,45%
Egyéb, belső háttér folyamatok	6,38%
Üzleti modell (pl. elavulása)	4,26%
Együttműködő partnerek hiánya	4,26%
Belső értékteremtési folyamatok	3,19%
Digitalizáció	3,19%

Másik fontos, potenciális probléma a humán erőforrás biztosítása (cégek 40,4%-a számára), valamint a folyamatos megfelelő tőkeellátottság (28,7%):

A **generációváltást** 18% látja a versenyképesség potenciális akadályának. Egy erre vonatkozó külön kérdésben a megkérdezett cégek 49%-a számolt be arról, hogy a generációváltás fog problémát jelenteni az elkövetkező 5 év során.

A **digitalizációt** a megkérdezettek 60,6%-a aktuális, releváns feladatnak tekinti; 39%-uk nyilatkozott úgy, hogy nem releváns, ill. nem tudja, mit jelent. Azok közül, akik fontos feladatnak tartják, 75%-uk már bele is kezdett ennek a projektnek a megvalósításába. 19,30%-uk belekezdene, de nem tudja finanszírozni. A maradék 5,3% pedig nem tudja, hogy tudna belekezdeni cége digitalizálásába.

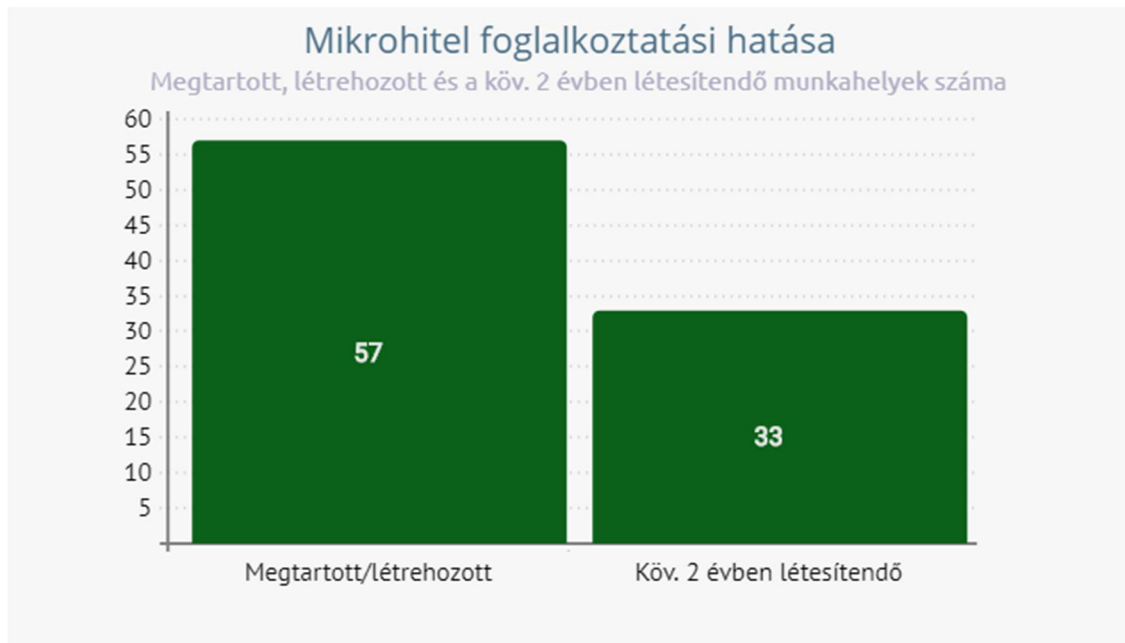
A megkérdezettek 44,6%-a támogatott az elmúlt két évben **közösségi vagy kulturális kezdeményezést** a társadalmi felelősségvállalás, népesség helyben tartása jegyében.

4. A mikrohitel program hatása a cégek működésére

Mivel a válaszadók legnagyobb csoportja kizárólag a cégéből szerzett jövedelemből él, ezért releváns a kérdés, hogy sikerült-e munkahelyeket megtartani, ill. bővíteni a mikrohitel révén.

A válaszadók 60,6%-a úgy ítéli meg, hogy a mikrohitelnek volt pozitív foglalkoztatási hatása.

