

A hazai vállalkozások által alkalmazott finanszírozási stratégiák egy kérdőíves kutatás eredményeinek tükrében

Dr. Csiszárík-Kocsir Ágnes

Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar

Gazdaság- és Társadalomtudományi Intézet

kocsir.agnes@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt: A vállalkozások finanszírozása napjaink sarkalatos témája. Az egyetemeken, főiskolákon oktatott pénzügy kurzusok, de a szakirányú képzések mindegyikének hangsúlyos része a finanszírozás, a finanszírozási források és stratégiák ismertetése. Azonban nagyon kevés szakirodalom és kutatás létezik arról hazai szinten, hogy a magyar kis- és középvállalkozások hogyan és milyen módon finanszírozzák a működésüket. A finanszírozási stratégiákkal kapcsolatban ugyanez a helyzet. Oktatjuk, kiemljük annak fontosságát, elmondjuk annak jó és rossz tulajdonságait, de nem követjük ezek megvalósulását a gyakorlatban. Ezen a ponton ellenvéleményként fogalmazható meg, hogy ez nem is várható a vállalkozásoktól, hiszen idejüket, erőforrásaikat lekötik a napi szintű működési dilemmák. Jelen tanulmány arra vállalkozik, hogy áttekintse a vállalati finanszírozás legfontosabb jellemzőit a jelentős nemzetközi szakirodalmak alapján, valamint bemutassa a hazai vállalkozások finanszírozási sajátosságait, a finanszírozás megítélését és a finanszírozási stratégiák ismeretét és alkalmazását egy kérdőíves kutatás eredményei alapján.

Kulcsszavak: finanszírozás, KKV, finanszírozási stratégia, primer kutatás

1 Szakirodalmi áttekintés

1.1 A KKV-k finanszírozásának elméleti háttere

A kis- és középvállalkozások minden országban, így hazánkban is dominánsak a működő vállalkozások között¹. Attól függetlenül, hogy a KKV szektor mind termelékenységben, mind versenyképességben elmarad a nagyvállalatoktól, mégis

¹ A társadalmi és gazdasági folyamatok egymástól elválaszthatatlanok, amit jól mutat, hogy a GEI (Globális Vállalkozói Index) a világ országaiban erős korrelációban van a HDI (Emberi Fejlettség Indexe) és a GDP értékével (Szigeti et al. 2013; Szigeti 2015)

ők adják a foglalkoztatottak java részét, és a vállalkozások döntő hányadát (Lazányi, 2014). A fejlett piacgazdaságokban a szektor kiemelt kezelése mögött az a felismerés húzódik meg, hogy a kis- és középvállalkozások jelentős szerepet játszanak a hazai termelésben, munkaerő-felszívó képességük eredményeképpen a munkanélküliség problémáinak enyhítésében, tehát gazdasági erejüknél fogva potenciálisan gazdaságot stabilizáló szerepet tölthetnek be (Parragh, 2014). Fontos szerepet játszhatnak az Európa 2020 stratégiában hozzájárulva az európai gazdaság versenyképességéhez, hiszen a vállalkozások között a KKV-k sokszínű és nem egységes szubpopulációt alkotnak (Pallás-Varga, 2012).

Az Európai Unió, felismerve a KKV szektor finanszírozási problémáit, az ún. COSME(Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises) keretében 2,3Md Euro költségvetéssel indított programot a 2014-2020 közötti tervezési periódusra. Ennek főbb célkitűzései között szerepel a finanszírozási forrásokhoz való könnyebb hozzáférés a kisvállalkozások számára (Borbás, 2013).

A szektorral szemben gyakori kritika, hogy nem képesek gyors és dinamikus növekedésre, és relatíve igen magas a fluktuáció, azaz arányaiban sok vállalkozás szűnik meg és alakul meg párhuzamosan. Ugyanakkor fontos, hogy olyan új jelenségek – mint pl. a klímaváltozás - is megjelennek, amelyek ugyan nemcsak a KKV-k, de valamennyi vállalkozás életében, kihívást jelentek. Jelentős versenyelőnye lehet abban, a KKV-knek, ha jól reagálnak és felkészülnek a klímaváltozás adta kihívásokra is.(Kovács-Pató, 2014) Mindemellert kevés az általuk megvalósított beruházás, mert nincs arra forrásuk². A kis-és középvállalkozások ugyanis általában tőkehiányban szenvednek, sokszor rövid életűek az erős piaci verseny következtében, ezért is fontos az állami odafigyelés és a közös megoldáskeresés (Borzán, 2005). A KKV-k hitelezése a válság előtti években expanzív jellegű volt (Balog – Nagy, 2014), ami a válság kitörése óta egyre jobban visszazorult³, és ez a helyzet még tovább romlott a 2013-as év első felében (Fábián, 2014). A válság következtében a KKV szektorban csökken a foglalkoztatottság, visszaesik a forgalom, bevételkiesés jelentkezik, hiányzik az önerő az elnyert pályázatokhoz, gyakori a pályázatokból való visszalépés, illetve a hitelképesség gyenge (Borzán et al, 2009). A hitelforrások elapadása miatt nem maradt más lehetősége a szektornak, mint a szállítói finanszírozás, ennek hiányában a rövid lejáratú hitelek igénybevétele.⁴ E helyzetet segítette a Magyar Nemzeti Bank

² Vannak olyan kutatások (Szilágyi – Medve – Tóth, 2013), amelyek a beruházási kockázatok egyes észlelt és feltárt dimenzióit vizsgálják, mely a szektor dinamikus fejlődése szempontjából iránymutató lehet.

³ A jelenség az építőipari vállalkozások számára jelentős finanszírozási kockázatokat képest eredményezni (Kovács et. al., 2014).

⁴ A hazai KKV-k tőkehelyzetét; beszédési idejének, nettó forgótőkájének és tőkeintenzitásának alakulását vizsgáló kutatások alapján a KKV szektorban jelentős tőkehiány és viszonylag hosszú beszédési idők, relatíve nagy összegű követelésállomány volt jellemző. (Bereczk, 2011 és 2014).

által meghirdetett Növekedési Hitelprogram, mely kedvezményes kamatozás mellett nyújtott hitelt az amúgy is jelentős finanszírozási problémákkal küzdő KKV szektornak. Azt is szakirodalmak bizonyítják (Antal-Pomázi, 2011), hogy a KKV-k növekedésének korlátai között döntő szerepet játszik a finanszírozás, azaz a forrásokhoz való jutás korlátozott volta, és annak sok esetben igen magas ára. Források hiányában viszont a szektor nem képes a növekedésre⁵, amit a válság utáni évek teljes mértékben bizonyítanak. A magyar kormányzat a válság idején fogadta el az ún. Wekerle Tervet, amely a Kárpát-medence országaiban kíván, finanszírozási háttérrel is biztosítva, kitörési lehetőséget biztosítani a szektor szereplői számára (Borbás, 2014).

