
GKI Gazdaságkutató Zrt.

KISVÁLLALATI TÜKÖRKÉP A vállalati felmérés eredményei

Készült a

Magyar Telekom

megbízásából

2014. november

GKI Gazdaságkutató Zrt.

1092 Budapest, Ráday u. 42-44.

1461 Budapest, Pf. 232.

[http:// www.gki.hu](http://www.gki.hu)

Tel: 318-1284; 266-2088 Fax: 318-4023; 266-2118

gki@gki.hu

Készítették:

Némethné dr. Pál Katalin

Petz Raymund

© GKI Gazdaságkutató Zrt.

*A tanulmánynak vagy részeinek bármely módon való sokszorosítása tilos.
A tanulmány megállapításai csak a forrás megjelölésével idézhetők.*

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló	1
A válaszadók jellemzői.....	3
Pénzügyi, gazdálkodási sikertünetek	4
A siker lágy tünetei.....	5
Sikeres és sikertelen válaszadók	7
A sikeresség és a sikertényezők.....	10
Az infó-kommunikáció és a vállalati siker összefüggései	18
Következtetések.....	24
Melléklet.....	27
A felmérés kérdőíve	27
A sikeresség ágazati, területi és méret szerinti vetületének statisztikái	30
ICT statisztikák.....	32

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat A beérkezett felmérési minta szerkezete	3
2. táblázat A válaszok ágazati megoszlása.....	3
3. táblázat Gazdálkodási eredmények ágazati és területi metszetben.....	4
4. táblázat Exporthányadok a válaszadók körében.....	5
5. táblázat Miben jelenik meg az Önök cégének sikeressége?	6
6. táblázat A cég sikerességének tünetei ágazatonként	7
7. táblázat A sikeres és sikertelen vállalatok eloszlása ágazat, terület és méret szerint	8
8. táblázat Sikertényezők fontossága.....	10
9. táblázat A sikertényezőkre legmagasabb osztályzatot adók aránya	11
10. táblázat Az elmúlt öt évben végrehajtott innovációk száma	13
11. táblázat Tartós együttműködések átlagosztályzata	15
12. táblázat A cég sikerét javító üzleti környezeti változások.....	17
13. táblázat A cég sikerét javító legfontosabb üzleti környezeti változások	17
14. táblázat Az információs és telekommunikációs rendszer mint sikertényező	18
15. táblázat Infó-kommunikációs innovációt bevezető válaszadók aránya	19
16. táblázat Az elmúlt két évben beruházást végrehajtó válaszadók aránya	19
17. táblázat Internethasználat megoszlása	20
18. táblázat Új telekommunikációs megoldások a sikeres cégekben.....	21
19. táblázat Új telekommunikációs megoldások.....	21
20. táblázat Tervezett informatikai fejlesztések.....	23
21. táblázat Fejlettebb infokom infrastruktúra iránti igények fontossága	23
22. táblázat A hipotézisek igazolása a kutatás egyes fázisaiban	26

Ábrák jegyzéke

1. ábra A válaszadók eloszlása az indulás éve szerint	4
2. ábra A cég sikerességének tünetei méretcsoportonként.....	6
3. ábra Exporthányadok alakulása	9
4. ábra A vállalat pénzügyi helyzetének megítélése.....	9
5. ábra A dolgozók végzettsége vállalatméretenként	12
6. ábra A válaszadók megoszlása a tervezés időhorizontja szerint	12
7. ábra Az egyes innovációfajtákat megvalósító válaszadók aránya.....	13
8. ábra Nagyobb beruházások a válaszadók körében az elmúlt két évben.....	14
9. ábra Együttműködést nem kialakító válaszadók aránya	15
10. ábra Legmagasabbra értékelt együttműködések	16
11. ábra Milyen internetkapcsolatot használnak a cég működéséhez?.....	20
12. ábra Tervezett új informatikai megoldások.....	22
13. ábra A vállalati sikerhez vezető utak térképe	24

Vezetői összefoglaló

A Magyar Telekom és a GKI Gazdaságkutató kisvállalati siker kutatása egy 1000 fős vállalati felméréssel zárult. A válaszadók a vállalati siker legfontosabb jelének a vevők hűségének elnyerését, az elismert műszaki teljesítményt, a jó szakemberek megtartását tekintették, s csak negyedik helyre sorolták a pénzügyi eredményességet. Ezzel együtt a sikeres vállalatok körében magasabb volt a nyereségesek aránya, mint a nem sikeresek között.

A felmérés során igyekeztünk igazolni a szakirodalom-kutatás során felállított hipotéziseket, s kiegészíteni, illetve ellenőrizni a többi fázis – az interjúk és az adatbázis-elemzés – során nyert információkat.

A minta kiválasztása során arra törekedtünk, hogy területi, ágazati és vállalatméret szerinti metszetben kellően nagy csoportokat alakítsunk ki ahhoz, hogy válaszok relevánsak legyenek az adott sokaságra. **A kérdések** felölelték a vállalati siker „kemény” pénzügyi-gazdasági jellemzőit, a „lágy” – számadatokkal nem leírható – sikerjelenségeket, továbbá a siker elérésében közrejátszott tényezőket, ezek fontosságát. **Külön is megvizsgáltuk az információs és telekommunikációs technológia szerepét** a cégeknél, és a sikerrel kimutatható összefüggéseit.

A válaszolók a sikeresség legfontosabb tényezőinek a megbízhatóságot, a jó hírnevet, a rátermett vezetőket, az alkalmazottak szaktudását, jó munkáját, a jó vevőkör kialakítását tartották. A következő – még mindig a közepesnél magasabbra értékelt - tényezőcsoport az alkalmazkodóképesség, a vállalati tanulás, az innovatív hozzáállás és a jó társadalmi kapcsolatok kialakítása volt.

A humán tőke siker elérésében játszott szerepe többszörös megerősítést nyert. A sikeres vállalatok létszáma és ezen belül a felsőfokú végzettségűek aránya kissé magasabb volt, mint a nem sikereseknél.

A sikeres cégek hosszabb időtávra készítettek terveket, **több innovációt valósítottak meg**, ezen belül az informatikai és kommunikációs innovativitásban is aktívabbak voltak. Ugyanezt találtuk a beruházási aktivitás terén: a sikeres cégek **mindenfajta beruházásból többet hajtottak végre**, mint a nem sikeresek. Figyelemre méltó, hogy a gépberuházások után informatikai fejlesztéseket valósítottak meg a legtöbben, ezt a dolgozók képzése, az építési beruházás, majd a telekommunikáció követte.

Együttműködést is inkább a sikeres cégek alakítottak ki. A legjellemzőbb az üzleti partnerekkel – vevőkkel, szállítókkal – való kooperáció volt, csak ezt követte a versengő együttműködés, az egyetlen együttműködési fajta, amit a nem sikeresek nagyobb arányban valósítottak meg, mint a sikeresek. A dolgozók szaktudásának fontossága és a meglehetősen sok cég által végrehajtott képzési beruházások dacára nagyon alacsony volt az oktatóhelyekkel való együttműködés. **Lehet, hogy a távoktatás terén nyílna lehetőség a kis- és középvállalatok humántőke fejlesztési igényeinek jobb kielégítésére, az iskolarendszer erre nem tűnik alkalmasnak.**

A válaszadók szerint az üzleti környezet ugyanazon változásai segítenék elő sikerességük javítását, mint bármely más, a GKI felméréseiben szereplő Magyarországon működő vállalatnál. Így az állam kiszámíthatóbb gazdaságpolitikája, a szabályok, engedélyek számának csökkentése, a megmaradó eljárások egyszerűsítése, fejlettebb tőke- és pénzpiac, az üzleti szerződések betartásának kikényszerítése, jogvédelem. A második – közepesre értékelt - blokkot a fejlettebb és versengő infrastruktúra (ideértve az infó-kommunikációs szolgáltatásokat is), valamint a vállalati képzés terheinek csökkentése alkotta. Közepesen is gyengébbre értékelték két kkv-specifikus változást: az exportpiacra lépés állami támogatását és a kutatás-fejlesztési eredményekhez való hozzájutást.

Az informatika és a telekommunikáció valamint a siker összefüggéseinek vizsgálata alátámasztotta azt a sejtésünket, hogy **a sikeres vállalatok inkább használják és fejlesztik ezt a technológiát.**

A **kutatás hipotézisét** a szakirodalom elemzése és a menet közbeni pontosítások után így állítottuk fel:

A kis- és középvállalat akkor lehet tartósan sikeres, ha harmonikus viszonyt alakít ki a működési, üzleti környezetével, ha helyesen tűzi ki a céljait és ehhez megfelelő stratégiát választ. Ehhez szüksége van az innovációk megvalósításának képességére, a kooperativitásra, ami a vállalat tanulóképessége nélkül nem létezhet tartósan.

Az állítás minden elemét legalább két kutatási fázisban sikerült igazolni. Egyedül a versengő együttműködés – a kooperáció – vállalati sikerben játszott szerepét nem tudtuk meggyőzően alátámasztani. Bár el nem vethetjük, az igazoláshoz további kutatások szükségesek.

A válaszadók jellemzői

A Magyar Telekom és a GKI Gazdaságkutató Zrt. „kisvállalati siker” kutatásának utolsó fázisa egy **vállalati felmérés** volt. Az előző kutatási szakaszok eredményein alapuló kérdőívet kérdeztünk le a magyarországi kis- és középvállalatok körében. A vizsgálat célja részben a korábbi megállapítások tesztelése, részben ezek kiegészítése volt.

A Telekom képviselőivel egyeztetett kérdőív lekérdezésére 2014. október 16. és november 4. között került sor. A telefonos kérdezést a Marketphone Kft. bonyolította le. **A felméréndők körét** előzetesen úgy alakítottuk ki, hogy az összes releváns vállalatcsoport metszetében elegendő számú választ kapjunk megbízható következtetések levonásához.

1. táblázat

A válaszok szerkezete

Méret szerint	Darab	Megoszlás, %	Terület szerint	Darab	Megoszlás, %
Mikrovállalat	458	45,8	Kelet-Magyarország	329	32,9
Kisvállalat	368	36,8	Közép-Magyarország	357	35,7
Középvállalat	174	17,4	Nyugat-Magyarország	314	31,4
Összesen	1000	100,0	Összesen	1000	100,0

Forrás: GKI felmérése

2. táblázat

A válaszok ágazati megoszlása

	Darab	Megoszlás, %
Építőipar	124	12,4
Feldolgozóipar	272	27,2
Kereskedelem, vendéglátás	314	31,4
Közszolgáltatás	43	4,3
Üzleti szolgáltatás	247	24,7
Összesen	1000	100,0

Forrás: GKI felmérése

A **szolgáltató szektort** két csoportra bontottuk. Az üzleti szolgáltatás kategóriába a következő ágazatba tartozó válaszadókat soroltuk: szállítás-raktározás, infó-kommunikáció, pénzügyi, biztosítási tevékenység, ingatlanügyletek, szakmai, tudományos, műszaki tevékenység, adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység. A közszolgáltatások csoportjába került a védelem, közigazgatás, az oktatás, az egészségügyi és szociális szolgáltatás, a művészet, szórakozás, szabadidő és az egyéb szolgáltatás.

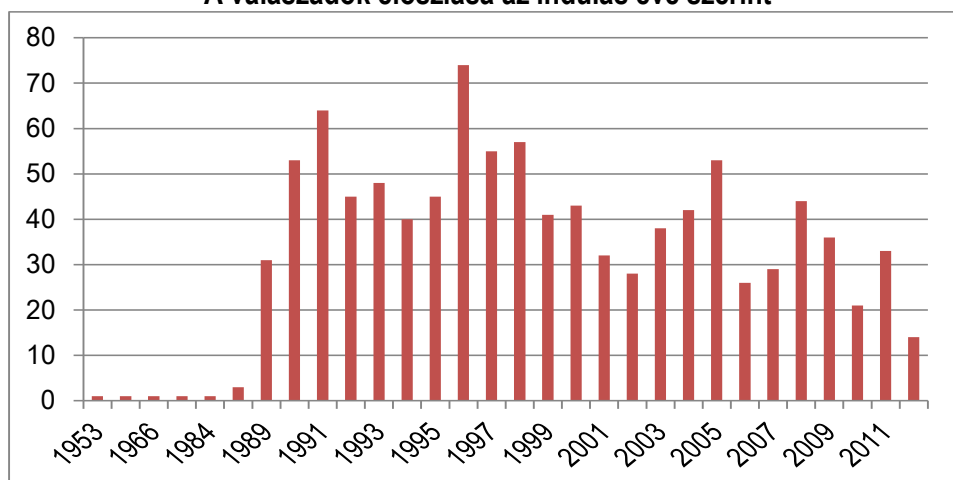
A válaszadók **átlagos létszáma** 2013-ban 20,43 fő volt. A legkevesebbet foglalkoztatónál öten, a legnagyobbknál 227-en dolgoztak. Még a mikrovállalatok átlagléttszáma is 9 fő felett volt. A legnagyobb foglalkoztatók a feldolgozóiparban voltak 31 fős átlaggal, a legkisebbek a kereskedelem, vendéglátásban 14 főssel.

Pénzügyi, gazdálkodási sikertünetek

A mintába került vállalatok 43%-a családi cég volt. A legrégebben működő válaszadó egy 1953-ban létrehozott szövetkezet volt, a legfiatalabbakat 2012-ben alapították. A cégek több mint fele az ezredforduló előtt jött létre, de az alig egy évesek száma csupán 14 volt.