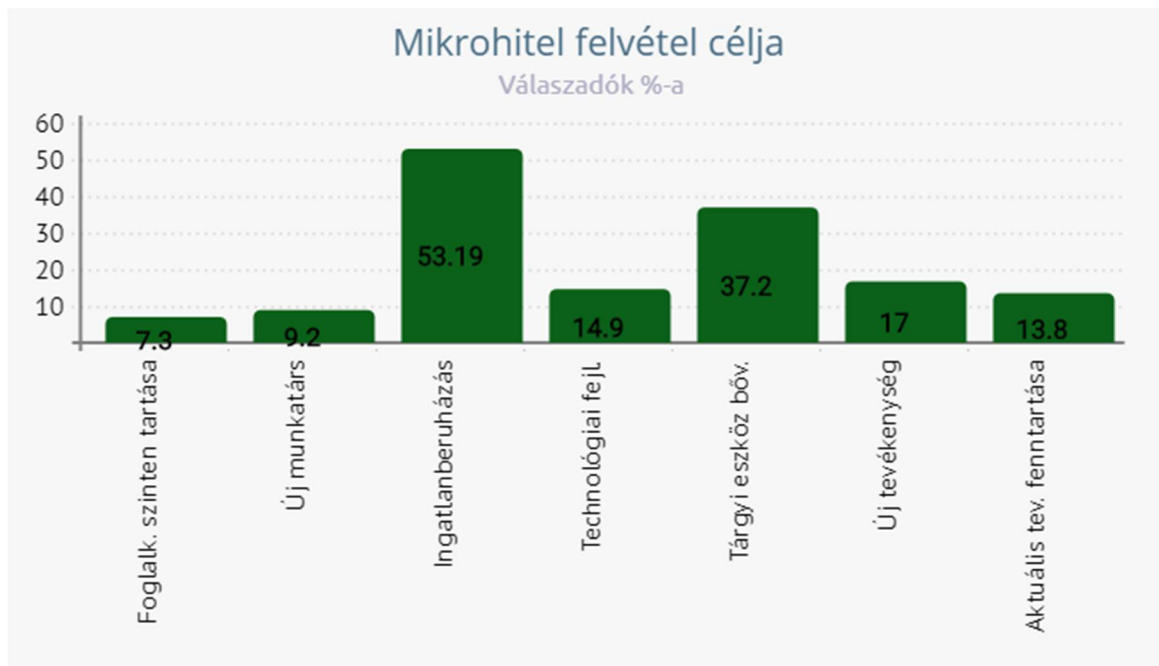
A mintában szereplő vállalkozások körében 57 esetben járult hozzá a mikrohitel létező munkahely megtartásához, illetve új munkahely teremtéséhez.



Mint korábban láthattuk, a válaszadók hatalmas többségének a vállalkozása az egyetlen bevételi forrása, és több mint 50%-uk nyilatkozott úgy, hogy legalább egy családtagjuk részben/teljesen tőle függ anyagilag. Mindez azt jelenti, hogy a vállalkozás fennmaradását vagy fejlesztését jelentő mikrohitel nemcsak magának a vállalkozónak, hanem családjának életkörülményeit is befolyásolja.

A mikrohitel-ügyfelek foglalkoztatási potenciálját mutatja, hogy a megkérdezett vállalkozások 5 év alatt átlagosan 1 fővel tudták növelni állományukat. Ez igen jelentős eredmény, tekintve, hogy a legkisebb és legsérülékenyebb vállalkozói réteget elemeztük, melynek harmada legfeljebb egy munkavállalót képes foglalkoztatni.

A mikrohitel felvételének a célja legfőképpen – a válaszadók több mint felénél – ingatlanberuházás megvalósítása volt. Ez az ingatlanberuházás az esetek 25%-ában kapcsolódott tárgyi eszköz bővítéssel is. A tárgyi eszköz bővítést amúgy szintén nagy arányban, 37%-ban jelölték meg a mikrohitel felvétel céljaként. Új tevékenység elkezdését a válaszadók 17%-a jelölte meg.



Arra a kérdésre vonatkozóan, hogy projektjük a mikrohitel nélkül is megvalósult volna-e, a válaszadók döntő többsége (83%) úgy válaszolt, hogy nem valósult volna meg (40%), vagy csak nagy nehézségek árán tudott volna megvalósulni (43%).