A hazai vállalkozások versenyképessége és piaci ereje a válságot követően érezhetően gyengült. Csökkent a lakosság fogyasztási kedve, csökkent a fizetések vásárlóértéke (Csiszárík-Kocsir, 2011a; 2011b; 2012a ; 2012b). Felerősödtek azok a problémák, amelyek korábban is akadályt jelentettek a KKV szektor növekedésének útjában, így például a finanszírozási lehetőségekhez való nehézkes hozzájutás, vagy a túlzottnak ítélt bürokrácia. Vállalkozónők esetében gyakori, hogy ők később lépnek be a vállalkozók világába. Ez gyengíti a hitelességüket a források megszerzésénél, mivel olyan leegyszerűsítően általánosító feltételezésekkel élnek velük szemben a finanszírozók, hogy nem gondolják eléggé komolyan cégük növekedését és nem eléggé jó a menedzsment szakértelmük sem (Szekeres, 2014). Mindezek nemcsak a cégek, hanem a nemzetgazdasági eredmények alakulásában is éreztették hatásukat, hiszen ha a cégek egyik ágazatban sem teljesítenek kiemelkedő mértékben, vagyis nem versenyképesek, úgy az ország húzóágazat nélkül marad. Húzóágazatok és versenyképes, dinamikusan növekvő vállalkozások nélkül viszont sokkal nehezebb helytállni a globálissá vált piacokon (Varga, 2012).

A szakirodalmak három fő finanszírozási stratégiát különböztetnek meg az eszközök és a források finanszírozhatósága alapján (Szabó-Pálinkó, 2006). Az elméletek a mérlegben használt kategóriákon (befektetett- és forgó eszköz, saját tőke és kötelezettségek) átlépve megbontja a forgóeszközöket tartós és átmeneti forgóeszközökre. Ez alapján az alábbi stratégiákról beszélhetünk:

- szolid finanszírozás stratégia, ahol a vállalkozás minden befektetett- és tartós forgóeszközt tartós forrással (saját tőke és hosszú lejáratú idegen tőke) finanszíroz,
- konzervatív finanszírozási stratégia, mely alkalmazása esetén a vállalkozás a tartós forgóeszközökön túl az átmeneti forgóeszközök egy részéhez is tartós forrást rendel,

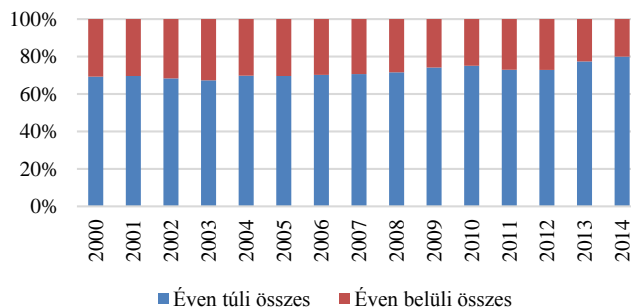
⁵ E dilemmát hazánk helyesen felismerte, ezért indította útjára a Magyar Nemzeti Bank a mára igen nagy sikernek örvendő Növekedési Hitelprogramját. A program többek között az építőipar fellendülését, így az abban tevékenykedő vállalatokat is képes lehet hatásosan támogatni (Szabó, 2014).

- agresszív finanszírozási stratégia esetén a tartós forgóeszközök egy részéhez is rövid lejáratú forrást biztosít.

Az illeszkedési elvnek megfelelően a szolid stratégia lenne a legjobb, ám ennek a betartása egy működő vállalkozás esetén szinte lehetetlen. A konzervatív stratégiát az a kritika éri, hogy a források lejárta miatt drága, az agresszív stratégia pedig a források rövidege miatt kockázatos. Az utóbbi stratégia sikerrel alkalmazható rövidtávon, a költségek csökkentése és a nyereség maximalizálása érdekében, azonban azt csak tudatosan, irányítva lehet alkalmazni, amire a KKV-v szaktudása sok esetben nem elegendő, ami miatt ózdkodhatnak annak alkalmazásától.

1.2 A magyar vállalkozások finanszírozási specialitásai az ezredfordulótól napjainkig

Ahhoz, hogy lássuk az alkalmazott finanszírozási stratégiák valóságát, először célszerű megvizsgálni a jegybanki statisztikák közvetítette adatokat. A hivatalos hitelnyilvántartás alapján megállapítható, hogy a hazai vállalkozások hitelfinanszírozásában mindig is a hosszú lejáratú formák domináltak. Ezen források értéke a vizsgált évek során stabilnak mondható, 70-73% közötti értéket tesz ki, mely alól csak a két utolsó év, azaz 2013 és 2014 a kivétel, ahol a tartós források aránya 77, majd 80%-ra ugrik fel. E két érték a beruházások megugrásának köszönhető, mely a hazai beruházási statisztikákból is visszakövethető.



1. ábra

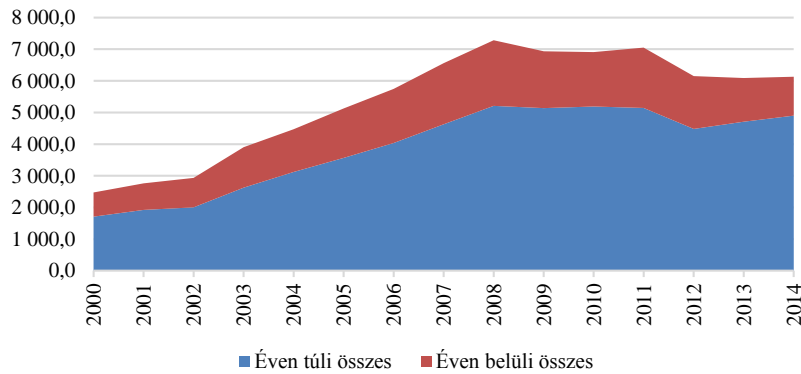
A hazai vállalkozások hitelállományának megoszlása futamidő szerint 2000 és 2014 között

Forrás: MNB adatok alapján saját szerkesztés

A hosszú és a rövid lejáratú hitelek arányán túl érdekes képet mutat a hitelek felfutása is, valamint az ezen belüli megoszlása is. Az alábbi ábra alapján világosan látható, az a fajta hitelezési expanzió, amit a válságot követően nagyon sok kritika ért. A hitelállomány átlagosan 10%-os növekedést mutatott éves szinten a vizsgált évek átlagában. Ez alól kivétel a 2003-as év volt, ahol az előző évi értékhez képest 33%-kal nőtt meg a hitelállomány értéke. Továbbá kiemelést érdemel a válság betörését követő év, azaz 2009 is, ahol az adott évi hitelek értéke az előző évinek csupán a 95%-át tette ki. A hitelezés ezt követően napjainkig nem volt képes arra,

hogy érdemi növekedést produkáljon, mivel az adott évi hitelek aránya az előző évi értéknek csupán a 87%-át (2012), vagy éppen a 102%-át (2011) hozta.