1. ábra

A válaszadók eloszlása az indulás éve szerint



Forrás: GKI felmérése

A legelfogadottabb sikermutatónak a közvélemény és a szakirodalom is a növekedést tekinti. A mintában szereplő vállalatok 40%-a adott hírt az elmúlt öt évben (tehát a válság mélypontja óta), vagy az alapítás évétől kezdve (ha az volt a későbbi) növekvő **árbevételről**, 38% stagnálóról és 22% jelzett csökkenést. A **létszámalakulás** már kevésbé volt dinamikus: csupán 30%-nál nőtt a dolgozók száma ugyanezen idő alatt, 49%-nál stagnált, és 21%-nál csökkent. 2013-ban a válaszadók 81%-a nyereséges volt, 19% nem. A gazdálkodási információkat összesítve azt találtuk, hogy a válaszadók **közel egyötöde** 18%-a tekinthető **kudarcosnak**, mivel sem létszámnövekedést, sem árbevétel emelkedést, sem nyereséget nem tudott elérni. **Több mint egyötödük**, 21%-uk viszont mindhárom tényezőt javítani tudta, vagyis **kifejezetten sikeres** volt.

Bár voltak eltérések az ágazatonkénti és területi metszetben, ezek meglepően kicsik voltak. Úgy tűnik, a gazdálkodási eredmények alakulása **nem magyarázható** ezekkel a tényezőkkel.

3. táblázat

Gazdálkodási eredmények ágazati és területi metszetben

	Létszám alakulása			Árbevétel alakulása			Nyereséges volt?	
	Csökkent	Nőtt	Stagnált	Csökkent	Nőtt	Stagnált	Igen	Nem
Építőipar	28,2	20,2	51,6	29,0	27,4	43,5	79,8	20,2
Feldolgozóipar	17,3	36,8	46,0	18,0	45,2	36,8	83,1	16,9
Kereskedelem	22,0	28,3	49,7	26,4	38,9	34,7	76,4	23,6
Közszolgáltatás	25,6	20,9	53,5	25,6	32,6	41,9	60,5	39,5
Üzleti szolgáltatás	18,2	33,6	48,2	16,6	43,7	39,7	86,6	13,4
Kelet-Magyarország	19,1	28,9	52,0	20,1	38,3	41,6	83,6	16,4
Közép-Magyarország	24,4	30,5	45,1	26,9	39,8	33,3	77,3	22,7
Nyugat-Magyarország	18,2	32,5	49,4	18,5	42,4	39,2	80,9	19,1

Forrás: GKI felmérése

Meglehetősen jó képet kaptunk a válaszadók **pénzügyi helyzetéről**: több mint a felük – 52% - azt mondta, hogy nincsenek pénzügyi problémái. További egyharmaduk általában tudta teljesíteni a fizetési kötelezettségeit, de előfordultak csúszások, átmeneti nehézségek. Tehát, alig 15%-uknak voltak pénzügyi gondjai, ezen belül napi fizetési gondokkal csupán 4%-uk küzdött. A válaszadók 72%-ának nem volt exportja, 11%-nak még az árbevétel egytizede sem származott a külföldről. 10 és 50% közötti exporthányadról a válaszadók 9%-a adott hírt, 50% felettiről pedig 8%. Igazán nagy eltéréseket e kérdésre adott válaszokban sem találtunk, egyedül talán az **üzleti szolgáltatások** körében tekinthető kiemelkedőnek a magas exporthányadú válaszadók aránya, amit az informatikai cégek és vevőszolgálati központok erős magyarországi jelenléte magyaráz.

4. táblázat

Exporthányadok a válaszadók körében

	Nincs export	10% alatt	10-50%	Több mint 50%
Építőipar	73,4	12,1	9,7	4,8
Feldolgozóipar	75,0	12,9	7,4	4,8
Kereskedelem	69,7	10,8	10,2	9,2
Közszolgáltatás	83,7	7,0	2,3	7,0
Üzleti szolgáltatás	68,4	11,3	8,5	11,7
Kelet-Magyarország	71,1	11,6	10,3	7,0
Közép-Magyarország	72,8	11,2	8,1	7,8
Nyugat-Magyarország	71,7	11,8	7,3	9,2

Forrás: GKI felmérése

Ezek az eredmények kiegészítik a kkv-szektor pénzügyi-gazdálkodási helyzetéről készült adatbázis-elemzésünket. Ellentmondást nem találtunk, a kép gazdagodott.

A siker lágy tünetei

A pénzügyi-gazdálkodási eredmények tehát elsősorban nem az ágazati és területi jellemzőktől függték. A korábbi vizsgálatok – a nemzetközi szakirodalom elemzése a vállalati interjúk azonban rámutattak, hogy a vállalati sikert messze nem csak a szokásos gazdálkodási eredményként értelmezik sem a szerzők, sem a vállalatvezetők. Igen nagy hangsúlyt kaptak az úgynevezett „lágy” szempontok, illetve az eredmények tartóssága, fenntarthatósága is.

A lágy tényezőket azért is hívják így, mert általában nem lehet „kemény” statisztikai adatokat gyűjteni róluk. Ezért a felmérésben összeállítottunk egy kérdéssort, amivel azt akartuk feltárni: **maguk a vállalatok miben látják leginkább megjelenni a sikert,** mit tekintenek sikerességük megnyilvánulásának. Öt előre megfogalmazott tényező mellett lehetőségük volt a válaszadóknak egyéb szempont megnevezésére is. Egy válaszadó több tényezőt is megjelölhetett; s választhatta azt is, hogy nem tekinti sikeresnek a cégét. Ez utóbbit hetvenen (7%) választották.

A válaszok köréből kiemelkedik az első három legtöbbször említett tényező. **A kis- és középvállalatok akkor tekintik magukat sikeresnek, ha magukhoz tudják kötni az ügyfeleiket, vevőiket, a szakmában, a piacon elismerik teljesítményüket és meg tudják tartani a kulcsembereiket,** vagyis megosztják velük az elismerést, ők is részesei a vállalat sikerének.

Miben jelenik meg az Önök cégének sikeressége?
(a felmérési válaszok száma és aránya)

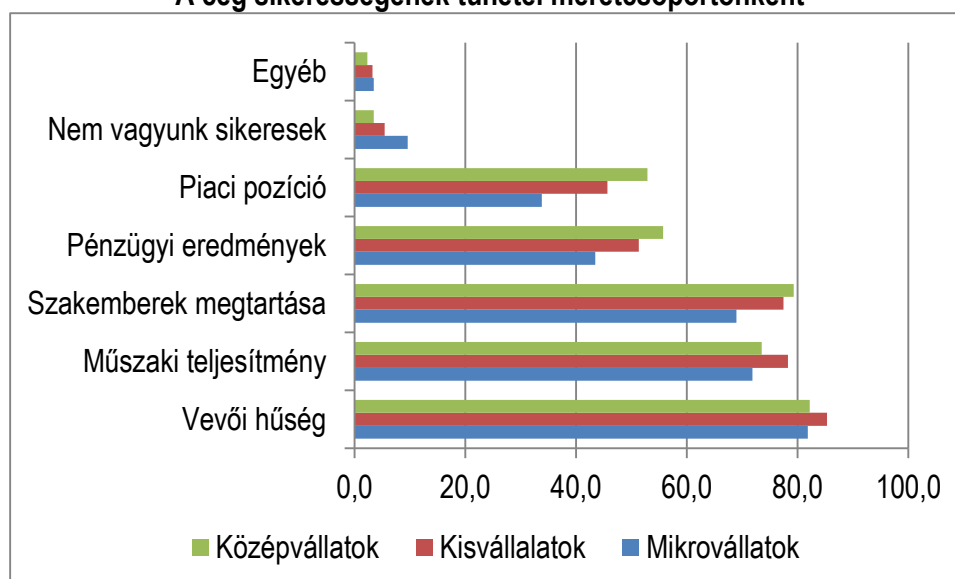
	Darab	Részarány
Vevői hűség	832	83,2
Műszaki teljesítmény	745	74,5
Szakemberek megtartása	739	73,9
Pénzügyi eredmények	485	48,5
Piaci pozíció	415	41,5
Nem vagyunk sikeresek	70	7
Egyéb	32	3,2

Forrás: GKI felmérése

A vállalatméret szerint említési sorrend a fenti összesített eredményhez nagyon hasonlóan alakult. Az egyes csoportokban persze eltértek az arányok, de az említési gyakoriság csak egy helyen: a **középvállalatok** a szakemberek megtartását többször tekintették a siker jelének, mint az elismert műszaki teljesítményt.

2. ábra

A cég sikerességének tünetei méretcsoportonként



Forrás: GKI felmérése

Az ágazati metszet már több eltérést hozott, de csak az említési gyakorisági rangsor elején. Az építőiparban nem a vevői hűség volt a legtöbbször megjelölt sikertényező, hanem az elismert műszaki teljesítmény. Az ágazat jellege alapján ez érthető is: viszonylag ritka az olyan megrendelő, amelyik rendszeresen épített. Még több eltérés volt a második helyen: a közszolgáltatásokat nyújtó cégek a vevői hűséggel azonos arányban említették a szakemberek megtartását, ez tehát megosztott első-második hely. A szakemberek megtartása a kereskedők és az üzleti szolgáltatók körében is a második legtöbbször megjelölt sikertényező lett. Az elismert műszaki teljesítmény tehát az építőiparban az első, a feldolgozóiparban a második, a kereskedelem, vendéglátásban, a köz- és az üzleti szolgáltató szektorban a harmadik helyen állt az említések gyakorisági sorrendjében.

A cég sikerességének tünetei ágazatonként

	Építőipar	Feldolgozóipar	Kereskedelem, vendéglátás	Közszolgáltatás	Üzleti szolgáltatás
Vevői hűség	70,2	86,0	85,7	79,1	84,2
Műszaki teljesítmény	81,5	81,3	68,8	62,8	72,9
Szakemberek megtartása	57,3	76,8	75,8	79,1	75,7
Pénzügyi eredmények	32,3	50,7	46,5	46,5	57,1
Piaci pozíció	28,2	47,4	41,7	30,2	43,3
Nem vagyunk sikeresek	12,1	7,7	8,3	4,7	2,4
Egyéb	2,4	3,7	2,5	4,7	3,6

Forrás: GKI felmérése

Az öt előre megadott tényező elég jól lefedhette a vállalati siker lényegét, mert ezerből **csak 32 válaszadó választotta az egyéb kategóriát**, ezek közül 16 fejtette ki, mire gondol. A szövegek alapján ezek egy részre egybeesett a rögzített kategóriákkal: pl. a „húzóemberek megtartása” nyilvánvalóan a „szakemberek megtartása” válasz egyfajta értelmezése, de hasonló mondható el a kérdőívben megadott „elismert műszaki teljesítmény, minőség” válasz és az egyébként kifejtett „színvonal”, „állandó, jó minőség”, „pontosság”, vagy a „vevői hűség” és a „határidőre fizető ügyfelek” válaszokról is. Egyébként jelöltek meg olyan tényezőket a válaszadók, amik nem a siker megnyilvánulásának, hanem okának, forrásának számítanak: „többet dolgozunk, mint ami ideális lenne”, „egyetlen ilyen ellátó központ”, „strukturális program, csatornázás”, „változatos választék, kedvesség”, „gyorsaság, rugalmasság”, „jó piaci elemzés és felkészültség”, illetve „személyhez kötődő”. Nehezebb meghatározni, hogy az egyediséget hangsúlyozó válaszok: „egyediség”, „egyedi termék”, „egyedi konstrukció” a siker megnyilvánulásának, vagy okának tekinthető-e? Ebben a szakirodalom elemzés nyújt támpontot: a kis- és középvállalatok számára kifejezetten javasolt stratégia az összpontosítás, vagyis olyan versenypozíció kivívása, amelyben a vállalat nem széles tömegek, hanem egy jól lehatárolt vevőkör igényeit elégíti ki speciális tudással és rugalmasan alkalmazkodva a vevő sajátosságaihoz. Így az egyediséget sikertényezőnek tekinthetjük, mivel így a vállalatnak sikerült az összpontosító stratégiát megvalósítani és kedvező versenypozíciót elérnie.

Sikeres és sikertelen válaszadók

Bár tudjuk, hogy egy viszonylag hosszú felmérési kérdőív megválaszolására elsősorban azok a cégvezetők tudnak vállalkozni, akik feje felett nem ég a ház, azt azért nem gondoljuk, hogy a válaszadóink között csupán 7% a sikeresnek nem tekinthető cégek aránya. A gazdálkodási eredmények ennél borúsabb képet mutattak. **Nem győzzük hangsúlyozni, hogy a vállalati siker alatt nem csupán a pénzügyi eredményességet kell érteni, de azt sem felejtethetjük el, hogy a vállalat létének mégiscsak alapvető célja az, hogy jövedelmet termeljen a tulajdonosok számára, amit hosszú távon csak – legalább szolid ütemű – növekedéssel érhet el.**

A kemény és a lágy tényezők együttes vizsgálatával képeztük a sikeres és sikertelen válaszadók csoportját a mintából. Sikeres az a vállalat lett, amelyik megjelölt magáról legalább egy sikertényezőt és a gazdálkodásról szóló információk alapján is eredményes volt: nem csökkent az árbevétele és/vagy a létszáma az elmúlt öt évben. Mivel az adott évi nyereséget sok minden befolyásolja, ezt nem vettük be a kemény sikertünetek közé. Az összevetéseket elvégezve **429 sikeres és 571 nem sikeres válaszadónk lett.**

A sikeres és sikertelen vállalatok eloszlása ágazat, terület és méret szerint
(százalék)

	Sikeres	Sikertelen
Építőipar	8,6	15,2
Feldolgozóipar	29,4	25,6
Kereskedelem	31,0	31,7
Közszolgáltatás	3,3	5,1
Üzleti szolgáltatás	27,7	22,4
Kelet-Magyarország	32,2	33,5
Közép-Magyarország	34,7	36,4
Nyugat-Magyarország	33,1	30,1
Kisvállalat	38,2	35,7
Középvállalat	22,6	13,5
Mikrovállalat	39,2	50,8
Összesen	429	571

Forrás: GKI felmérése

A tesztek elvégzése arra az eredményre jutottunk, hogy **az ágazati hovatartozás és a sikeresség között semmiféle komolyan vehető statisztikai kapcsolat nincs.** (Ld. a Mellékletben) Ez az eredmény nem meglepő, sokféle tapasztalat támasztja alá. Valójában bármilyen szakterületen lehet sikeres egy cég, ha hozzáértéssel végzi azt, amit csinál, ha megtalálja, mire van szüksége a vevőknek és hozzá tudja rendelni a megfelelő erőforrásokat.