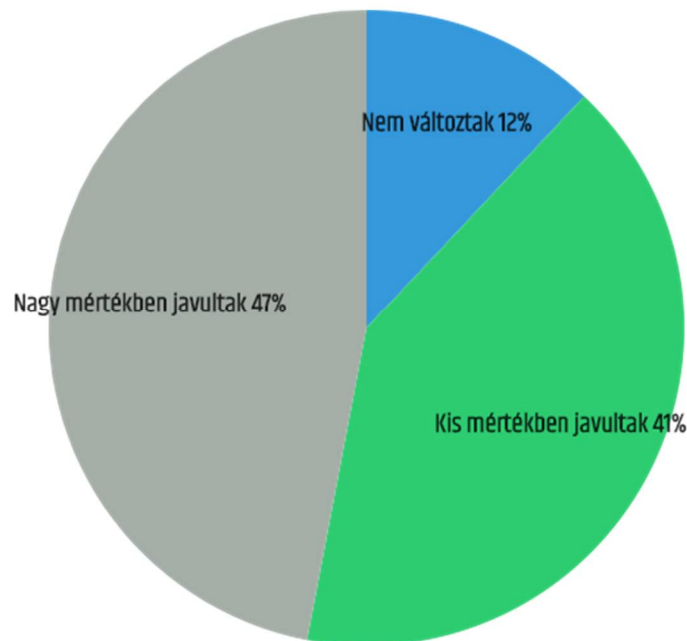
A mikrohitel felhasználására és hatásaira vonatkozó tapasztalatokat úgy összegezzük, hogy a mikrohitel olyan projekteket finanszírozott, melyek 83%-ban nem, vagy nehézségek árán, később valósultak volna meg. Ezen projekteknek jelentős foglalkoztatási hatása is volt (57 megtartott/létrehozott munkahely), és érezhetően javították a vállalkozók és családjaik életkörülményeit.

5. A mikrohitel program hatása a vállalkozók életkörülményeire

A mikrohitel program eredményességét, társadalmi hatását vizsgálva releváns azt is megtudni, hogy a válaszadók szubjektív értékelése szerint mennyiben változtak életkörülményei a mikrohitel-program jóvoltából.

A válaszadók mintegy fele, 46,8%-a szerint nagy mértékben pozitívan változtak életkörülményei a hitelprogram jóvoltából. 41,5%-a szerint kis mértékben változtak életkörülményei, 11,7%-a pedig nem tapasztalt a hitelprogrammal összefüggésbe hozható változást életkörülményeit nézve.

A vállalkozó életkörülményei a mikrohitel program jóvoltából

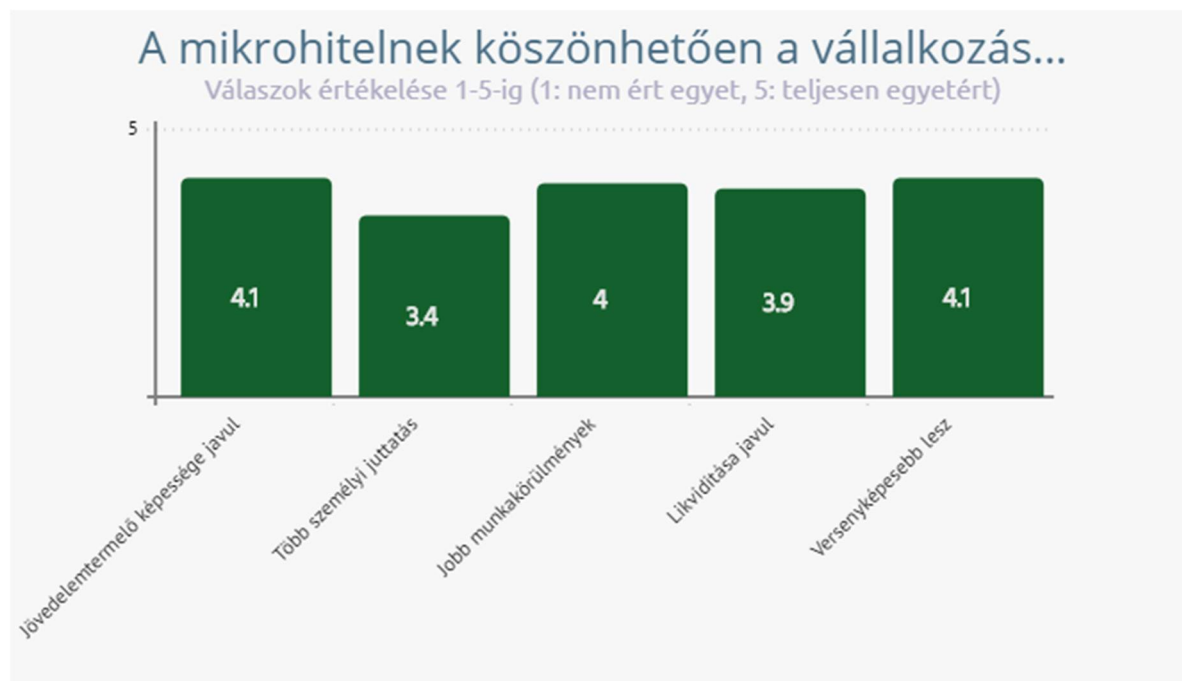


Megállapítható tehát, hogy a Vállalkozásfejlesztési Alapítvány mikrohitel programja érezhetően hozzájárult a vállalkozók és családjaik életkörülményeinek javulásához, a válaszadók 83,7%-ának véleménye szerint.