További specialitása a hazai hitelezésnek az, hogy a hitelek értéke – ha azt a 2000-es hitelértékhez képest vizsgáljuk – 2005-re, azaz öt év alatt megduplázódott, és az ezt követő közel 10 év sem volt elég arra, hogy az elérje a bázisév háromszorosát (a 2014-es érték 248,2%). Ez egyértelműen a válságnak köszönhető hatás, így nem vonható kétségbe az a tény, hogy a bankok visszafogták a hitelezési aktivitásukat amellet, hogy a hitelfelvételi kedv is jelentősen megcsappant, amely amúgy is visszafogott például a családi vállalkozások esetében (Tóth-Bordásné, 2014)

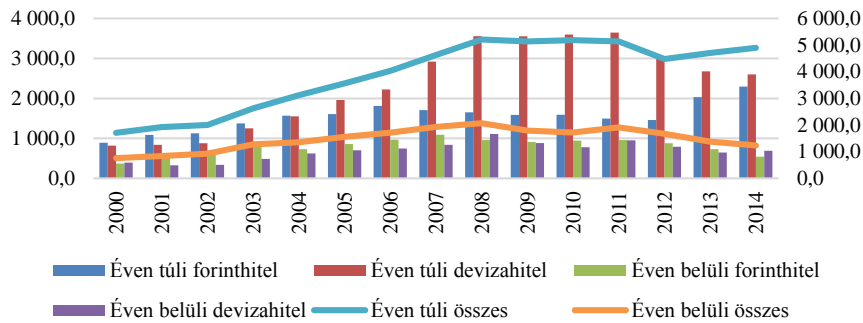


2. ábra

Az éven belüli és az éven túli hitelek értéke (milliárd Ft)

Forrás: MNB adatok alapján saját szerkesztés

A hitelezés elemzésénél célszerű még megvizsgálni annak devizális összetételét is. Számos kritika éri Magyarországot azért, hogy nagyon magas a devizahitelek aránya. Ha csak a vállalati hiteleket vizsgáljuk, és főként a válságot közvetlenül megelőző, vagy az azt követő években, akkor az állítás valóban beigazolódik. Az éven túli devizahitelek 2004 után egyre nagyobb mértékben haladják meg az éven túli forinthiteleket, bár a hosszú lejáratú devizahitelek értéke 2011-et követően számottevően csökkent, a hasonló kondíciójú forinthitelek javára. Érdekes, hogy az éven belüli hitelek esetében végig a forinthitelezés dominált (2014 kivételével), ami azt jelenti, hogy a devizahitelezés egyértelműen beruházási célokat szolgált.



3. ábra

Az éven belüli és az éven túli forint és deviza hitelek értéke (milliárd Ft)

Forrás: MNB adatok alapján saját szerkesztés

2 Módszertani háttér

A kutatások esetében nagyon fontos az adatok összegyűjtése és az azok közötti kapcsolat/ok feltárása. (Pató, 2014) A tanulmány alapjául szolgáló kvantitatív kutatást 2014-ben végeztem⁶. A kutatásba eredetileg 400 működő vállalkozást kívántam bevonni, azonban a válaszadási hajlandóság, valamint a pontatlanul kitöltött kérdőívek miatt a visszaküldött 265 kérdőívből 201 vállalkozás által kitöltött adatlap maradt. A kérdőív kiértékelése során azokat a kérdőívek nem kerültek a mintába, melyek hiányos vagy értelmetlen adatokat tartalmaztak.

A kutatás egy saját szerkesztésű, előtesztelt sztenderdizált kérdőív segítségével történt, írásos megkérdezés alapján. A kérdőív nem tartalmazott nyitott kérdéseket, azaz teljes egészében zárt kérdésekből állt, ahol a válaszadók a kutató által meghatározott válaszok közül választhattak a jobb értékelhetőség érdekében. Továbbá ügyeltem arra is, hogy ne kerüljenek bele olyan kérdések, melyek csökkentenék, vagy megghiúsítanák a megkérdezettek válaszadási szándékát, és arra, hogy azok ne sértsék a válaszadók vállalkozások anonimitáshoz való jogát. A kérdőív olyan kérdésekre fókuszált, melyek a beszámoló adataiból, vagy más primer adatforrásokból nem számíthatók, és nem állapíthatók meg. A kérdőív a benne foglalt kérdéseket négy részre tagolta:

- finanszírozással kapcsolatos kérdések,
- hitelfelvétellel kapcsolatos kérdések,
- beruházásokkal (projektekkel) kapcsolatos kérdések, valamint a

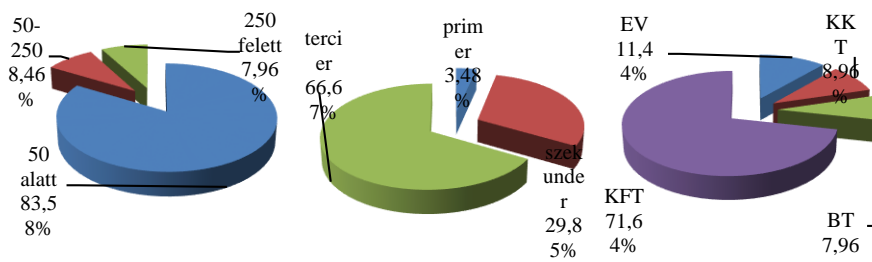
⁶ Ezúton szeretném megköszönni a kutatásban részt vevő vállalkozások és hallgatók segítségét, akiknek munkája és ideje nélkül nem sikerült volna a megkérdezés végrehajtása.

- projektfinanszírozással kapcsolatos kérdések.

A mintában szereplő vállalkozások szegmentálása az alkalmazotti létszám, az ágazathoz való tartozás, az értékesítési árbevétel, a mérlegfőösszeg, az adózott eredmény valamint a társasági forma alapján történt. Az adatok feldolgozása MS Excel 2007, valamint SPSS 19.0 programokkal történt.

3 A minta összetétele

A minta összetétele a fent felsorolt szegmentációs jellemzők alapján igen változatos képet mutat. Ahogy az 1. számú ábra is mutatja, a kutatásban részt vevő vállalkozások közel 84%-a 50 fő alatti alkalmazotti létszámmal rendelkezik, kétharmaduk a terciér szektorban tevékenykedik, valamint közel 72%-uk korlátolt felelősségű társaságként működik. Kis számban vesznek részt a mintában a nagyobb vállalkozások 250 fő feletti alkalmazotti létszámmal (8%), szinte alig vannak primer szektorbeli válaszadók (3%), valamint alacsony a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságok száma is a mintában (összességében 30% alatt vannak).



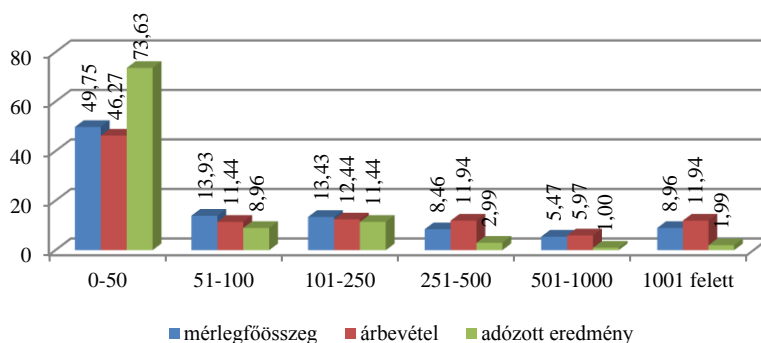
4. ábra

A minta összetétele létszám (fő), szektorhoz való tartozás, valamint társasági forma alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

A minta gazdálkodási adatok alapján történő csoportosítását mutatja a 2. számú ábra. A gazdálkodási adatokat a vállalkozások a megelőzően lezárt három üzleti év átlaga alapján jelölték. A válaszadó vállalkozások közel fele a mérlegfőösszeg szerint a legalsó kategóriába tartozik, azaz 50 millió forint alatti értékkel rendelkeznek, 14%-kal képviseltetik magukat az eggyel nagyobb kategóriába tartozó vállalkozások, és 13%-os aránnyal bírnak a 101-250 millió forint közötti mérlegfőösszeggel bíró társaságok. Az eszközérték szerint nagyobb értékkel rendelkező vállalkozások összességében nem tesznek ki 23%-ot. Az értékesítési árbevétel szerinti csoportosításnál hasonló kép rajzolódik ki. 46%-ban 50 millió forint alatti értékkel jellemezhető cégek vesznek részt a mintában, valamint 12-

12%-os aránnyal bírnak a 101-250, valamint 251-500 millió forintos árbevétellel rendelkező cégek. A nagyobb volumenű vállalkozások összességében 18%-ot sem tesznek ki. Az adózott eredmény alapján még sarkalatosabb a minta, mivel a vállalkozások 74%-a 50 millió forint alatti értékkel bír, és a további kategóriákon osztozik a minta több, mint egynegyed része.