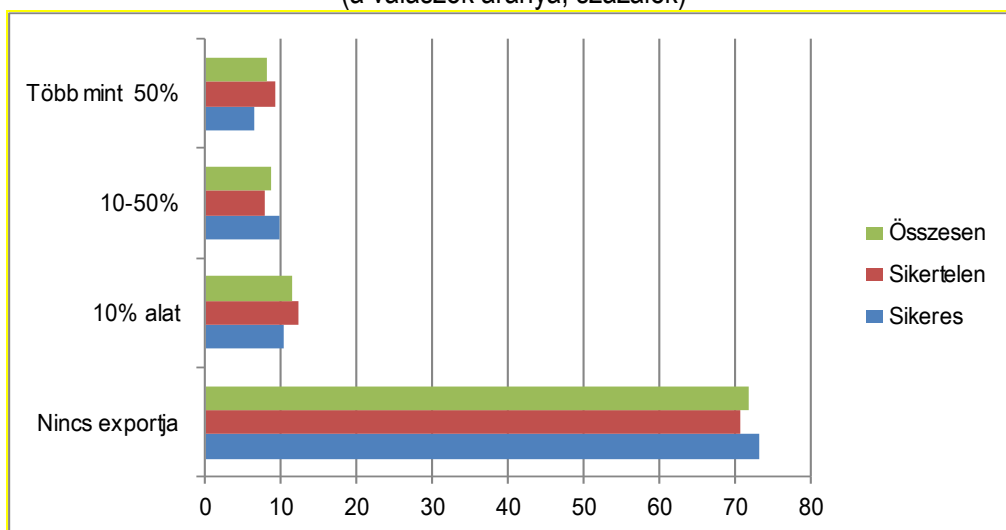
Ugyanezt mondhatjuk el a **területi** és a **vállalati méret** szerinti metszetről. A tesztadatok semmilyen tiszta kapcsolatot nem tártak fel. Valamelyes gyenge összefüggés mutatkozott a vállalati méret és a sikeresség között - a mikrovállalatok jóval nagyobb része volt sikertelen, mint a másik két csoportban -, de ez sem volt szignifikáns. A **családi vállalkozások** 41%-a került a sikeresek közé, a nem családiaknak 44%-a. Érdekes módon, a másik irányú megosztásban is ilyen arányok jöttek ki: a sikeres válaszadók 41%-a, a sikertelenek 44%-a volt családi vállalkozás. Míg a teljes minta vállalatainak **átlagos életkora** 15,02 év volt, addig a sikereseké 13,8, a sikerteleneké 15,9. Ezeknek a tesztjét nem is közöljük, annyira nyilvánvaló a kapcsolat hiánya, illetve nagyon gyenge volta. **Kijelenthetjük tehát, hogy a sikeres és nem sikeres kategóriába sorolás mögött nem húzódnak meg olyan helyzetbeli adottságok, amelyek eltértenék az elemzés eredményeit.**

A gazdálkodási jellemzők többsége a sikeresség kritériumai között szerepelt, most azokat vizsgáljuk meg, amelyek kimaradtak a csoportképzésből. Az összes válaszadó 80%-a volt **nyereséges** 2013-ban, a sikeresek között 92% az arányuk, a sikertelenek között csak 72%. Ez már tekinthető kapcsolatnak. (A Chi próba¹ értéke 66,7.)

Nem volt felfedezhető egyértelmű összefüggés a kis- és középvállalati siker és az export között. A sikeresnek minősített cégek között több volt, amelyek azt jelezte, hogy egyáltalán nincs exportja, mint a nem sikeresek között, de ők voltak többségben a 10 és 50% közötti exporthányadú csoportban. Ez eltér az adatbázis elemzés megállapításától, ahol az export és a pénzügyi siker között találtunk összefüggést, de nem mond annak ellent. Úgy tűnik, **nem egyszerűen az exportálás ténye, hanem annak a vállalat működésében betöltött szerepe a meghatározó a sikeresség szempontjából.** Lehet sikeres egy kisvállalat a hazai piacon is, ha jól elégíti ki a vevők szükségleteit és lehet sikertelen, ha a külföldön csak a tevékenység kiterjesztésének terepét látja, de nem alkalmazkodik azok elvárásaihoz.

¹ A Chi-próba kategóriaváltozók közötti függetlenséget mér. Ha függetlenek, értéke 0. Minél magasabb az értéke, annál szorosabb a kapcsolat a két változó között.

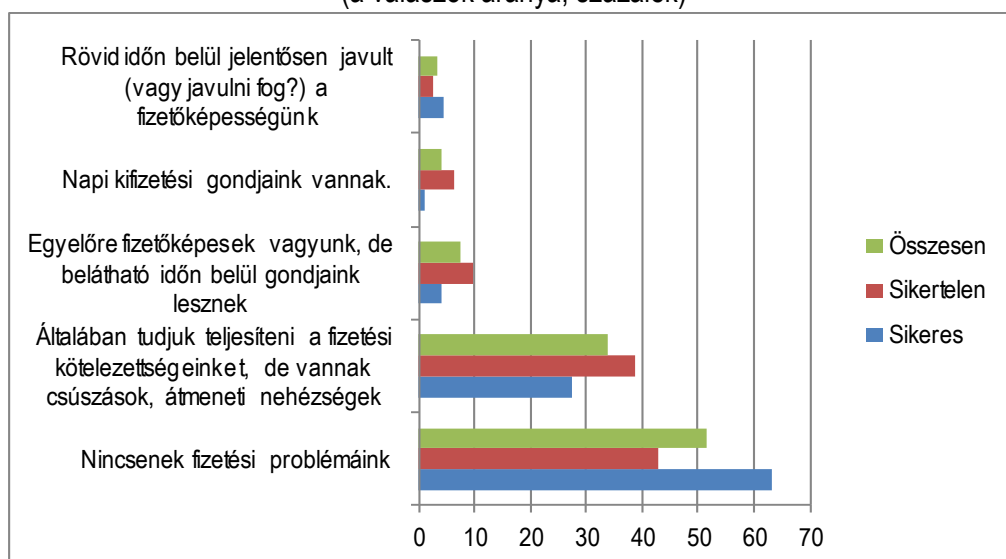
Exporthányadok alakulása (a válaszok aránya, százalék)



Forrás: GKI felmérése

A **pénzügyi helyzetről** adott önjellemzés mutatott némi, de igen gyenge összefüggést a vállalat sikerességével. **Erdemi eltérés a fizetési gondok nélküli cégek arányában volt a sikeresek javára** és ők viszonylag kevesebben jeleztek napi vagy várható fizetési gondokat, de itt már alacsony vállalatszámokról van szó. Ez a megállapítás egybeesik az adatbázis elemzés eredményeivel is.

A vállalat pénzügyi helyzetének megítélése (a válaszok aránya, százalék)



Forrás: GKI felmérése

A sikeresség és a sikertényezők

A kutatás célja csak részben volt az, hogy feltárjuk, hogyan is értelmezhető a vállalati siker. A másik izgalmas kérdéskört az alkotta, hogy találhatók-e olyan tényezők, amelyek inkább jellemzik a sikeres vállalatokat, vagyis **azonosítható-e a sikerben szerepet játszó folyamat, magatartás**. Mint fentebb láttuk, **a külső adottságoknak nem volt igazolható szerepe**. A kérdőíves megkérdezés alkalmat adott arra, hogy a **belső (lágy) tényezőket** is megvizsgáljuk. Ugyanazt a 12 (+ egyéb) tényezőt tartalmazó listát kérdeztük meg a vállalatoktól, ahol arra kértük őket egyszer azt jelöljék meg 1-től 5-ig terjedő skálán, milyen fontosságot tulajdonítanak az adott tényezőnek a vállalati sikerben és másodszer, hogy milyen adott tényező hiányának a siker elmaradásában.

8. táblázat

Sikertényezők fontossága
Átlagosztályzatok, összes válasz

	+	-
Megbízhatóság, jó hírnév	4,3	1,3
A rátermett vezető(k)	4,2	1,3
Az alkalmazottak szaktudása, jó munkája	4,1	1,4
Jó vevőkör	4,0	1,4
Alkalmazkodóképesség, vállalati tanulás	3,7	1,4
Innovatív hozzáállás	3,7	1,4
Jó társadalmi kapcsolatok	3,6	1,5
A korszerű technológia	3,5	1,5
Jó informatikai-telekommunikációs rendszer	3,5	1,5
Korszerű infrastruktúra	3,4	1,5
Vállalat-barát gazdaságpolitika	3,3	1,6
Marketingjük hatékonysága	2,9	1,6
Egyéb	1,2	1,2

+: a tényező szerepe a vállalat sikerében

-: a tényező hiányának szerepe a vállalati siker elmaradásában

1: egyáltalán nincs szerepe, 5: kiemelkedően fontos a szerepe

Forrás: GKI felmérése

A tényezők fontossága szinte fordított sorrendet alkotott. **A siker elérésében a legfontosabb szerepet a megbízhatóság, jó hírnév kivívásának tulajdonították a válaszadók, ezt a rátermett vezetők megléte, majd a jó képességű alkalmazottak követték.** Ez pont ugyanúgy a harmadik helyre került, mint a sikerjellemezők között a jó szakemberek megtartása. A humán tőke tehát oka és tünete is a vállalati sikernek. Ez egybevág a köznapi tapasztalatokkal. Jó cégnél szívesen dolgoznak a tehetséges emberek és munkájukkal előre is viszik a céget. Az infokommunikációs rendszer megléte a siker-okok osztályrangsorának második felében kapott helyet, a hiánya viszont elég hátráltatónak számított.

Mivel a vállalatok elsöprő többsége sikeresnek tartotta magát valamilyen szempontból, a siker elmaradását nyilván a még jobb eredmény el nem éréséért értelmezték, ezt pedig más tényező hiányának tulajdonították, mint a sikereket. A saját sikeres - nem sikeres besorolásunk szerint bontva sem találtunk eltérést a tényezők sorrendjében és csekély volt az átlagosztályzatok eltérése is. Az viszont következetes volt, hogy az egyes tényezők szerepét a vállalati siker elérésében a sikeres cégek magasabbra, hiányukat a siker elmaradásában alacsonyabbra osztályozták. Ennél többet mond, ha azt nézzük meg, hogy hányan adtak **legmagasabb osztályzatot** az egyes tényezők fontosságára a vállalat sikerének elérésében. Igazán nagy eltérést a **rátermett vezetés, a jó vevőkör és a megbízhatóság** tényezőknél találunk, ezeket jóval többen említették a sikeresek között maximális fontosságú tényezőként, mint a nem sikeresek között.

**A sikertényezőkre legmagasabb osztályzatot adók aránya
(százalék)**

	Sikeres	Sikertelen	Összesen
Megbízhatóság, jó hírnév	66,4	55,9	60,4
A rátermett vezető(k)	61,1	48,5	53,9
Az alkalmazottak szaktudása, jó munkája	51,7	47,1	49,1
Jó vevőkör	48,7	37,7	42,4
Alkalmazkodóképesség, vállalati tanulás	35,7	27,7	31,1
A korszerű technológia	31,9	22,2	26,4
Innovatív hozzáállás	31,7	22,2	26,3
Jó társadalmi kapcsolatok	30,8	25,4	27,7
Jó informatikai-telekommunikációs rendszer	28,2	19,6	23,3
Vállalat-barát gazdaságpolitika	21,9	17,2	19,2
Korszerű infrastruktúra	18,2	14,9	16,3
Marketingjük hatékonysága	13,8	10,0	11,6
Egyéb	2,1	2,5	2,3
N	429	571	1000

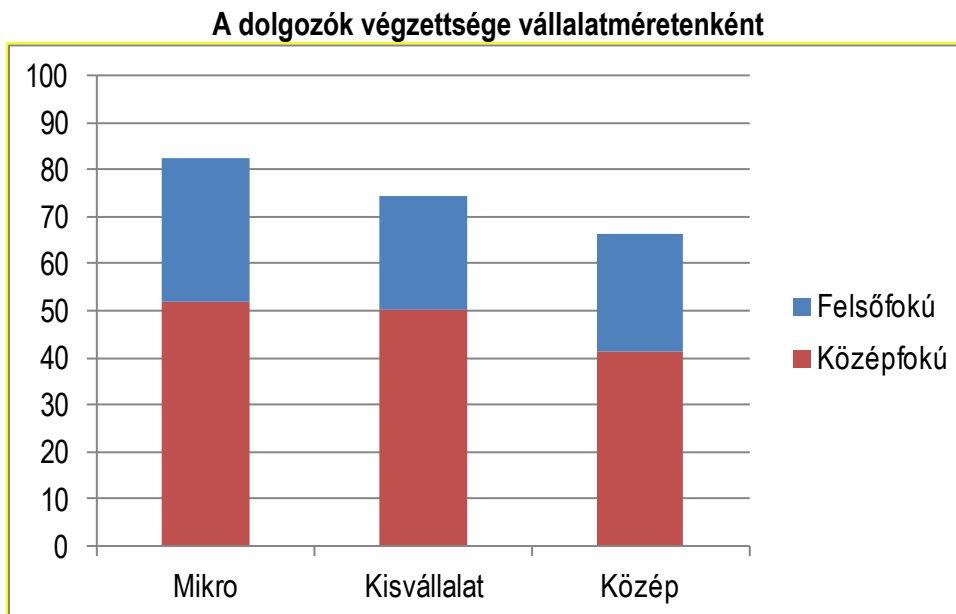
Forrás: GKI felmérése

A siker elmaradásában a sikert létrejöttében szerepet játszó tényezők hiánya viszonylag alacsony szerepet játszott a válaszadók szerint. Nemcsak az átlagosztályzatok lettek alacsonyok, de nagyon kevesen adtak maximális pontszámot bármelyik tényezőre. **A cégek leginkább a vállalatbarát gazdaságpolitika és a jó vevők hiányában látták a sikertelenség okát mindkét csoportban.** A legnagyobb eltérés a jó társadalmi kapcsolatok és a rátermett vezetők hiányának megítélésében volt, ezt a sikertelenek valamivel fontosabb magyarázatnak tartják, mint a sikeresek. Figyelemre méltó a **jó társadalmi kapcsolatok** megítélése mind sikertényezőként, mind a hiányuk, mint a siker elmaradásának oka. A sikeres vállalatok között többen tartották nagyon fontosnak, mint a sikertelenek között, de ezek hiányát viszont a sikertelenek vélték többször fontos magyarázó oknak a siker elmaradásában. A kérdés alapvetően a vállalat és az érintettek (*stakeholder*) viszonyára irányult, de belefér a közbeszerzésekről döntő szervezetekhez fűződő kapcsolat is. Az mindenestre elmondható, hogy a vállalati sikerben közrejátszik a környezet szereplőivel ápoltság és ennek hiánya hátráltató tényező a vállalat számára. Hasonlót mondhatunk a **gazdaságpolitika** vállalat-barátságól is.