Ez azért fontos megállapítás, mivel a mikrohitel-ügyfelet – a nagy cégekkel ellentétben – nem lehet mikrokörnyezetéből kiragadva, pusztán gazdasági mutatókkal jellemezni, hiszen a vállalkozásuk eredményessége családjuk boldogulását is jelenti. Mint láttuk a felmérés elején, a megkérdezettek több mint kétharmada más családtagokat is eltart, átlagosan 2,4 főt. Azok pedig, akik nem rendelkeznek a vállalkozáson kívül más jövedelemforrással (megkérdezettek mintegy fele), magukon kívül még 2,7 fő eltartásáról gondoskodnak.

Így egy mikrohitel-ügyfél gazdasági helyzetének javítása átlagosan 2,4 fő életkörülményeinek javítását is jelenti.

A mikrohitel legfőbb „pozitívumának” említették a válaszadók, hogy a vállalkozás versenyképessége javult. De közel ennyien értettek azzal is egyet, hogy jobb munkakörülményeket tudtak biztosítani a dolgozóknak, illetve javult a likviditás és a versenyképesség.



A mikrohitel felhasználására vonatkozó tapasztalatok is azt mutatják, hogy a válaszadók többsége versenyképesebbnek tartja vállalkozását a hitel felvételét követően.

5. A kereskedelmi banki, és a non-profit mikrohitel tapasztalatok összehasonlítása

A 2015. évi felmérésben került sor először a Vállalkozásfejlesztési Alapítványok munkájának értékelésére a banki hitelprogramok során szerzett tapasztalatokkal összehasonlítva. Ekkor az ügyfelek 38,9%-a még nem folyamodott kereskedelmi bankokhoz hitel, kölcsön igénylése céljából. 32,3%-uk egyszer, 13,6%-uk kétszer is igényelt banki hitelt.

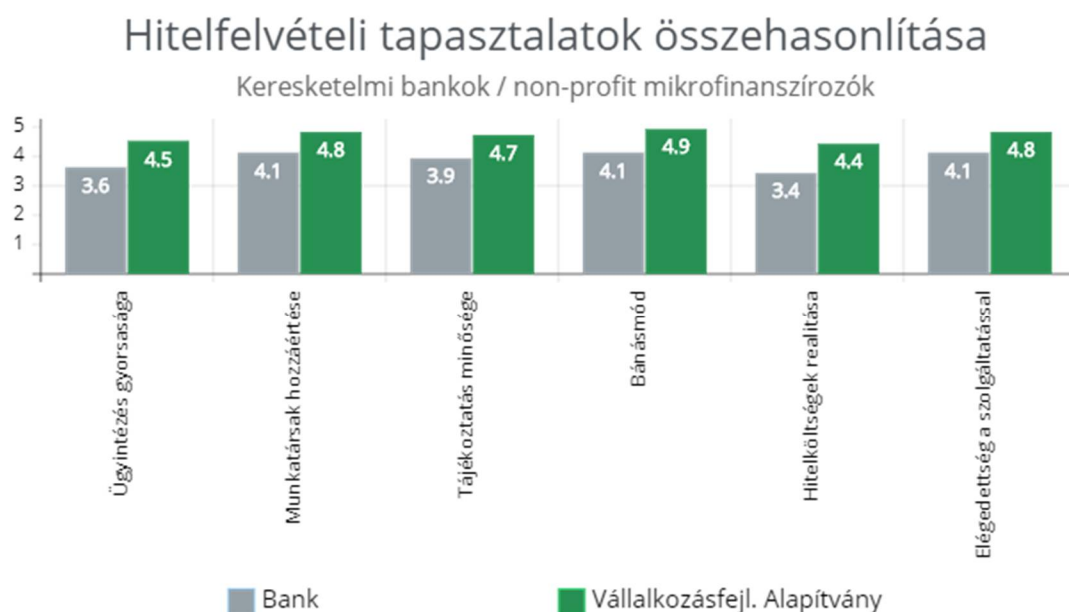
A 2018-as felmérésből az derült ki, hogy a válaszadók jóval nagyobb része, 2/3-a (67,44%) igényelt már kereskedelmi banki hitelt vállalkozása működtetéséhez, átlagosan 1,65 alkalommal. A hitelkérelmek jó arányban (80%) elfogadásra kerültek. Akik nem igényeltek még banki hitelt, azok túlnyomó részt azért, mert nem volt rá szükségük.