5. ábra

A minta összetétele %-ban a mérlegfőösszeg, értékesítési árbevétel, valamint adózott eredmény alapján (adatok millió forintban)

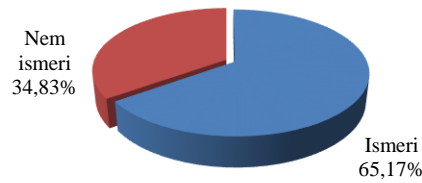
Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

4 A kutatás eredményei

Jelen tanulmány – ahogy a bevezetőben is említésre került – arra vállalkozik, hogy mintegy hiánypótlásként feltárja a vállalkozások finanszírozási kérdésekhez való hozzáállását, hogy alkalmaznak-e tudatosan és irányítottan finanszírozási stratégiát, és milyen elvek alapján irányítják cégük forrásgazdálkodását. Jelen írás egyrészt azt a hiányt is kívánja pótolni, amit Szerb (2008) egyik tanulmányában is megfogalmaz, hogy az adatokhoz való korlátozott hozzáférés miatt, hiányzik a szektorról egy olyan finanszírozási körkép, ami modellekre és ökonometriai- statisztikai adatokra építve képet adna a helyzetről. A vállalkozások gazdálkodásáról és működéséről rendelkezésre álló primer adatok főként a beszámolóban szereplő adatokra szorítkoznak, melyek ebben a témában igencsak korlátozottan alkalmasak a finanszírozás mélyreható tanulmányozására. A mérleg és eredménykimutatás adatai ráadásul mindig már lezárult üzleti évekre vonatkoznak és statikusak, így a folyamatok, a nehézségek, melyekkel év közben, akár napi szinten találkozunk a vállalkozás nem derülnek ki azokból. Ezért tesz kísérletet a tanulmány arra, hogy kutatásból származó primer adatok alapján, 201 vállalkozás válaszai alapján próbáljon egy iránymutató képet alkotni a finanszírozás ezen aspektusáról.

4.1 Ismerik-e a vállalkozások a finanszírozási stratégiák fogalmát?

A kutatás első lépéseként arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadó vállalkozások mindennapi működési gyakorlatában mennyire szerepel hangsúlyos helyen a finanszírozási stratégiák fogalma. A finanszírozási stratégiák ismerete minden vállalati pénzügy kurzus sarkalatos témája, amit az alap- és a mesterképzések különböző tárgyainak keretén belül, de még a szakirányú pénzügyi képzéseken is oktatnak. Ennek ellenére meglepő, hogy ez a téma a mindennapi gyakorlatban nem kap hangsúlyos szerepet. A vállalkozók elmondása szerint nincs idejük tudatosan irányítani a finanszírozási stratégiájukat, főként abból finanszíroznak, ami van, és az elméleti oldallal nincs kapacitásuk foglalkozni. A válaszadó vállalkozások közel kétharmada (65%) nyilatkozott úgy, hogy ismerik a stratégiák fogalmát, és mindössze alig több, mint egyharmaduk jelölte azt (35%), hogy egyáltalán nem is ismerik azt.



6. ábra

A finanszírozási stratégiák ismerete

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Érdeemes megvizsgálni azt is, hogy van-e valamilyen statisztikailag igazolható összefüggés a finanszírozási stratégiák ismerete valamint a vállalkozások csoportosítási jellemzői között. Így a kiszámoltam a Pearson-féle Chi-négyzet értékeket a kérdés valamint a vállalkozásnál alkalmazott létszám, a vállalkozás szektorbeli hovatartozása, a típusa, valamint a megelőző három lezárt üzleti év árbevétele, mérlegfőösszege és adózott eredménye között.

Csoportosítási jellemző	Pearson-féle Chi-négyzet érték
Létszám	0,5873
Szektor	0,3809
Típus	0,8090
Mérlegfőösszeg	0,1751
Árbevétel	0,1437
Adózott eredmény	0,8971

1. táblázat

A Pearson-féle Chi-négyzet értékek az egyes csoportosítási jellemzők, valamint a stratégia ismerete alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

A Chi-négyzet értékek alapján megállapítható, hogy egyetlen esetben sem létezik statisztikailag igazolható összefüggés a stratégia ismerete, valamint a mintában szereplő vállalkozások csoportosítási jellemzői között, mivel az érték minden esetben meghaladja a határértéket (0,05). Ettől függetlenül érdemes kicsit közelebbről megvizsgálni a kapott válaszokat a szegmentációs jellemzők mentén. A minta részletesebb vizsgálatára keresztábra elemzést alkalmaztam. A minta létszám kategóriák szerinti csoportosítása alapján megállapítható, hogy a stratégiák területén a legtájékozottabbak a középső kategóriába tartozó vállalkozások, bár ők csak a minta 8,46%-át teszik ki. Itt a válaszadó vállalkozások háromnegyede ismeri a szóba jöhető stratégiákat, míg az 50 fő alatti cégeknél ez az érték már több, mint 10 százalékponttal kisebb (64,29%). Érdekes, hogy a legkisebb értékkel a stratégiák ismerete tekintetében a legnagyobb vállalkozások bírnak, itt alig több, mint 60%-uk válaszolt igennel a feltett kérdésre, ami azért ellentmondásos, mert elvárnánk, hogy itt alkalmazzák a legtöbb pénzügyileg jól képzett szakembert a vállalatirányításban.

		Ismeri	Nem ismeri	Össz %
50 fő alatt	Kategória %	64,29	35,71	100,00
	Stratégia ismerete %	82,44	85,71	83,58
	Total %	53,73	29,85	83,58
50-250 fő között	Kategória %	76,47	23,53	100,00
	Stratégia ismerete %	9,92	5,71	8,46
	Total %	6,47	1,99	8,46
250 fő felett	Kategória %	62,50	37,50	100,00
	Stratégia ismerete %	7,63	8,57	7,96
	Total %	4,98	2,99	7,96

2. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a létszám kategóriák alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Az alábbi táblázat, valamint a minta szektorok szerinti szegmentációja alapján látható, hogy a válaszadó vállalkozások döntő többsége (kétharmada) a szolgáltató szektorban tevékenykedik. Érdekes, hogy e szektorba tartozó vállalkozások azok, melyek a legkisebb arányban ismerik a finanszírozási stratégiákat (63%), azonban a mintában elfoglalt súlyuk miatt mégis jelentős erőt képviselnek. A primer szektorba sorolható vállalkozások szinte mindegyike – néhány kivétellel – ismert a stratégiák fogalmát és jelentését. A szekunder ágazatban tevékenykedő vállalkozások közel leképezik a minta alapjellemezőjét, mivel kicsivel több, mint kétharmaduk nyilatkozott úgy, hogy tisztában van a stratégiák fogalmával.