A humán tőke fontossága a vállalati siker szempontjából a kutatás korábbi fázisaiban – a szakirodalom feldolgozásban és az interjúk során is – előkerült. A felmérésben is magas átlagosztályzatot kapott és sokan adták rá a kiemelt fontosságot jelző maximumot. A sikeres vállalatoknak magasabb volt az **átlagléttszáma** (25,5 fő), mint a nem sikereseknek (16,6 fő).

A válaszadóink dolgozói körében átlagosan 27,4%-ot ért el a **felsőfokú képzettséggel** és 49,4%-ot a **középfokúval rendelkezők** aránya. A vállalatméret szerinti bontás itt meglepetést hozott. Bár nem voltak túl nagyok az eltérések, úgy tűnik a végzettség iránti igény fordítottan arányos a cég méretével, azaz a mikrocégeknek van szükség leginkább képzett szakemberekre. Érdekesen alakult a sikeresség szerinti metszet is: a sikeres cégek dolgozóinak átlagosan 48,8%-a rendelkezett középfokú végzettséggel, a sikerteleneknek 49,8%-a. Valamivel nagyobb – és fordított irányú – az eltérés a felsőfokúak esetén: a sikereseknél 29,5%, a sikerteleneknél 25,9% volt az arányuk. Úgy tűnik, hogy a **vállalati sikerben szerepet játszó humántőke minősége elsősorban nem a végzettségtől függ.**

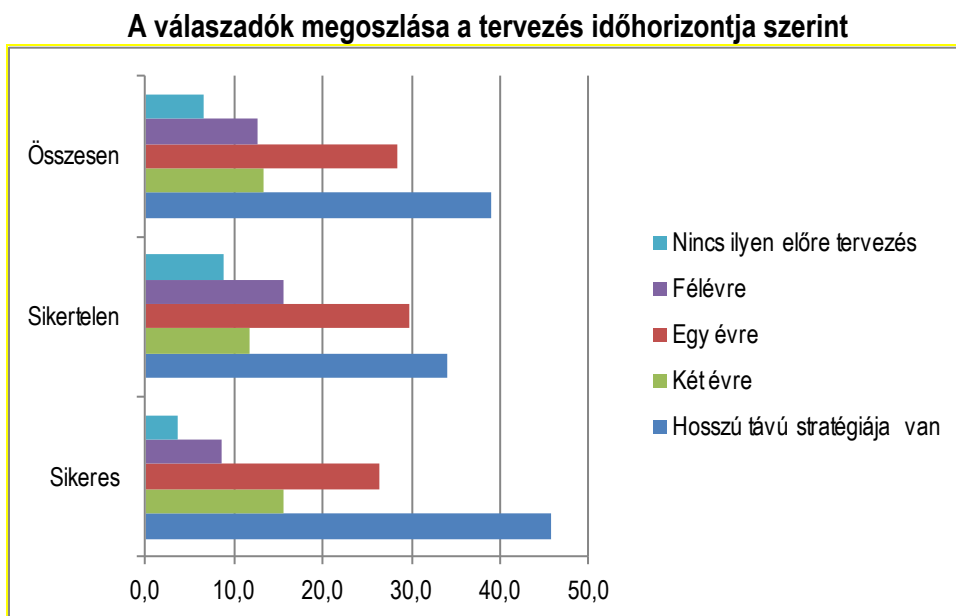
5. ábra



Forrás: GKI felmérése

A felmérés a vállalati siker egyik új magyarázatát hozta felszínre. Már a szakirodalom is utalt arra, hogy az előrelátás képessége, a **vállalati cselekvés tudatossága** jelentős szerepet játszik a sikerben. Ez megjelent, de nem igazán erősen az interjúkban is. A felmérésben viszont értékelhető kapcsolat (31-es Chi négyzet) mutatkozott a **tervezési időhorizont** és a sikeresség között. **A sikeres vállalatok többen készítettek hosszabb időtávra terveket, különösen a stratégiai tervezést végzők aránya magasabb** szembeszökően a sikeresek, mint a sikertelenek között.

6. ábra



Forrás: GKI felmérése

A korábbi eredményeknek megfelelően értékelhető összefüggést (61-es Chi négyzet) találtunk az **innovációs aktivitás** és a vállalati siker között. Érdekes módon a válaszadók a többi tényező között csak erős közepesre értékelték az innovatív hozzáállás fontosságát, azonban azt találtuk, hogy **a sikeres vállalatok több innovációt valósítottak meg**, mint a nem sikeresek. Ötféle innovációra

kérdeztünk rá. Az Oslo kézikönyv szerinti négy fajta: új, vagy jelentősen megújított, korszerűsített termék, eljárás, szervezési és marketing megoldás bevezetése mellett az infó-kommunikációs megoldások bevezetésére is rákérdeztünk.

A sikeres vállalatok között kevesebben voltak, akik egyáltalán nem innováltak és többen, akik egynél több innovációt is megvalósítottak a válság mélypontja óta.

10. táblázat

Az elmúlt öt évben végrehajtott innovációk száma
(a válaszadók megoszlása)

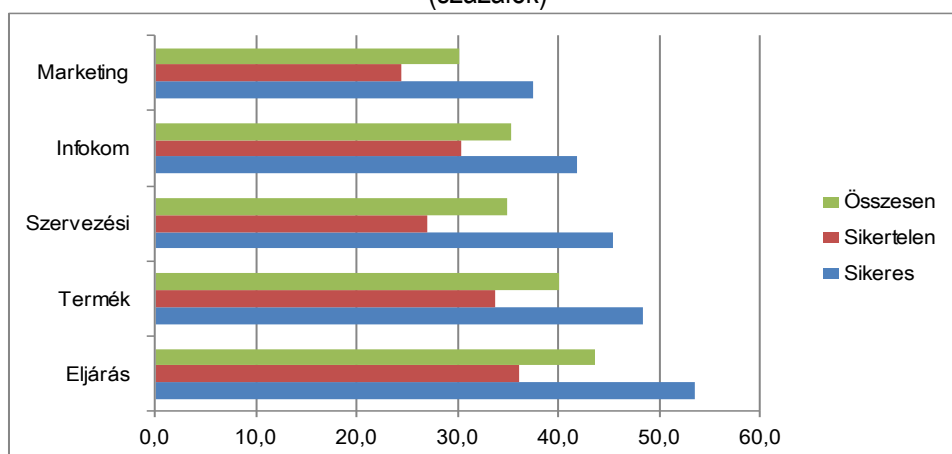
	Sikeres	Sikertelen	Összesen
0	17,2	35,0	27,4
1	15,9	21,0	18,8
2	23,5	17,5	20,1
3	18,6	14,2	16,1
4	15,4	8,2	11,3
5	9,3	4,0	6,3
N	429	571	1000

Forrás: GKI felmérése

Minden válaszadó elsősorban **eljárás- és termék-innovációkat** – tehát technológiai megújulást - hajtott végre. A sikeresek mindegyik fajtából többet valósítottak meg, mint a nem sikeresek. A legnagyobb különbség a szervezési és eljárási innovációknál volt, **a siker egyik alapja az volt, hogy a vállalat működését – mind a műszaki, mind az alapfolyamot támogató folyamatokat – hozzáigazították az új feladatokhoz.** A legkisebb eltérés az infó-kommunikációs innovációk megvalósításánál volt a két csoport között. **Minden csoportban többen hajtottak végre korszerűsítést az informatikai, távközlési rendszerükben, mint a piaci megjelenésben.** Ezek a sorrendek összhangban vannak a sikert előmozdító tényezőkről adott értékelésekkel.

7. ábra

Az egyes innovációfajtákat megvalósító válaszadók aránya
(százalék)



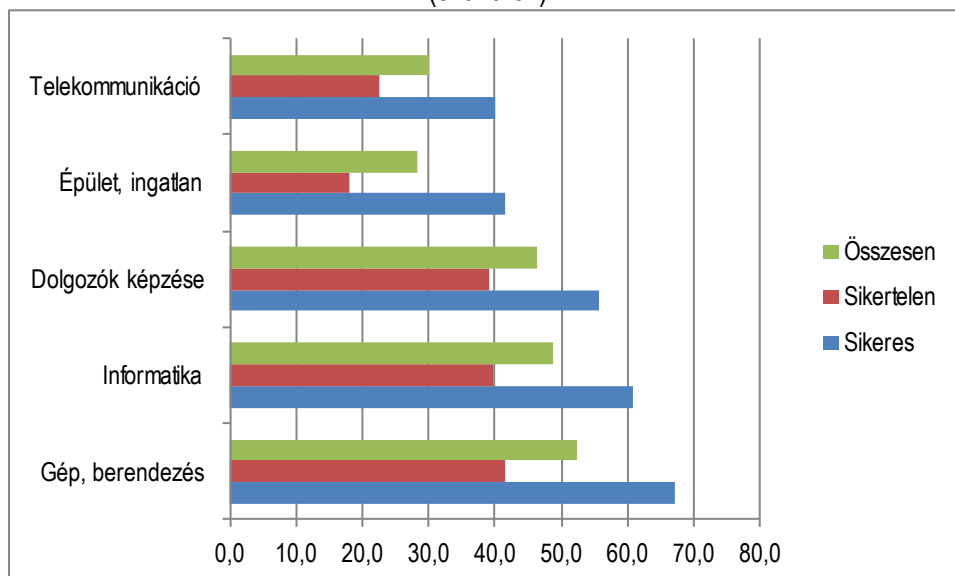
Forrás: GKI felmérése

A vállalatok **beruházási tevékenységéről** is a szokásostól kissé eltérő módon érdeklődtünk. Az épület- és gépberuházásokon kívül rákérdeztünk az informatikai, telekommunikációs és a humán tőkefejlesztési beruházásokra is. A vizsgált időtáv csak az elmúlt két év volt, mivel a válság jelentős kapacitáskihasználatlansággal járt, először ez korrigálták a vállalatok és a magyar gazdaság üzleti szektorában csak mostanában indult meg a beruházási aktivitás. Elég határozott különbségeket találtunk a sikeres

és nem sikeres cégek között. **Az elmúlt öt évben a sikeres cégek nagyobb arányban hajtottak végre mindenfajta beruházást. A különbség a gép- és berendezés-beruházásnál a legnagyobb és a dolgozók képzésébe való befektetésnél a legkisebb.** Ez utóbbi tevékenységre meglepően sokan költöttek, ami arra utal, hogy a vállalatok – még a kisebbek is - szükségesnek és célszerűnek látják a humán tőke fejlesztését, a dolgozók megfelelő szaktudásának saját maguk által történő biztosítását, nem a közoktatástól várva azt. Az informatikai forradalom fent említett második hullámának bizonyítéka az, hogy a válaszadók között alig kevesebben jelezték, hogy hajtottak végre informatikai, mint a gépberuházásról hírt adók. A beruházások fajtái erősen kapcsolódnak az innováció-fajtákhoz: a gépberuházások az eljárás-innovációkhoz, az informatikaiak az infokommunikációs korszerűsítéshez, a képzés mindkettőhöz és a szervezési újításokhoz is.

8. ábra

Nagyobb beruházások a válaszadók körében az elmúlt két évben
(százalék)



Forrás: GKI felmérése

A korábbiakban láttuk, hogy a válaszadók közepesen fontos tényezőnek tartották a siker eléréséhez a jó kapcsolatok létesítését és ápolását. Megvizsgáltuk, hogy **néhány fontosabb érintettel milyen együttműködést alakítottak ki** a válaszadók; s van-e eltérés ebben a sikeresek és a nem sikeresek között. Az egyes partnerekkel létrejött együttműködést 0-tól 5-ig értékelték a válaszadók, ahol a 0 az együttműködés hiányát, az értékkel bíró számok a kapcsolatok fontosságának osztályozását jelentették. Az átlagosztályzatok sorrendjének végén álló kutatóhelyekkel például csak nagyon kevés válaszadó működött együtt, ezért az ő osztályzatuk az 1-et sem éri el.