A 2019. évi felmérésben a válaszadók átlagosan 1,8 alkalommal igényeltek banki hitelterméket. Túlnyomó részüknek van banki hiteltapasztalata, mert csak 14% nyilatkozott úgy, hogy nem folyamodott még banki hitelért. Azok, akik igényeltek banki hitelt, 87%-ban meg is kapták.

Mivel a válaszadók 86%-ának van már tapasztalata kereskedelmi banki hitelekkel is, releváns a kérdés, hogy a banknál, illetve a vállalkozásfejlesztési alapítványnál szerzett tapasztalatok hogy viszonyulnak egymáshoz. A válaszadók több dimenzióban is értékelték a benyomásaikat. Egyrésről a

folyamat, szabályozás ügyfélbarát jellegére (gyors, átlátható, egyszerű), másrésről az emberi bánásmódra, munkatársak hozzáállására kérdeztünk rá. A válaszok alapján a Vállalkozásfejlesztési Alapítványok jobb átlagos osztályzatot kaptak minden dimenzióban, de különösen ott, ahol az emberi tényezőnek is nagy szerepe volt. A válaszadóknak 1-5-ig kellett értékelniük a kereskedelmi bankok, illetve az Alapítvány munkáját különböző dimenziókban.

A Vállalkozásfejlesztési Alapítvány minden szegmensben jobb „osztályzatot” kapott (1-5-ig terjedő skálán), mint a bank.



Az átlagos eltérés 0,8 pont a Bank és a Vállalkozásfejlesztési Alapítvány szolgáltatásainak érzékelt mindősége közt. A különbség kicsit nagyobb volt a hiteligénylés bonyolításával kapcsolatos kérdések esetében, itt a legszembetűnőbb a válaszadók számára az eltérés a vállalkozásfejlesztési alapítvány javára.

Az „emberi” tényezőt igénylő dimenziók, folyamatok – mint például munkatársak elérhetősége, felkészültsége, kapott tájékoztatás minősége és bánásmód – szubjektív értékelése mind a kereskedelmi bankok, mind a Vállalkozásfejlesztési Alapítványok esetében magasabb volt, de az Alapítványok itt is pozitívabb megítélést kaptak, mint a bankok.

A munkatársak felkészültsége, bánásmódja kategóriákba az átlagos alá csökkent a különbség (úgy, hogy a vállalkozásfejlesztési alapítvány „osztályzata” nem esett vissza), tehát ezen a területen a bankok is jobban teljesítettek.

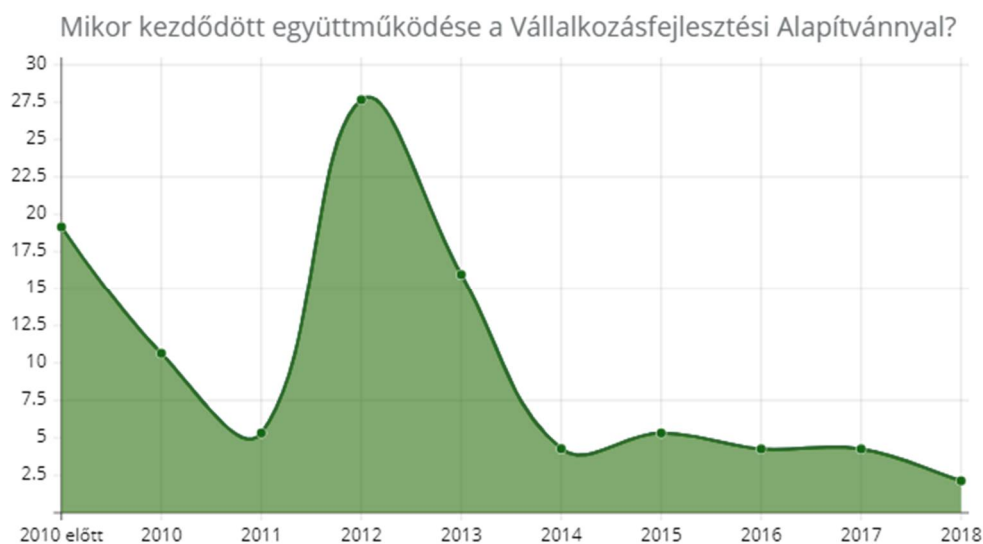
A hiteligénylés esetében talán a legfontosabb mutató a hitelfelvételi költségek – szubjektív – megítélése, hiszen általában ez a döntő szempont egy hitel választásánál. Ebben a kategóriában a vállalkozásfejlesztési alapítvány jóval kedvezőbb osztályzatot kapott, mint a kereskedelmi bank. Tehát a válaszadók jelentős (0,91 pont) különbséget tapasztaltak az alapítványok javára.