		Ismeri	Nem ismeri	Össz %
Primer	Kategória %	85,71	14,29	100,00
	Stratégia ismerete %	4,58	1,43	3,48
	Total %	2,99	0,50	3,48
Szekunder	Kategória %	68,33	31,67	100,00
	Stratégia ismerete %	31,30	27,14	29,85
	Total %	20,40	9,45	29,85
Tercier	Kategória %	62,69	37,31	100,00
	Stratégia ismerete %	64,12	71,43	66,67
	Total %	41,79	24,88	66,67

3. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a szektorhoz való tartozás alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Ha a mintát a vállalkozási forma szerint vizsgáljuk, megállapítható, hogy a Kkt és a Kft-k azok, melyek meghaladva a mintaátlagot, ismerik a stratégiákat. Az egyéni vállalkozók azok, melyek a legkisebb arányban feleltek igennel a feltett kérdésre. Ennek oka, hogy az egyéni vállalkozók egy jelentős része még mindig kényszervállalkozónak minősül, másik részük a szakmájában dolgozó szakember, ami nem jelent feltétlenül pénzügyi szakvégtettséget. Az egyéni vállalkozókkal folytatott beszélgetések során kiderült, hogy ők azok, akik a finanszírozásukat inkább saját forrásokra alapozzák, idegen forrást nem szívesen vesznek igénybe (bár jelentős részük rendelkezik vele), ami miatt nem helyeznek hangsúlyt a stratégiák ismeretére sem.

		Ismeri	Nem ismeri	Össz %
Egyéni vállalkozó	Kategória %	56,52	43,48	100,00
	Stratégia ismerete %	9,92	14,29	11,44
	Total %	6,47	4,98	11,44
Kkt	Kategória %	66,67	33,33	100,00
	Stratégia ismerete %	9,16	8,57	8,96
	Total %	5,97	2,99	8,96
Bt	Kategória %	62,50	37,50	100,00
	Stratégia ismerete %	7,63	8,57	7,96
	Total %	4,98	2,99	7,96
Kft	Kategória %	66,67	33,33	100,00
	Stratégia ismerete %	73,28	68,57	71,64
	Total %	47,76	23,88	71,64

4. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a vállalkozás típusa alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Számos érdekesség látható a minta mérlegfőösszeg, az értékesítés nettó árbevétele, és az adózott eredmény alapján történő vizsgálata során is. Megállapítható, hogy a témában a legtájékozottabbak az 50-100 millió forint (78,57%) valamint a 101-250 millió forint (77,78%) közötti mérlegfőösszeggel bíró vállalkozások. Mivel a szegmensbe tartozó vállalkozások több, mint háromnegyede ismeri a stratégiákat, kijelenthető, hogy ezek azok a vállalkozások, melyek bőven a mintaátlag felett teljesítenek. Szintén 70% feletti értékkel bírnak a következő két kategóriába tartozó cégek is. Ismét meglepő az a tény, hogy a legnagyobb, azaz egy milliárd forint mérlegfőösszeggel bíró cégek azok, melyek a mintaátlag alatt, azaz csak alig több, mint 60% feletti értékkel ismerik a stratégiákat, akárcsak a legkisebbek, ahol ez az érték még alacsonyabb.

A nettó árbevétel alapján történő vizsgálatnál már változik a gép, mivel itt már találkozhatunk olyan szegmessel is, ahol a stratégiákat a vállalkozások 80%, vagy e feletti értékkel ismerik. A legtájékozottabb vállalkozások az 501-1000 millió forint közötti értékesítési árbevétellel bíró vállalkozások (83,33%). Ezek a vállalkozások azok, melyek árbevételében már szerepelnek a külföldi értékesítési helyek is, ami miatt több mozgósítható forrásra, valamint tudatosan irányított finanszírozási portfólióra van szükség. Meglepő módon a legnagyobb vállalkozások ismét csak a mintaátlag körüli értéket hoztak (háromnegyedük ismeri a stratégiákat), ami kicsit jobb, mint a mérlegfőösszegnél tapasztalt arány, ami a méretnél fogva továbbra is kirívó adatnak minősül. A 101-250 millió forint árbevétellel bíró vállalkozások ismét a második legjobb értéket hozták (80%), ami alapján most már kimondható, hogy ide azok a fejlődő cégek tartoznak, akik a

további életben maradásuk miatt kénytelenek odafigyelni a finanszírozásukra. Ha ezt nem tennék, akkor könnyedén előfordulhatna az, hogy a helytelenül megválasztott finanszírozási stratégia, vagy a nem megfelelő finanszírozási források miatt az egyébként jól menő vállalkozás is bedőlhetne. A legrosszabb eredményt ismét a legkisebb cégek hozták, még rosszabb eredménnyel, mint a mérlegfőösszeg alapján (55,91%).

Végül, de nem utolsósorban érdemes egy pillantást vetni az adózott eredmény alapján számított eredményekre is, ahol az értékek alapján merőben más kép rajzolódik ki, mint az előző két szempont esetén. A legjobb érékkel ezen szempont szerinti csoportosításnál a minta azon vállalkozásai hozták, akiknek az adózott eredménye 250-500 millió forint között van, azaz ismét a középmezőbe tartozó vállalkozások minősülnek a legtájékozottabbnak. Érdekesség, hogy a legnagyobb vállalkozások, akik eddig a stratégiák ismeretében az utolsó helyeken szerepeltek, most a második legjobb eredményt hozták, ami azt jelenti, hogy a háromnegyedük (bőven a mintaátlag felett) ismeri a stratégiák fogalmát. További érdekesség, hogy az eddig viszonylag jól teljesítő vállalkozások, akik az 501-1000 millió forintos kategóriába tartoznak, hozták a legrosszabb értéket, mivel csak az 50%-uk ismeri a stratégiák fogalmát. Ennél a legkisebb cégek is jobb eredményt hoztak, közel a mintaátlag értékének megfelelően.

Ezen változatos számok azt jelentik, hogy a mintában szereplő vállalkozások sohasem sorolhatók egy ugyanazon kategóriába a gazdálkodási jellemzők alapján, ami annak köszönhető, hogy változatos működési, és adózási jellemzőkkel bírnak. Ez azt jelenti, hogy az egyes kategóriákban mindig más és más vállalkozások szerepelnek, ami jelentősen átrendezi a kapott eredményeket is.