Tartós együttműködések átlagosztályzata

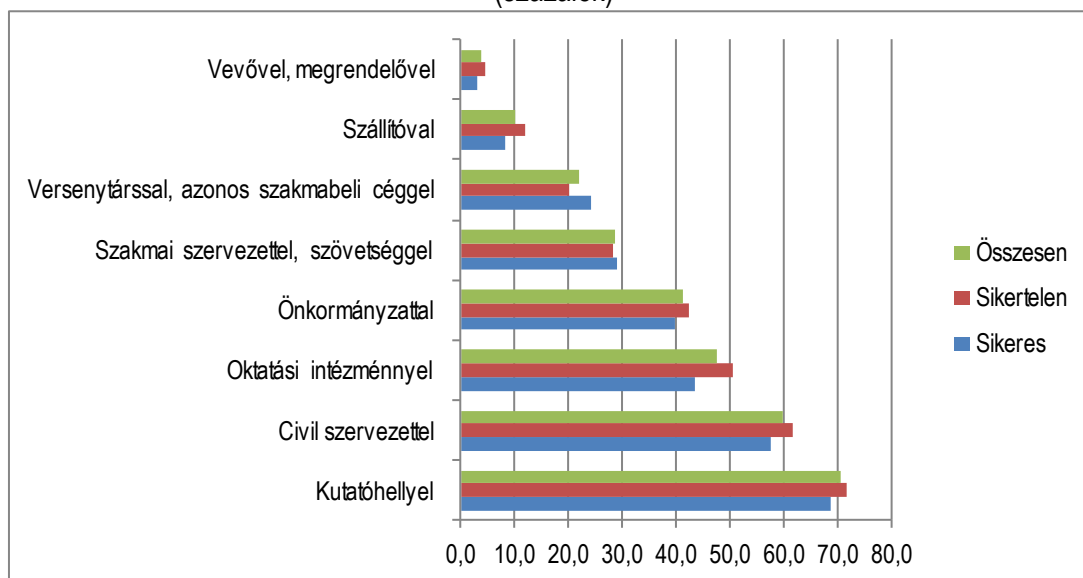
	Sikeres	Sikertelen	Összesen
Vevővel, megrendelővel	4,6	4,4	4,5
Szállítóval	4,2	3,9	4,0
Versenytárssal, azonos szakmabeli céggel	2,7	2,8	2,7
Szakmai szervezettel, szövetséggel	2,5	2,4	2,4
Önkormányzattal	2,2	2,0	2,1
Oktatási intézménnyel	2,0	1,7	1,8
Civil szervezettel	1,3	1,2	1,2
Kutatóhellyel	0,9	0,8	0,8

Forrás: GKI felmérése

A válaszadók legkevésbé kutatóhelyekkel, civil szervezetekkel és oktatási intézményekkel működtek együtt. Ez utóbbi meglepő eredmény, mert a viszonylag sokak által végrehajtott dolgozóképzési beruházás azt valószínűsítette, hogy többeknek van kapcsolata a képzőhelyekkel. Ezt a kérdéskör a szakképzéssel, felnőttképzéssel élethosszig tartó tanulással foglalkozó kutatások során érdemes lehet mélyebben megvizsgálni.

9. ábra

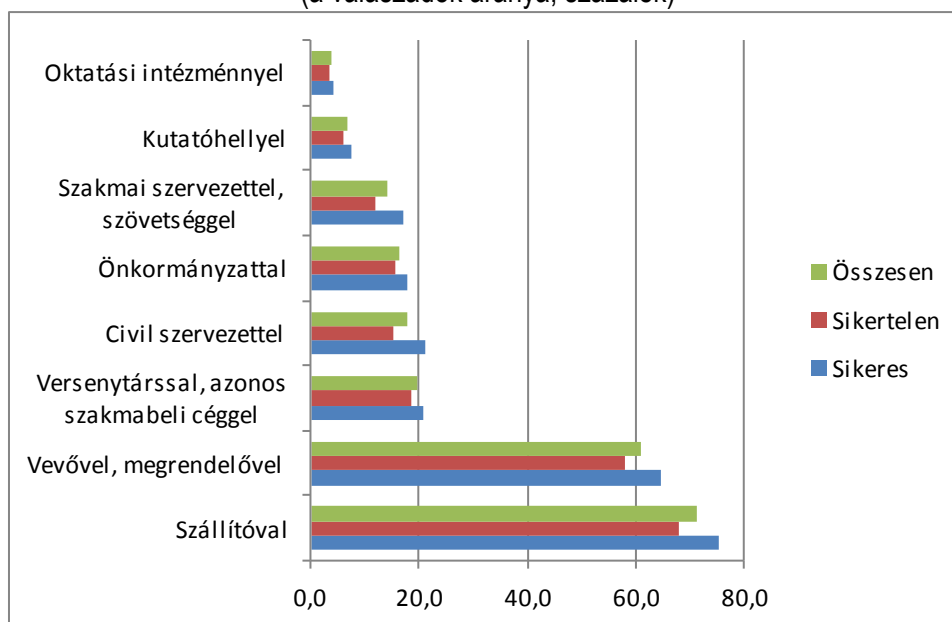
Együttműködést nem kialakító válaszadók aránya (százalék)



Forrás: GKI felmérése

Azokkal a partnerekkel, akikkel sokan alakítottak ki tartós kooperációt, meglehetősen fontosnak is tartották a válaszadók. Ezt nem csak a magas átlagosztályzatok jelzik, hanem az is, hogy hányan tartották az adott együttműködést **nagyon fontosnak** (ötös osztályzat) a cég számára. **Az üzleti partnerek fontossága kiemelkedőnek bizonyult, ezt a kooperáció (versengő együttműködés) és a civil szervezetekhez fűzött kapcsolat követte.** Sajátos magyarországi viszonyokra utal, hogy még az önkormányzatokkal való együttműködés is megelőzte a szakmai szervezetekkel, szövetségekkel valót. Az interjúkból is az derült ki, hogy a vállalatok nem igazán tartják értékesnek a **szakmai szervezeteket** saját üzletük szempontjából, ezt a nagyobb minta is megerősítette. E téren alapvető változásokra van szükség, amit valószínűleg maguk a vállalkozók fognak tudni elérni. Végül a nagyon fontos kapcsolatok között utolsó helyre kerültek az oktatási intézmények – még a legritkább kutatóintézeti kooperációnál is hátrébb –, ami szintén súlyos együttműködési zavarokra utal.

Legmagasabbra értékelt együttműködések
(a válaszadók aránya, százalék)



Forrás: GKI felmérése

Csaknem mindenfajta kooperációt nagyobb arányban valósítottak meg sikeres, mint sikertelen vállalatok. Úgy tűnik, hogy a nyitottság, az együttműködési készség valóban az átlagnál jellemzőbb a sikeres vállalatokra. Egyedül a versenytárssal való együttműködést jelezték valamivel nagyobb arányban a nem sikeresek, de nagyon fontosnak már kevesebben tartották. Ez olyan kapcsolatra utal, amit inkább a kényszer hozott létre, mint a felismert közös érdekek.

Igen tanulságos képet kaptunk arról is, mit gondolnak a válaszadók arról, hogy **az üzleti környezet milyen változásai javítanának a cég sikerességén.** A szokásos sztár-témákra - adóterhek csökkentése, adórendszer egyszerűsítése, a kkv-k pénzügyi támogatása – szándékosan nem kérdeztünk rá, hiszen a más kutatásokból és egyéb nyilvánosságból közismert válaszok a trivialitás felé vitték volna az eredményeket. A felkínált választékot itt is 1-től 5-ig lehetett értékelni fontosság szerint. **A speciálisan kisvállalatokat támogató intézkedések a rangsor végére kerültek, az élen pedig olyan követelések szerepelnek, amelyekkel az üzleti élet szereplőinek zöme egyetérthet.** Érdekes módon a sikeres és a nem sikeres vállalatok átlagpontszámai a rangsor elején szinte azonosak lettek, csupán a végén jelennek meg azok a változások, amelyek a sikeres cégek számára fontosabbak lennének a további javuláshoz. Ezek először a vállalat működését megkönnyítő infrastruktúra jellegű szolgáltatások, de **a kkv-segítő intézkedések is a sikereseket lendítenék inkább előre.** A kiszámítható gazdaságpolitikán kívül nem volt olyan változás, amit a sikertelenek értékelték volna magasabbra.

A cég sikerét javító üzleti környezeti változások
(Átlagosztályzatok)

	Sikeres	Sikertelen	Összesen
Az állam kiszámíthatóbb gazdaságpolitikája	4,2	4,3	4,2
A szabályok, engedélyek számának csökkenése, a megmaradó eljárások egyszerűsítése	4,2	4,2	4,2
Fejlettebb tőke- és pénzpiac (pl. üzleti angyalok, kockázati tőke, crowdfunding)	3,9	3,9	3,9
Az üzleti szerződések betartásának kikényszerítése, jogvédelem	3,8	3,8	3,8
Fejlettebb közlekedési infrastruktúra	3,5	3,2	3,3
A vállalati képzés terheinek csökkentése	3,4	3,2	3,3
Verseny a közművek és az energia piacán	3,3	3,1	3,2
Fejlettebb info-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások)	3,4	3,0	3,2
A kkv-k külföldre lépésének szakmai támogatása	2,9	2,6	2,7
Kutatás-fejlesztési eredmények megosztása a kkv-vel	2,7	2,3	2,5

Forrás: GKI felmérése

Ha a **maximális pontszámokat** nézzük, akkor azt kapjuk meg, hogy mely környezeti tényezők javítása a legfontosabb a cégek számára. Az első négy helyen nincs változás a rangsorban, azonban szembeszökő, hogy ezek az **általános stabilitást és kifinomultságot jelentő szempontok a nem sikeres vállalatok nagyobb része számára kiemelt fontosságúak**. Figyelemre méltó, hogy a **vállalati képzés terheinek csökkentése** feljött az ötödik helyre, tehát meglehetősen sokan nagyon fontosnak tartják a cég javulása szempontjából ezt, a sikeresek még inkább, mint a nem sikeresek. Ebből egy egészen másfajta szakképzési rendszer iránti igény sejlik fel, mint amerre a magyarországi oktatási struktúra alakul. Ez a sor fordulópont az említési rangsorban, az ezt követő tényezők már a sikeres vállalatok számára lennének nagyon fontosak.

A cég sikerét javító legfontosabb üzleti környezeti változások
(A válaszok aránya, százalék)

	Sikeres	Sikertelen	Összesen
Az állam kiszámíthatóbb gazdaságpolitikája	57,8	62,0	60,2
A szabályok, engedélyek számának csökkenése, a megmaradó eljárások egyszerűsítése	52,2	55,2	53,9
Fejlettebb tőke- és pénzpiac (pl. üzleti angyalok, kockázati tőke, crowdfunding)	38,7	42,6	40,9
Az üzleti szerződések betartásának kikényszerítése, jogvédelem	38,7	41,0	40,0
A vállalati képzés terheinek csökkentése	33,1	28,2	30,3
Fejlettebb közlekedési infrastruktúra	27,3	22,8	24,7
Verseny a közművek és az energia piacán	24,0	22,2	23,0
A kkv-k külföldre lépésének szakmai támogatása	22,8	17,7	19,9
Fejlettebb info-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások)	24,0	14,9	18,8
Kutatás-fejlesztési eredmények megosztása a kkv-vel	15,4	10,5	12,6

Forrás: GKI felmérése

Ez a felmérés határozottan alátámasztotta a szakirodalom feldolgozás és az interjúk azon tapasztalatát, hogy a kis- és középvállalatokat elsősorban ugyanaz segítené, ami a nagyokat: kiszámítható környezet, fejlett pénzpiacok, joguralom. Mivel ezek a nem sikeres válaszadók nagyobb része számára voltak a legfontosabbak, mint a sikeresek számára, azt is valószínűsíthetjük,

hogy a normál piacgazdaság – mégoly jó szándékkal előidézett – zavarai a gyengébb, kiszolgáltatottabb cégek számára nagyobb hátrányt jelentenek, mint a sikeresek számára. Ez utóbbiak ellenálló képessége nagyobb, vagy a piaci zavarokból ők tudnak inkább előnyt kovácsolni. Az infrastruktúra fejlettsége inkább a sikeres cégek számára jelent kihasználható segítséget és sajátos módon ugyanez mondható el a direkt kkv-támogatásokról is.

Az infó-kommunikáció és a vállalati siker összefüggései

A kutatás során a szokásosnál valamivel nagyobb jelentőséget kapott az informatika és a telekommunikáció szerepe a kis- és középvállalatok sikerességében. Ennek csak részben volt oka a Megbízó szakmai preferenciája. Az információs forradalom mostani (már jó néhány éve tartó) hullámában az informatika egyre szélesebb körben és egyre mélyebben behatol a hagyományos ipar- és üzletágakba, átalakítja az alaptevékenységeket és üzleti modelleket. Ezért úgy gondoltuk, hogy érdemes megvizsgálni, mennyire törekszenek vele lépést tartani a magyarországi kis- és középvállalatok.

A jó infó-kommunikációs rendszer szerepelt az értékelésre kért sikertényezők között, nem túl magas átlagosztályzattal. A sikeres vállalatok körében jóval többen adtak maximális osztályzatot az infokommunikációs rendszer sikerben játszott szerepére, mint a nem sikeresek között. Megvizsgáltuk, hogy a tényező minősítése mutat-e valami eltérést az alapvető mintaszerkezet – ágazat, terület, méretkategória – metszeteiben. Gyenge kapcsolatot az ágazati bontással találtunk, a vállalatmérettel már csak nagyon alacsony statisztikai jelentőségűt, a területi megoszlás pedig semmiféle szorosságot nem mutatott. Az mondhatjuk tehát, hogy az ország minden részén inkább a szolgáltató vállalatok számára jelent fontosabb hozzájárulást a vállalati sikerhez a jó infó-kommunikációs rendszer. A tényező hiánya csak alacsony pontszámot kapott, mint a siker elmaradásának oka, ezért ennek bontásait nem is mutatjuk be. A Mellékletben közölt statisztikák alapján nagyon gyenge kapcsolat itt is van az ágazati hovatartozással.