A „Kapott szolgáltatás/hitel mennyire elégítette ki az Ön igényeit” kérdésre az átlagos osztályzat a bankok esetében 4,11; a vállalkozásfejlesztési alapítvány esetében 4,8 volt.

A kereskedelmi banki és Vállalkozásfejlesztési Alapítványnál szerzett tapasztalatok összevetése során kiderült, hogy a bankok leginkább a hitelfolyamat bonyolításánál „vizsgáztak rosszabbul”: az Alapítványoknál gyorsabb és egyszerűbb a procedúra a válaszadók megítélése szerint; és nem utolsósorban a hitelfelvételi költségek reálisabbnak tűntek az ügyfelek számára.

6. A Vállalkozásfejlesztési Alapítvány munkájának jellemzése

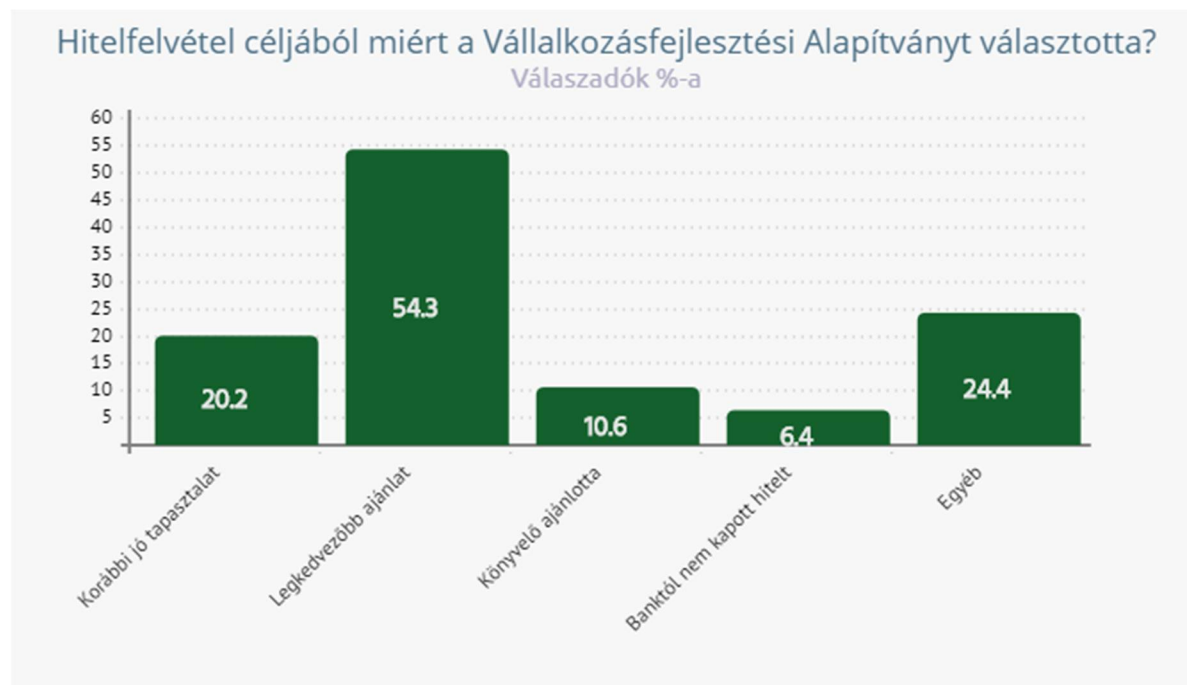
Az ügyfelek nagy része, 59,6%-a az utóbbi a 2010-2013 terjedő időszakban lett a Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyfél. Az átlagos „ügyfélkor” 8,2 év.



Látható, hogy 2012-ben és 2013-ban kimagasló arányban tudtak ügyfeleket vonzani a Vállalkozásfejlesztési Alapítványok (valószínűleg új vagy kedvező hiteltermékekkel). Az azt követő években jelentős hanyatlásnak indult az új ügyfelek vonzása, ami valószínűleg összefüggésben van a kihelyezhető tőkeállomány változásával.

Az ügyfelek túlnyomó része elsősorban vállalkozói hitelhez jutás céljából

fordult az Alapítványhoz. A képzési szolgáltatásukat pusztán 4%-uk igényelte, az üzletfejlesztési tanácsadást és kapcsolódó szolgáltatásokat meg csak 8,5%. Tehát a Vállalkozásfejlesztési Alapítványok – sokrétű szolgáltatásaik ellenére – főként pénzügyi profiljuk révén tudnak ügyfeleket vonzani.