		Mérlegfőösszeg			Nettó árbevétel			Adózott eredmény		
		Ismeri	Nem ismeri	Össz %	Ismeri	Nem ismeri	Össz%	Ismeri	Nem ismeri	Össz%
0-50 millió HUF között	Kategória %	57,00	43,00	100,00	55,91	44,09	100,00	64,19	35,81	100,00
	Strat. ismerete %	43,51	61,43	49,75	39,69	58,57	46,27	72,52	75,71	73,63
	Total %	28,36	21,39	49,75	25,87	20,40	46,27	47,26	26,37	73,63
51-100 millió HUF között	Kategória %	78,57	21,43	100,00	69,57	30,43	100,00	61,11	38,89	100,00
	Strat. ismerete %	16,79	8,57	13,93	12,21	10,00	11,44	8,40	10,00	8,96
	Total %	10,95	2,99	13,93	7,96	3,48	11,44	5,47	3,48	8,96
101-250 millió HUF között	Kategória %	77,78	22,22	100,00	80,00	20,00	100,00	69,57	30,43	100,00
	Strat. ismerete %	16,03	8,57	13,43	15,27	7,14	12,44	12,21	10,00	11,44
	Total %	10,45	2,99	13,43	9,95	2,49	12,44	7,96	3,48	11,44
251-500 millió HUF között	Kategória %	70,59	29,41	100,00	70,83	29,17	100,00	83,33	16,67	100,00
	Strat. ismerete %	9,16	7,14	8,46	12,98	10,00	11,94	3,82	1,43	2,99
	Total %	5,97	2,49	8,46	8,46	3,48	11,94	2,49	0,50	2,99
501-1000 millió HUF között	Kategória %	72,73	27,27	100,00	83,33	16,67	100,00	50,00	50,00	100,00
	Strat. ismerete %	6,11	4,29	5,47	7,63	2,86	5,97	0,76	1,43	1,00
	Total %	3,98	1,49	5,47	4,98	1,00	5,97	0,50	0,50	1,00
1001 millió HUF felett	Kategória %	61,11	38,89	100,00	66,67	33,33	100,00	75,00	25,00	100,00
	Strat. ismerete %	8,40	10,00	8,96	12,21	11,43	11,94	2,29	1,43	1,99
	Total %	5,47	3,48	8,96	7,96	3,98	11,94	1,49	0,50	1,99

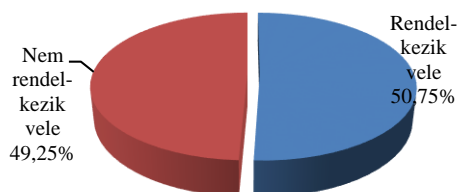
5. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a mérlegfőösszeg, az árbevétel és az adózott eredmény alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

4.2 Rendelkeznek-e finanszírozási stratégiával?

Fontos kérdés volt a kutatás során annak a ténynek a feltérképezése is, hogy a mintában szereplő vállalkozások azon túl, hogy ismerik a stratégiák fogalmát, rendelkeznek-e azzal. Ahogy az alábbi ábra is mutatja, a vállalkozások alig több, mint fele bír csak effajta stratégiával, tehát hiába ismerik azt közel kétharmados arányban, nem alkalmazzák mégsem tudatosan az így szerzett ismereteket.



7. ábra

A finanszírozási stratégiával rendelkező vállalkozások aránya

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Ahogy a stratégia ismerténél, így ebben az esetben is szerettem volna megnézni a Chi-négyzet értékek alapján a minta belső összefüggéseit. Jelen esetben két csoportosítási jellemzőnél is kimutatható a statisztikai kapcsolat, mégpedig a stratégiák alkalmazása valamint a vállalkozások mérlegfőösszege és árbevétele között, mivel az érték 0,05 alatti. Az eredményeket az alábbi táblázat mutatja.

Csoportosítási jellemző	Pearson-féle Chi-négyzet érték
Létszám	0,0848
Szektor	0,8209
Típus	0,3262
Mérlegfőösszeg	0,0475
Árbevétel	0,0461
Adózott eredmény	0,1540

6. táblázat

A Pearson-féle Chi-négyzet értékek az egyes csoportosítási jellemzők, valamint a stratégiával való rendelkezés alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Ha a mintát létszám szerint vizsgáljuk, akkor számos érdekességet figyelhetünk meg. Az 50 fő alatti vállalkozások java része, 52%-uk nem rendelkezik ilyen stratégiával, mégis a mintában szereplő vállalkozások méretadatai miatt ez a réteg van többségben a stratégiával rendelkezők között. A következő kategóriában teljes mértékben megfordul a kép, hiszen itt a vállalkozások háromnegyedének van kialakított finanszírozási stratégiája, mégis a mintában szereplő, stratégiával rendelkező vállalkozások között az arányuk csak elenyésző, alig 13%. A következő, azaz a legnagyobb létszámú vállalkozások tekintetében azt várnánk, hogy minden ide tartozó vállalkozásnak legyen kialakított finanszírozási stratégiája, ennek ellenére csak az 50%-uknál van ilyen. Emiatt a mintában a stratégiával rendelkezők között is elenyésző az arányuk.

		Rendelkezik	Nem rendelkezik	Össz %
50 fő alatt	Kategória %	48,21	51,79	100,00
	Rendelkezés %	79,41	87,88	83,58
	Total %	40,30	43,28	83,58
50-250 fő között	Kategória %	76,47	23,53	100,00
	Rendelkezés %	12,75	4,04	8,46
	Total %	6,47	1,99	8,46
250 fő felett	Kategória %	50,00	50,00	100,00
	Rendelkezés %	7,84	8,08	7,96
	Total %	3,98	3,98	7,96

7. táblázat

A finanszírozási stratégiával rendelkező vállalkozások a létszám kategóriák alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Ha a vállalkozásokat szektorok szerint csoportosíthatjuk, akkor az látható, hogy a primer szektoron belül működnek azok a vállalkozások, melyek a legnagyobb arányban rendelkeznek finanszírozási stratégiával (57%), majd őket követik a szekunder szektorbeliek és végül legkisebb arányban a terciér szektor. Ha a stratégiával rendelkezők arányát vizsgáljuk, akkor éppen ellenkező a sorrend. Ebből az következik, hogy a primer szektorbeli vállalkozások szinte alig bírnak stratégiával (4%), míg a terciér szektorbeliek közel a minta kétharmadát teszik ki. Mindennek az a magyarázata, hogy a terciér szektorban működő vállalkozások nagyobb fejlődési potenciállal bírnak, ezért náluk jelentősebb az idegen tőke szerepe, ami miatt fontos a stratégiák betartása is.

		Rendelkezik	Nem rendelkezik	Össz %
Primer	Kategória %	57,14	42,86	100,00
	Rendelkezés %	3,92	3,03	3,48
	Total %	1,99	1,49	3,48
Szekunder	Kategória %	53,33	46,67	100,00
	Rendelkezés %	31,37	28,28	29,85
	Total %	15,92	13,93	29,85
Tercier	Kategória %	49,25	50,75	100,00
	Rendelkezés %	64,71	68,69	66,67
	Total %	32,84	33,83	66,67

8. táblázat

A finanszírozási stratégiával rendelkező vállalkozások a szektorhoz való tartozás alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

A vállalkozási forma szerinti csoportosítás alapján elmondható, hogy jelentős arányban a Kkt-k és a Kft-k irányítják tudatosan a finanszírozási stratégiájukat. Ahogy az várható is, a stratégiával rendelkezők között közel háromnegyed arányban az utóbbi vállalkozási forma szerepel, és nem meglepő módon a Bt-k és az egyéni vállalkozók azok, melyek a legkisebb súllyal bírnak. Mindez azt jelenti, hogy minél inkább tőkeerősek a vállalkozások, vagy minél hitelképesebbek, annál jobban figyelnek a tudatos finanszírozásra. A kisebb vállalkozások, melyek sok esetben kényszervállalkozások, nem is szándékoznak idegen tőkét felvenni, vagy nem is rendelkeznek idegen forrással, azért nem is lényeges számukra a stratégia ismerete vagy tudatos betartása.