14. táblázat

Az információs és telekommunikációs rendszer, mint sikertényező

	Osztályzatot adók aránya, %						Átlag-osztályzat
	0	1	2	3	4	5	
Építőipar	12,1	3,2	7,3	20,2	43,5	13,7	3,2
Feldolgozóipar	7,7	4,8	5,5	24,3	41,2	16,5	3,4
Kereskedelem	8,3	5,4	5,1	20,4	33,8	27,1	3,5
Közszolgáltatások	4,7	4,7	7,0	14,0	46,5	23,3	3,6
Üzleti szolgáltatások	2,4	3,6	5,7	19,4	38,1	30,8	3,8
Kelet-Magyarország	8,8	2,7	5,8	18,8	41,0	22,8	3,5
Közép-Magyarország	7,3	4,5	5,0	24,4	35,9	23,0	3,5
Nyugat-Magyarország	4,8	6,4	6,4	19,1	39,2	24,2	3,5
Mikrovállalat	9,6	6,1	5,0	19,2	34,9	25,1	3,3
Kisvállalat	5,4	3,8	6,3	23,9	41,3	19,3	3,5
Középvállalat	3,4	1,7	6,3	19,0	42,5	27,0	3,7
Összesen	7	4,5	5,7	20,9	38,6	23,3	3,5

0 = nem tartja magát sikeresnek

Forrás: GKI felmérése

A válaszadók bő harmada vezetett be az elmúlt öt évben új, vagy jelentősen megújított, korszerűsített infó-kommunikációs megoldást, ezen belül a sikeres vállalatok 42%-a. Az ilyen innovációt megvalósító válaszadók 51%-a került a sikeres és 49%-a a sikertelen kategóriába. Az

átlagnál többen valósítottak meg ilyen innovációt az üzleti szolgáltatók között és a kereskedelemben, illetve Közép-Magyarországon. A méret szerinti bontás viszont nem mutatott említésre méltó eltérést, úgy tűnik, az információtechnológia fejlesztése nem méretfüggő.

15. táblázat

Infó-kommunikációs innovációt bevezető válaszadók aránya

	Százalék
Építőipar	19,4
Feldolgozóipar	30,5
Kereskedelem	39,2
Közszolgáltatások	32,6
Üzleti szolgáltatások	44,1
Kelet-Magyarország	35,6
Közép-Magyarország	39,2
Nyugat-Magyarország	30,6
Mikrovállalat	36,0
Kisvállalat	34,0
Középvállalat	36,2
Összesen	35,3

Forrás: GKI felmérése

Az elmúlt két év során a válaszadók átlagosan 49%-a valósított meg **informatikai beruházást**, a sikeresek 60%-a. **Telekommunikációs beruházást** az összes válaszadó 30%-a hajtott végre, a sikeresek 40%-a, ezt már tekinthetjük laza kapcsolatnak. A szokásos bontások nem mutattak érdemi összefüggést.

16. táblázat

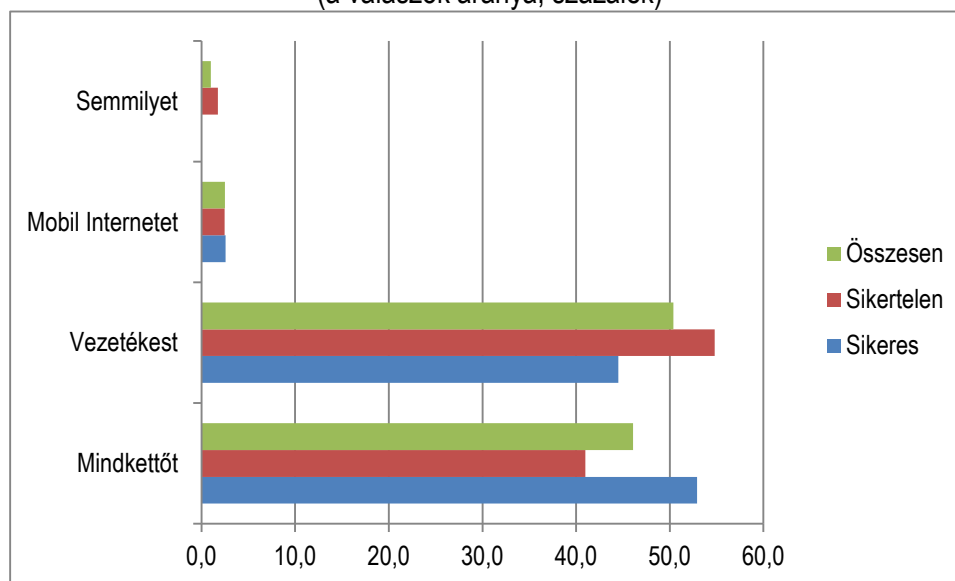
Az elmúlt két évben beruházást végrehajtó válaszadók aránya (százalék)

	Informatika	Telekommunikáció
Építőipar	43,5	26,6
Feldolgozóipar	45,2	25,7
Kereskedelem	49,7	32,8
Közszolgáltatások	41,9	25,6
Üzleti szolgáltatások	55,5	33,6
Kelet-Magyarország	50,2	29,5
Közép-Magyarország	47,6	30,3
Nyugat-Magyarország	48,7	30,3
Mikrovállalat	48,0	28,4
Kisvállalat	47,8	29,6
Középvállalat	52,9	35,1
Összesen	43,5	26,6

Forrás: GKI felmérése

Gyenge kapcsolat volt kimutatható a használt internetfajta és a sikeresség között. Míg a sikertelen vállalatok inkább csak vezetékies internetet használtak, a sikeresek inkább vezetékies és mobilis is. Csak mobilis internetre viszont nagyon kevesen hagyatkoznak. Örömteli, hogy a válaszadók elenyésző hányada mondta azt, egyáltalán nem használnak semmilyen internetet a cégben.

Milyen internetkapcsolatot használnak a cég működéséhez?
(a válaszok aránya, százalék)



Forrás: GKI felmérése

A szokásos bontások között megint az ágazatban találtunk halvány összefüggést: az üzleti szolgáltatók inkább használnak mind vezetékes és mobil internetet, és **a közszolgáltatásokat nyújtó vállalatok között volt a legtöbb olyan válaszadó, aki egyáltalán nem használja a világhálót**. Bár arányuk alacsony, ez a tény mégis roppant meglepő, mert az ügyfélkapcsolatok ebben a szektorban igencsak indokolják, hogy a lakosság a világhálón keresztül tudjon adatot szolgáltatni, fizetést teljesíteni, s ez ráadásul a cég számára is komoly megtakarításokat hozhat.

17. táblázat

Internethasználat megoszlása
(százalék)

	Mindkettőt	Mobil internetet	Vezetékest	Semmilyen
Építőipar	48,4	0,8	50,8	0,0
Feldolgozóipar	40,1	2,6	56,6	0,7
Kereskedelem	44,6	3,2	50,6	1,6
Közszolgáltatások	48,8	0,0	46,5	4,7
Üzleti szolgáltatások	53,0	2,8	43,7	0,4
Kelet-Magyarország	48,6	2,4	48,0	0,9
Közép-Magyarország	48,2	2,5	48,5	0,8
Nyugat-Magyarország	41,1	2,5	55,1	1,3
Mikrovállalat	45,2	2,4	51,1	1,3
Kisvállalat	45,1	2,7	51,1	1,1
Középvállalat	50,6	2,3	47,1	0,0
Összesen	46,1	2,5	50,4	1,0

Forrás: GKI felmérése

A válaszadók további fejlesztéseket is terveznek az információ és a telekommunikáció területén. A távközlési megoldások közül korábban a korlátlan mobil díjcsomag volt a legnépszerűbb, ezzel rendelkeztek a legtöbben. A jövőben a mobil eszközmenedzsment bevezetését tervezték a legtöbben. **A sikeres cégek valamivel nagyobb arányban használták, vagy fejlesztenék a különféle telekommunikációs megoldásokat.**

Új telekommunikációs megoldások a sikeres cégekben
(válaszok aránya)

		Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Telefon-, video-, webkonferencia	SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Hangposta-fiók és IVR szolgáltatás
Sikeres	Már most is használunk	9,1	24,7	9,6	11,4	11,2
	Nem tervezzük	81,8	66,0	84,4	82,8	84,6
	Tervezzük	9,1	9,3	6,1	5,8	4,2
Sikertelen	Már most is használunk	3,7	19,3	4,0	7,7	7,4
	Nem tervezzük	90,5	75,8	93,7	89,8	90,9
	Tervezzük	5,8	4,9	2,3	2,5	1,8
Összes	Már most is használunk	6,0	21,6	6,4	9,3	9,0
	Nem tervezzük	86,8	71,6	89,7	86,8	88,2
	Tervezzük	7,2	6,8	3,9	3,9	2,8

Forrás: GKI felmérése

A szokásos bontásokban az ágazati metszettel a korlátlan mobil díjcsomag mutatott összefüggést, a másik két metszetben nem találtunk értékelhető kapcsolatot.

Az új informatikai megoldások használata és bevezetése nem mutatott statisztikailag értékelhető összefüggést a válaszadók sikerességével. Ez leginkább azért alakult így, mert igen kevés válaszadó tervezte bármelyik fajta új megoldás bevezetését. Az azonban világosan látszik, hogy **a sikeres cégek inkább készültek ilyen fejlesztésekre, mint a sikertelenek.**

Új telekommunikációs megoldások
(válaszok aránya)

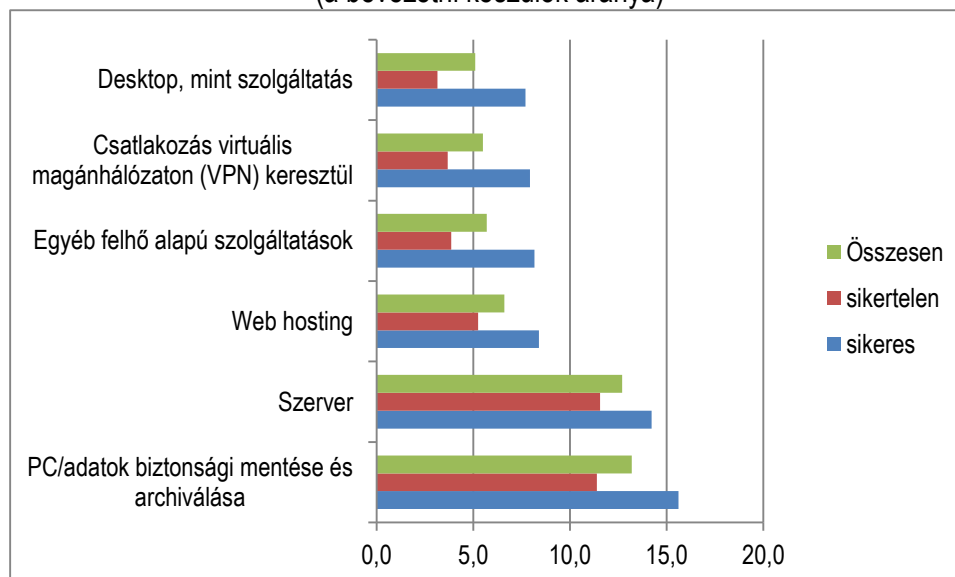
		Építő-ipar	Feldolgozó-ipar	Kereskedelem	Közszolgáltatás	Üzleti szolgáltatás	Összesen
Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Már most is használunk	4,8	5,1	6,4	2,3	7,7	6,0
	Tervezzük	4,8	9,2	7,6	2,3	6,5	7,2
Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Már most is használunk	11,3	21,3	21,7	14,0	28,3	21,6
	Tervezzük	1,6	9,9	7,3	2,3	6,1	6,8
Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	Már most is használunk	4,0	7,0	5,4	0,0	9,3	6,4
	Tervezzük	0,8	6,3	3,2	2,3	4,0	3,9
SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Már most is használunk	6,5	8,1	10,2	2,3	12,1	9,3

	Tervezzük	0,8	5,1	4,1	2,3	4,0	3,9
Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Már most is használunk	8,9	8,8	8,0	2,3	11,7	9,0
	Tervezzük	0,0	5,5	2,2	0,0	2,4	2,8
		Kelet-Magyarország	Közép-Magyarország	Nyugat-Magyarország	Mikrovállalat	Kisvállalat	Középvállalat
Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Már most is használunk	6,7	5,9	5,4	13,8	4,8	3,8
	Tervezzük	8,5	5,3	8,0	16,1	7,2	3,0
Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Már most is használunk	22,8	24,1	17,5	50,6	18,1	12,2
	Tervezzük	6,1	6,4	8,0	14,9	7,0	2,7
Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	Már most is használunk	6,4	6,4	6,4	11,5	5,9	4,6
	Tervezzük	4,9	3,1	3,8	10,9	2,2	2,7
SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Már most is használunk	10,6	9,0	8,3	21,3	8,7	4,3
	Tervezzük	4,6	2,8	4,5	12,6	2,4	1,6
Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Már most is használunk	10,0	7,8	9,2	21,8	7,2	5,2
	Tervezzük	3,6	1,7	3,2	8,0	1,3	2,2

Forrás: GKI felmérése

12. ábra

Tervezett új informatikai megoldások (a bevezetni készülő aránya)



Forrás: GKI felmérése

Az egyéb metszeteknél még kevésbé volt fellelhető kapcsolat.