Az Alapítvány választása főként a kínált szolgáltatások minőségén alapult. A megkérdezett ügyfelek 54.3%-a nyilatkozott úgy, hogy az „Alapítvány ajánlata volt a legkedvezőbb” – ezért fordultak hozzá mikrohitel igénylés céljából. A válaszadók 20%-a a korábbi pozitív tapasztalatot, 10%-a más kedvező ajánlását jelölte meg fő indokként; 6.4%-uk mondta azt, hogy máshol nem kapott volna hitelt.

Az ügyfelek véleményét kikértük még potenciális üzletfejlesztési szolgáltatásokkal kapcsolatban is. A szolgáltatások köre a klasszikus üzleti tanácsadáson kívül magában foglalta a média, külföldi tanulmányutak és e-learning területét is.

A „top” szolgáltatások, melyekért leginkább fizetnének a megkérdezettek:

- honlapfejlesztés, online megjelenés
- külföldi szakmai tanulmányutak
- digitális marketing

Szolgáltatás	Fizetnék igénybevételeért	Nem tartanék rá igényt	Várhatóan igényt tartanék rá
A cég versenyképességének felmérése bevételnövelés céljából	4,26%	56,38%	39,36%
Online vállalkozói (szakmai) fórumok	4,26%	50,00%	45,74%
Digitális marketing	5,32%	54,26%	40,43%

Offline marketing	2,13%	75,53%	22,34%
Külföldi partner fogadása tapasztalatcsere céljából	1,06%	85,11%	13,83%
E-learning - szakmai továbbképzés	4,26%	55,32%	40,43%
Honlapfejlesztés, cégek online megjelenésének támogatása	7,45%	52,13%	40,43%
Marketingfilm készítése, stúdió szolgáltatások	4,26%	69,15%	26,60%
Külföldi szakmai tanulmányutak, konferencia látogatások szervezése	7,45%	59,57%	32,98%

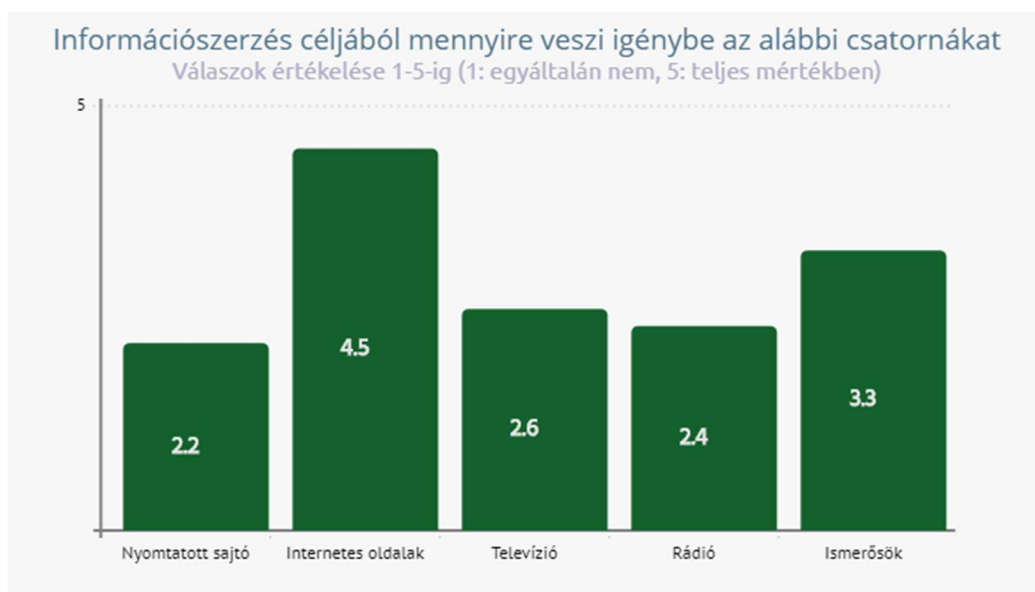
Arra a kérdésre, hogy hogyan lehetne még javítani az Alapítvány munkáját, az alábbi kategóriákban esett a legtöbb válasz:

- Pályázatfigyelés, pályázatírás
- Célrányos partnerközvetítés, piackutatás
- Direkt marketing
- Kezdő/ fiatal vállalkozók támogatása
- Hiteligények felmérése
- Több személyes információ
- Több tájékoztatás a vállalkozások irányába, több ügyfélmegkeresés

8. Az ügyfelek elérésének javítása: médiafogyasztási szokások elemzése

A hatékonyabb társadalmi elérés érdekében fontos tudni, hogy a kis- és középvállalkozói ügyfélkör milyen médiumokból szokott tájékozódni, mit tart hiteles forrásnak.