		Rendelkezik	Nem rendelkezik	Össz %
Egyéni vállalkozó	Kategória %	43,48	56,52	100,00
	Rendelkezés %	9,80	13,13	11,44
	Total %	4,98	6,47	11,44
Kkt	Kategória %	66,67	33,33	100,00
	Rendelkezés %	11,76	6,06	8,96
	Total %	5,97	2,99	8,96
Bt	Kategória %	37,50	62,50	100,00
	Rendelkezés %	5,88	10,10	7,96
	Total %	2,99	4,98	7,96
Kft	Kategória %	51,39	48,61	100,00
	Rendelkezés %	72,55	70,71	71,64
	Total %	36,82	34,83	71,64

9. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a vállalkozás típusa alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

Az éves beszámoló adatai alapján, a mérlegfőösszeg és a nettó árbevétel tekintetében a Chi-négyzet értékek alapján statisztikailag igazolható az összefüggés a stratégiák alkalmazása között. Ha a mérlegfőösszeg alapján nézzük a mintát, akkor látható, hogy a stratégiával rendelkezők között legnagyobb arányban az 51-100 millió forintos mérlegértékkel bírók rendelkeznek, zen csoport vállalkozásainak kétharmada rendelkezik ilyen stratégiával, ami közel 19%-ot jelent a teljes minta tekintetében. Érdekes, hogy a korrigált sztenderdizált reziduumok értéke alapján az elvárt értékhez képest többen rendelkeznek stratégiával, és kevesebben nem rendelkeznek azzal, mint elvárnánk. A 101-250 millió Ft, valamint az 501 millió Ft mérlegfőösszeg feletti vállalkozások szintén az elvárt érték felett teljesítenek a stratégiával való rendelkezés értelmében. Érdekesség, hogy a legkisebb vállalkozások is igen nagy aránnyal, 40%-kal szerepelnek a stratégiával rendelkezők között, bár a szegmensen belül jóval kevesebb vállalkozás rendelkezik azzal (41%). A reziduum érték is ezt mutatja, azaz az elvárt érték felett vannak azon vállalkozások, melyik nem rendelkezik stratégiával.

A nettó árbevétel alapján szintén változatos képet láthatunk. Az vállalkozások, melyek a legnagyobb irányban rendelkeznek stratégiával, a 101-250 millió Ft árbevételű cégek (72%), a 251-500 millió Ft-os, valamint legnagyobb vállalkozások (62%). Arányuk a teljes, stratégiával rendelkező állomány tekintetében azonban kicsi, minden esetben 18% alatti. A reziduum érték alapján pedig az látható, hogy mind a három szegmens az elvárt érték felett teljesít, azaz többen birtokolnak ilyen stratégiát, mint az az elvárt érték indokolná. Az 501 és 1000 millió Ft-os

vállalkozások az egyetlenek a kategórián belül, melyek az elvárt érték alatt teljesítenek a stratégiával való rendelkezés értelmében.

Ha a vállalkozásokat adózott eredmény alapján vizsgáljuk, akkor a Pearson-féle Chi négyzet érték alapján statisztikailag kimutatható összefüggés nincs a méretkategóriák, valamint a csoportosítási ismérv alapján. Látható, hogy 501 millió Ft adózott eredmény felett már minden vállalkozás rendelkezik stratégiával elmondásuk szerint. Az egy szinttel lejjebbi csoportban vállalkozások fele nyilatkozott arról, hogy van stratégiája. Azonban e három csoport aránya a mintában még a 10%-ot sem éri el összesen. A legkisebb vállalkozások, akik a stratégiával rendelkezők között közel 71%-ot képviselnek, alig 49-ban rendelkeznek ilyennel. Ez az arány a KKV szektorral megfogalmazott kritikákkal szemben nagyon jó érték, hiszen számos bírálat éri ezen csoport pénzügyi tudását.

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században
Budapest, 2015

		Mérlegfőösszeg			Nettó árbevétel			Adózott eredmény		
		Rendel- kezik	Nem rendel- kezik	Össz %	Rendel- kezik	Nem rendel- kezik	Össz%	Rendel- kezik	Nem rendel- kezik	Össz%
0-50 millió HUF között	Kategória %	41,00	59,00	100,00	40,86	59,14	100,00	48,65	51,35	100,00
	Rendelkezés %	40,20	59,60	49,75	37,25	55,56	46,27	70,59	76,77	73,63
	Total %	20,40	29,35	49,75	18,91	27,36	46,27	35,82	37,81	73,63
	K.szt.reziduum	-2,75	2,75		-2,60	2,60				
51-100 millió HUF között	Kategória %	67,86	32,14	100,00	47,83	52,17	100,00	38,89	61,11	100,00
	Rendelkezés %	18,63	9,09	13,93	10,78	12,12	11,44	6,86	11,11	8,96
	Total %	9,45	4,48	13,93	5,47	5,97	11,44	3,48	5,47	8,96
	K.szt.reziduum	1,95	-1,95		-0,30	0,30				
101-250 millió HUF között	Kategória %	62,96	37,04	100,00	72,00	28,00	100,00	60,87	39,13	100,00
	Rendelkezés %	16,67	10,10	13,43	17,65	7,07	12,44	13,73	9,09	11,44
	Total %	8,46	4,98	13,43	8,96	3,48	12,44	6,97	4,48	11,44
	K.szt.reziduum	1,36	-1,36		2,27	-2,27				
251-500 millió HUF között	Kategória %	41,18	58,82	100,00	62,50	37,50	100,00	50,00	50,00	100,00
	Rendelkezés %	6,86	10,10	8,46	14,71	9,09	11,94	2,94	3,03	2,99
	Total %	3,48	4,98	8,46	7,46	4,48	11,94	1,49	1,49	2,99
	K.szt.reziduum	-0,82	0,82		1,23	-1,23				
501-1000 millió HUF között	Kategória %	54,55	45,45	100,00	41,67	58,33	100,00	100,00	0,00	100,00
	Rendelkezés %	5,88	5,05	5,47	4,90	7,07	5,97	1,96	0,00	1,00
	Total %	2,99	2,49	5,47	2,49	3,48	5,97	1,00	0,00	1,00
	K.szt.reziduum	0,26	-0,26		-0,65	0,65				
1001 millió HUF felett	Kategória %	66,67	33,33	100,00	62,50	37,50	100,00	100,00	0,00	100,00
	Rendelkezés %	11,76	6,06	8,96	14,71	9,09	11,94	3,92	0,00	1,99
	Total %	5,97	2,99	8,96	7,46	4,48	11,94	1,99	0,00	1,99
	K.szt.reziduum	1,42	-1,42		1,23	-1,23				

10. táblázat

A finanszírozási stratégiák ismerete a mérlegfőösszeg, az árbevétel és az adózott eredmény alapján

Forrás: saját kutatás, 2014, N = 201

5 Összefoglalás

A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a minta java részét kitevő kis- és középvállalkozások nem foglalkoznak tudatosan a finanszírozásuk irányításával, mivel erre sem kapacitásuk, sem szaktudásuk nincsen. Sok esetben azért sem irányítják azt tudatosan, mert döntő arányban a saját forrásaikra támaszkodnak, és az esetlegesen hiányzó forrást úgy teremtik elő, ahogy éppen az aktuális helyzetük engedi. Ez kifejezetten kiszolgáltatottá teszi a szektort a finanszírozókkal szemben, akik döntő hányadban a bankok. Mivel a magyar vállalkozások tőkepiaci kapcsolatrendszere igen gyenge, nem is jöhet szóba másfajta finanszírozási forrás. A kapott eredmények alapján kijelenthető, hogy még hosszú éveknek kell elteltnie ahhoz, hogy a vállalkozások hozzáállásában érdemi változás következzen be a finanszírozást illetően.