Tervezett informatikai fejlesztések
(a válaszok aránya)

	Szerver	Web hosting	PC/adatok biztonsági mentése és archiválása	Csatlakozás virtuális magánhálózaton (VPN) keresztül	Desktop, mint szolgáltatás	Egyéb felhő alapú szolgáltatások
Építőipar	6,5	2,4	8,9	1,6	1,6	4,8
Feldolgozóipar	12,1	7,4	14,0	5,9	6,3	6,3
Kereskedelem	13,7	8,0	13,4	7,6	5,7	5,7
Közszolgáltatások	9,3	0,0	7,0	2,3	4,7	2,3
Üzleti szolgáltatások	15,8	7,3	15,4	4,9	4,9	6,1
Kelet-Magyarország	11,9	6,4	11,9	6,4	5,2	6,1
Közép-Magyarország	11,8	5,6	11,8	4,8	3,4	5,3
Nyugat-Magyarország	14,6	8,0	16,2	5,4	7,0	5,7
Mikrovállalat	35,6	14,9	38,5	13,8	14,9	13,8
Kisvállalat	9,0	5,0	10,0	3,9	2,4	3,5
Középvállalat	6,5	4,6	5,2	3,5	3,8	4,6
Összesen	12,7	6,6	13,2	5,5	5,1	5,7

Forrás: GKI felmérése

A válaszadók az üzleti környezet kedvező hatású változásai között közepesen fontosnak tartották a fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatásokat, mint a mobilinternet, a 4G, illetve 5G szolgáltatásokat. A sikeres vállalatok magas átlagpontszámot adtak erre a szempontra és többen adtak magas (4-es, 5-ös) osztályzatot, mint a nem sikeresek. Az összefüggés gyenge, de statisztikailag igazolható. A szokásos metszetek között e kérdésben a vállalatméret szerinti csoportosítás mutatott némi összefüggést fejlettebb infó-kommunikációs infrastruktúra iránti igényrel.

Fejlettebb infokom infrastruktúra iránti igények fontossága

	Osztályzatot adók aránya, %					Átlag-osztályzat
	1	2	3	4	5	
Építőipar	20,2	8,1	25,0	34,7	12,1	3,1
Feldolgozóipar	23,9	7,7	22,1	26,8	19,5	3,1
Kereskedelem	19,7	8,6	24,8	27,7	19,1	3,2
Közszolgáltatások	23,3	11,6	23,3	20,9	20,9	3,0
Üzleti szolgáltatások	20,6	7,3	23,1	28,3	20,6	3,2
Kelet-Magyarország	21,9	5,5	24,0	27,7	21,0	3,2
Közép-Magyarország	23,0	11,5	22,4	24,9	18,2	3,0
Nyugat-Magyarország	18,8	7,0	24,5	32,5	17,2	3,2
Mikrovállalat	24,7	8,5	25,8	24,2	16,8	3,0
Kisvállalat	17,9	8,7	25,3	30,4	17,7	3,2
Középvállalat	19,5	5,7	14,4	33,9	26,4	3,4
Összesen	24,7	8,5	25,8	24,2	16,8	3,2

Forrás: GKI felmérése

Következtetések

A Magyar Telekom és a GKI Gazdaságkutató közös projektje azt vizsgálta, hogy a magyarországi kis- és középvállalatok számára milyen lehetőségek nyílnak a vállalati sikerhez vezető úton. Négy fázisból álló kutatást folytattunk: a hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintése alapján állítottuk fel a kiinduló hipotéziseinket, majd hazai vállalatoknál folytatott interjúkon ellenőriztük ezek magyarországi érvényességét és gazdagítottuk, finomítottuk a kutatás témáját. Nagy, több százezer cégből álló adatbázison végzett számításokkal ellenőriztük a siker gazdálkodási és pénzügyi dimenzióit, jóval kisebb – 1000 fős – mintán pedig kérdőíves felméréssel vizsgálatuk a siker „lágy” tényezőit.

A kutatás során a **siker értelmezése** is komoly kihívást jelentett. Az elég hamar nyilvánvalóvá vált, hogy az eredményes gazdálkodás mindenképp szükséges a vállalati sikerhez, de nem elégséges hozzá. A sikeren a szakirodalom és maguk a szereplők is tartós eredményt értenek, amibe az átmeneti pénzügyi veszteség, forgalomcsökkenés is belefér, különösen olyan válságidőszakban, amit nemrég átéltünk. Ugyanakkor a siker fogalmához hozzátartozik a fenntarthatóság, a fejlődés, ami nem feltétlenül növekedés, de megújuló, magasabb minőségű termék, szolgáltatás és tevékenység biztosan. A siker tünete az elismerés is, ami a cég iránti bizalomban és a vele való együttműködésben jelenik meg.

Hipotézisként a siker elérésének feltételeként három alapvető **tényező** és a cég három alapvető **képességének** meglétét tételeztük fel. A kis- és középvállalat akkor lehet tartósan sikeres, ha harmonikus viszonyt alakít ki a működési, üzleti környezetével, ha helyesen tűzi ki a céljait és ehhez megfelelő stratégiát választ. Ehhez szüksége van az innovációk megvalósításának képességére, a kooperativitásra, ami a vállalat tanulóképessége nélkül nem létezhet tartósan.

13. ábra

A vállalati sikerhez vezető utak térképe



A hipotézis minden egyes elemére találtunk igazolást a kutatás valamelyik fázisa során.

A környezethez való viszony a magyar kisvállalatoknál is a vevők, versenytársak megismerését és a válság során felbolydult, majd válságkezelés nyomán lefagyott pénzügyi közvetítőrendszerhez való alkalmazkodást jelentette. Az államhoz való viszony hűvösnek minősíthető: elsősorban a kiszámíthatóságot, joguralmat, a szabad vállalkozást korlátozó szabályok leépítését, a pénz- és tőkepiacok felélesztését várják, a közvetlen segítség iránti igény nem jelent meg markánsan. **A vállalati preferenciák** élén a vevők megtartása állt, amit jó műszaki teljesítménnyel és megfelelő szakemberekkel tudnak elérni. **A vállalkozók célja** a saját tudás hasznosítása és az önmegevalósítás. A sikeres vállalatok rendelkeznek jövőképpel, stratégiával, hosszabb időszakra készítenek terveket.

A siker eléréséhez szükséges képességeket is megtaláltuk a vizsgált vállalatokban. A **tanulóképesség** igazolásaként vettük számba a pénzügyi adatbázis létszám-növekedési eredményét, hiszen az új dolgozó egy kis-, vagy középvállalatba általában új ismereteket, új nézőpontokat is magával hoz. Némi inkonzisztencia fedezhető fel az **innovativitásnál**: pénzügyi adatok elemzése szerint a beruházás nem járt együtt a gazdálkodási sikerrel. A másik két – célirányosabb elemzés viszont épp ellenkezőleg, a sikeres cégek nagyobb innovációs és beruházási aktivitását mutatta ki. Így azt állíthatjuk, hogy a beruházás nem feltétele a pénzügyi eredményességnek, de a tartós vállalati siker eléréséhez a műszaki és a tudásbeli megújulás fontos tényező.

Egy részkérdésben bukkantunk ellentmondásra. A kis mintás interjúorozatban a megjelent **versenytársakkal való együttműködés** a siker jellemzőjeként, a felmérésben viszont a nem sikeres vállalatok valamivel nagyobb arányban alakítottak ki ilyen kooperatív kapcsolatot, mint a sikeresek. Ez a fogalom viszonylag új a vállalatgazdasági irodalomban, empirikus alátámasztása is elég hézagos még. A magyar viszonyok között a kooperáció pedig még különösen nem megkutatott kérdéskör. Nem látjuk megalapozottnak bármiféle állítás megfogalmazását a magyarországi kis- és középvállalatok versengő együttműködése és a sikeresség összefüggéseiről, de a téma fontos és érdekes lehet további vizsgálatok tárgyaként.

A hipotézisek igazolása a kutatás egyes fázisaiban

Hipotézis	Interjúk	Adatbázis elemzés	Felmérés
Környezethez való viszony	A vevők és a versenytársak alapos ismerete. Hívős viszony az állammal: elsősorban szabályozóként, ritkán megrendelőként, még ritkábban támogatóként	A rövid lejáratú hitelek állománya növekedett, a hosszú lejáratúaké csökkent a sikeres vállalatoknál. Az ágazati hovatartozás fontos a sikeresség szempontjából.	Az üzleti környezet tényezői közül a kiszámíthatóbb gazdaságpolitika, a dereguláció, a fejlett pénz- és tőkepiac és a joguralom iránt erős az igény
Preferenciák, célok	Saját tudás, képesség hasznosítása, önmegvalósítás, függetlenség		Vevői hűség, elismert műszaki teljesítmény, jó szakemberek megtartása
Stratégia	Határozott jövőkép, hosszú távú elképzelések, rövid távú formális tervek.		A tervezési időhorizont a sikeres cégeknél hosszabb
Innovativitás	Magyar viszonyok között szokatlanul magas innovativitás.		A sikeres cégek több innovációt és beruházást valósítottak meg, az innovatív hozzáállás a közepesnél fontosabb sikertényező
Kooperativitás	Együttműködés elsősorban a vevőkkel, megrendelőkkel. Meglepően erős kooperativitás. Viszonylag kevés egyéb kooperáció.	A sikeres vállalatok körében magasabb exporthányad	A jó társadalmi kapcsolatok a közepesnél fontosabb sikertényező. A sikeres cégek általában több együttműködést alakítottak ki a legtöbb szereplővel. A kooperativitás nem jellemzőbb rájuk.
Tanulóképesség	Zömmel tanuló vállalatok.	A sikeres vállalatok dolgozói létszáma növekvő	Beruházás a dolgozók képzésébe, az alkalmazkodóképesség, vállalati tanulás a közepesnél fontosabb sikertényező

Melléklet

A felmérés kérdőíve

1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják)

Mikrovállalat
Kisvállalat
Középvállalat
Egyéb

2. Létszám alakulása az elmúlt 5 évben (vagy az alapítás óta, ha fiatalabb a cég)

Nőtt
Stagnált
Csökkent

3. A dolgozók aránya képzettség szerint:

Felsőfokú
Középfokú

4. Jelenleg az Önök cége családi vállalkozás-e?

Igen - nem

5. Árbevétel alakulása az elmúlt 5 évben

Nőtt
Stagnált
Csökkent

6. Az export aránya az árbevételben 2013-ban

Nincs export
10% alatt
10-50%
Több mint 50%

7. Nyereséges volt-e 2013-ban?

Igen - nem

8. Melyik állítás jellemző a cég pénzügyi helyzetére? (Kérjük, egy választ jelöljön meg)

Napi kifizetési gondjaink vannak.

Általában tudjuk teljesíteni a fizetési kötelezettségeinket, de vannak csúszások, átmeneti nehézségek

Egyelőre fizetőképesek vagyunk, de belátható időn belül gondjaink lesznek

Rövid időn belül jelentősen javult (vagy javulni fog?) a fizetőképességünk

Nincsenek fizetési problémáink

9. Miben jelenik meg az Önök cégének sikeressége?

Jó pénzügyi eredmények
Kedvező piaci részesedés, pozíció
Elismert műszaki teljesítmény, minőség
Vevői hűség
Szakemberek megtartása
Egyéb, éspedig?
Nem tekintjük magunkat sikeresnek

10./a Kérjük, értékelje 1-től 5-ig adott „osztályzatokkal”, hogy Ön szerint cégük sikerében mekkora szerepe volt az adott tényezőnek. (1= egyáltalán nem volt szerepe, 5= kiemelkedő szerepe volt)

Az alkalmazottak szaktudása, jó munkája
A rátermett vezető(k)
A korszerű technológia
Marketingjük hatékonysága
Korszerű infrastruktúra
Jó informatikai-telekommunikációs rendszer
Vállalat-barát gazdaságpolitika
Jó vevőkör
Megbízhatóság, jó hírnév
Jó társadalmi kapcsolatok
Innovatív hozzáállás
Alkalmazkodóképesség, vállalati tanulás
Egyéb

10/b. Kérjük, értékelje 1-től 5-ig adott „osztályzatokkal”, hogy Ön szerint a siker elmaradásában mekkora szerepe volt az adott tényezők hiányának. (1= egyáltalán nem volt szerepe, 5= kiemelkedő szerepe volt)

Az alkalmazottak szaktudása, jó munkája
A rátermett vezető(k)
A korszerű technológia
Marketingjük hatékonysága
Korszerű infrastruktúra
Jó informatikai-telekommunikációs rendszer
Vállalat-barát gazdaságpolitika
Jó vevőkör
Megbízhatóság, jó hírnév
Jó társadalmi kapcsolatok
Innovatív hozzáállás
Alkalmazkodóképesség, vállalati tanulás
Egyéb

10. Amikor a cég jövőjét, kilátásait tekinti(k) át, milyen időtávra gondolkodnak előre?

Félévre
Egy évre
Két évre
Hosszú távú stratégiája van
Nincs ilyen előre tervezés

11. Vezetett-e be az elmúlt öt évben új, vagy jelentősen megújított, korszerűsített...?

Terméket: igen - nem

Eljárást, műszaki megoldást: igen - nem

Szervezési megoldást, szervezeti átalakítást: igen - nem

Marketing eszközt, megoldást: igen - nem

Infó-kommunikációs megoldást: igen - nem

12. Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett?

Épület, ingatlan: igen - nem

Gép, berendezés: igen - nem

Informatika: igen - nem

Telekommunikáció: igen - nem

Dolgozók képzése: igen - nem

13. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez?

Semmilyet

Vezetékes Internetet

Mobil Internetet

Mindkettőt

14. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? (1. Már most is használunk. 2

Tervezzük bevezetni 3. Nem tervezzük bevezetni)

Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)

Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)

Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia

SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás

Hangpostafiók és IVR szolgáltatás

Egyéb, éspedig:

15. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? (Több választ is megjelölhet)

Szerver

Web hosting

PC/adatok biztonsági mentése és archiválása

Csatlakozás virtuális magánhálózaton (VPN) keresztül

Desktop, mint szolgáltatás, pl. a felhasználó minden eszközön ugyanazt a képernyőt és ugyanazokat a szolgáltatásokat használhatja.