Az alábbi kérdésnél 1-5-ig terjedő skálán kellett értékelni, hogy általános információszerzés, tájékozódás céljából mennyire veszi igénybe az alábbi csatornákat, eszközöket (1 – nem jellemző, 5 – leginkább jellemző).



A fenti értékelésből látszik, hogy az információszerzés klasszikus csatornái jellemzően nincsenek kihasználva a megkérdezett vállalkozók által. Nyomtatott sajtóból elenyésző számúan tájékozódnak (2-es osztályzatot sem érte el, függetlenül attól, hogy helyi vagy országos sajtótermékről van szó). A rádióadókat is kevésbé használják információszerzésre.

Az országos televíziócsatornákat közepes szinten használják tájékozódásra az ügyfelek (a helyi tévécsatornákat sokkal kisebb mértékben).

Leginkább internetes, országos vagy helyi hírportálokról tájékozódnak. Azt látjuk tehát, hogy az internetes műfaj lett a vezető az aktuális eseményekről való tájékoztatásban, ám ez nem jelenti azt, hogy a megkérdezett ügyfelek bármit elhinnének, amit az internet eléjük dob. A közösségi média tartalmait (legyen az nyílt vagy zárt) sokkal kisebb arányban használják hírszerzési célokra, mint a nagy hírportáloké.

9. Az ügyfelek ajánlásai, javaslatai a gazdasági helyzetük javítására

A kérdőíves felmérés keretében lehetősége volt a megkérdezetteknek néhány kérdésre szabadon megfogalmazni válaszaikat. Bár természetesen nem érkezett két egyforma válasz, mégis lehetett tartalmilag csoportosítani a gyakran előforduló észrevételeket. Az alábbiakban ezeket a tipikus válaszkategóriákat ismertetjük.

Ha döntéshozói pozícióban lenne, milyen intézkedéseket hozna az ágazat helyzetének javítására, melyben vállalkozása működik?

- Adócsökkenetés, adózás egyértelműsítése
- Nyitottabb pályázati lehetőség
- A közbeszerzések rendszerének újragondolása, a helyi KKV-k előnyben részesítése a nagy vállalkozásokkal szemben helyi szinten
- Vissza nem térítendő támogatások bővítése
- Környezettudatos technológiák és termékek támogatásának bevezetése Állami bürokrácia további csökkentése.
- Adminisztrációs terhek csökkentése, vállalkozói környezet stabilabbá tétele.
- Szakmunkásképzés fejlesztése, szakember állomány növelése, szakemberek helyben tartása
- Körbetartozások megszüntetése, fizetési morál javítása
- Technológiai fejlesztési lehetőségek, pályázatok, marketing fejlesztési-fejlődési lehetőségek, tanfolyamok

Kérem, nevezze meg a legfőbb szolgáltatásokat, melyek javítanának a vállalkozása helyzetén!

- Megbízható munkaerő
- Képzés
- hivatali folyamatok on-line elérhetősége
- marketing
- új eszközök
- korszerű energiaforrás
- pályázat
- webáruház
- reklám
- telekommunikáció
- pályázati tanácsadás

Kérem, nevezzen meg azokat a tényezőket, melyek leginkább gátolják vállalkozása fejlődését!

- Magas költségek
- Humán erőforrás, képzett munkaerő
- Magas járulékok
- Korruptió
- Bürokrácia
- Az ágazat bizonytalansága, multik terjeszkedése
- Az ágazatban jelen lévő túlzó telítettség. A kiskereskedelem jelentős háttérbe szorulása. A versenyképesség lehetetlensége a multi-cégek megjelenésével, túlzott jelenlétével.
- Fekete gazdasággal nem tudok versenyezni.
- Euró alapú beszerzési árak
- Pályázatok megnyerése és az esetlegesen megnyert pályázat végrehajtása
- Kaotikus adójogszabályok
- Kiszámíthatatlan üzleti környezet, bizonytalanság

Kérem, nevezze meg, hogy vállalata jövőbeni fejlesztési terveit mi akadályozhatja leginkább!

- Alacsony bevétel
- Alkalmazott felvétele
- Fekete gazdaság, tőkehiány, szakemberhiány.
- Finanszírozás
- Ingatlan nem áll rendelkezésre
- likviditás

- magas adóterhek
- pályázatok hiánya
- piac beszűkülése
- tőkehiány
- válság