Felhasznált irodalom

- [1] Antal-Pomázi, K. (2011): A finanszírozási források szerepe a kis- és középvállalkozások növekedésében, Közgazdasági Szemle, LVIII. évf., március, pp. 275.-295.
- [2] Balog, Á. – Nagy, M. (2014): Már nemcsak nálunk fontos a vállalati hitelek ösztönzése, Magyar Nemzeti Bank, http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/Kiadvanyok/szakmai_cikkek/hitelezeshp/Szakmai_cikk_Balog_adam_Nagy_Marton_Mar_nemcsak_nalunk_fontos_a_vallalati_hitelek_osztonzese.pdf letöltve: 2014.11.29.
- [3] Bereczk Á. (2011): A hazai járműgyártás erőforrásai, költségei és eszközgazdálkodási jellemzői. In: Svéhlik Csaba (szerk.) VI. KHEOPS Tudományos Konferencia: fiatal kutatók tudományos fóruma: előadástétel: "Paradigma- és stratégiaváltási kényszer a gazdaságban", Mór: KHEOPS, pp. 5-19.
- [4] Bereczk Á. (2013): Comparative analysis in the field of Hungarian manufacturing. In: Goran Vlastic, Jurica Pavicic, Josef Langer (ed.): Global Business Conference 2013, February 04-08, Tignes (France), pp. 45-55.
- [5] Borbás, L. (2013): Access to finance as main challenge for European SMEs. Can COSME help between 2014-2020?, 11th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking. 1-2 June 2013. Budapest, pp.227-233.
- [6] Borbás, L. (2014): Past, Present and Future of the SMEs in the Visegrad4 Group. Ed.:Mihajlovic I. Possibilities for development of business cluster network between SMEs from Visegrad countries and Serbia. University of Belgrade, Technical Faculty in Bor. Bor, 2014. pp. 17-29.
- Borzán A. (2005): A román kis-és középvállalkozások, mint a regionális

- politika lehetséges pillérei. Körös Tanulmányok. Tessedik Sámuel Főiskola Gazdasági Főiskolai Kar, Békéscsaba, pp. 35-41.
- [7] Borzán A. - Krajcsóné Kraszkó I. - Kovács M. - Simon I. - Szabóné Bohus M. (2009): A vállalkozások versenyképességi helyzetének, innovációs és tőkevonzó képességének térségi különbségei Békés megyében. Körös Tanulmányok. Szent István Egyetem Gazdasági Kar, Békéscsaba, pp. 24-49.
- [8] Csiszárík-Kocsir, Á. (2011a): A gazdasági válság hatásainak vizsgálata életkor szerint egy primer kutatás eredményeinek tükrében, Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, Kecskemét, 2011. augusztus 25., Kecskeméti Főiskola, Kertészeti Főiskolai Kar, 203-207. o.
- [9] Csiszárík-Kocsir, Á. (2011b): A gazdasági válság hatásai az iskolai végzettség alapján képzett csoportokban egy kvantitatív kutatás eredményeinek tükrében, Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, Kecskemét, 2011. augusztus 25., Kecskeméti Főiskola, Kertészeti Főiskolai Kar, 208-212. o.
- [10] Csiszárík-Kocsir, Á. (2012a): A gazdasági válság hatására kialakult recesszió érzékelése egy kérdőíves kutatás eredményeinek tükrében, Humánpolitikai Szemle, 2012. március, 52-60. o.
- [11] Csiszárík-Kocsir Á. – Medve, A. (2012b): Életünk mindennapjai a válság után – avagy a válság hatásainak személyes észlelése kutatási adatok alapján, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században II. – Tanulmánykötet, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, 135.-145. old.
- [12] Fábrián, G. (2014): Az NHP megfordította a hitelszűke negatív spirálját, Magyar Nemzeti Bank, http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/Kiadvanyok/szakmai_cikkek/hitelezeshp/Szakmai_cikk_Fabian_Gergely_NHP.pdf letöltve: 2014.11.29.
- [13] Kovács, N. – Páthy, Á. – Tóth, P. – Szabó, D. R. (2014): Kockázatok percepciója és értékelése az építőiparban. In Kovács Norbert (szerk.) Építőköcskák, Győr: Universitas-Győr Nonprofit Kft., pp. 75-89.
- [14] Kovács, Z. – Pató, G.Sz.B. (2014): Impacts of extreme weather in supply chains, Időjárás Quarterly Journal of the Hungarian Meteorological Service, Vol. 118, No 3, pp. 283-291
- [15] Lazányi, K. (2014): Short Assessment of the Situation of Hungarian SMEs and the Potential Role of Higher Educational Institutes. In: Ivan Mihajlović (szerk.) Possibilities for development of business cluster network between SMEs from Visegrad countries and Serbia: IMKSM2014. Bor: University of Belgrade, pp. 55-64.
- [16] Pallás E. – Varga E. (2012): Analysis of the Hungarian SME sector facing special problems in 2012. XIII. Nemzetközi Tudományos Napok, Károly

- Róbert Főiskola, Gyöngyös, 2012. március 29-30. Konferencia előadások, poszterek CD pp. 1295-1300.
- [17] Parragh, B. (2014): A rendszerváltás befejezése – A siker kapujában 25 év után, Polgári Szemle, 2014, 10. évf. 3-6. szám, pp. 78-94.
- [18] Pató, G.SZ.B. (2014): A model consisted of 5 tetrahedral network, as a scientific research appliance. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics, Journal L'Association 1901 "SEPIKE", Vol. 4. pp. 63-68.
- [19] Szabó, D.R. (2014): Állami programok építőipari vállalkozásokra gyakorolt várható keresletnövelő hatásai. The Publications of the MultiScience XXVIII.MicroCad International Multidisciplinary Scientific Conference. Miskolc, p. 10.
- [20] Szabó, M. – Pálinkó, É. (2004): Vállalti pénzügyek, Typotex Kiadó
- [21] Szekeres, V. (2014): Női vállalkozók a XXI. században. In: Nagy I. Z. (szerk.) Vállalkozásfejlesztés a XXI. században: IV. Tanulmánykötet, Budapest: Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, 175-188.
- [22] Szerb, L. (2008): A hazai kis- és középvállalkozások fejlődését és növekedését befolyásoló tényezők a 2000-es évek közepén, Vállalkozás és Innováció, II. évf., 2. szám, pp.1.-35.
- [23] Szigeti, C. (2015): Az ökolábnyom és egyéb fenntarthatósági indikátorok mérési tartományának értelmezése. Journal Of Central European Green Innovation (3: (1) pp. 49.
- [24] Szigeti, C.; Farkas, Sz.; Borzán, A. (2013): Fejlődés latin-amerikai útja néhány alternatív indikátor alapján. A jövő farmja. Az LV. Georgikon Napok publikációi (online). pp. 245-256.
- [25] Szilágyi, T. – Medve, A. – Tóth, T. (2013) Beruházási folyamatvizsgálat a megrendelői döntéshozattól a megvalósulásig In.: Nagy, I. Z. (szerk) Vállalkozásfejlesztés a XXI. században III., Budapest, Óbudai Egyetem, pp.53-72.
- [26] Tóth-Bordásné, M.I. (2014): Családi vállalkozások elmélete és gyakorlata. Óbudai Egyetem, Budapest
- [27] Varga, J. (2012): The position of the Hungarian small and medium-sized enterprises, Erenet Profile Vol. VII, No. 2., pp. 27-42.

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században
Budapest, 2015