Egyéb felhő alapú szolgáltatások

16. Alakult-e ki tartós együttműködésük az alábbiak közül valakivel?

Kérjük, jelölje az adott kapcsolat fontosságát, ahol 0= nincs kapcsolat, 1= nem igazán fontos, 5 = nagyon fontos a cég számára!

Szállítóval

Vevővel, megrendelővel

Versenytárral, azonos szakmabeli céggel

Szakmai szervezettel, szövetséggel

Oktatási intézménnyel

Kutatóhellyel

Önkormányzattal

Civil szervezettel

17. Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? Jelölje az adott változás fontosságát 1-5-ig, ahol 1= nem igazán, 5 = nagyon fontos a cég számára

Az állam kiszámíthatóbb gazdaságpolitikája

A szabályok, engedélyek számának csökkenése, a megmaradó eljárások egyszerűsítése

Fejlettebb közlekedési infrastruktúra

Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások)

Fejlettebb tőke- és pénzpiac (pl. üzleti angyalok, kockázati tőke, crowdfunding)

Verseny a közművek és az energia piacán

Az üzleti szerződések betartásának kikényszerítése, jogvédelem

A kkv-k külpiacra lépésének szakmai támogatása

Kutatás-fejlesztési eredmények megosztása a kkv-vel

A vállalati képzés terheinek csökkentése

A sikeresség ágazati, területi és méret szerinti vetületének statisztikái

Pearson Chi-Square Tests

		Siker3szöv
ágazat	Chi-square	14,662
	df	4
	Sig.	,005(*)
terület	Chi-square	1,011
	df	2
	Sig.	,603
1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják)	Chi-square	19,371
	df	2
	Sig.	,000(*)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,000	,000	.(c)	.(c)
		ágazat Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
		Siker3szöv Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
	Goodman and Kruskal tau	ágazat Dependent	,003	,002		,019(d)
		Siker3szöv Dependent	,015	,007		,005(d)
		Uncertainty Coefficient				
	Symmetric	ágazat Dependent	,007	,004	1,971	,005(e)
		Siker3szöv Dependent	,005	,003	1,971	,005(e)
		Siker3szöv Dependent	,011	,006	1,971	,005(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,121	,005
	Cramer's V	,121	,005
	Contingency Coefficient	,120	,005
N of Valid Cases		1000	

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,000	,000	.(c)	.(c)
		terület Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
		Siker3szöv Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
	Goodman and Kruskal tau	terület Dependent	,000	,001		,611(d)
		Siker3szöv Dependent	,001	,002		,603(d)
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	,001	,001	,502	,604(e)
		terület Dependent	,000	,001	,502	,604(e)
		Siker3szöv Dependent	,001	,001	,502	,604(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,032	,603
	Cramer's V	,032	,603
	Contingency Coefficient	,032	,603
N of Valid Cases		1000	

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,021	,013	1,518	,129
		1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják) Dependent Siker3szöv Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
	Goodman and Kruskal tau	Symmetric	,047	,030	1,518	,129
		1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják) Dependent Siker3szöv Dependent	,009	,004		,000(d)
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	,019	,009	2,205	,000(d)
		1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják) Dependent Siker3szöv Dependent	,011	,005	2,205	,000(e)
			,009	,004	2,205	,000(e)
			,014	,006	2,205	,000(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,139	,000
	Cramer's V	,139	,000
	Contingency Coefficient	,138	,000
N of Valid Cases		1000	

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

ICT statisztikák

Pearson Chi-Square Tests

		Kérjük, értékelje 1-től 5-ig adott „osztályzatokkal”, hogy Ön szerint cégük sikerében mekkora szerepe volt az adott tényezőnek: Jó informatikai-telekommunikációs rendszer	
ágazat	Chi-square	40,324	
	df	20	
	Sig.	,005(*)	
terület	Chi-square	13,636	
	df	10	
	Sig.	,190	
A méret szerinti besorolása	Chi-square	25,306	
	df	10	
	Sig.	,005(*)	

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Pearson Chi-Square Tests

		Kérjük, értékelje 1-től 5-ig adott „osztályzatokkal”, hogy Ön szerint a siker elmaradásában mekkora szerepe volt az adott tényezők hiányának: Jó informatikai-telekommunikációs rendszer
ágazat	Chi-square	24,776
	df	16
	Sig.	,074(a,b)
terület	Chi-square	10,657
	df	8
	Sig.	,222(a)
A méret szerinti besorolás	Chi-square	5,846
	df	8
	Sig.	,665

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Pearson Chi-Square Tests

		Vezetett-e be az elmúlt öt évben új, vagy jelentősen megújított, korszerűsített: infó-kommunikációs megoldást?
ágazat	Chi-square	27,165
	df	4
	Sig.	,000(*)
terület	Chi-square	5,478
	df	2
	Sig.	,065
A méret szerinti besorolása	Chi-square	,455
	df	2
	Sig.	,797

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,138	,039	3,367	,001
		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Informatika?	,191	,038	4,536	,000
Goodman and Kruskal tau	Dependent Siker3szöv	Dependent	,079	,049	1,541	,123
		Dependent	,044	,013		,000(c)
		Dependent	,044	,013		,000(c)
		Dependent	,044	,013		,000(c)
Uncertainty Coefficient	Symmetric	Symmetric	,032	,010	3,350	,000(d)
		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Informatika?	,032	,009	3,350	,000(d)
		Dependent	,032	,010	3,350	,000(d)
		Dependent	,032	,010	3,350	,000(d)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Based on chi-square approximation

d Likelihood ratio chi-square probability.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	43,584(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	42,744	1	,000		
Likelihood Ratio	43,890	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
N of Valid Cases	1000				

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 209,35.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,060	,023	2,549	,011
		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Telekommunikáció? Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
	Goodman and Kruskal tau	Siker3szöv Dependent	,103	,038	2,549	,011
		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Telekommunikáció? Dependent	,036	,012		,000(d)
	Uncertainty Coefficient	Siker3szöv Dependent	,036	,012		,000(d)
		Symmetric	,028	,009	3,025	,000(e)
		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Telekommunikáció? Dependent	,030	,010	3,025	,000(e)
		Siker3szöv Dependent	,027	,009	3,025	,000(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	36,447(b)	1	,000		
Continuity Correction(a)	35,610	1	,000		
Likelihood Ratio	36,266	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
N of Valid Cases	1000				

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 128,70.

Pearson Chi-Square Tests

		Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Informatika?	Az elmúlt két év során döntöttek nagyobb beruházás mellett: Telekommunikáció?
ágazat	Chi-square	8,082	6,134
	df	4	4
	Sig.	,089	,189
terület	Chi-square	,441	,062
	df	2	2
	Sig.	,802	,969
A méret szerinti besorolása megadják)	Chi-square	1,403	2,714
	df	2	2
	Sig.	,496	,257

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,039	,022	1,764	,078
		14. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez? Dependent Siker3szöv Dependent	,073	,040	1,764	,078
	Goodman and Kruskal tau	14. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez? Dependent Siker3szöv Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
		Uncertainty Coefficient	,012	,006		,000(d)
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	,020	,007	3,018	,000(d)
		14. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez? Dependent Siker3szöv Dependent	,016	,005	3,018	,000(e)
		14. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez? Dependent Siker3szöv Dependent	,014	,005	3,018	,000(e)
		14. Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez? Dependent Siker3szöv Dependent	,018	,006	3,018	,000(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,242(a)	3	,000
Likelihood Ratio	23,925	3	,000
N of Valid Cases	1000		

a 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,29.

Pearson Chi-Square Tests

		Milyen Internet kapcsolatot használnak Önök a cég működéséhez?
ágazat	Chi-square	21,836
	df	12
	Sig.	,039(*,a,b)
terület	Chi-square	4,878
	df	6
	Sig.	,560(a)
A méret szerinti besorolása	Chi-square	3,687
	df	6
	Sig.	,719(a)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,016	,012	1,314	,189
		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,000	,000	.(c)	.(c)
	Goodman and Kruskal tau	Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,042	,031	1,314	,189
		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,006	,003		,000(d)
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	,024	,009		,000(d)
		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,011	,004	2,472	,000(e)
		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,008	,003	2,472	,000(e)
		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások) Dependent Siker3szöv Dependent	,018	,007	2,472	,000(e)

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Cannot be computed because the asymptotic standard error equals zero.

d Based on chi-square approximation

e Likelihood ratio chi-square probability.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,701(a)	4	,000
Likelihood Ratio	23,932	4	,000
N of Valid Cases	1000		

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34,75.

Pearson Chi-Square Tests

		Az üzleti környezet milyen változásai javítanának az Önök cége sikerességén? - Fejlettebb infó-kommunikációs szolgáltatások (szélessávú mobilinternet, 4 ill. 5G szolgáltatások)
ágazat	Chi-square	9,497
	df	16
	Sig.	,892
terület	Chi-square	14,873
	df	8
	Sig.	,062
A méret szerinti besorolása	Chi-square	25,560
	df	8
	Sig.	,001(*)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Pearson Chi-Square Tests

		Siker3szöv
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Chi-square	17,842
	df	2
	Sig.	,000(*)
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Chi-square	13,729
	df	2
	Sig.	,001(*)
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	Chi-square	23,063
	df	2
	Sig.	,000(*)
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Chi-square	12,214
	df	2
	Sig.	,002(*)
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Chi-square	10,322
	df	2
	Sig.	,006(*)
Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Egyéb, éspedig:	Chi-square	2,082
	df	2
	Sig.	,353(a,b)
Egyéb, éspedig:	Chi-square	1,332
	df	1
	Sig.	,248(a,b)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Pearson Chi-Square Tests

		ágazat
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAffe)	Chi-square	7,599
	df	8
	Sig.	,474
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Korlátlan mobil díjsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Chi-square	29,484
	df	8
	Sig.	,000(*)
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	Chi-square	16,664
	df	8
	Sig.	,034(*,a)
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Chi-square	11,808
	df	8
	Sig.	,160(a)
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Chi-square	17,906
	df	8
	Sig.	,022(*,a)
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Egyéb, éspedig:	Chi-square	6,109
	df	8
	Sig.	,635(a,b)
15. Egyéb, éspedig:	Chi-square	3,052
	df	4
	Sig.	,549(a,b)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Pearson Chi-Square Tests

		terület
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Chi-square	3,549
	df	4
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Korlátlan mobil díjcsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Sig.	,470
	Chi-square	5,221
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	df	4
	Sig.	,265
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Chi-square	1,460
	df	4
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Sig.	,834
	Chi-square	2,995
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Egyéb, éspedig:	df	4
	Sig.	,559
15. Egyéb, éspedig:	Chi-square	3,901
	df	4
	Sig.	,420
	Chi-square	3,988
	df	4
	Sig.	,408(a,b)
	Chi-square	2,187
	df	2
	Sig.	,335(a,b)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Pearson Chi-Square Tests

		1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják)
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Mobil eszközmenedzsment (MDM) rendszerek bevezetése (Citrix, Symantec, IBM, McAfee)	Chi-square	4,525
	df	4
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Korlátlan mobil díjsomag vásárlása (Next Business, Red, All In)	Sig.	,340
	Chi-square	7,359
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	df	4
	Sig.	,118
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Telefonkonferencia, videokonferencia, webkonferencia	Chi-square	10,158
	df	4
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - SMS szolgáltatás / Azonnali üzenetküldő szolgáltatás	Sig.	,038(*)
	Chi-square	3,574
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	df	4
	Sig.	,467
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Hangpostafiók és IVR szolgáltatás	Chi-square	5,221
	df	4
15. Tervezik-e új telekommunikációs megoldások bevezetését? - Egyéb, éspedig:	Sig.	,265
	Chi-square	5,934
15. Egyéb, éspedig:	df	4
	Sig.	,204(a,b)
15. Egyéb, éspedig:	Chi-square	4,752
	df	2
	Sig.	,093(a,b)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

a More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

b The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

Pearson Chi-Square Tests

		Siker3szöv
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Szerver	Chi-square	1,564
	df	1
	Sig.	,211
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Web hosting	Chi-square	3,912
	df	1
	Sig.	,048(*)
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - PC/adatok biztonsági mentése és archiválása	Chi-square	3,833
	df	1
	Sig.	,050
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Csatlakozás virtuális magánhálózaton (VPN) keresztül	Chi-square	8,503
	df	1
	Sig.	,004(*)
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Desktop, mint szolgáltatás, pl. a felhasználó minden eszközön ugyanazt a képernyőt és ugyanazokat a szolgáltatásokat használhatja	Chi-square	10,432
	df	1
	Sig.	,001(*)
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Egyéb felhő alapú szolgáltatások	Chi-square	8,448
	df	1
	Sig.	,004(*)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Pearson Chi-Square Tests

		ágazat	terület	1. A méret szerinti besorolása 2013-ban: (ahogy az adóbevallásban vagy KSH adatszolgáltatásban megadják)
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Szerver	Chi-square	7,300	1,571	1,283
	df	4	2	2
	Sig.	,121	,456	,526
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Web hosting	Chi-square	7,938	1,546	3,543
	df	4	2	2
	Sig.	,094	,462	,170
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - PC/adatok biztonsági mentése és archiválása	Chi-square	4,660	3,698	1,763
	df	4	2	2
	Sig.	,324	,157	,414
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Csatlakozás virtuális magánhálózaton (VPN) keresztül	Chi-square	7,486	,872	1,623
	df	4	2	2
	Sig.	,112	,647	,444
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Desktop, mint szolgáltatás, pl. a felhasználó minden eszközön ugyanazt a képernyőt és ugyanazokat a szolgáltatásokat használhatja	Chi-square	4,166	4,591	6,823
	df	4	2	2
	Sig.	,384	,101	,033(*)
16. Tervezik-e új informatikai megoldások bevezetését? - Egyéb felhő alapú szolgáltatások	Chi-square	1,300	,183	6,795
	df	4	2	2
	Sig.	,861	,912	,033(*)

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

* The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.